

ABSTRAK

City branding merupakan seperangkat perencanaan kota yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing kota demi memperebutkan berbagai sumber daya strategis seperti investasi, tenaga ahli, dan wisatawan. Kota Kediri merupakan salah satu kota yang melakukan upaya *city branding* untuk meningkatkan daya saing kotanya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Kediri dalam melakukan *city branding* untuk meningkatkan daya saing kotanya menggunakan konsep proses *city branding* Kavaratzis (2017) dan komponen *city branding* Anholt (2007).

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mencapai tujuan penelitian. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan dokumentasi yang kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data penjadohan pola. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa Kota Kediri telah melaksanakan serangkaian proses dan mengimprovisasi berbagai aspek kota demi mencapai visi *city branding* serta meningkatkan daya saing kotanya.

Kata kunci: *city branding*, daya saing daerah, Kota Kediri, dan studi kasus.

ABSTRACT

City branding is a set of city planning that aims to improve the competitiveness of cities in order to get strategic resources such as investment, experts, and tourists. The city of Kediri is one of the cities that has made city branding efforts to improve the competitiveness of its city. This study aims to understand the strategies carried out by the Government of the City of Kediri in carrying out city branding to improve the competitiveness of the city using the concept of the city branding process Kavaratzis (2017) and the city branding component Anholt (2007).

The researcher used a qualitative approach with a case study method to achieve the research objectives. The research data was collected through in-depth interviews and documentation which were then analyzed using pattern matching data analysis techniques. The results of this study reveal that the City of Kediri has carried out a series of processes and improvised various aspects of the city in order to achieve the vision of city branding and increase the competitiveness of the city.

Keywords: city branding, regional competitiveness, Kota Kediri, and case studies.