

KETERLIBATAN KOMUNITAS KOPI (*COFFEE COMMUNITY INVOLVEMENT*) DALAM UPAYA *CITY BRANDING* KABUPATEN TEMANGGUNG: STUDI KASUS TERHADAP KOMUNITAS KOPI DI KABUPATEN TEMANGGUNG

Penulis

Dian Larasati

Pembimbing: Dr. Muhamad Sulhan, S.I.P., M.Si.

ABSTRAK: Kabupaten Temanggung di Jawa Tengah kini sedang gencar mengomunikasikan kopi sebagai potensi daerahnya. Dari beberapa strategi yang dilakukan, upaya promosi kopi yang dilakukan mengindikasikan adanya arah untuk mem-*branding* Temanggung sebagai Kota Kopi. Dalam proses *city branding* tersebut, *stakeholder* berupa komunitas kopi menempati posisi yang penting. Kasus yang terjadi di Kabupaten Temanggung menunjukkan bahwa peranan yang cukup signifikan ditunjukkan oleh komunitas kopi dalam proses pengomunikasian potensi kopi dalam usaha *city branding*. Penelitian ini akan mengaji bagaimana komunitas kopi yang ada di Kabupaten Temanggung tersebut berkontribusi dalam proses *city branding*, dan sejauh mana level keterlibatan dari komunitas dalam mengomunikasikan citra Kota Kopi di Temanggung.

Kata kunci: *city branding*, komunitas, keterlibatan komunitas, citra

ABSTRACT: *Temanggung Regency in Central Java is now unceasingly communicating coffee as a prominent potential of the region. From several strategies that have been executed, the region's effort in promoting coffee indicates an urge to brand Temanggung as a Coffee City. In this city branding process, stakeholder which is coffee community plays an important role. The case in Temanggung Regency displays a significant part of coffee communities in presenting its potential in the effort of city branding. This research aims to reveal the contribution of coffee communities in the city branding process, and the level of community involvement in order for Coffee City identity to achieve.*

Keywords: *city branding, community, community involvement, image.*