

ABSTRAK

Keberadaan Bandar Udara Internasional Adi Sumarmo yang dahulu lebih dikenal dengan keberadaan kota Solo kini telah berganti. Bandara yang sebetulnya berada di wilayah kabupaten Boyolali tersebut telah diresmikan sebagai fasilitas di Kabupaten Boyolali. Peresmian tersebut telah disetujui oleh pemerintah pusat dengan surat keputusan dari Menteri Perhubungan. Pemerintah Kabupaten Boyolali merasa harus melakukan strategi *rebranding* sebagai tindak lanjut akan hal tersebut. Humas pemerintah kabupaten Boyolali memiliki peran penting dalam mesosialisasikan kepada masyarakat bahwa sekarang bandara tersebut menjadi Bandar Udara Internasional Adi Sumarmo Boyolali. Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yaitu menyajikan data yang berbentuk tulisan untuk memberikan informasi yang akurat mengenai hasil penelitian sehingga sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Penelitian ini berusaha untuk menggambarkan situasi suatu peristiwa dan memberikan data yang berhubungan dengan strategi *rebranding* yang dijalankan oleh Humas Pemerintah Kabupaten Boyolali dalam pergantian nama Bandara Adi Sumarmo. Berbagai rancangan pembangunan dalam usaha strategi *rebranding* telah diusulkan oleh Bupati Kabupaten Boyolali. Dinas-dinas serta para asisten yang bernaung dibawahnya menjalankan strategi tersebut secara sistematis dan terkait. Saluran komunikasi keluar maupun kedalam selalu dijaga oleh Humas Pemerintah kabupaten Boyolali guna memperlancar usaha strategi *rebranding* tersebut. Berbagai kendala juga dirasakan oleh pemerintah dan Humas dalam menjalankan strategi ini. Seperti faktor anggaran dan kurang kooperatif dari pihak pengelola bandara. Berbagai pandangan dari publik eksternal menjadi salah satu sorotan dalam penelitian ini, karena sebuah pembentukan image sebuah brand dari sebuah lembaga atau perusahaan ditentukan oleh keberhasilan perancangan dan pelaksanaan strategi yang dijalankan sehingga dapat mempengaruhi opini publik atau masyarakat

ABSTRACT

The existence of Adisumarmo International Airport formerly known as the existence of the city of Solo now has been changed. The airport is actually located Boyolali district has been inaugurated as the facility in the District of Boyolali. The inauguration has been approved by the central government by decree of the Minister of Transportation. Boyolali District Government felt compelled to make rebranding strategy as a follow up to that. Public relations of Boyolali district governments have an important role in socialize to the community that now the airport became International Airport Adisumarmo Boyolali. The author uses descriptive qualitative research method, which presents a form of writing data to provide accurate information about research results to fit the intent and purpose of research. Qualitative descriptive study is a study that attempted to describe the situation of an event and provide data related to the rebranding strategy undertaken by the Government Public Relations in Regency Boyolali Adisumarmo Airport name changing. Various designs in the construction business rebranding strategy has been proposed by Regent Boyolali. Offices and their assistants who take shelter underneath a strategy that systematically and relevant. Agencies and their assistants who take shelter underneath a strategy that systematically and relevant. Out or into the channels of communication is always maintained by the government Public Relations work implementing this strategy. Factors such as budget and less cooperative the manager of the airport. Various views of the public external become one of highlights in this study, because a formation of a brand image of an institution or company is determined by the succesful design and implementation of this strategy so as to influence public opinion.