

ABSTRAK

Kota Magelang merupakan sebuah kota yang strategis dan menjadi kota perdagangan dan jasa bagi terpenuhinya kebutuhan masyarakat Kota Magelang dan daerah sekitarnya. Kota Magelang sendiri mempunyai sejarah dimana pada jaman penjajahan Belanda merupakan sebuah kota yang di juluki “Tuin Van Java” yang artinya tamannya Pulau Jawa. Pemerintah Magelang ingin mengembalikan *image* tentang Kota Magelang yang nyaman, oleh karena itu Pemerintah Kota Magelang membuat sebuah *brand* “Kota Sejuta Bunga” untuk Kota Magelang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan jenis data kualitatif. Untuk mendukung “Kota Sejuta Bunga”, Pemerintah Kota Magelang membuat sebuah strategi *city branding* yang telah dirancang selama tahun 2011 hingga tahun 2015. Tahap pertama pada tahun 2010 adalah tahap persiapan kemudian di lanjutkan pada tahun 2012 tahap perencanaan, pada tahun 2013 tahap menata, pada tahun 2014 tahapan berkesan dan tahun 2015 adalah visit Magelang atau Ayo ke Magelang. Pemerintah Kota Magelang saat ini sudah mencapai tahap berkesan. Pembenahan Kota Magelang sudah terlaksanakan seperti membangun dan merenovasi taman kota, penataan PKL, serta pembentukan kampung organik. Pemerintah Kota Magelang juga melakukan berbagai aktifitas promosi untuk memasarkan Kota Magelang.

Kata kunci : *city branding*, Kota Magelang

ABSTRACT

Magelang city is strategic town for becoming a city of trade and service to support the needs of the community of Magelang city and nearby. Magelang city has the own history of the colonial era, where Netherlands colonial labeled it “Tuin Van Java” which means of garden of Java. The government wants to restore the image of Magelang a convenient city, therefore, the government of Magelang city create a brand named “Kota Sejuta Bunga”. To support the “Kota Sejuta Bunga”, the government of Magelang make a city branding strategy that has been designed over the years 2011 to 2015. The methode of this research is descriptive and qualitative for the type of data. Magelang government make a grand design of city branding as a promotional strategy which has planned during 2011 to 2015 . The first stage in 2011 is in under preparation then to be continued for the planning stage next year, in 2013 for setting the stage, in 2014 for memorable phase and 2015 is visit Magelang city or “Ayo ke Magelang” as slogan to attract visitors. Magelang government now have reached on memorable stage. The settling of Magelang is almost done such as building and renovating the city park, the arrangement of street vendors, and building the organic village. Magelang government also do another variety of promotional activities to market Magelang itself.

Keyword: city branding, Magelang city