

ABSTRAK

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor penyumbang pendapatan tertinggi bagi suatu kota atau kabupaten. Oleh karena itu, kegiatan *city branding* perlu dilakukan sebagai upaya pengemasan potensi, diferensiasi dan keunggulan yang dimiliki kota/kabupaten tersebut dengan tujuan menarik minat para wisatawan. Kota Bandung melihat potensi kreatif yang dimiliki oleh kota nya dan mengemas potensi tersebut menjadi rancangan *city branding* yang berlandaskan kepada kegiatan kreatif. Dalam upaya pengembangan sebuah kota wisata, Kota Bandung berupaya untuk melengkapi fasilitas-fasilitas publik pendukung kegiatan pariwisata yang bersifat multifungsi. Selain sebagai fasilitas umum namun juga sebagai objek wisata dengan memadukan sisi kreatifitas dalam pembangunannya. Hal ini dilakukan untuk mengisi kekurangan Kota Bandung dari segi objek wisata alami. Demi menjaga keberlangsungan budaya kreatif di Kota Bandung, Pemerintah Kota Bandung melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung membangun fasilitas penunjang kegiatan yaitu Bandung *Creative Hub* sebagai pusat kreatifitas dalam tahap inkubasi ide, produksi dan promosi potensi kreatif dari 16 sub-sektor ekonomi kreatif yang ada.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Informan penelitiannya ialah pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, pengelola Bandung *Creative Hub*, pihak Bandung *Creative City Forum* dan perwakilan dari 4 sub-sektor ekonomi unggulan yaitu fesyen, musik, kuliner dan film. Hasil penelitian didapatkan dari data hasil wawancara serta observasi terhadap peran Kota Bandung dalam membentuk *city branding* Kota Bandung sebagai kota kreatif. Hasil dari penelitian menyebutkan bahwa peran dari Bandung *Creative Hub* ialah sebagai motor penggerak kegiatan kreatif dan konservasi *city branding* serta pendorong kolaborasi antar sub sektor. Serta berdasarkan data yang dihimpun dari wawancara bersama para perwakilan pelaku kreatif dari 4 sub-sektor ekonomi kreatif unggulan tersebut, dijelaskan bahwa peran-peran sejauh ini telah berhasil dilakukan.

Kata kunci: Bandung *Creative Hub*, *City Branding*, Kota Bandung, Kreatif., Kota Kreatif, Pariwisata,