



PEMERINTAH KOTA BANDUNG

SEKRETARIAT DAERAH

JALAN WASTUKANCANA NO. 2 Telp. 432338 – 432339 – 432369 – 432370 BANDUNG

SALINAN

KEPUTUSAN WALI KOTA BANDUNG
NOMOR : 556/Kep.1463-DisBudPar/2018
TENTANG

LOGO *BRANDING* DESTINASI PARIWISATA KOTA BANDUNG

WALI KOTA BANDUNG,

Menimbang : a. bahwa logo *branding* destinasi pariwisata Kota Bandung telah ditetapkan dalam Keputusan Menteri Pariwisata Nomor KM.38/UM.001/MP/2017 tentang logo *branding* 10 (sepuluh) destinasi pariwisata Indonesia;

b. bahwa untuk meningkatkan nilai pemasaran destinasi pariwisata Kota Bandung, perlu menetapkan Logo *Branding* Destinasi Pariwisata dalam Keputusan Wali Kota;

c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Keputusan Wali Kota tentang Logo *Branding* Destinasi Pariwisata Kota Bandung;

Mengingat : 1. [Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009](#) tentang Kepariwisataan;

2. [Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014](#) tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan [Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015](#) tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;

3. [Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014](#) tentang Hak Cipta;

4. [Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2014](#) tentang Administrasi Pemerintahan;

5. Peraturan ...

5. [Peraturan Pemerintah Nomor 67 Tahun 1996](#) tentang Penyelenggaraan Kepariwisataaan;
6. [Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011](#) tentang Rencana Induk Pengembangan Kepariwisataaan Nasional Tahun 2010-2025;
7. [Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM. 04/UM.001/MKP/2008](#) tentang Sadar Wisata;
8. [Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 07 Tahun 2012](#) tentang Penyelenggaraan Kepariwisataaan;
9. [Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 01 Tahun 2013](#) tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah Kota Bandung;

Memperhatikan : [Keputusan Menteri Pariwisata Nomor KM.38/UM.001/MP/2017](#) tentang Logo *Branding* 10 (sepuluh) Destinasi Pariwisata Indonesia;

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan :
- KESATU : Logo *Branding* Destinasi Pariwisata Kota Bandung.
- KEDUA : Logo *Branding* Destinasi Pariwisata Kota Bandung sebagaimana dimaksud dalam Diktum KESATU dipergunakan pada setiap kegiatan pemasaran dan promosi pariwisata Kota Bandung di dalam maupun di luar negeri baik secara mandiri oleh Pemerintah Daerah maupun bersama dengan instansi Pemerintah dan/atau swasta.
- KETIGA : Uraian gambar dan makna Logo *Branding* Destinasi Pariwisata Kota Bandung sebagaimana dimaksud dalam Diktum KESATU tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Keputusan Wali Kota ini.
- KEEMPAT : Logo *Branding* Destinasi Pariwisata Kota Bandung dalam penggunaannya wajib ditampilkan bersama logo “*Wonderful Indonesia*” atau “*Pesona Indonesia*” sebagai logo induk.
- KELIMA : Setiap penggunaan Logo *Branding* Destinasi Pariwisata Kota Bandung harus mengacu pada Keputusan Wali Kota ini dan Panduan Penggunaan Logo *Branding* Destinasi Pariwisata Kota Bandung yang diterbitkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.
- KEENAM : Biaya pelaksanaan Keputusan Wali Kota ini dibebankan kepada Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Kota Bandung.

KETUJUH ...

KETUJUH : Keputusan Wali Kota ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Bandung
pada tanggal 3 Desember 2018

WALI KOTA BANDUNG,

TTD.

ODED MOHAMAD DANIAL

Salinan sesuai dengan aslinya
KEPALA BAGIAN HUKUM
PADA SEKRETARIAT DAERAH KOTA BANDUNG,



H. BAMBANG SUHARI, SH
NIP. 19650715 198603 1 027

Tembusan, Salinan Keputusan ini disampaikan Kepada Yth:

1. Gubernur Jawa Barat;
2. Wakil Wali Kota Bandung;
3. Pimpinan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Bandung;
4. Para Pimpinan Daerah Kota Bandung;
5. Para Asisten di Lingkungan Sekretariat Daerah Kota Bandung;
6. Inspektur Kota Bandung;
7. Sekretaris Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Bandung;
8. Para Kepala Badan dan Dinas di Lingkungan Pemerintah Kota Bandung;
9. Kepala Satuan Polisi Pamong Praja Kota Bandung;
10. Para Kepala Bagian di Lingkungan Sekretariat Daerah Kota Bandung;
11. Para Direktur Utama Perusahaan Daerah se-Kota Bandung;
12. Para Camat se-Kota Bandung;
13. Para Lurah se-Kota Bandung.

LAMPIRAN : SALINAN KEPUTUSAN WALI KOTA BANDUNG
NOMOR : 556/Kep.1463-DisBudPar/2018
TANGGAL : 3 Desember 2018

LOGO *BRANDING* DESTINASI PARIWISATA BANDUNG



Logo *Branding* Destinasi Pariwisata Bandung terdiri dari gambar dan tulisan.

1. Gambar

a. Gambar terdiri atas:

- 1) paduan bunga dan kujang sebagai simbol keindahan dan otentisitas Bandung dan Jawa Barat yang berbeda dari banyak sisi dibandingkan daerah lain di tanah Jawa. Kecantikan dan megahnya alam pegunungan, bukit, sungai, air terjun dan pantai adalah kekayaan wisata Bandung dan Jawa Barat, yang dengan segala keluhurannya telah menciptakan masyarakat Sunda yang ramah, halus tutur bahasa, otentik dan kreatif dalam segala hal.
- 2) Keragaman warna dibagian kelopak mahkota dan tangkai putik Bunga yang digambarkan dengan grafis sulur menjuntai indah, melambangkan keceriaan, keindahan dan petualangan penuh sensasi yang berpadu serasi.
- 3) Grafis sulur membentuk Kujang melambangkan kekhasan masyarakat Sunda yang dinamis, kreatif, berani, unik namun tetap memegang teguh keluhuran adat dan budaya.
- 4) Ragam ...

4) Ragam warna yang dipergunakan menyelaraskan dengan skema warna “*Wonderful Indonesia*” dan “*Pesona Indonesia*” sebagai logo induk. Kelima warna yang berbeda tersebut memiliki arti masing-masing yakni :

- a) Biru : universalitas, kedamaian, dan konsistensi;
- b) Hijau : kreativitas, ramah lingkungan, dan keselarasan;
- c) Jingga : inovasi, hasrat perubahan, dan keterbukaan;
- d) Ungu : daya imajinasi, iman, dan kesatuan jiwa raga;
- e) Magenta : keseimbangan, kepekaan, dan pemikiran praktis.

2. Tulisan

Pewarnaan tulisan logo “*Stunning Bandung*” mengikuti pewarnaan tulisan “*Wonderful Indonesia*”. Tulisan “*Stunning*” mempunyai kadar warna abu-abu, sedangkan “*Bandung*” memiliki kadar warna hitam. Tulisan “*Bandung*” dibuat lebih besar daripada “*Stunning*” untuk menegaskan dan memperkuat Bandung sebagai pusat perhatian dan destinasi yang unggul. Pemilihan kata “*Stunning*” yang mempesona diharapkan dapat meninggalkan kesan tersendiri bagi siapapun yang melihatnya. Bandung diangkat sebagai penamaan karena Bandung diharapkan menjadi gerbang utama untuk pariwisata Jawa Barat. Bandung, *Where the wonders of West Java begin tagline* – Keindahan Jawa Barat tidak hanya berhenti pada Kota Bandung. Kota dan Kabupaten seperti Bandung Raya, Priangan dan Cirebon Dermayon juga memiliki hal yang tentunya tidak kalah mempesona.

3. Gaya

Sebagai sebuah turunan, gaya dari logo destinasi pariwisata “*Stunning Bandung*” memiliki kesamaan dengan logo induknya “*Wonderful Indonesia*” dan “*Pesona Indonesia*” yang dimaknai luwes, serba lengkung, tanpa sudut persegi ataupun garis lurus memaknakan arti keseimbangan dan keselarasan manusia dengan alam dan serta sesama manusia di bumi.

4. Penggunaan Logo

a. Sebagai turunan dari logo Pariwisata “*Wonderful Indonesia*” dan “*Pesona Indonesia*”, logo destinasi pariwisata “*Stunning Bandung*” dapat ditampilkan bersamaan dengan “*Wonderful Indonesia*” dan/atau “*Pesona Indonesia*” dalam setiap komunikasi.

b. Logo ...

- b. Logo destinasi pariwisata “*Stunning Bandung*” memiliki dua komponen, gambar dan tulisan “*Stunning Bandung*”. Untuk aplikasinya pada berbagai media, kedua komponen logo ini tidak boleh dipisah.
- c. Ruang kosong minimal di sekitar logo serta batas ukuran minimal logo pada penggunaan setiap bidang harus diperhatikan sesuai dengan ketentuan dan aturan yang telah ditetapkan di panduan logo destinasi pariwisata “*Stunning Bandung*”.
- d. Tampilan logo destinasi pariwisata “*Stunning Bandung*” berada diatas latar belakang putih. Penetapan logo dapat juga menggunakan latar belakang gradient warna yang diambil dari skema warna tematik “*Stunning Bandung*” untuk penampilan yang lebih dinamis.
- e. Tidak diperkenankan mengubah, memanipulasi, maupun menghiasi logo. Penggunaan logo hanya diproduksi dari digital master *artwork*. Logo yang sudah merupakan satu kesatuan, tidak boleh dipisahkan ataupun dikomposisi ulang setiap bagiannya.

5. Elemen Pembatas

Sesuai dengan ketentuan yang dimiliki “*Wonderful Indonesia*” dan “*Pesona Indonesia*” sebagai logo induk, *Supergraphic* adalah suatu alat visual yang unik untuk mendukung *brand*. Alat ini adalah bagian kunci dari sistem identitas visual. *Supergraphic “spreading wings”* diambil dari elemen sayap logo “*Wonderful Indonesia*” dan “*Pesona Indonesia*”.

6. Penggunaan Foto dan *Imagery*

Gaya fotografi yang digunakan bersama logo destinasi pariwisata “*Stunning Bandung*” memiliki arahan yang dibagi dan disesuaikan berdasarkan beberapa tipe:

- a. Foto pemandangan atau bentang alam digunakan untuk menggambarkan Kota Bandung yang megah.
- b. Fotografi objek digunakan untuk menggambarkan detail dari kekhasan Kota Bandung.
- c. Foto jarak dekat warga Bandung digunakan untuk merepresentasikan kepribadian warga yang ramah dan hangat.

d. Foto ...

- d. Foto berbagai aktifitas menarik digunakan untuk menggambarkan pengalaman unik dan tak terlupakan selama berada di Kota Bandung.

WALI KOTA BANDUNG,

TTD.

ODED MOHAMAD DANIAL

Salinan sesuai dengan aslinya
KEPALA BAGIAN HUKUM
PADA SEKRETARIAT DAERAH KOTA BANDUNG,



H. BAMBANG SUHARI, SH
NIP. 19650715 198603 1 027