BAB II. *CITY BRANDING* KOTA JAMBI

II.1 Landasan Teori tentang *City Branding*

City Branding adalah sebuah pembangunan yang merupakan perangkat yang di bentuk oleh para perancang untuk membangun sebuah citra serta reputasi yang kuat agar dapat menjadi pembeda mengatasi persaingan Kota-Kota diberbagai macam tingkat. Tingkat lokal, regional, dan global. (Yananda.2014.h.1).

Pembangunan *City Branding* dalam hal ini pemerintahan membuat sebuah kebijakan-kebijakan mengenai ide-ide mengenai hal0hal pembentukan identitas yang akan di sampaikan kepada publik melaluli media-media atau saluran komunikasi yang dapat di terima sebagai sebuah informasi. Aaker (2014) setiap brand di anggap sebagai aset penting, berperan memanajemenkan sebuah brand berubah secara radikal dan taktis serta relatif menjadi strategis dan visioner serta harus mencangkup hal-hal seperti pandangan strategis terhadap pasar, stimulasi, dan inovasi. (h.7).

Anholt (2007) mengartikan *city branding* sebagai ide-ide, konsep, atau program pembentukan sebuah citra destinasi yang dapat mengkoordinasi faktor ekonomi, komersial, sosial, kultural, dan peranan pemerintah. Kavaratzis (2008. h.8) Seluruh potensi kota agar dapat bernilai dan fungsional pemerintah harus mengkomunikasikan manfaat dan kegunaan setiap pembangun dan perubahan-perubahan yang terjadi kepada masyarakat, sehingga dalam *city branding*, hal terpenting adalah cara penyampaian pesan (*city branding* itu sendiri) dari komunikator yakni pemerintah kepada komunikan yakni publiknya melalui saluran apa dan bagaimana efeknya.

II.1.1 *City Branding* dalam Ilmu Komunikasi

Dalam perancangan ini, peneliti akan mengkaji City Branding Kota Jambi Melalui Identitas Visual melihat dari berbagai sudut pandang, sebagai penyampaian pesan di tetapkan program City Branding, serta menetapkan media-media apa saja yang akan di gunakan untuk menyampaikan pesan dan tujuan yang akan di sampaikan di bentuk menjadi sebuah informasi, dan menetapkan kebijakan-kebijakan pemerintah agar dapat dengan baik di terima.Dalam hal ini perancangan *City Branding* Kota Jambi , pihak-pihak pemerintahan yang terkait yakni melalui

Disbudparkaf (Dinas Kebudayaan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) dan BAPPEDA (Badan perancangan Pembangunan Daerah).

Terkait dengan perancangan yang akan dilakukan dari sudut pandang teori komunikasi dengan model Lasswell ini diterapkan sebagai berikut:

A. Komunikator: Pemerintah Kota Jambi melalui BAPPEDA serta dinas-dinas yang terkait .
B. Pesan: Kebijakan-kebijakan yang terbentuk mengenai *city branding* Kota Jambi yang menjadi identitas.
C. Komunikan: Publik yakni masyarakat dan pihak-pihak terkait yang menjadi tujuan program *city branding* seperti perusahaan swasta dan lembaga lainnya.
D. Media: Saluran komunikasi yang digunakan.

II.1.2 *Brand*

Brand merupakan bagian dari komunikasi yang memiliki tujuan memasarkan aktifitas komunikasi berperan menyampaikan informasi yang berdampak mempengaruhi, membujuk dan meningkatkan sasaran sesuai target atau produk yang di buat dan di tawarkan (Tjiptono. 1997. Hal.219). Dalam hal ini tidak hanya berfungsi untuk sebatas menginformasikan, melainkan menciptakan hubungan antara konsumen dengan pemasar, yaitu sebuah Kota . Dalam hal ini Kota Jambi berperan sebagai Pemasar dan masyarakat sebagai target sasarannya.

A. *Brand* dalam Perspektif Ilmu Komunikasi

Menurut kamus kosakata (*InterBrand* 2010), mendefinisikan mendefinisikan *brand* secara lebih spesifik, yakni *"a mixture of attributes, tangible and intangible, symbolized in a trademark, which, if managed properly, creates value and influence"*, yaitu suatu perpaduan dari atribut, nyata dan abstrak, yang disimbolkan melalui sebuah nama dagang, yang apabila dikelola dengan tepat, dapat menghasilkan nilai dan pengaruh. Sedangkan *branding* didefinisikan sebagai *"selecting and blending tangible and intangible attributes to differentiate the product, service or corporation in an attractive, meaningful and compelling way"*, yaitu pemilihan dan pencampuran atribut-atribut nyata dan abstrak untuk membedakan produk, jasa atau perusahaan dengan cara yang menarik dan penuh arti.

B. Fungsi *Brand*

Menurut Surya dalam bukunya *Global Capabilities*, beberapa fungsi utama *Brand* adalah:

C. Sebagai sebuah janji, *brand* menjanjikan diferensiasi yang berarti, menciptakan kecenderungan, dan mampu menjadikan produk "premium".

II.1.3 Identitas

Identitas kota merupakan sebuah hal serupa tau sama dengan objek lainnya, mengacu kepada makna, dan tercermin yang menjadikan sebuah perbedaan, serta berperan sebagai tanda pengenal (Lynch, 1960).

Identitas kota terbetuk melalui banyak hal, salah satunya terbentuk dari sebuah ritme biologis yang mencerminkan waktu dan ruang, serta tumbuh dalam aktifitas, budaya, dan masyarakat. Maka dapat di di simpulkan bahwa identitas Kota adalah sesuatu yang dapat memberikan kesan dalam proses imajinasi manusia yang memiliki tujuan. (Lynch,1960). Dalam pembentukan sebuah identitas Kota hal terpenting yaitu bagaimana simbol-simbol artefak fisik dapat dengan mudah di pahami dan di mengerti maksut dan tujuannya.

II.1.4 Kota

Kota adalah sebuah tempat ruang lingkup di manamasyarakat, individu, kelompok menjadi pusat kehidupan beraktifitas sehari-hari. Nas (1986) Kota merupakan suatu lingkungan material yang di buat oleh manusia yang terkontrol dan teroganisasi.(Wheatley,1985). Kota merupakan tempat menyerupai arena untuk masyarakat masing-masing memiliki peran, keinginan,gaya hidup, dan pemikiran.. Akhirnya (Miner,1967), mengatakan, bahwa kota sebagai pusat dari kekuasaan. Hal ini banyak berkaitan dengan latar belakang sejarah terjadinya kota tersebut, latar belakang sosial, ekonomi, politik, kultural dan fisik keruangannya. Suatu daerah tertentu yang terkenal dengan objek budaya dan nilai historikal sejarah yang tinggi, akan mampu berkembang menjadi suatu kota. yang berkaitan dengan terbentuknya latar belakang sejarah Dalam hal ini di Kota Jambi saat ini merupakan salah satu sektor unggulan yang perlu dikembangkan, karena selain

sebagai sumber penerimaan daerah, serta pengembangan dan pelestarian seni budaya , juga membangkitkan sektor perekonomian masyarakat kota. Oleh karena itu diharapkan diarahkan kepada peningkatan seluruh potensi-potensi yang ada.

II.2 Objek Penelitian

II.2.1 Gambaran Umum Kota Jambi

Kota Jambi memiliki luas 205,8 Km atau dengan 0,39 persen luas provinsinya. Koa Jambi dengan ketinggian 8 kaki 10 meter dari permukaan laut, beriklim tropis yang terdiri dari daratan rendah dengan rata-rata suhu maksimum 31,9C. Provinsi Jambi berdasarkan Undang Undang Nomor 54 Tahun 1999 terdiri dari sembilan kabupaten dan satu kota, yaitu Kabupaten Kerinci, Kabupaten Merangin, Kabupaten Sarolangun, Kabupaten Batang Hari, Kabupaten Muaro Jambi, Kabupaten Tanjung Jabung Timur, Kabupaten Tanjung Jabung Barat, Kabupaten Tebo, Kabupaten Bungo, dan Kota Jambi. Kota Jambi tidak dapat terlepas dari pengaruh latar belakang sejarah yang dimilikinya. Banyaknya bangunan-bangunan atau tempat-tempat yang memiliki nilai sejarah memberikan suatu kesan tersendiri bagi masyarakat. Sebagain besar masyarakat kota Jambi bergama Islam, meskipun sebagian besar masyartakat Kota Jambi beragama Islam tetapi masyarakat Kota Jambi saling menghargai agama-agama lain. Hal ini terbukti dari di lestarikannya tempat-tempat ibadah dan tempat bersejarah milik agama-agama lain. Kota Jambi memiliki potensi sumber daya alam yang baik sehingga sebagian besar masyarakat Kota Jambi bermata pencaharian bertani, berladang, dan memanfaatkan hutan. Hasil produksi pertanian warga Jambi di distribusikan ke wilayah pasar-pasar Kota Jambi dan sebagian besar juga di distribusikan untuk masyarakat pulau sumatra lainnya seperti, Provinsi Palembang, dan Provinsi Batam. Dari hasil produksi hutan karet menjadi penghasilan terbesar masyarakat Kota Jambi. Tidak hanya karet penghasilan penjualan pinang juga menjadi penghasilan terbesar masyarakat Kota Jambi.Selain Karet, sayur-sayuran, dan pinang sebagian besar masyarakat Kota Jambi Khususnya Kabupaten Bungo masyarakat Kabupaten Bungo memproduksi emas, karena sebagian besar penduduknya merupakan penambang emas, emas yang di hasilkan adalah emas murni.



Gambar II.1 Kota Jambi

Sumber https://gentalaarasydotcom.wordpress.com

(Diakses pada 12/11/2017)

II.2.2 Sejarah Kota Jambi

Kota Jambi adalah sebuah Kota di Indonesia yang merupakan sebuah Kota yang kental dengan kebudayaan Melayu.Nama kota jambi berasal dari bahasa melayu "jawi', yang di ubah menjadi "Djambe" berasal dari bahasa jawa yang berarti sebuah pohon pinang, kemudia di sempurnakan menjadi Jambi.Berdasarkan sejarah terbentuknya Kota Jambi pada masa Kerajaan Orang Kayo Hitam, Orang Kayo hitam atau yang biasanya di sebut "rang kayo hitam" adalah seorang bangsawan dan sekaligus merupakan Raja kerajaan Tanah Pilih Pusako Betuah. Raja Orang Kayo Hitam menikah dengan seorang putri yang Tumenggung Merah Mato yang bernama Putri Mayang Mangurai, Tumenggung Merah Mato memberikan sepasang angsa kepada anak dan menantunya bertujuan untuk mendirikan kerajaan dan memberikan pesan bahwa tempat yang akan di pilih ialah di mana ketika sepasang angsa yang di berikan berhenti di suatu tempat, saat itu sepasang angsa berhenti di aliran Sungai Batanghari, dan pada sat itulah

berdiri kerajaan Tanah Pilih Pusako Betuah, yang memiliki arti tanah pilihan, tanah pilih adalah tanah yang di pilih, sedangkan pusako betuah adalah saat membangun di temukan. Pada saat menentukan tempat, Raja Orang Kayo Hitam menemukan keris, gong, dan senapan yang di jadikan benda Bersejarah Kota Jambi, masing-masing benda itu di beri nama Keris Siginjay, Gong sitimang, dan Senapan Sidjimat.www.kotajambi.go.id(2017)

II.2.3 Visi dan Misi

Kota Jambi mempunyai visi dan misi sebagai berikut:

Visi:

1. Terwujudnya Kota jambi yang Tertib, Unggul, Nyaman, Tangguh, Adil dan Sejahtera.

Misi:

1. Meningkatkan Tata Kelola Pemerintahan daerah yang bersih, transparan, akuntabel dan partisipatif yang berorientasi pada pelayanan.
2. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang sehat, terdidik, berbudaya, agamis dan berkesetaraan
3. Menjaga situasi daerah yang kondusif, toleransi antar umat beragama dan kesadaran hukum masyarakat
4. Meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.

II.2.4 Arti Lambang

Kota jambi memiliki lambang untuk membentuk sebuah ciri khas identitas kotanya, Setiap kota di Indonesia memiliki lambang yang melambangkan kotanya masing-masing.Secara filosofis Kota Jambi memiliki indtitas yang berkaitan erat dengan Kerajaan Melayu. Pada lambang Kota Jambi terdapat beberapa simbol yang memiliki arti, pertama Senapan, gong, dan angsa. Senapan yang bernama “Sitimang” dan gong yang di beri nama “Sidjimat” adalah benda pusaka yang di temukan oleh Raja Orang Kayo Hitam, dan Putri Mayang Mangurai ketika perjalanan menentukan wilayah di aliran Sungai Batanghari, sepasang angsa ialah sepasang angsa yang di percaya sebagai penentu pemilihan wilayah Kota jambi

oleh Raja Orang Kayo Hitam, kemudian 9 garis melambangkan luasnya Kerajaan Jambi yang meliputi 9 buah lurah byang di aliri oleh anak-anak Sungai yang saat ini melambangkan 9 Kabupaten yang di miliki oleh Kota Jambi.Serta moto Kota jambi yaitu Tanah Pilih Pusako Betuah memili arti yaitu bahwa pusat pemerintahan Kota jambi berpusat di satu Kota, secara filosofis Tanah Pilih Pusako Betuah berati Tanah pilihan.www.kotajambi.go.id(2017)



Gambar II.2 Lambang Kota Jambi

Sumber: www.jambi.go.id(2017)

(Diakses pada 15/10/2017)

II.2.5 Geografis

Secara geografis Kota Jambi terletak di bagian tengah pulau Sumatra, Kota Jambi berdekatan dengan Pulau Sumatra Selatan dan Pulau Sumatra Barat.Berdasarkan *website* resmi Kota Jambi *www.Kotajambi.go.id* , letak Kota Jambi cukup strategis, teretak di pesisir timur, dan terdapat sungai terpanjang di pulau Sumatra yaitu Sungai Batanghari.Kota Jambi terletak pada koordinat *01° 30' 2.97-01° 7 1.07" lintang selatan 103°40'1.67"-103°40 0.23" bujur timur.*



Gambar II.3 Letak Geografis Kota Jambi

Sumber : www.kotajambi.go.id

(Diakses pada 12/11/2017)

II.2.6 Luas Wilayah dan Jumlah Penduduk

Berdasarkan *website* resmi Kota Jambi *www.kotajambi.go.id,* dengan luas wilayah 205,38 km², Kota Jambi memiliki 8 kecamatan, dan 62 jumlah kelurahan, serta memiliki jumlah penduduk sebesar 3.08.618 jiwa.

Kecamatan	Luas Wilayah	Persentase	Jml Kelurahan	Jumlah RT
1. Kota Baru	77,78	37,90	10	344
2. Jambi Selatan	34,07	16,60	9	322
3. Jelutung	7,92	3,90	7	233
4. Pasar Jambi	4,02	2,00	4	58
5. Telanaipura	30,39	14,80	11	274
6. Danau Teluk	15,70	7,60	5	44
7. Pelayangan	15,29	7,40	6	46
8. Jambi Timur	20,21	9,80	10	221
Jumlah / *Total*	205,38	100	62	1 542

Tabel II.1 Luas Wilayah dan Jumlah Penduduk Kota Jambi

Sumber: https://jambikota..go.id

(Diakses pada 16-10-2017)

II.2.7 Potensi Kota Jambi

Kota jambi memiliki sumber daya alam yang melimpah, yang dapat membantu menyupai kebutuhan bahan baku dan kebutuhan lain masyarakat provinsi sekitarnya. Bahan-bahan seperti karet,minyak bumi, gas bahan-bahan pertanian, dan perkebunan lainnya. Sebagian besar masyarakat Kota jambi bergantung kepada sumber daya alam yang di miliki Kota Jambi, karena penduduk besar Kota Jambi berpenghasilan dari berkebun, dan berladang.Perkebunan karet dan kelapa sawit menjadi potensi dominan yang di miliki oleh Kota Jambi. http://ronalsaputraa.blogspot.co.id/2013/10/kekayaan-provinsi-jambi.html

II.2.7.1 Wisata Alam

Kota Jambi di kenal dengan literatur kunonya, dan sangat kental dengan kebudayaan melayu.Sebagai daya tarik wisatawan Kota jambi yang beriklim sub

tropis memiliki beberapa tempat wisata salah satunya adalah Jambi Paradise, yang merupakan sebuah program pemerintah yang baru di bangun dan di resmikan pada tahun 2017, Jambi Paradise merupakan sebuah tempat wisata yang dapat di nikmati bersama keluarga, tempatnya yang luas sehingga dapat menampug banyak wisatawan dan memiliki banyak wahana, salah satunya yang banyak di gemari oleh wisatawan adalah wisata air, selain wisata air ada beberapa wahana yang dapat di nikmati para wisatawan seperti *Flying fox, jembatan gantung,arena ATV*, serta pemandangan taman bunga yang luas..



Gambar II.4 Jambi Paradise

Sumber: https://www.destiasoewoyo.wodpress.com

(Diakses pada 17-10-12017)

II.2.7.2 Wisata Pendidikan

Kota Jambi memiliki sejarah peninggalan Kerajaan Melayu Tuo,benda-benda pusaka peninggalan Kerajaan Melayu Tuo, serta benda-benda bersejarah lainnya tentang perjuangan rakyat Jambi di simpan dalam satu museum yaitu museum Siginjay, yang terletak di tengah Kota Jambi.Sebelum berganti nama menjadi museum Siginjay dahulu nama museum ini adalah museum Negri Kota Jambi yang di resmikan pada tahun 1998.Di dalam museum ini tersimpan banyak sekali benda-benda pusaka dan benda-benda perjuangan rakyat Jambi, salah satunya senjata perang, dan kendaraan saat perang, selain senjata dan alat-alat perang terdapat arca-arca peninggalan KerajaanSriwijaya dan Kerajaan Melayu Tuo.



Gambar II.5 Museum Siginjay Kota Jambi

Sumber: www.anakmelayujambi.co.id

(Diakses pada 17-10-2017)

II.2.7.3 Wisata Kuliner

Indonesia terkenal dengan berbagai macam makanan khas daerahnya, setiap kota memiliki makanan khas daerahnya yang dapat di jadikan sebagai identitas kota.Kota Jambi memiliki beragam macam makanan khas daerah, seperti tempoyak yang menjadi makanan favorit masyarakat Kota Jambi, tempoyak merupakan fermentasi buah durian, tidak hanya tempoyak Kota Jambi memiliki banyak makanan khas lainnya seperti nasi minyak, tepe, kue srikaya, dodol nanas, dodol kentang, dan jus buah pinang. Diatara semua makanan khas Kota Jambi, dodol nanas menjadi makanan favorit para wisatawan yang berkunjung ke Kota Jambi.



Gambar II.5 Dodol Nanas

Sumber: http://jambikota.go.id

(Diakses pada 17-10-12017)

II.2.7.4 Wisata Budaya

Kota Jambi adalah sebuah kota berbudaya, dan Kota Jambi sangat kental dengan budaya Melayu, kebudayaan melayu sangat melekat pada kehidupan sehari-hari Kota Jambi, bahasa yang di gunakan oleh masyarakat Kota Jambi berdialek ‘o’ dan berlogat bahasa Melayu. Pada abad ke 11 masehi di temukan sebuah Candi bernama Candi Muaro Jambi, Candi Muaro ini terletak di kabupaten Muaro Jambi, Candi ini merupakan Candi peninggala Kerajaan Sriwijaya dan Kerajaan Melayu Tuo, sebuah percandian agama Hindhu-Budha. Candi Muara ini menjadi tempat wisata yang banyak di kunjungi oleh wisatawan lokal, maupun wisatawan mancanegara.



Gambar II.6 Candi Muaro Jambi

Sumber: http://www.lihat.co.id

(Diakses pada 17-10-12017)

II.2.7.5 Wisata Sejarah

Setiap kota di Indonesia memiliki sejarah yang menjadi nilai-nilai penting.Kota Jambi merupakan sebuah kota bersejarah yang memiliki nilai-nilai penting, Sejarah Kota Jambi sangat kental dengan nilai-nilai sejarah keagamaan Islam Melayu. Salah satu bentuk penghargaan pemenrintah Kota Jambi di resmikannya sebuah museum, yang bernama Museum Gentala Arasi.Museum Gentala Arasi adalah sebuah museum sekaligus Jembatan penghubung antara Kota Jambi dan Jambi Seberang, Gentala ini merupakan singkatan dari Genta dan tala yag memiliki arti lonceng dan penyelaras, karena merupakan tempat tertinggi Allah

SWT. Pada bagian menara terdapat jam yang menandakan waktu shalat, pada waktu shalat akan mengumandangkan azan. Menara ini di bangun bertujuan untuk menjadi kenangan ketika para wisatawan meninggalkan Kota Jambi



Gambar II.7 Gentala Arasy

Sumber: https://www.properti.kompas.com

(Diakses pada 17-10-12017)

II.3 Analisa *(SWOT)*

Analisis *SWOT* adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan *(strength)* dan peluang *(opportunities)*, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan *(weaknesses)* dan ancaman *(threats)*. David (2008) menjelaskan "semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan/kelemahan internal, digabungkan dengan peluang/ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi". Tujuan dan strategi ditetapkan dari dua faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor eksternal meliputi dari peluang dan ancaman.

II.3.1 Analisa Internal

Analisa internal bertujuan untuk mengidentifikasi dan menjelaskan faktor-faktor yang ada. Analisis terdiri atas kondisi di dalam Kota Jambi saat ini yang meliputi Kekuatan (*Strength)* dan Kelemahan *(Weakness)*.

Tabel II.1 Swot

Sumber: Dokumen pribadi (20-01-2018)

Internal / **Eksternal**	**Kekuatan** ***(Strength)***	**Kelemahan** ***(Weakness)***
Peluang ***(Opportunities)***	Kekuatan *(Strength)* dalam analisis Kota Jambi diantaranya sebagai berikut: • Terdapat beberapa potensi nilai-nilai budaya. • Terdapat banyak nya potensi-potensi sumber daya alam .	Kekuatan *(Strength)* dalam analisis Kota Jambi diantaranya sebagai berikut: • Terdapat beberapa potensi nilai-nilai budaya. • Terdapat banyak nya potensi-potensi sumber daya alam .
Ancaman ***(Threat)***	**Peluang** ***(Opportunities)*** Peluang *(Opportunities)* yang dimiliki, diantaranya adalah sebagai berikut: • Potensi Sumber daya alam yang bagus . • Masih banyaknya lahan untuk membuka peluang usaha dan menaikan status ekonomi masyarakat.	**Ancaman** ***(Threat)*** Terdapat ancaman *(Threat)* yang ada di kota madya jambi diantaranya adalah sebagai berikut • Banyak masyarakat yang masih belum paham dengan identitas yang dimiliki, sehingga bisa menjadi ancaman karena kurangnya informasi dan potensi yang ada • Belum dapat mengembangkan identitas secara

		khusus untuk membedakan dengan kota lainnya.

II.3.2 Analisa Eksternal

Analisa eksternal dalam hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menjelaskan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman bagi Kota Jambi saat ini yang meliputi Peluang *(Opportunities)* dan Ancaman *(Threat).*

II.3.3 Analisa Resume

Dari analisa *SWOT* diatas Kota Jambi kedepannya dapat memperkuat identitas *brand* dengan meningkatkan kinerja pemerintah dalam rencana perancangan. Kota Jambi juga dapat meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat salah satunya dengan menerapkan strategi *city branding.*

II.4 Resume

Berdasarkan rumusan permasalahan yang ada, yang dibutuhkan saat ini adalah melakukan *branding* dengan cara menguatkan *city branding* Kota Jambi yang sesuai dengan apa yang dimiliki, dan membangun sebuah *brand* yang dapat memperlihatkan potensi-potensi kepada masyarakat. Melakukan *city branding* tidak hanya berarti membuat sebuah logo ataupun slogan, akan tetapi membuat masyarakat paham dengan identitas yang dimiliki Kota Jambi dengan baik berdasarkan nilai-nilai yang ada di kota tersebut terhadap identitas yang dibawa.

II.5 Solusi Perancangan

Solusi yang dibutuhkan saat ini adalah melakukan perancangan ikon *city branding Kota Jambi Melalui Identitas Visual* melalui strategi perancangan ini bertujuan dapat menguatkan identitas yang ada dengan jelas agar dapat membedakan Kota Jambidengan kota lainnya serta mengubah perilaku masyarakat agar paham dengan identitas Kota Jambi dan menjadikan agar Kota Jambi disukai, dicintai

terhadap identitas yang dibawa. Hal yang pertama dilakukan adalah merancang identitas visual dengan menginformasikan ataupun mengenalkan identitas Kota Madya Jambi terhadap potensi yang dimiliki saat ini, dari segi sejarah, budaya, pendidikan, kuliner, dan potensi lainnya sehingga masyarakat bisa mengetahui dan merasa bangga dengan identitas yang dimiliki dan juga dapat berdampak bagi pemerintah, ataupun wisatawan yang berkunjung.