

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Persembahan.....	iii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiasi.....	iv
Kata Pengantar	v
Intisari	vii
Abstract.....	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel.....	xiv

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Pertanyaan Penelitian	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. Batasan Penelitian	6
1.6.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.6.2. Fokus Penelitian.....	6
1.7. Keaslian Penelitian.....	7
1.8. Sistematika Penulisan	11

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Identitas	12
2.2. Komponen Fisik Pembentuk Identitas Kota	13
2.3. Perkembangan Identitas	18
2.3.1. <i>Urban Identity, City Marketing, dan City Branding</i>	18
2.3.2. Perubahan Identitas	19

2.4. Konsep dan Parameter Kota Kreatif	20
2.4.1. Konsep Kota Kreatif	20
2.4.2. Parameter Kota Kreatif	22
2.5. Konsep dan Strategi <i>City Branding</i>	23
2.5.1. Konsep <i>City Branding</i>	23
2.5.2. Strategi <i>City Branding</i>	25
2.6. Kerangka Teori.....	26

III. METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian	29
3.2. Unit Amatan dan Unit Analisis	30
3.2.1. Unit Amatan.....	30
3.2.2. Unit Analisis	30
3.3. Variabel Penelitian	30
3.3.1. Variabel Elemen Komponen Fisik.....	31
3.3.2. Variabel Elemen Faktor Penguat Identitas Citra Kota.....	31
3.4. Instrumen Penelitian.....	39
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5.1. Data Primer	39
3.5.2. Data Sekunder	43
3.6. Populasi, Sampel, dan Metode Sampling.....	43
3.6.1. Populasi.....	44
3.6.2 Sampel.....	44
3.6.3 Metode Sampling	44
3.7. Teknik Analisis Data.....	45
3.8. Tahapan Penelitian	57

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Wilayah	58
4.2. Gambaran Lokasi Penelitian	59
4.3. Lokasi Unit Amatan dan Sebaran ditemuinya Responden Penelitian....	61

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Hubungan Peluang Penetapan Pekalongan Creative City Dengan	62
5.2. Elemen-Elemen Pembentuk Identitas Kota Pekalongan.....	64
5.2.1 Ketersediaan dan Ketercukupan Karakter Visual Elemen Distrik.....	67
5.2.2 Ketersediaan dan Ketercukupan Karakter Visual Elemen <i>Path</i>	69
5.2.3 Ketersediaan dan Ketercukupan Elemen <i>Street Furniture</i>	71
5.2.4 Ketersediaan dan Ketercukupan Karakter Visual Elemen <i>Edges</i>	72
5.2.5 Ketersediaan dan Ketercukupan Karakter Visual Elemen Preservasi	74
5.2.6 Ketersediaan dan Ketercukupan Karakter Visual Elemen Landmark	75
5.2.7 Ketersediaan dan Ketercukupan Elemen Ruang Terbuka.....	77
5.3. Tingkat Dukungan Elemen Terhadap Branding Kota Pekalongan	79
5.3.1 Dukungan Karakter Visual dan Fungsional Elemen Distrik.....	80
5.3.2 Dukungan Karakter Visual dan Fungsional Elemen <i>Path</i>	81
5.3.3 Dukungan Karakter Visual dan Fungsional Elemen <i>Street Furniture</i> .	83
5.3.4 Dukungan Karakter Visual dan Fungsional Elemen <i>Edges</i>	84
5.3.5 Dukungan Karakter Visual dan Fungsional Elemen Preservasi	86
5.3.6 Dukungan Karakter Visual dan Fungsional Elemen Landmark	88
5.3.7 Dukungan Karakter Visual dan Fungsional Elemen Ruang Terbuka .	89
5.4. Faktor Yang Memperkuat atau Melemahkan Peran Elemen Kota	92
5.4.1 Faktor yang Memperkuat Peran Elemen-Elemen Kota	92
5.4.2 Faktor yang Melemahkan Peran Elemen-Elemen Kota.....	94
5.5. Pembahasan.....	97

VI. PENUTUP

6.1. Kesimpulan	104
6.2. Saran dan Rekomendasi	105

DAFTAR PUSTAKA	107
----------------------	-----