

**ASPEK PERANCANGAN BANDAR YANG MEMPENGARUHI
REBRANDING BANDARAYA ALOR SETAR DALAM
KONTEKS PELANCONGAN**

MOHD YUSRI BIN MD DAUD

**SARJANA SAINS (PENGAJIAN STRATEGIK)
UNIVERSITI UTARA MALAYSIA
06010 SINTOK,
KEDAH DARUL AMAN**

MEI 2014

**ASPEK PERANCANGAN BANDAR YANG MEMPENGARUHI
REBRANDING BANDARAYA ALOR SETAR DALAM
KONTEKS PELANCONGAN**

MOHD YUSRI BIN MD DAUD

Tesis ini dihantar ke Pusat Pengajian Siswazah, Universiti Utara Malaysia (UUM)
bagi memenuhi syarat memperolehi Sarjana Sains (Pengajian Strategik)

PERAKUAN HAKCIPTA

Hakcipta terpelihara. Tidak dibenarkan mengeluarkan ulang dan atau membuat salinan mana-mana bahagian, bab, ilustrasi atau isi kandungan ilmiah ini dalam apa jua bentuk dan dengan cara apa jua pun sama ada secara elektronik, fotokopi, mekanika, rakaman atau cara lain sebelum mendapat kebenaran bertulis daripada Kolej Undang-Undang, Kerajaan dan Pengajian Antarabangsa.

PERAKUAN PELAJAR

Dengan ini, saya Mohd Yusri Bin Md Daud (813219), mengakui bahawa kajian ini adalah hasil nukilan saya sendiri kecuali petikan, huraian dan ringkasan yang terdapat di dalamnya yang telah dinyatakan sumbernya.

Tarikh : _____

Tandatangan Pelajar

KEBENARAN MERUJUK TESIS

Kajian ini dikemukakan sebagai memenuhi syarat pengijazahan Sarjana Sains (Pengajian Strategik), Universiti Utara Malaysia. Saya bersetuju memberi kebenaran kepada pihak perpustakaan university ini untuk mempamerkannya sebagai rujukan. Saya juga bersetuju bahawa sebarang salinan sama ada secara keseluruhan atau sebahagian daripada kajian ini untuk tujuan akademik adalah dibolehkan dengan kebenaran penyelia tesis atau Dekan Pusat Pengajian Siswazah, Kolej Undang-undang, Kerajaan dan Pengajian Antarabangsa (COLGIS). Sebarang bentuk salinan dan cetakan bagi tujuan komersil dan membuat keuntungan adalah dilarang sama sekali tanpa kebenaran bertulis daripada penyelidik. Pernyataan rujukan kepada penulis dan Universiti Utara Malaysia perlulah dinyatakan jika sebarang bentuk dibuat ke atas kajian ini.

Kebenaran untuk menyalin atau menggunakan kajian ini sama ada secara keseluruhan atau sebahagian daripadanya hendaklah dipohon melalui:

DEKAN PUSAT PENGAJIAN SISWAZAH
KOLEJ UNDANG-UNDANG, KERAJAAN DAN PENGAJIAN ANTARABANGSA
UNIVERSITI UTARA MALAYSIA
06010, SINTOK, KEDAH DARUL AMAN

ABSTRACT

The state government and the local authority are the main players in determining the image and the identity of a city. Role played by the administrator at the state and local government level are to make sure that all the planning development of a city are implemented systematically and perfectly to fulfil the purposes and the objectives fixed in the State Structural Plan and the Local Plan. The State Government and the Local Authority always need to be cautious with the public demand especially the city dwellers lived in the service areas because they have to pay for all the services supplied. Complaints and uneasiness that exist among the public will indirectly tarnish both level of governments' reputations. The continuous social well-being development through the implementation of sustainable city concept and the quality of life improvement process has to be well planned and implemented. Through the physical planning, city design, business, landscape, tourism, transportation and traffic aspects can help Kedah State and Alor Setar City Council to rebrand Alor Setar City especially the city centre area. Through the systematic land use planning will make Alor Setar more dynamic and attractive as a tourism attraction city in line with the rebranding planning.

Keywords: Planning development, sustainable city, quality of life, city rebranding and tourism

ABSTRAK

Kerajaan Negeri dan Pihak Berkuasa Tempatan merupakan penggerak penting dalam mencorak imej dan identiti sesebuah bandar. Peranan yang dimainkan oleh para pentadbir di peringkat kerajaan negeri dan kerajaan tempatan adalah untuk memastikan bahawa setiap perancangan pembangunan bandar dilaksanakan dengan bersistematik dan sempurna bagi mencapai matlamat dan objektif yang telah ditetapkan sepertimana terkandung dalam Rancangan Struktur Negeri dan Rancangan Tempatan. Kerajaan Negeri dan Pihak Berkuasa Tempatan perlu sentiasa peka dengan kehendak dan keperluan masyarakat terutamanya penduduk bandar yang berada dalam kawasan perkhidmatan majlis kerajaan tempatan. Ini adalah kerana mereka perlu membayar setiap perkhidmatan yang disediakan kepada mereka. Kewujudan ketidakpuasan dan rungutan masyarakat secara tidak langsung akan mencalar raputasi pentadbiran kedua-dua peringkat kerajaan. Sehubungan dengan itu pembangunan kesejahteraan sosial yang berterusan melalui pelaksanaan konsep bandar lestari dan juga proses peningkatan kualiti hidup penduduk perlu dilaksanakan dengan baik dan terancang. Melalui aspek-aspek perancangan fizikal, reka bentuk bandar, perniagaan, lanskap, pelancongan, pengangkutan dan lalulintas dapat membantu pihak kerajaan negeri Kedah dan juga Majlis Bandaraya Alor Setar membuat *rebranding* kepada Bandaraya Alor Setar khususnya di kawasan pusat bandar. Dengan perancangan gunatanah yang bersistematik dapat menjadikan Alor Setar sebagai bandaraya tarikan pelancongan yang lebih dinamik dan menarik selari dengan *branding* yang dirancang.

Kata Kunci: Perancangan pembangunan, bandar lestari, kualiti hidup, penjenamaan semula bandar dan pelancongan

PENGHARGAAN

Dengan nama Allah Yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang serta selawat dan salam ke atas junjungan kita Nabi Muhammad S.A.W., di atas limpah kurniaNya saya akhirnya dapat menyempurnakan Kertas Projek yang bertajuk Aspek Perancangan Bandar yang Mempengaruhi *Rebranding* Bandaraya Alor Setar dalam Konteks Pelancongan yang mengambil masa selama lebih kurang 4 bulan untuk menyiapkannya. Di sepanjang menyiapkan Kertas Projek ini, banyak pihak yang membantu dan memberikan kerjasama dalam menyiapkan Kertas Projek ini. Pertamanya saya ingin mengucapkan setinggi-tinggi ucapan terima kasih kepada Y.Bhg. Prof. Madya Dr. Dani bin Salleh selaku Penyalia Utama di Kolej Undang-Undang, Kerajaan dan Pengajian Antarabangsa di atas segala khidmat nasihat, tunjuk ajar dan kerjasama beliau di sepanjang penyediaan Kertas Projek ini sehingga ia dapat disempurnakan dengan jayanya.

Dikesempatan ini juga saya mengucapkan terima kasih kepada Y.B. Dato' Paduka Haji Mohd Puat bin Haji Mohd Ali (Setiausaha Kerajaan Negeri Kedah Darul Aman), Y.Bhg. Dato' Haji Bakar bin Din (Pengarah Unit Perancang Ekonomi Negeri Kedah Darul Aman), Y.Bhg. Dato' Haji Mat Noh bin Ahmad (Datuk Bandar Majlis Bandaraya Alor Setar), Tuan Haji Syed Shahrudin bin Syed Abdullah (Ketua Penolong Setiausaha Kerajaan – Bahagian Kerajaan Tempatan) dan semua kakitangan berkenaan yang terlibat secara langsung mahupun tidak langsung dalam memberikan kerjasama dalam menyiapkan Kertas Projek ini.

Istimewa juga saya ucapkan kepada kedua ibu bapa saya, isteri dan anak-anak saya yang telah banyak berkorban dan sentiasa mendoakan kejayaan saya. Begitu juga dengan rakan-rakan seperjuangan (Pegawai-Pegawai Tadbir Negeri Kedah Darul Aman – KCS) di atas bantuan yang dihulurkan selama ini dan seterusnya saya dengan rendah diri memohon ampun dan maaf atas segala kekurangan yang terdapat dalam Kertas Projek ini.

Sekian, terima kasih

MOHD YUSRI BIN MD DAUD
KOLEJ UNDANG-UNDANG, KERAJAAN DAN PENGAJIAN
ANTARABANGSA,
UNIVERSITI UTARA MALAYSIA
06010, SINTOK, KEDAH DARUL AMAN

SENARAI KANDUNGAN

BAB	PERKARA	MUKA MURAT
	PERAKUAN HAKCIPTA	iii
	PERAKUAN PELAJAR	iv
	KEBENARAN MERUJUK TESIS	v
	<i>ABSTRACT</i>	vi
	ABSTRAK	vii
	PENGHARGAAN	viii
	SENARAI KANDUNGAN	ix
	SENARAI JADUAL	xiii
	SENARAI RAJAH	xv
	SENARAI SINGKATAN	xvi
 BAB 1	 Pengenalan	
	1.1 Pendahuluan	1
	1.2 Penyataan Masalah	4
	1.3 Persoalan Kajian	8
	1.4 Objektif Kajian	9
	1.5 Skop Kajian	9
	1.6 Kepentingan Kajian	13
	1.7 Dasar Perancangan Pembangunan Berkaitan dengan Kajian	14
	1.8 Pendekatan Kajian	17
	1.9 Rumusan Bab	18

BAB 2 *REBRANDING BANDAR DALAM KONTEKS PELANCONGAN*

2.1	Pendahuluan	19
2.2	<i>Branding</i> Bandar dan Pelancongan	19
2.3	Rumusan Bab	26

BAB 3 *METODOLOGI KAJIAN*

3.1	Pendahuluan	27
3.2	Ciri-Ciri Setempat	27
3.3	Rekabentuk dan Skop Kajian	27
3.3.1	Peningkatan Imej Bandaraya	28
3.3.2	Pengukuhan Fungsi Bandaraya Sebagai Pusat Aktiviti	29
3.3.3	Penggalakkan Penglibatan Komuniti Setempat Dalam Aktiviti Pusat Bandar dan Pewujudan Persekitaran ‘Lega’ Serta Penonjolan Unsur Tarikan Pelancong	31
3.3.4	Peringkat Pembangunan Ilmu dan Tamadun Masyarakat Secara Progresif	33
3.4	Kaedah Pengumpulan Data dan Maklumat	33
3.4.1	Data dan Maklumat Primer	34
3.4.2	Data dan Maklumat Sekunder	36
3.5	Tatacara Analisis Maklumat	36
3.6	Rumusan Bab	37

BAB 4 ANALISIS DAPATAN KAJIAN

4.1	Pendahuluan	38
4.2	Hasil Kajian	38
4.2.1	Dapatan Isu-Isu Gunatanah dan Halangan di Pusat Bandaraya Alor Setar	39
4.2.2	Keadaan Semasa Pusat Bandaraya Alor Setar	41
4.2.3	Tema Rancangan Pembangunan	42
4.2.3.1	Rekabentuk Bandar	42
4.2.3.2	Lanskap	45
4.2.3.3	Pengangkutan dan Lalulintas	48
4.2.3.4	Perniagaan	49
4.2.3.5	Pelancongan	51
4.2.4	Konsep Pembangunan	54
4.3	Rumusan Bab	58

BAB 5 STRATEGI DAN PERANCANGAN *REBRANDING*

5.1	Pendahuluan	59
5.2	Strategi Pembangunan	60
5.3	Cadangan Program Pembangunan	63
5.4	Rumusan Bab	77

SENARAI JADUAL

NO.	JADUAL	MUKA MURAT
Jadual 4.1	Taburan Jenis Perniagaan di Pusat Bandaraya Alor Setar	50
Jadual 4.2	Zon Karektor dan Ciri-Ciri Cadangan Pembangunan Bandaraya Alor Setar	55
Jadual 5.1	Cadangan Program Pembangunan (<i>Waterfront</i> Alor Setar)	64
Jadual 5.2	Cadangan Program Pembangunan (Pembinaan Hotel Resot)	65
Jadual 5.3	Cadangan Program Pembangunan (Pembinaan Pusat Konvensyen)	66
Jadual 5.4	Cadangan Program Pembangunan (Pusat Rekreasi Wan Mat Saman)	67
Jadual 5.5	Cadangan Program Pembangunan (Pembangunan <i>Linear Park</i>)	68
Jadual 5.6	Cadangan Program Pembangunan (Pembangunan Pusat Sukan Air dan Pembangunan Medan dan Promenade Limbong Kapal)	69
Jadual 5.7	Cadangan Program Pembangunan (Pembangunan Pusat Perniagaan Baru dan Pembangunan Hub Pengangkutan)	70

Jadual 5.8	Cadangan Program Pembangunan (Pembangunan <i>Green Lung</i> dan Pembangunan Taman Jejak Warisan dan Taman Warisan Melayu	71
Jadual 5.9	Cadangan Program Pembangunan (Medan Masjid Zahir dan Pembangunan Pusat Rehat dan Rawat/ R&R Alor Setar	72
Jadual 5.10	Cadangan Program Pembangunan (Naiktaraf Pekan Rabu dan Pembangunan Bazaar Che Det)	73
Jadual 5.11	Cadangan Program Pembangunan (Pembangunan Medan Pekan Rabu dan Pembangunan Naiktaraf Pekan Melayu)	74
Jadual 5.12	Cadangan Program Pembangunan (Naiktaraf Pekan Cina dan Pembangunan Medan Selera Tanjung Chali)	75
Jadual 5.13	Cadangan Program Pembangunan (Pembangunan Pelantar Persisiran Sungai dan Pembangunan Sistem Pejalan Kaki dan Basikal)	76

SENARAI RAJAH

NO.	RAJAH	MUKA MURAT
Rajah 1.1	Aspek-aspek Berkaitan <i>Rebranding</i> Bandaraya Alor Setar	12
Rajah 5.1	Hubung Kait Tema Pembangunan Dengan <i>Rebranding</i> Bandaraya Alor Setar	62
Rajah 5.2	Tafsiran Kepada Komponen Proses <i>Rebranding</i> Oleh Kavaratzis & Ashworth (2006)	77

SENARAI SINGKATAN

DPN	Dasar Perbandaran Negara
DRSN	Dasar Rancangan Struktur Negeri
DS	Dasar Subjek
DU	Dasar Utama
KTPU	Kawasan Tumpuan Pembangunan Utama
KWRC	Kuantan <i>Waterfront Resort City</i>
LPPP	Lembaga Pemasaran Pertanian Persekutuan
MBAS	Majlis Bandaraya Alor Setar
MPAJ	Majlis Perbandaran Ampang Jaya
MPWEPT	Majlis Pembangunan Wilayah Ekonomi Pantai Timur
PKKDK	Pejabat Kesatuan Kerabat Diraja Kedah
PSMPK	Pelan Strategik Majlis Perbandaran Kuantan
PIKTCC	Pelan Induk Kuala Terengganu <i>City Center</i>
PSKT	Pelan Struktur Kuala Terengganu
RTDKS	Rancangan Tempatan Daerah Kota Setar
RTKT	Rancangan Tempatan Kuala Terengganu
UPP	Unit Pencegahan Penyeludupan
WEKU	Wilayah Ekonomi Koridor Utara

Bab 1

PENGENALAN

1.1 Pendahuluan

Bandar mempunyai peranan yang sangat penting sebagai pemangkin atau enjin kepada pertumbuhan ekonomi, pusat bagi inovasi dan keusahawanan serta sumber perkhidmatan sosial yang tinggi. Sesebuah bandar secara berterusan akan mengalami perubahan dari aspek tahap perbandaran dan sering memperlihatkan peningkatan yang signifikan, termasuklah Bandaraya Alor Setar.

Alor Setar terletak di utara negeri Kedah, di pantai barat dan utara Semenanjung Malaysia. Ia terletak 93 kilometer di utara Butterworth, Pulau Pinang dan 45 kilometer di selatan sempadan antarabangsa Malaysia-Thailand. Bandaraya Alor Setar merupakan ibu negeri dan pusat pentadbiran utama kerajaan negeri Kedah Darul Aman. Ia juga merupakan pusat perniagaan bagi daerah Kota Setar dan memberi perkhidmatan kepada kawasan-kawasan di sekitarnya serta seluruh negeri Kedah amnya. Terdapat beberapa bangunan institusi seperti hotel, stadium, hospital dan muzium yang terletak berhampiran antara satu sama lain di Alor Setar.

Alor Setar merupakan salah sebuah bandar yang tertua di Malaysia yang kaya dengan nilai warisan dan sejarah yang wujud sejak 278 tahun dahulu. Disamping itu terdapat juga beberapa bangunan mercu tanda seperti Masjid Zahir, Pekan Rabu, Balai Besar dan Menara Alor Setar di sini. Alor Setar juga termasuk di dalam perancangan Wilayah Ekonomi Koridor Utara (WEKU) yang turut terlibat dalam lonjakan pembangunan ekonomi negeri Kedah.

Dari segi pensejarahannya, Alor Setar telah diasaskan oleh Sultan Muhammad Jiwa Zainal Adilin Mu'azzam Shah pada tahun masehi 1735 dan

The contents of
the thesis is for
internal user
only

SENARAI RUJUKAN

Aaker, D. 1996. Building Strong Brands, New York: The Free Press.

Abd. Samad Hadi, Shahrudin Idrus & Abdul Hadi Harman Shah. *Persekitaran Bandar Lestari Untuk Kesejahteraan Komuniti*. Malaysian Journal of Environment Management 5 (2004).

Ashworth, G. and Tunbridge, J. 1990. The Tourist-Historic City, London: Belhaven

Ashworth, G. and Voogd, H. 1990. Selling the City, London: Belhaven.

Ashworth, G. and Voogd, H. 1994. "Marketing and Place Promotion," in J. Gold and S. Ward (eds.), Place Promotion: The Use of Publicity and Marketing to Sell Towns and Regions, Chichester: John Wiley and Sons: 99-113.

Babbie, E. (1999). The Basic of Social Research. New York: Wadsworth Publishing Company.

Barke, M. and Harrop, K. 1994. "Selling the Industrial Town: Identity, Image and

Bramwell, B. and Rawding, L. 1996. "Tourism Marketing Image of Industrial Cities," Journal of Tourism Research, 23/1: 201-221.

Braune, J. 2000. "Consumer Empowerment Creates a Shift in the Marketing Model", Journal of Brand Management, 7/6: 395-404.

Brueckner, J., Thisse, J. and Zenov, Y. 1999. "Why is Central Paris Rich.

Chang. (2008). Art and Soul: Powerful and Powerless Art in Singapore. *Environmental and Planning A*, 40(8), 1921-1943.

- Churchill, G. 1991. *Market Research: Methodological Foundations*, Fifth Edition,
- Dahles. 1998. "Redefining Amsterdam as a Tourist Destination", *Annals of Tourism*
- Dasar Perbandaran Negara, Jabatan Perancangan Bandar dan Desa Semenanjung
- Malaysia, Kementerian Perumahan dan Kerajaan Tempatan.
- Downtown Detroit Poor? An Amenity Based Theory," *European Economic Review*,43/1: 91-107.
- Draf Rancangan Struktur Negeri Kedah: 2002 – 2020, Kerajaan Negeri Kedah Darul Aman.
- Draf Rancangan Tempatan Majlis Perbandaran Ampang Jaya 2020, Jilid 2.
- Gardner, B. and Levy, S. 1955. "The Product and the Brand," *Harvard Business*.
- Granada Insider, Issue 04, September 2010.
- Haigh, D. 2000. "Walking Away from a \$3 Billion Brand", *Accountancy Age*, 14
- Ibnu Khaldun (2002). *Mukadimah*. Terjemahan (Cetakan Keempat). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Ibrahim Ismail (1987). *Sejarah Kedah Sepintas Lalu*. Percetakan Seasons Sdn. Bhd., Kuala Lumpur.
- International Journal of Public Sector Management*, 7/2: 35-40.
- Kanter, R. 1995. "Thriving Locally in the Global Economy", *Harvard Business Review*,73/5: 151-161.

Kevin Lynch. (1960). *The Image of the City*. Cambridge Massachussettes, MIT Press.

Levit, Mark. (2003). "Branding". *Partners & Levit Advertising*, 4/29/04. *Management*, 6/6: 409-426.

Matson, E. 1994. "Can Cities Market Themselves Like Coke and Pepsi Do?" *Mayor's Annual Report 2013: Charlottetown*.

McKercher, B., & Cros, H. 2002. *The partnership between tourism and cultural heritage management*. New York, London and Oxford: The Haworth Hospitality Press.

Mona Helmy. (2008). *Urban Branding Strategies and the Emerging Arab Cityscape : The Image of the Gulf City*. Stuttgart University.

Oppenheim, A. 1996. *Questionnaire Design, Interviewing and Attitude Measurement*, London: Pinter Publishing.

Patterson, M. 1999. "Re-appraising the Concept of Brand Image," *Journal of Brand*

Pelan Strategik Majlis Perbandaran Kuantan 2009-2014.

Programmes: A Change in Paradigm and a Focus on Determinants of Success," *Journal of Business Research*, 37/2: 142-157.

Prospects," *Journal of Retailing and Consumer Services*, 5/1: 55-58.

Pucher, J. (2007). *Cycling Case Studies*. Rutgers University. *Research*, 25/1: 55-69. *Review*, 33, March/April: 33-39.

Robson, S. and Foster, A. 1989. *Qualitative Research in Action*, London: Edward

- Ryder, I. 2000. "Futurology of Brand Management," *Journal of Brand Management*,
- Sabitha Marican. (2006). *Penyelidikan Sains Sosial*. Sintok: Penerbit Universiti Utara Malaysia. September: 22-24.
- Smith, Valene L. (1979). *Hosts and guests: the anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Spearritt, Peter. (2002). "Marketing Cities: Icons, Brands, and Slogans." *Brisbane Institute*. Jun 12. p 1.
- Statistik Kedah Darul Aman 2012.
- Stewart, M. 1996. "Competition and Competitiveness in Urban Policy," *Public Money and Management*, 16/3: 21-27.
- Warnaby, G. 1998. "Marketing UK Cities as Shopping Destinations.
- Warnaby, G. and Davies, B. 1997. "Cities as Service Factories?
- Servuction System for Marketing Cities as Shopping Destinations," *International Journal of Retail and Distribution Management*, 25/6: 204-210.