

## ABSTRAK

# PERANCANGAN *CITY BRANDING* *IDENTITY* KOTA SINGARAJA

Putu Jody Pratama - 1902071008

Mahasiswa – Universitas Pendidikan Ganesha, Fakultas Bahasa dan Seni, Prodi  
D3 Desain Komunikasi Visual

Kota Singaraja kaya akan objek wisatanya, namun disamping itu ada kekurangan yang ada di kota ini yaitu di masa kini *branding* yang digunakan Kota Singaraja sudah terdengar asing lagi di era sekarang dan elemen baru *branding* belum ada. Kemungkinan di era berikutnya identitas Kota Singaraja tidak akan di ingat lagi di masa depan. Oleh karena itu penanganan untuk mem-*branding* Kota Singaraja ini sangat perlu dilakukan untuk menarik dan menanamkan ingatan masyarakat lokal bahwa Kota Singaraja adalah kota yang penuh sejarah dan menantang penulis/mahasiswa/perancang untuk mengangkatnya sebagai objek proyek dalam Perancangan TA (Tugas Akhir) desain komunikasi visual pada akhir studi ini. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk mengetahui perancangan *city branding identity* kota Singaraja dan untuk mengetahui proses perancangan media promosi dari *city branding identity* Kota Singaraja. Dalam perancangan penulis berusaha untuk menemukan alternatif, solusi, dan strategi dalam pengerjaan, selain itu penulis melakukan observasi dan dokumentasi, mengumpulkan data primer dan sekunder seperti data Sejarah Kota Singaraja dan Karakteristiknya yang saya dapatkan dari berbagai artikel dan *website* resmi (Wikipedia, dan Sekretariat Daerah Buleleng) guna untuk memaksimalkan pembuatan media utama dalam perancangan. Hasil yang diperoleh adalah Media utama (Logo) dirancang dengan 3 alternatif, begitu pula dengan media lainnya, antara lain; poster, *banner*, *social media post*, dan media pendukung seperti; *t-shirt*, *tote bag*, stiker, dan maskot.

**Kata-kata Kunci:** *City Branding*, Logo, *Identity*

## ABSTRACT

# CITY BRANDING DESIGN IDENTITY OF SINGARAJA CITY

Putu Jody Pratama - 1902071008

Student – Ganesha University of Education, Faculty of Language and Art, D3  
Visual Communication Design Study Program

Singaraja city is rich in tourist objects, but besides that, there are shortcomings in this city, namely at this time the branding used by Singaraja City already sounds foreign in the current era and new elements of branding do not yet exist. Possibly in the next era, the identity of Singaraja City will not be remembered in the future. Therefore, the handling of branding the City of Singaraja needs to be done to attract and instill the memories of the local community that the city of Singaraja is a city full of history and challenges writers/students/designers to appoint it as a project object in the TA (Final Project) communication design. visuals at the end of this study. The purpose of this design is to determine the design of the city branding identity of the city of Singaraja and to determine the process of designing promotional media from the city branding identity of the city of Singaraja. In designing the author tries to find alternatives, solutions, and strategies in the work, besides that the author makes observations and documentation, and collects primary and secondary data such as data on the History of Singaraja City and its Characteristics which I got from various articles and official websites (Wikipedia, and the Regional Secretariat). Buleleng) to maximize the creation of the main media in the design. The results obtained are that the main media (Logo) is designed with 3 alternatives, as well as other media, including; posters, banners, social media posts, and supporting media such as; t-shirts, tote bags, stickers, and mascots.

**Keywords:** *City Branding, Logo, Identity*