



ABSTRAK

City branding merupakan bagian dari perencanaan kota melalui berbagai upaya untuk membangun diferensiasi dan memperkuat identitas kota agar mampu bersaing dengan kota lainnya demi menarik perhatian para turis, penanam modal atau investor serta sumber daya manusia. Penelitian ini membahas mengenai evaluasi pelaksanaan *City branding* Kabupaten Boyolali. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana efektivitas pelaksanaan *City branding* Kabupaten Boyolali dan mengetahui apa saja faktor pendorong berhasilnya *City branding* Kabupaten Boyolali. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian campuran kuantitatif dan kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner kepada 100 respondent yang terdiri dari masyarakat asli kabupaten Boyolali dan wisatawan untuk mendapatkan penilaian terhadap pelaksanaan *city branding* Kabupaten Boyolali. Penelitian ini menggunakan Konsep City Brand Hexagon dengan enam komponen di dalamnya yang dijadikan sebagai acuan untuk melakukan evaluasi dan analisis pelaksanaan *City branding* Kabupaten Boyolali.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan *city branding* yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Boyolali dapat di katakan sangat efektif berdasarkan enam variabel *City Brand hexagon* yang digunakan. Berdasarkan hasil temuan di lapangan adapun faktor pendorong berhasilnya *City branding* Kabupaten Boyolali antara lain: (1) adanya tagline “*Boyolali smile of java*” sebagai janji pemerintah Kabupaten Boyolali untuk mewujudkan Boyolali yang nyaman untuk di tinggali, nyaman dikunjungi dan nyaman untuk semua orang menjadikan komitmen dari pemerintah Kabupaten Boyolali untuk membangun dan memajukan daerahnya, (2) Pembangunan



daya tarik wisata alam, buatan, tempat rekreasi dan Bangunan iconik yang menonjol di Kabupaten Boyolali, (3) Pembangunan infrastruktur, kelengkapan sarana dan prasarana di Kabupaten Boyolali. (4) Di selenggarakan-nya pemilihan duta seni, duta wisata guna serta pengembangan UMKM untuk mempromosikan Kabupaten Boyolali di tingkat nasional dan internasional , (5) Banyaknya event dan aktivitas kedinasan yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kabupaten Boyolali menjadikan faktor pendorong berhasilnya *city branding* Kabupaten Boyolali

Kata kunci : *City Branding, Efektivitas, City Brand Hexagon*



Evaluasi Pelaksanaan City Branding Kabupaten Boyolali
KALISTA DEWI HAPSARI, Dr. Ely Susanto, MBA.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

UNIVERSITAS
GADJAH MADA