BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Kota Jambi adalah salah satu kota di indonesia yang memiliki banyak sekali potensi-potensi yang di milikinya, selain potensi-potensi sumber daya alam seperti minyak bumi, potensi dari sektor pariwisata dan nilai-nilai sejarah yang di miliki menjadikan Kota Jambi menjadi Kota yang sangat berpotensial. Kota Jambi adalah Kota bersejarah peninggalan Kerajaan Melayu Tua dan Kerajaan Sriwijaya. Kota Jambi di aliri oleng sungai terpanjang di Pulau Sumatra, yaitu Sungai Batanghari. Dari hasil penelitian yang telah di lakukan di temukan permasalahn Kota Jambi dimana Kota Jambi belum meningkatan dan memaksimalkan potensi-potensi yang di miliki untuk membentuk dan mengembangkan Kota Jambi. Sehingga Kota Jambi membutuhkan sebuah perancangan City Branding untuk membentuk dan memperkuat citra identitas kota yang dapat menambah nilai Kota Jambi serta meningkatkan potensi-potensi yang di miliki oleh Kota Jambi.. Sebagai salah satu bagian dari provinsi di pulau Sumatra Kota Jambi terkenal dengan literatur kunonya, seperti Candi Muaro Jambi peninggalan kerajaan Sriwijaya dan kerajaan Melayu Tua. Kota Jambi merupakan bekas wilayah kesultanan Islam Melayu. Kota Jambi dikelilingi oleh Sungai Batanghari yang merupakan sungai dengan aliran terpanjang di sumatra, yang meiliki catatan sejarah tentang perdagangan yang direbutkan oleh kerajaan Sriwijaya dan Kerajaan Melayu tua. Kota Jambi memiliki banyak sejarah panjang yang dapat dijadikan sebagai identitas, keberadaan peninggalan sejarah Kerajaan Melayu dapat di jadikan aset untuk memperkuat identitas Kota Jambi .

Berdasarkan data yang di peroleh pada *website* resmi www.kotajambi.go.id(2017), seperti kota-kota di pulau Sumatra lainnya. Dengan memiliki luas daerah sekitar 205,38 km dan dengan jumlah penduduk 1,85 juta jiwa. Sumber daya minyak bumi dan hutan khususnya kayu, dapat di gunakan sebagai sumber mata pencaharian oleh masyarakat. Serta objek wisata yang di dimiliki Kota Jambi, sangat berpotensi memajukan perekonomian masyarakat maupun pendapatan daerah, dan dapat menjadi identitas yang kuat untuk Kota Jambi. Mulai dari wisata alam, sejarah, kuliner, rekreasi. Dan hal unik lainnya, Kota Jambi memiliki flora atau tumbuhan yang unik dan khas daerah Kota Jambi,

yaitu pinang merah (palem lipstick) tumbuhan yang hidup di daerah Kota Jambi menggambarkan keunikan budaya masyarakat Kota Jambi.

Saat ini Kota Jambi dikenal dengan kota yang masih sangat kental dengan budaya melayu tua. Menurut website kota Kota Jambi di klarifikasi sebagai kota dengan iklim tropis. Saat ini Kota Jambi medapatkan julukan kota panas dengan rata-rata suhu 26.9'c .

Kota Jambi saat ini memiliki ikon baru yaitu Jembatan Gentala Arasi yang dapat di temui di tepi Sungai Batanghari, tidak hanya menjadi ikon tettapi Gentala Arasi merupakan sebuah jembatan penghubung antara Kota Jambi dan Jambi Kota Sebrang.

Dari latar belakang disimpulkan bahwa Kota Jambi memiliki banyak potensi utuk menjadi kota pariwisata . Kota Jambi membutuhkan sebuah program *city branding* untuk membuat sebuah citra identitas Kota dan dari sisi lain dapat mendapatkan keuntungan-keuntungan di segala bidang .

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat diidentifikasikan beberapa masalah di bawah ini sebagai berikut:

A. Kota Jambi membutuhkan sebuah pembentukan citra yang dapat dijadikan identitas untuk membentuk dan memperkuat citra identitas Kota Jambi.
B. Kota Jambi belum meningkatkan dan memaksimalkan potensi-potensi yang dimiliki, untuk membentuk dan mengembangkan Kota Jambi
C. Kota Jambi belum membangun *brand* atau citra yang dapat memperkuat identitas yangt dapat menambah nilai jual Kota serta meningkatkan potensi-potensi yang dimiliki oleh Kota Jambi.

I.3 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasikan rumusan masalah di bawah ini:

Bagaimana membangun, membentuk dan mengembangkan potensi-potensi Kota Jambi dari berbagai sektor yang di miliki dengan strategi *City Branding* melalui Identitas Visual?

I.4 Batasan Masalah

Setelah rumusan masalah diatas, maka batasan masalah sebagai berikut :

Masalah dibatasi pada aktifitas City Branding Kota Jambi terhadap upaya mengenalkan dan mengelola potensi-potensi yang di Kota Jambi. Melalui identitas visual untuk membentuk dan memperkuat citra identitas Kota Jambi.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Berdasarkan permasalahan diatas, tujuan perancangan *City branding* di Kota Jambi adalah sebagai berikut :

A. Mengangkat citra Kota jambi.
B. Menjadikan Kota Jambi menjadi lebih baik lagi.
C. Memajukan Kota Jambi.

Perancangan ini memiliki manfaat sebagai berikut :

A. Bagi Penulis

Dapat memahami dan secara konseptual serta dapat menambah materi pembelajaran, dan menambah pengalaman.

B. Bagi Masyarakat

Melalui perancangan ini masyarakat Kota Jambi dapat merasakan manfaat dari program Jambi Tuntas dan dapat menjadi masyarakat yang lebih baik lagi dalam segala aspek.

C. Bagi Kalangan Akademis

Diharapakan dapat memberikan informasi dan menambah materi pengetahuan tentang *City Branding* .