

ABSTRAK

Bandung merupakan kota dengan bakat dan komunitas industri kreatif terbesar di Indonesia yang dipenuhi oleh musisi-musisi serta penggiat musik yang luar biasa sejak dulu, bahkan dijadikan sebagai barometer musik dalam negeri. Ekosistem ekonomi kreatif sub sektor musik mampu menjadi lokomotif penggerak bagi sektor kreatif lainnya karena memiliki ekosistem yang sudah lama terbentuk mulai dari artefak/sejarah, sarana-prasarana, ruang kreatif, pasar, serta sistem pendukung kuat. Namun di saat yang bersamaan, semakin besar mobilitas dari suatu individu, budaya, dan pemikiran yang kemudian ditransformasi menjadi jaringan global seperti internet, membuat minat terhadap pariwisata musik meredup dan kurang mendapat perhatian dari khalayak umum. Berangkat dari hal tersebut, dibutuhkan sebuah sistem identitas dan komunikasi visual kepada khalayak umum mengenai musik sebagai salah satu destinasi wisata, serta menyampaikan pesan dengan jelas agar dapat meningkatkan potensi musik di Kota Bandung untuk kedepannya. Metode penelitian yang dilakukan adalah melalui studi literatur, wawancara, serta observasi dan analisis dilakukan dengan metode SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*) guna mengetahui strategi media dan ide besar bagi perancangan. Sehingga dalam perancangan tugas akhir ini akan dibuat sebuah buku panduan wisata mengenai destinasi musik di Kota Bandung dengan tujuan sebagai media informasi yang mengajak khalayak umum untuk mengetahui akan pengenalan Bandung sebagai kota musik dan pemahamannya, juga diharapkan dengan destinasi musik sebagai pariwisata mampu meningkatkan potensi ekonomi kreatif serta menaikkan nilai musisi di Kota Bandung

Kata Kunci: Buku, Panduan, Musik, Wisata