

ABSTRAK

Kabupaten Bandung adalah salah satu wilayah kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Proses kajian dan perancangan *city branding* hadir sebagai respon proaktif terhadap kebutuhan mendesak untuk meningkatkan kinerja pariwisata Kabupaten Bandung. Merujuk pada data kunjungan wisatawan ke Kabupaten Bandung, terjadi peningkatan kunjungan wisatawan yang signifikan sekitar 300% selama tiga tahun terakhir. Selain pengunjung yang kian meningkat, Kabupaten Bandung juga kerap kali ditunjuk sebagai tuan rumah *event* berskala nasional hingga internasional. Walaupun telah melalui proses yang cukup panjang, strategi pengembangan *city branding* Kabupaten Bandung tidak hanya berhenti pada perancangan identitas visual logo saja. Dibutuhkan langkah selanjutnya untuk memberikan informasi dan membangun kesadaran tentang *city branding* Kabupaten Bandung yang baru ini kepada penduduk lokal, dan wisatawan. Berdasarkan hasil wawancara pendahuluan dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung ditemukan bahwa diperlukannya perancangan *placemaking* untuk memperkuat *city branding* Kabupaten Bandung. Maka, pada perancangan tugas akhir ini metode riset yang akan digunakan adalah studi pustaka, observasi, wawancara, kuesioner, serta analisis matriks. Konsep perancangan yang dipakai yaitu mengadopsi bentuk khas wayang golek (Arjuna), siluet pegunungan, gelombang permukaan air, siluet bunga kina, dan bentuk aksara sunda. Hasil yang diharapkan dari perancangan ini adalah terciptanya konsistensi visual antara elemen logo *city branding* yang diterapkan pada desain *placemaking*. Hal tersebut bertujuan untuk memperlihatkan identitas unik Kabupaten Bandung, sehingga terbangun kesadaran *city branding* Kabupaten Bandung di benak penduduk lokal dan wisatawan.

Kata Kunci : *City Branding, Placemaking, Kabupaten Bandung*