

PERAN PEMERINTAH DALAM PELAKSANAAN *SMART BRANDING* UNTUK Mendukung IMPLEMENTASI *SMART CITY* DI KABUPATEN BLORA

INTISARI

Seiring berjalannya globalisasi, keberadaan internet menjamur ke dalam kehidupan masyarakat sehingga menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan pemerintah untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik. Kabupaten Blora merupakan salah satu kabupaten yang terpilih dalam program “Gerakan Menuju 100 *Smart City*” dimana *smart branding* menjadi salah satu elemen penting yang diterapkan untuk mendukung implementasi *smart city* di kabupaten tersebut. *Smart branding* memanfaatkan potensi dan keunikan lokal untuk dipromosikan sehingga daerah tersebut berdaya saing. Pelaksanaan *smart branding* ditinjau dari tiga aspek yang meliputi *branding* pariwisata (*tourism branding*), ekosistem bisnis daerah (*business branding*) dan tata wajah kota (*city appearance branding*).

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi *smart branding* di Kabupaten Blora, peran pemerintah dalam mendukung *smart branding* dan analisis program prioritas *smart branding* jangka pendek, menengah, dan panjang. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dimana pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan kepada Organisasi Pemerintahan Daerah (OPD) yang berkaitan langsung dengan pelaksanaan *smart branding*. Teknik analisis data dilakukan dengan memanfaatkan reduksi data, penyajian data, verifikasi data dan penarikan kesimpulan.

Penelitian ini menunjukkan *smart branding* di Kabupaten Blora menjadi salah satu upaya dalam meningkatkan promosi guna mewujudkan daerah yang berdaya saing. Kondisi tersebut mendorong minat wisatawan untuk berkunjung serta investor dalam menanamkan modal. Penguatan *smart branding* diantaranya juga dilakukan melalui tata wajah kota. Sementara itu, optimalisasi aksesibilitas seperti jalan terus kerahkan. Terdapat slogan yang menguatkan *smart branding* diantaranya adalah “Dolan Blora”. Peran pemerintah cukup baik dengan mengadakan pelatihan dan pendampingan pengelola pariwisata, mempromosikan daerah terhadap investor dan memperbaiki aksesibilitas. Berbagai program dikerahkan untuk mendukung *smart branding* dalam jangka pendek, menengah dan panjang. Program untuk mendukung implementasi *smart branding* beberapa telah terlaksana dengan baik oleh pemerintah maupun dengan melibatkan pihak ketiga.

Kata Kunci: Smart City, Smart Branding, City Branding, Pemerintah, Implementasi, Pariwisata

THE ROLE OF GOVERNMENT IN THE IMPLEMENTATION OF SMART BRANDING TO SUPPORT SMART CITY IN BLORA REGENCY

ABSTRACT

As globalization progresses, the existence of the internet has mushroomed into people's lives, becoming an opportunity that the government can exploit to improve the quality of public services. Blora Regency is one of the districts selected in the "Movement Towards 100 Smart Cities" program where smart branding is one of the important elements implemented to support the implementation of smart cities in the district. Smart branding utilizes local potential and uniqueness to be promoted so that regions are competitive. The application of smart branding is seen from three aspects which include tourism branding, business branding, and city appearance branding.

This research aims to analyze the condition of smart branding in Blora Regency, the government's role in supporting smart branding and analyze short, medium and long term smart branding priority programs. The research method used is qualitative where data collection is carried out through observation, in-depth interviews and documentation. In-depth interviews were conducted with Regional Government Organizations which are directly related to the implementation of smart branding. Data analysis techniques are carried out using data reduction, data presentation, data verification and drawing conclusions.

This research shows that smart branding in Blora Regency is one of the efforts to increase promotion to create a competitive area. This condition encourages tourists to visit and investors to invest their capital. Strengthening smart branding is also carried out through city planning. Meanwhile, accessibility optimization continues. There are slogans that strengthen smart branding, including "Dolan Blora". The government's role is quite good by providing training and assistance for tourism managers, promoting the area to investors and increasing accessibility. Various programs are deployed to support smart branding in the short, medium and long term. Several programs to support the implementation of smart branding have been implemented either by the government or by involving third parties.

Keywords: Smart City, Smart Branding, City Branding, Government, Implementation, Tourism