KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya lah sehingga laporan pengantar Tugas Akhir yang berjudul *" City Branding Kota Jambi Melalu Identitas Visual "* ini dapat diselesaikan dengan baik dan sesuai dengan ketentuannya .

Laporan ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi mata kuliah Penelitian Desain . Desain Komunikasi Visual Fakultas Desain Universitas Komputer Indonesia. Berbagai macam hambatan banyak ditemui selama penyusunan laporan ini. Namun atas bantuan, dorongan berbagai pihak, laporan ini dapat berhasil diselesaikan. Maka tak lupa ucapan terima kasih yang teramat tulus dan sedalam-dalamnya kepada:

Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca .

Bandung , 18 Januari 2018

Penulis

Dela Dwi Nusa

ABSTRAK

CITY BRANDING KOTA JAMBI MELALUI IDENTITAS VISUAL

Oleh :

Dela Dwi Nusa

NIM 51913236

Desain Komunikasi Visual

Kota Madya Jambi memiliki potensi pariwisata melalui kekayaan budaya yang sangat kental dengan literatur kuno. City branding di skala internasional telah banyak diterapkan kota-kota besar di dunia dan terbukti mampu membawa dampak yang siginifikan bagi kemajuan kota tersebut salah satunya adalah kuala lumpur, Singapore, Amsterdam dll. Sebagai bagian dari upaya untuk memasarkan pariwisata city branding dinilai memiliki peranan penting untuk dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, pendekatan kualitatif digunakan supaya mendapatkan informasi yang selengkap mungkin mengenai strategi pemasaran pariwisata melalui upaya city branding. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kondisi pariwisata Kota Madya Jambi terdapat faktor-faktor permasalahan yang dapat mempengaruhi tempat-tempat pariwisata sehingga kuranganya wisatawan yang datang . Penelitian ini mengungkapkan bahwa Kota Madya Jambi dalam menerapkan strategi city branding kurang terencana denggan sistematis, sehingga city branding hanya dipahami secara sempit yakni hanya pada aspek visualisasi. Sehingga masyarakat luas kurang mengetahui adanya atau keberadaan tempat-tempat pariwisata di Kota Madya Jambi .

Kata Kunci: pariwisata, city ,branding, Jambi

ABSTRACT

CITY BRANDING JAMBI CITY THROUGH VISUAL IDENTITY

by:
Dela Dwi Nusa
NIM 51913236
Visual Communication Design

Jambi municipality has the potential of tourism through cultural richness that is very thick with ancient literature. City branding on an international scale has been widely applied to major cities in the world and proved able to bring a significant impact to the advancement of the city one is kuala lumpur, Singapore, Amsterdam etc. As part of the effort to market a tourism city branding is judged to have an important role to increase the number of tourist visits. This study used a qualitative approach, a qualitative approach is used in order to obtain information that is as complete as possible about the tourism marketing strategy through the efforts of city branding. The results of this study revealed that the condition of tourism in the Municipality of Jambi there are factors that could affect the issue tourist places so that the lack of tourists coming. This study revealed that the Municipality of Jambi in implementing city branding strategy unplanned denggan systematic, so that city branding only narrowly conceived that only the aspect of visualization. So that the public is less aware or places where tourism in the Municipality of Jambi.

Keywords: tourism, city, branding, Jambi