



WALIKOTA TERNATE  
PROVINSI MALUKU UTARA

PERATURAN WALIKOTA TERNATE  
NOMOR 29 TAHUN 2021

TENTANG

*CITY BRANDING* KOTA TERNATE

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

WALIKOTA TERNATE,

- Menimbang : a. bahwa dalam rangka memberikan identitas kota dan citra positif daerah serta untuk mewujudkan *positioning* dan penguatan pada strategi pemasaran dalam membangun identitas Kota Ternate, maka perlu ditetapkan *City Branding* Kota Ternate sebagai acuan dalam pembentukan dan pengembangan Kota Ternate yang berpijak pada nilai dasar kebudayaan yang berbasis kearifan lokal;
- b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud pada huruf a, perlu menetapkan Peraturan Walikota tentang *City Branding* Kota Ternate;
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1999 tentang Pembentukan Kotamadya Daerah Tingkat II Ternate (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3824);
2. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 244, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5587) sebagaimana telah diubah beberapa kali, terakhir dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 245, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6573);
3. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 212, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6414);

4. Peraturan Daerah Kota Ternate Nomor 4 Tahun 2021 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Ternate Tahun 2021-2026 (Lembaran Daerah Kota Ternate Tahun 2021 Nomor 210, Tambahan Lembaran Daerah Kota Ternate Tahun 2021 Nomor 152).

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN WALIKOTA TENTANG *CITY BRANDING* KOTA TERNATE.

BAB I  
KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Walikota ini yang dimaksud dengan:

1. Daerah adalah Kota Ternate.
2. Pemerintah Daerah adalah Walikota sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Daerah yang memimpin pelaksanaan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah otonom.
3. Walikota adalah Walikota Ternate.
4. Perangkat Daerah adalah unsur pembantu Walikota dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah dalam penyelenggaraan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan Daerah.
5. *City Branding* adalah upaya membangun identitas dan citra positif Kota Ternate agar dapat lebih dikenal dan berdaya saing baik di dalam maupun di luar Daerah.
6. Logo *City Branding* adalah identitas visual yang terdiri atas *Logotype* dan *Logogram* yang mencerminkan karakteristik, ciri-ciri, potensi dan budaya lokal masyarakat Kota Ternate yang membedakan dengan daerah lain.
7. **TERNATE KOTA REMPAH** adalah *City Branding* daerah yang berbentuk tulisan atau sebuah elemen *logo* yang mengandung nama merek dalam bentuk teks (*Logotype*) dan simbol tertulis atau bergambar yang dibuat dengan tujuan untuk mewakili keseluruhan kata (*Logogram*) yang mencerminkan kearifan/kekhasan Kota Ternate.
8. *creative bussines* adalah kemampuan merancang rencana bisnis untuk usaha mandiri hingga mewujudkan ide-ide kreatif yang memiliki nilai komersial serta mampu mengelola kegiatan-kegiatan kreatif.
9. *Startup local* adalah perusahaan rintisan lokal yang baru masuk atau masih berada pada fase pengembangan atau penelitian untuk terus menemukan pasar maupun mengembangkan produk di daerah.

## BAB II MAKSUD DAN TUJUAN

### Pasal 2

Maksud penetapan Logo City Branding adalah :

- a. sebagai penetapan identitas lokal yang menggambarkan kekhasan masyarakat, potensi sumber daya alam serta budaya masyarakat di daerah.
- b. Sebagai pondasi daerah membangun ekosistem kreatif yang terintegrasi dan berkelanjutan, untuk melahirkan kekuatan ekonomi kreatif baru di daerah.

### Pasal 3

Tujuan Logo City Branding adalah :

- a. sebagai acuan dalam pembentukan dan pengembangan daerah sebagai kota rempah dunia.
- b. sebagai identitas daerah atas potensi lokal yang dimiliki, dan menjadi sarana media dalam mempromosikan seluruh potensi daerah baik di dalam negeri maupun di luar negeri agar lebih dikenal oleh target pasar khususnya terhadap daya tarik investasi daerah, kepariwisataan, dan potensi pengembangan daerah di bidang/ sektor lainnya.
- c. sebagai dukungan bagi pengembangan kreatifitas masyarakat dan komunitas dalam dukungan pengembangan ruang kreatifitas publik, sehingga melahirkan kekuatan ekonomi kreatif, baik *creative bussines*, *startup local*, atau potensi kreatif lainnya.
- d. sebagai sarana untuk membantu sosialisasi program/kegiatan Pemerintah Daerah kepada masyarakat di daerah.

## BAB III LOGO CITY BRANDING

### Pasal 4

- (1) Logo *City Branding* daerah merupakan identitas visual yang mencerminkan karakteristik, potensi sumber daya alam dan budaya masyarakat Kota Ternate.
- (2) Logo sebagaimana dimaksud pada ayat (1), terdiri atas 2 (dua) elemen yaitu :
  - a. *logotype* yang berbentuk tulisan “**TERNATE KOTA REMPAH**”, yang memiliki konsep, makna, dan falsafah sebagai berikut :
    - 1) Kesatuan elemen cengkeh pada huruf awal T pada kata Ternate menggambarkan Bumi (dunia), dimana Kota Ternate sebagai bagian dari dunia dan telah ditakdirkan menjadi titik penting karena rempah dan hasil buminya;

- 2) Mahkota Sultan merupakan representasi dari simbol dan makna kepemimpinan, kekuatan, kekuasaan, dan keindahan; dan
  - 3) “Kota Rempah” adalah *brand positioning* Kota Ternate sebagai bagian dari Bumi Rempah Nusantara, untuk menghadirkan pengalaman-pengalaman rasa yang diorkestrasi dengan spirit untuk mengingat kembali, lebih dari sekadar nostalgia dan menjadikan sejarah unggul Rempah Ternate yang pernah tercatat dengan tinta emas pada peta dunia sebagai fondasi pengembangan Kota Ternate ke masa depan yang lebih baik.
- b. *logogram* berwarna hijau alami (*natural green*) dan coklat kayu (*wooden brown*), melambangkan potensi terbesar Kota Ternate adalah kekuatan, kreativitas dan kebersamaan warganya yang berpadu dengan kekayaan alamnya yang harus terus dijaga, dilestarikan dan dikembangkan sepanjang masa.
- (3) Logo *City Branding* sebagaimana dimaksud pada ayat (2) sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Walikota ini.

#### BAB IV PENGUNAAN

##### Pasal 5

- (1) Logo resmi *City Branding* daerah diwujudkan dalam bentuk grafis sebagaimana tercantum dalam Lampiran Peraturan Walikota ini, guna diterapkan dan dikenalkan kepada masyarakat, baik dalam daerah maupun diluar daerah/luar negeri tentang “**TERNATE KOTA REMPAH**”.
- (2) Logo *City Branding* daerah wajib digunakan oleh Perangkat Daerah untuk mempromosikan dan mengembangkan citra positif Daerah melalui kegiatan yang dilaksanakan Pemerintah Daerah antara lain pada:
  - a. kegiatan resmi Pemerintah Daerah;
  - b. event/ kegiatan promosi Daerah; dan
  - c. penyebarluasan informasi kepada masyarakat dan *stakeholder*.
- (3) Logo *City Branding* daerah dapat digunakan oleh masyarakat di daerah dalam rangka meningkatkan taraf kehidupan/tingkat kesejahteraan serta dapat dimanfaatkan oleh serta dipublikasikan sebagai bentuk media promosi daerah.
- (4) Dalam hal penggunaan Logo *City Branding* daerah, setiap orang/badan dilarang untuk mengubah logo *City Branding* dimaksud tanpa seizin pemerintah daerah.

BAB V  
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 6

Peraturan Walikota ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Walikota ini dengan penempatannya dalam Berita Daerah Kota Ternate.

Ditetapkan di Ternate  
pada tanggal 6 Desember 2021

**WALIKOTA TERNATE,**



**M. TAUHID SOLEMAN**

Diundangkan di Ternate  
pada tanggal 6 Desember 2021

**SEKRETARIS DAERAH KOTA TERNATE,**



**JUSUF SUNYA**

BERITA DAERAH KOTA TERNATE TAHUN 2021 NOMOR 464

**Salinan sesuai dengan aslinya**  
**KEPALA BAGIAN HUKUM**



**TOTO SUNARTO, S.H**  
**PENATA Tk.I**

**NIP: 19830627 2008 03 1 001**

LAMPIRAN

PERATURAN WALIKOTA TERNATE

NOMOR : 29 TAHUN 2021

TANGGAL : 6 Desember 2021

TENTANG : *CITY BRANDING* KOTA TERNATE



**WALIKOTA TERNATE,**

A handwritten signature in black ink, appearing to read "M. Tauhid Soleman", is written over a vertical line that extends from the text above.

**M. TAUHID SOLEMAN**