

DESAIN LOGO *CITY BRANDING* KABUPATEN BANTUL SEBAGAI PEMBENTUK IDENTITAS KOTA

THE CITY BRANDING LOGO DESIGN OF BANTUL REGENCY AS THE INVENTOR OF CITY IDENTITY

Oleh: Sekar Galih Mawangi, 14206244004, Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Yogyakarta,
Sekarmawangi929@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan desain logo *city branding* kabupaten Bantul, yang berfokus pada bentuk visual, warna dan makna filosofi yang terkandung dalam setiap tipografi desain logo *city branding* sebagai upaya pembentuk identitas kabupaten Bantul. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, subjek penelitian ini adalah desain logo *city branding* kabupaten Bantul. Pengumpulan data diperoleh melalui teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Pemeriksaan keabsahan data dilakukan dengan ketekunan pengamatan dan triangulasi sumber. Setelah dilakukan reduksi data serta penyajian data diperoleh kesimpulan sebagai berikut: 1) bentuk visual desain *city branding* menggunakan bentuk plastis, non-formal dan dinamis serta mempunyai *tagline* “*The Harmony of Nature and Culture*” mempunyai arti penggambaran atau karakteristik dari kabupaten Bantul. 2) Penggunaan warna pada desain logo *city branding* kabupaten Bantul terdiri dari empat warna, hijau, biru, coklat, dan abu-abu. 3) Tipografi huruf “B” awal desain berwarna coklat berasosiasi pada potensi tanah di kabupaten Bantul yang baik untuk berbagai kegiatan produksi baik tanaman maupun olahan industri. Huruf “a n t u” berwarna hijau *motto* dari kabupaten Bantul “*Ijo royo-royo*” melambangkan kehidupan yang berkelanjutan di Kabupaten Bantul terdapat pada tengah desain. Bentuk pohon kelapa huruf “L” berwarna biru berasosiasi pada air dan bahari pelengkap ideal dari kehidupan agraris. Warna abu-abu didalamnya berasosiasi pada dinamika dan harapan.

Kata Kunci : Logo, *City Branding*, Identitas Kota

Abstract

This study intended to describe the city branding logo design of Bantul Regency which focuses on the visual form, color, and philosophical meaning contained in each typography city branding logo design as an effort to build the identity of Bantul Regency. This research was a qualitative descriptive study, subject of this research was the city branding logo design of Bantul Regency. In this research, the data obtained through observation, interview, and documentation techniques. The reliability of the research was the researcher used persistence observation techniques and source triangulation. After the data reduction, and the presentation of the data, the results are as follows. (1) visual form of city branding design used plastic, non-formal, and dynamic forms and the tagline of "The Harmony of Nature and Culture" means the description or characteristics of Bantul Regency. (2) The use of colors in the city branding logo design of Bantul Regency consists of four colors, such as green, blue, brown, and gray. (3) The typography of the letter "B" in the design has brown color. It is associated with the potential of land in Bantul regency, which is good for various production activities for both plants and industrial processing. The green "a n t u" letter is the motto of Bantul Regency. "Ijo royo-royo" symbolizes a sustainable life in Bantul Regency. It is located in the middle of the design. The shape of the letter "L" coconut tree in blue is associated with water and nautical, the ideal complement of agrarian life. The gray color in it is associated with dynamics and expectations.

Keywords: Logo, City Branding, City Identity

PENDAHULUAN

Beberapa daerah di Indonesia telah membuat identitas daerah dalam bentuk *City Branding* contohnya Kota Bandung dengan “*Paris Van Java*” yang berartikan bahwa Bandung adalah pusat fashion di pulau Jawa seperti halnya Paris sebagai kiblat fashion Dunia. Banyuwangi dengan “*The Sunrise of Java*” yang menggambarkan bahwa Banyuwangi merupakan tempat terbitnya matahari pertama kali di Jawa karena terletak di ujung timur Kota Surabaya dengan “*Sparkling Surabaya*”. Setiap desain logo yang telah dibuat oleh setiap daerah tersebut merupakan representasi dan merupakan ciri khas dari setiap daerah tersebut serta merupakan harapan-harapan dari daerah tersebut agar terbentuk daerah yang sesuai dengan logo dan *tagline*. Tujuan utama dari *city branding* dan hasil yang diinginkan oleh pemerintah sebuah kota adalah meningkatkan arus masuk wisatawan, dan investasi. (Kavaratzis, 2004).

Brand dapat diasosiasikan sebagai nama, terminologi, simbol, warna khas, tipografi atau logo spesifik atau juga kombinasi dari beberapa elemen tersebut, yang bisa digunakan sebagai identitas suatu produk dan jasa. *City Branding* adalah upaya membangun identitas sebuah kota, kegiatan *city branding* setiap daerah untuk berlomba menciptakan citra tertentu dibenak masyarakatnya sehingga terbentuklah citra kota (*city image*) yang menjadi karakter sebuah kota. *City branding* sebagai bagian dari kajian ilmu komunikasi terutama sebagai fungsi *public relations* yaitu dengan mengartikan *city branding* sebagai manajemen citra suatu destinasi melalui

inovasi strategis serta koordinasi ekonomi, komersial, sosial, kultural, dan peraturan pemerintah. Simon Anholt (2007).

Kabupaten Bantul mempunyai sebuah ikon grafis berupa *city branding* yang dapat mencerminkan ciri-ciri, potensi, sejarah dan budaya masyarakat Bantul. Untuk mewakili Kabupaten Bantul dalam makna yang seluas mungkin namun cukup spesifik mengetengahkan ciri yang dominan makna dari *city branding* Kabupaten Bantul adalah membangun citra Bantul Progotamansari Sejahtera, Demokratis dan Agamis. Tujuan dari penelitian yaitu: 1) Mendeskripsikan bentuk visual, tipografi, warna dan makna “Desain Logo *City Branding* Kabupaten Bantul”. 2) Mendeskripsikan makna filosofi dari setiap tipografi *City Branding* tersebut sebagai pembentuk identitas Kabupaten Bantul.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Deskriptif Kualitatif, data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan dan untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2012 : 11)

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Kabupaten Bantul yang beralamat di Jalan Robert

Wolter Monginsidi 1 Bantul Yogyakarta. Penelitian ini dimulai dari bulan April dari perencanaan laporan sampai selesai penulisan hasil laporan.

Target/Subjek Penelitian

Target/subjek pada penelitian ini yaitu Andi Muhlis selaku pembuat desain logo *city branding*, Dhanang Widjonarko selaku pihak Bappeda Bantul dan Drs. Iswahyudi, M.Hum selaku ahli sejarah.

Data, Sumber Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini berupa deskripsi mengenai sebuah informasi dari sumber utama melalui catatan tertulis, perekaman atau wawancara, dan arsip/dokumen. Sumber tertulis yang dijadikan informasi adalah sebuah arsip yang disimpan di lembaga kearsipan Kabupaten Bantul. Instrumen utama penelitian ini adalah peneliti sendiri, sebagai alat pencari data sekaligus penganalisisnya.

Sesuai dengan metode yang digunakan dalam pengumpulan data maka alat-alat yang digunakan meliputi: *Check list*, peneliti dapat mencatat tiap kejadian yang dianggap perlu dalam wawancara nanti dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dan dapat diarahkan pada masalah yang ingi dibuktikan kebenarannya. *Mechanical Devices*, Alat bantu tersebut meliputi: fotografi (kamera), alat perekam (*handphone*), dan alat lain yang dapat membantu dalam kegiatan penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data diperoleh dengan meneliti secara cermat dan faktual keadaan dan gejala yang terjadi didalam subyek penelitian, langkah-langkah yang ditempuh adalah: (1) Pengumpulan data: Data penelitian yang diperoleh dari pihak BAPPEDA Kabupaten Bantul dan Andi Muhlis selaku pembuat desain. (2) Reduksi data: Membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, menulis memo dan sebagainya dengan maksud menyisihkan data atau informasi yang tidak relevan. (3) Pemilihan data dan pemusatan pola data: Data yang dipilih merupakan data yang relevan dengan permasalahan penelitian. (4) Penyajian data: Proses yang dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan hasil penelitian, dari hasil reduksi data dan display data, selanjutnya peneliti menarik kesimpulan data, memverifikasikan sehingga menjadi kebermaknaan data. (5) Kesimpulan: Penarikan kesimpulan berupa kegiatan menemukan makna data yang telah disajikan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profil Kabupaten Bantul

Kabupaten Bantul terletak sekitar 10 km ke arah selatan kota Yogyakarta. Berbatasan dengan Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman di sebelah Utara, Samudera Indonesia di sebelah Selatan, Kabupaten Gunung Kidul di sebelah Timur, dan Kabupaten Kulon Progo di sebelah Barat. Pernah mengalami gempa bumi besar yang berkekuatan 5,9 skala Richter yang mengakibatkan kerusakan besar terhadap daerah ini, sekarang mulai bangkit dan bersemangat

dalam memajukan pariwisata, kerajinan industri, kuliner dan lain-lain.

Sejarah Kabupaten Bantul

Perjuangan gigih Pangeran Diponegoro melawan penjajah bermarkas di Selarong sejak tahun 1825 hingga 1830. Menindaklanjuti pembagian wilayah baru Kasultanan Yogyakarta, tanggal 20 Juli 1831 atau Rabu Kliwon 10 sapat tahun Dal 1759 (Jawa) secara resmi ditetapkan pembentukan Kabupaten Bantul yang sebelumnya di kenal bernama Bantulkarang. Seorang Nayaka Kasultanan Yogyakarta bernama Raden Tumenggung Mangun Negoro kemudian dipercaya Sri Sultan Hamengkubuwono V untuk memangku jabatan sebagai Bupati Bantul. Tanggal 20 Juli setiap tahunnya diperingati sebagai hari jadi Kabupaten Bantul, selain itu tanggal 20 Juli tersebut memiliki nilai simbol kepahlawanan dan kekeramatan bagi masyarakat Bantul mengingat Perang Diponegoro dikobarkan tanggal 20 Juli 1825.

City Branding Kabupaten Bantul

Kabupaten Bantul mempunyai sebuah ikon grafis berupa *city branding* yang dapat mencerminkan ciri-ciri, potensi, sejarah dan budaya masyarakat Bantul. Untuk mewakili Kabupaten Bantul dalam makna yang seluas mungkin namun cukup spesifik mengetengahkan ciri yang dominan makna dari *city branding* Kabupaten Bantul adalah membangun citra Bantul Projotamansari Sejahtera, Demokratis dan Agamis.

Analisis Bentuk Visual, Tipografi, Warna dan Makna dari Desain Logo City Branding Kabupaten Bantul

1. Bentuk Visual

Secara visual menggunakan bentuk-bentuk plastis, non-formal dan dinamis, bentuk plastis yang dibangun dari kurva-kurva yang halus memberikan kualitas estetika dan mempengaruhi persepsi kearah keindahan, keluhuran dan keagungan. Terdapat beberapa komponen yang menjadi satu kesatuan dalam desain, salah satunya adalah tipografi yang mempunyai makna dalam setiap satu persatu hurufnya. Terdapat tagline “*The Harmony of Nature and Culture*” yang mempunyai arti penggambaran atau karakteristik dari Kabupaten Bantul.

2. Prinsip Penyusunan Elemen Visual

a) Garis

Unsur garis yang ada merupakan sebuah tarikan garis yang menimbulkan dua jalur dalam penyampaian makna.

b) Bidang

Menggunakan bentuk-bentuk plastis, non-formal dan dinamis. Atau bisa juga di bilang bentuk non-geometri karena pemilihan ini bertujuan menggambarkan dinamika masyarakat Bantul.

c) Warna

a. Warna Hijau



Dominan memiliki warna hijau pada bagian tengah desain yang berarti mewakili motto Kabupaten Bantul “*ijo royo-royo*” yang melambangkan kehidupan yang berkelanjutan di

Kabupaten Bantul. Warna ini berasosiasi pada konsep pembaruan, pergantian yang lebih baik dan harmonis.

b. Warna Biru



Warna biru, berarti berasosiasi pada air dan bahari yang merupakan pelengkap yang ideal dari kehidupan agraris, biru juga berarti ketenangan.

c. Warna Coklat



Warna coklat yang memiliki arti berasosiasi pada potensi tanah di Kabupaten Bantul yang baik untuk berbagai kegiatan produksi baik tanaman maupun olahan industri. Warna coklat juga berhubungan dengan stabilitas, berkaitan dengan kebumihan, keutuhan dan keteraturan.

d. Warna Abu-abu



Warna abu-abu didalamnya yang berarti berasosiasi pada dinamika dan harapan.

d) Ruang

Ide geomorphology Kabupaten Bantul yang diabstraksikan ke dalam 2 Dimensi dan dalam perihal ruang 3D geomorfologi DIY yang bermula dari strato vulkano merapi dataran aluvial hingga wilayah pantai.

Tipografi Desain Logo City Branding Kabupaten Bantul



Gambar 1. Gentong Gerabah Kasongan

Desa wisata Kasongan yang terletak di pedukuhan Kajen, Desa Bangunjiwo, Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul Yogyakarta adalah daerah pemukiman para kundi, atau buyung kundi yang artinya orang yang membuat sejenis gendi atau kualii yang terbuat dari tembikar atau tanah liat pada jaman dahulu.



Gambar 2. Tipografi Huruf "B"

Pada awal desain terdapat tipografi dengan penggayaan huruf "B" dengan bentuk gentong gerabah yang besar dan berwarna coklat yang berasosiasi pada tanah dan mencirikan sebuah produksi kerajinan gerabah yang terletak di Desa Kasongan. Lekukan pada huruf "B" mempunyai makna yakni beragamnya industri kecil, dan industri menengah.



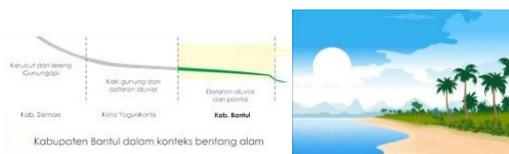
Gambar 3. Ilustrasi dari warna dan makna

Wilayah Bantul masih asri memiliki banyak sawah dan lahan seperti *motto* Kabupaten Bantul "*Ijo Royo-Royo*" mempunyai sejumlah potensi pertanian, perkebunan, kehutanan dan peternakan serta perikanan.



Gambar 4. Tipografi “a n t u”

Kabupaten Bantul sebagai dataran aluvial yang mempunyai potensi pertanian, perkebunan, kehutanan, peternakan dan perikanan, jadi huruf “a n t u” pada desain adalah sebuah peng gayaan dari padi yang banyak terdapat disawah, tanaman dan pohon yang tumbuh subur serta pakan ternak yang melimpah untuk hewan ternak masyarakat Bantul.



Gambar 5. Geoekosistem Kab Bantul

Bantul merupakan bagian dari geoekosistem yang lebih besar, di mana termasuk di dalamnya Kabupaten Sleman, Kota Yogyakarta, Kabupaten Kulonprogo dan Kabupaten Gunungkidul. Geoekosistem terdiri dari kerucut gunung api merapi, lereng dan kaki gunung serta dataran aluvial yang berujung disebelah selatan yaitu ekosistem pantai dan perairan laut.



Gambar 6. Tipografi huruf “L”

Huruf “L” dengan peng gayaan bentuk pohon kelapa yang ujung kaki huruf memiliki

bentuk pantai / laut dan penggunaan warna biru yang memiliki kesan bahari dan air. Wilayah Kabupaten Bantul memiliki kelimpahan sumber daya air yang memadai untuk mendukung keberlangsungan lingkungan hidup didalamnya.

THE HARMONY OF NATURE AND CULTURE

Gambar 7. Tagline Desain Logo *City Branding* Bantul

“*The Harmony of Nature and Culture*” dengan font *orange LET* yang merupakan jenis font standar yang ditempatkan sebagai pelengkap guna mendemostrasikan bentuk visual dari desain tersebut. *Tagline “The Harmony of Nature and Culture”* sudah menyampaikan makna dan karakteristik tentang Kabupaten bantul yang mempunyai keserasian dan budaya yang tinggi.

Penggunaan Warna dan Maknanya

Ada empat warna dalam desain, yaitu warna coklat, hijau, biru dan abu-abu. Untuk warna coklat lebih tepatnya C0, M60, Y60, K40, untuk warna hijau C80, M30, Y80, K0 dan untuk warna biru C60, M40, Y0 dan K40 dan untuk warna abu-abu ada dua macam yaitu abu-abu tua C0, M0, Y0, K60 dan warna abu-abu C0, M0, Y0 dan K20.



Gambar 8. Makna warna coklat pada desain logo *City Branding* Bantul

Warna coklat diambil dari arti tanah yang subur dan memiliki potensi tanah yang baik untuk

kegiatan produksi baik tanaman maupun olahan industri. Kabupaten Bantul memiliki sentra industri terletak di desa Kasongan yang merupakan olahan berbagai macam kerajinan dari tanah berupa gerabah, keramik dan kerajinan lainnya yang bahkan mencapai pasar luar negeri. Selain itu Mayoritas masyarakat Kabupaten Bantul bekerja di bidang pertanian.



Gambar 9. Makna warna hijau pada desain logo *City Branding* Bantul

Warna hijau pada desain, memiliki sebuah sifat alami, melambangkan kehidupan yang berkelanjutan, pembaruan dan harmonis. Warna hijau sangat identik dengan kesan bersih, alami, sehat dan keberuntungan. Lingkungan fisik yang ada menjadi wadah untuk hidup yang ideal dari beberapa jenis produk unggulan di Kabupaten Bantul, termasuk sejumlah besar potensi pertanian, perkebunan, kehutanan, dan juga peternakan serta perikanan. Kabupaten Bantul memiliki kawasan lindung yang merupakan kawasan yang ditetapkan untuk fungsi utama melindungi kelestarian lingkungan hidup untuk menjamin berlangsungnya pembangunan yang berkelanjutan.



Gambar 10. Makna warna biru pada desain logo *City Branding* Bantul

Warna biru mewakili sifat ketenangan, air dan bahari yang merupakan pelengkap ideal dari kehidupan agraris. Kabupaten Bantul menempati wilayah yang dicirikan dengan dataran yang relatif landai dengan beberapa variasi relief bumi yang berbukit, lingkungan ini juga merupakan potensi yang sangat kuat sebagai obyek wisata dengan menghadirkan berbagai pilihan wisata alam seperti sungai, hutan dan pantai.



Gambar 11. Makna warna abu-abu pada desain logo *City Branding* Bantul

Penggunaan warna abu-abu memiliki makna dalam penggambaran dari Kabupaten Bantul sebagai karakteristik yang dimunculkan dari potensi, kekayaan alam, masyarakat dari Kabupaten Bantul tersebut.

Penyusunan Elemen Visual

1) Kesatuan

Abstraksi ide atau ide kreatif yang melandasi tipografi “Bantul” secara keseluruhan merupakan satu kesatuan utuh yang dinamis dan harmonis. Kabupaten Bantul adalah daerah yang mempunyai tiga (3) potensi alam yang terdiri dari kerucut gunung api, lereng dan kaki gunung api (bagian depan desain), dataran aluvial (bagian tengah desain) dan berujung disebelah selatan yaitu pantai dan perairan laut (bagian belakang desain).

2) Keseimbangan

Keseimbangan ini dapat dibedakan pula dengan adanya perbedaan warna yang disesuaikan dengan bentuk visual agar terciptanya makna dari setiap tipografi dan terlihat secara jelas melalui bentuk huruf awal, tengah dan akhir

yang tercipta atas, bawah, kanan dan kiri berbeda. Meski bentuk dari desain memiliki keseimbangan asimetri namun, memiliki kesan dinamis serta memiliki nilai lebih dengan adanya sesuatu yang berbeda pada obyek yang tentu saja lebih menonjol dan menarik.

3) Irama

Huruf “a n t u” mempunyai pengulangan yang hampir sama namun setiap huruf mencirikan masing-masing kedalam kesan menyerupai tumbuhan / pohon. Perubahan warna terdapat di dalam huruf ini mempunyai dua warna yaitu hijau mengesankan pohon kelapa dan biru mengesankan laut / air dengan pengayaan saling menyambung dengan kunci utama menciptakan visual ritme.

4) Kontras



Gambar 12. Desain logo *City Branding* Bantul berlatar hitam

Penerapan pada latar hitam akan terlihat kontras pada desain dengan penggunaan layout / garis bantu warna putih agar desain terlihat lebih muncul atau menonjol. Jika tidak menggunakan garis bantu akan terlihat seperti contoh atas, terkesan kusam dan kurang menonjol.



Gambar 13. Desain logo *city branding* Kabupaten Bantul *Greyscale*

Penggunaan *greyscale* dengan warna hitam dan putih dan diletakkan pada latar berwarna putih memberikan kontras terhadap objek. Pada gambar diatas warna hijau akan menjadi abu-abu dan warna lainnya akan menjadi hitam. Sedangkan gambar bawah semua objek menjadi warna hitam.

5) Fokus

Keseluruhan merupakan komponen yang mempunyai makna tersendiri agar menciptakan sesuatu yang harmonis. Diimbangi dengan tipografi, bentuk visual dan warna yang keseluruhan adalah emphasis yang dominan dengan mengedepankan karakteristik yang ditonjolkan dari Kabupaten Bantul. Jika dilihat kanan, tengah dan kiri semua mempunyai fokus masing-masing untuk memunculkan arti dari setiap tipografinya.

6) Proporsi

Penggunaan proporsi dibentuk dari selubung persegi yang menandai batas kurva bagian terluar dengan perbandingan. Selain itu, sebaiknya ditempatkan pada bidang berwarna putih yang memiliki margin minimal dengan besar A' dan B'. Jadi, proporsi yang digunakan dalam desain bisa dikatakan baik karena mampu menghasilkan kesan yang dinamis dan harmonis.

Dari beberapa uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam penyusunan elemen visual yang baik adalah harus dengan adanya prinsip-prinsip yang meliputi kesatuan, keseimbangan, irama, fokus dan proporsi. Dengan penyusunan dan penggunaan prinsip

yang baik akan memberikan tampilan atau bentuk visual yang harmonis.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut yaitu:

1. Bentuk visual desain logo *city branding* menggunakan bentuk plastis, non-formal dan dinamis dengan *Tagline* “*The Harmony of Nature and Culture*”, *Tipografi tagline* menggunakan font *orange LET*. Warna hijau mewakili *motto* Kabupaten Bantul “*Ijo royo-royo*” melambangkan kehidupan yang berkelanjutan di Kabupaten Bantul. Warna biru, berasosiasi pada air dan bahari dan ketenangan. Warna coklat yang memiliki arti pada potensi tanah di Kabupaten Bantul yang baik untuk berbagai kegiatan produksi baik tanaman maupun olahan industri, warna coklat juga berhubungan dengan stabilitas dan kebumihan. Warna abu-abu di dalamnya yang berasosiasi pada dinamika dan harapan..
2. Makna filosofi desain terdapat tipografi peng gayaan huruf “B” dengan bentuk gentong gerabah yang besar dan berwarna coklat yang berasosiasi pada tanah dan mencirikan produksi kerajinan gerabah yang terletak di Desa Kasongan. Lekukan pada huruf “B” mempunyai makna beragamnya industri kecil dan industri menengah. Bagian tengah desain dengan peng gayaan huruf “a n t u” yang berasosiasi

dengan bentuk tanaman pohon, padi dan pakan ternak. Huru “L” yang digayakan bentuk pohon kelapa dengan ujung kaki memiliki bentuk pantai / laut dengan penggunaan warna biru yang memiliki kesan bahari dan air.

Saran

Untuk pemerintah Kabupaten Bantul, dengan terciptanya desain logo *city branding* Kabupaten Bantul, hendaknya diikuti pula perubahan yang lebih baik, sehingga dengan adanya *city branding* merupakan cerminan perubahan sistem, tata kelola yang lebih baik, visi misi dan *motto* yang ingin dicapai, tidak hanya pencitraan baru kepada publik masyarakat.

Bagi mahasiswa seni rupa dan masyarakat diharapkan Tugas Akhir Skripsi ini dapat dimanfaatkan sebagai sarana pengetahuan seni rupa khususnya tentang desain logo *city branding*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anholt, Simon. 2007. *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. USA: Palgrave Macmillan.
- Moleong, Lexy J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.