

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

City branding adalah salah satu cara untuk memperkenalkan potensi-potensi yang dimiliki dan mempromosikan suatu kota. *City branding* bisa diartikan sebagai sebuah usaha yang dimulai dengan membentuk merek untuk sebuah kota, dengan tujuan dikenal oleh masyarakat lebih luas agar dianggap tepat untuk tujuan wisata, tempat tinggal, berinvestasi dan memberikan keamanan untuk berbagai kegiatan. Sebuah *city branding* bukan hanya sebuah slogan atau kampanye promosi, akan tetapi suatu gambaran dari pikiran, perasaan, asosiasi dan ekspektasi yang datang dari benak seseorang ketika seseorang tersebut melihat atau mendengar sebuah nama, logo, produk, layanan, *event*, ataupun berbagai simbol rancangan yang menggambarannya.

Sebuah *city branding* tentunya merupakan upaya pengenalan identitas kota yang mengangkat potensi dan keunikan yang dimiliki kota tersebut dibanding kota lainnya. Bagaimana membuat brand Kota Bukittinggi yang dapat memberikan kerinduan ketika meninggalkannya dan memberikan rasa bangga pada orang yang menetap didalamnya, juga lebih ke merubah paradigma, perilaku dan memenuhi harapan masyarakatnya. Hal tersebut dapat terwujud jika nilai sebuah kota dikemas menjadi brand yang hasilnya bisa memenuhi harapan masyarakatnya dan sesuai dengan kondisi kota yang sebenarnya. Bukan penentuan atau pencapaian target seperti apa kota ini dimata publik tapi lebih kepada apa yang dimiliki kota ini sehingga publik perlu memberinya cap tertentu.

City branding untuk kota Bukittinggi ini bertujuan untuk memberikan ciri, simbol dan karakter kepariwisataan Bukittinggi, meningkatkan citra destinasi pariwisata Bukittinggi, meningkatkan rasa bangga masyarakat terhadap Bukittinggi, meningkatkan wisatawan untuk berkunjung ke

Bukittinggi, dan meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap Bukittinggi sebagai daerah tujuan wisata berkualitas.

B. Saran

Dalam perancangan *city branding* sebuah kotapenulis perlu mempunyai pengetahuan yang luas tentang objek yang akan dirancang. Proses perancangan *city branding* kota Bukittinggi ini dilakukan dengan beberapa tahapan. Mulai dari mencari data kota, karakter kota, data objek, kebiasaan masyarakat dan data lapangan lainnya merupakan proses tahap awal perancangan. Mempersiapkan konsep kreatif, konsep media, hingga konsep desain yang kreatif. Proses selanjutnya yaitu merancang *city branding* ini dengan menggunakan beberapa *software* desain.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam perancangan *city branding* kota Bukittinggi ini. Semoga perancangan *city branding* ini dapat memberikan manfaat terhadap masyarakat, bagi kota Bukittinggi, bagi kita bersama, dan semoga perancangan ini dapat menambah wawasan dalam pembuatan karya-karya *city branding* berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Jefkins, Frank; *Periklanan*. Jakarta; Penerbit Erlangga, 1995
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller; *Manajemen Pemasaran*. PT Macanan Jaya Cemerlang, 2009
- M.A, Morissan; *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group, 2010
- Primayudi, Kadek. *City Branding Kota Gede Heritage Travelling Diary*. Thesis (ISI Yogyakarta; 2010).
- Rangkuti, Freddy; *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2009
- Rustan, Suriyanto; *Mendesain Logo*. Jakarta; PT Gramedia Pustaka Utama, 2009
- Sanyoto, Sadjiman Ebdi; *Nirmana (dasar-dasar seni dan desain)*. Yogyakarta; Jalasutra, 2009.
- Soemanagara, Rd; *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung; Penerbit Alfabeta, 2008
- Temporal, Paul; *Branding in Asia (Membangun Merek di Asia) Penciptaan, Pembangunan, dan Manajemen Merek Asia untuk Pasar Global*. Batam, Interaksara, 2001
- Wheeler, Alina; *Designing Brand Identity: An Essential Guide for The Entire Branding Team*. New Jersey; John Wiley & Sons, inc, 2009
- Zulqayyim; *Boekittinggi Tempo Doeloe*. Padang; Andalas University Press, 2006

B. Pertautan

<http://www.indonesia.travel/id/destination/463/bukittinggi>
(diakses pada tanggal, 29 oktober pukul 21.10)

http://harianhaluan.com/index.php?option=com_content&view=article&id=5228:city-branding-untuk-bukittinggi&catid=11:opini&Itemid=83
(diakses pada tanggal 29 oktober pukul 21.15)

adje.blogdetik.com/2008/10/22/city-branding
(diakses pada tanggal, 30 November 2013, pukul 10.25)

www.pariwaraindonesia.com
(diakses pada tanggal, 29 November 2013, pukul 11.10)

elib.unikom.ac.id
(diakses pada tanggal, 1 Desember 2013, pukul 14.55)

www.pendidikanekonomi.com/2013/02/pengertian-dan-tujuan-promosi.html;
(diakses pada tanggal, 29 November, 08.06 WIB)

<http://muhammadirawansaputra.wordpress.com/tag/city-branding/>
(18 Des 2013, 14.20 WIB).

<http://perempuan0n220185.wordpress.com/2011/12/20/strategi-citybrandingkota-jakarta/>
(diakses pada tanggal, 18 Desember 2013, 14.30 WIB).

http://www.the-marketeers.com/archives/city-branding-from-location-to-destination.html#.UtNNrJw_ZnI
(diakses pada tanggal, 2 Januari 2014, 09.00 WIB)

www.desainstudio.com
(diakses pada tanggal, 6 Februari 2014, 22.05 WIB).

http://www.academia.edu/5090849/Pengertian_analisis_SWOT
(diakses pada tanggal ,7 Januari 2014, 13.40 WIB)

[crazydylus.wordpress.com/tag.art-history](http://crazydylus.wordpress.com/tag/art-history)
(diakses pada tanggal ,27 mei 2013, 14.00 WIB)

DAFTAR INFORMAN

Nama : Rudolf Satri
Umur : 54 tahun
Pekerjaan : PNS
Alamat : Jl. Sy. S. Arrasuli no. 66k, Bukittinggi

Nama : Yon Hendri
Umur : 50 tahun
Pekerjaan : PNS
Alamat : Jl. Sijolang no. 74 H, Bukittinggi

Nama : Emil Anwar
Umur : 50 tahun
Pekerjaan : PNS (Dinas Pariwisata kota Bukittinggi)
Alamat : Jl. Panorama, Bukittinggi

Nama : Ucok
Umur : 36 tahun
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : Jl. Ahmad Yani no. 70, Bukittinggi

Nama : Bayu Buhatika
Umur : 24 tahun
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Birugo Bungo no.12, Bukittinggi

