

# EVALUASI PELAKSANAAN PROGRAM MAGELANG KOTA SEJUTA BUNGA DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA

Laura Aswin Melani <sup>1</sup>, Achmad Djunaedi <sup>2</sup>, Didik Kristiadi <sup>3</sup>.

## INTISARI

*City branding* merupakan bagian dari perencanaan kota melalui berbagai upaya untuk membangun dan memperkuat kota guna menarik pengunjung. Salah satu keuntungan yang didapat ketika sebuah kota melakukan *city branding* yaitu kota tersebut bisa dikenal luas, meningkatkan investasi, menguatkan tujuan wisata dan tempat tinggal sehingga mampu meraih persepsi positif. Kota Magelang pada tahun 2012 telah mencanangkan *city branding* dengan *tagline* Magelang Kota Sejuta Bunga. Pelaksanaan program *city branding* Magelang Kota Sejuta Bunga di Kota Magelang mengacu kepada Masterplan Magelang Sejuta Bunga yang telah disusun pada tahun 2013. Penelitian ini ditujukan untuk mengukur tingkat keefektifitasan pelaksanaan program berdasarkan hasil evaluasi *output* dan *outcome* serta untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan *city branding* tersebut. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai rekomendasi untuk melengkapi/menyempurnakan pelaksanaan *city branding* di Kota Magelang serta pembelajaran (*lesson learned*) bagi pemerintah daerah yang akan melaksanakan program *city branding*.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Magelang secara umum dan stakeholder kunci yang mempunyai kegiatan untuk mewujudkan *image* sejuta bunga dan masyarakat secara khusus. Pendekatan penelitian ini adalah deduktif dengan metode kualitatif. Data yang digunakan yaitu data primer melalui wawancara terhadap masyarakat dan stakeholder kunci serta data sekunder yang terkait dengan pelaksanaan *city branding* Magelang Kota Sejuta Bunga. Sedangkan metode analisis yang digunakan yaitu analisis kualitatif untuk mengevaluasi efektifitas pelaksanaan dan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektifitas pelaksanaan yang dievaluasi dengan kinerja indikator *output* dan *outcome* serta pencapaian target indikator dengan tolak ukur yang telah ditentukan maka dapat disimpulkan bahwa efektifitas pelaksanaan tersebut bisa masuk kategori efektif. Dimana faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pelaksanaan program tersebut yang berpengaruh secara *significant* terhadap jalannya program adalah faktor dana, struktur organisasi, aturan dan sistem prosedur. Sedangkan penghambat pelaksanaan didapat dari kurangnya SDM, rendahnya informasi serta tidak terpenuhinya sarana dan prasarana.

KataKunci : City Branding, Evaluasi Program, *lesson learned*

---

<sup>1</sup>Mahasiswa, Magister Perencanaan Kota dan Daerah Universitas Gadjah Mada

<sup>2</sup>Dosen, Jurusan Teknik Arsitektur dan Perencanaan, Fakultas Teknik, Universitas Gadjah Mada

<sup>3</sup>Dosen, Jurusan Teknik Arsitektur dan Perencanaan, Fakultas Teknik, Universitas Gadjah Mada

## EVALUATION OF THE “MAGELANG KOTA SEJUTA BUNGA” PROGRAM IMPLEMENTATION AND ITS INFLUENCED FACTORS

Laura Aswin Melani <sup>1</sup>, Achmad Djunaedi <sup>2</sup>, Didik Kristiadi <sup>3</sup>.

### ABSTRACT

City branding is a part of city planning which is implemented through various efforts to build and strengthen a city image to attract visitors. One of the advantages gained when city implements a city branding is that it will be widely known, increase the investment, strengthen the tourist destinations and city residence to achieve a positive image or perception. In 2012, Magelang City has launched a city branding program with the tagline “*Magelang Kota Sejuta Bunga*”. The implementation of the *Magelang Kota Sejuta Bunga* city branding program refers to the *Magelang Kota Sejuta Bunga* Masterplan that have been formulated in 2013. This study aims to measure the effectiveness of Magelang Kota Sejuta Bunga city branding program based on the results of output and outcome evaluation and also to identify factors affecting the *Magelang Kota Sejuta Bunga* implementation. The results of this study can be used as a recommendation to improve the implementation of city branding program in Magelang City and as a lesson learned for local governments that will implement a city branding program.

This study was conducted in Magelang City in general, on the stakeholders who have to realize a “million flowers” image and on society in particular. The approach of this research is deductive. The data used are primary data through interviews to the community and stakeholders and also secondary data related to the *Magelang Kota Sejuta Bunga* implementation. The analytical method used in this research is qualitative analysis to evaluate the effectiveness of the program and to identify the factors that affect the *Magelang Kota Sejuta Bunga* implementation.

The results showed that the *Magelang Kota Sejuta Bunga* program which is evaluated by the performance of output, outcomes indicators and the target achievement compared with the predetermined benchmark, can be concluded effectively implemented. The internal and external factors that significantly affect the program implementation are funding, organizational structure, rules and system procedures. While the program implementation obstacles obtained from the lack of human resources, the low information and unavailability of facilities.

Keywords : City Branding, Program Evaluation, Lesson Learned

---

<sup>1</sup>Graduated student, Magister of Urban and Regional Planning, Gadjah Mada University

<sup>2</sup>Lecturer, Department of Architecture and Planning Faculty of Engineering, Gadjah Mada University

<sup>3</sup>Lecturer, Department of Architecture and Planning Faculty of Engineering, Gadjah Mada University