

ABSTRAK

Kota Sejuta Bunga merupakan brand image Kota Magelang yang baru yang diusung oleh Pemerintah Kota Magelang. Kota Sejuta Bunga disosialisasikan kepada masyarakat lokal maupun masyarakat luas dalam rangka mewujudkan visi Kota Magelang sebagai Kota Jasa yang maju, profesional, sejahtera, mandiri, dan berkeadilan. Untuk itu dibutuhkan suatu program dari Pemerintah Kota yaitu program “Ayo ke Magelang 2015” yang terangkai dalam Rencana 5 Tahun Pencapaian. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini memiliki rumusan masalah: Bagaimana strategi public relations Pemerintah Kota dalam membangun brand image Kota Magelang sebagai Kota Sejuta Bunga? Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi public relations Pemerintah Kota dalam membangun brand image Kota Magelang sebagai Kota Sejuta Bunga dan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan Pemerintah Kota Magelang dalam membangun brand image Kota Magelang sebagai Kota Sejuta Bunga yang diharapkan mampu memberikan bahan rujukan untuk menentukan kebijakan serta evaluasi dari Pemerintah Kota Magelang. Dalam membangun brand image Kota Magelang peneliti mengidentifikasi dengan menggunakan strategi public relations yang terdiri dari Research and Listening, Planning and Decision, Communication and Action, dan Evaluation. Metode yang digunakan penulis yaitu metode deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan keberhasilan Pemerintah Kota Magelang dalam membangun brand image Kota Magelang bisa dikatakan cukup berhasil. Hal ini ditandai dengan semakin indah dan tertatanya fisik Kota Magelang dan cukup besarnya animo masyarakat yang mengikuti event exhibition yang diadakan Pemerintah Kota Magelang.

ABSTRACT

Kota Sejuta Bunga is the new brand image of Magelang City promoted by the Government of Magelang. Kota Sejuta Bunga socialized to the local community and society in order to objectify the vision of the city as a city with advanced, services, professional, prosperous, independent, and fairness. For that reason, it requires a structured program in “5 Year Plan for Achievement”. Based on the things mentioned above, this study has the formulation of the problems: How do the Government of Magelang City public relations strategy build the brand image of Magelang City as a Kota Sejuta Bunga. The purpose of this study is to know the government’s public relations strategy in building brand images of the city as Kota Sejuta Bunga and to observe the extent of succes of local government within building Magelang City brand images as Kota Sejuta Bunga whom expected to be able to provide reference material to determine policies and evaluation of local government. In studying of building the brand image of Magelang City, resercher identify it by using public relations strategy which consists of Research and Listening, Planning and Decision, Communication and Actions, and Evaluation. The method that it used is descriptive qualitative method, with the technique of collecting data though interviews, observation, and literature. The result of this study shows the effort of local government can be mentioned as quite successful. It is marked by the beautiful and well-organized physical of Magelang city and the considerable amount of public interest in the event exhibiton held by the government of Magelang City.