

ABSTRAK

Dewi Hartami Putri. 140531100090. Program Studi Ilmu Komunikasi. Strategi Perencanaan dan Pemasaran *City Branding* Kota Mojokerto.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi perencanaan dan pemasaran *city branding* Kota Mojokerto oleh Pemerintah Kota Mojokerto. Perencanaan *city branding* meliputi penetapan diagnosa, penetapan visi misi, dan penetapan target pasar. Pemasaran *city branding* meliputi sosialisasi dan promosi di media massa. Subjek dari penelitian ini adalah Badan Perencanaan Pembangunan Kota Mojokerto dan Bagian Hubungan Masyarakat dan Protokol Kota Mojokerto.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data menggunakan teknik Miles dan Huberman yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi data, teori, dan metode.

Hasil penelitian menunjukkan dari temuan tentang strategi perencanaan *city branding* Kota Mojokerto yaitu dengan melakukan rapat internal dan melakukan sosialisasi kepada SKPD terkait. Sedangkan pemasaran *city branding* dilakukan dengan cara bekerjasama dengan media massa, yaitu melalui koran, radio, *website*. Tujuan dari dibentuknya *city branding* adalah untuk menarik minat wisatawan, investor, dan masyarakat pendatang ke Kota Mojokerto. Bentuk *city branding* yang ditonjolkan Kota Mojokerto antara lain yaitu wisata buatan, kuliner, kerajinan batik, kerajinan sepatu, dan pelayanan.

Kata kunci : perencanaan, pemasaran, *city branding*, Kota Mojokerto.

ABSTRACT

*Dewi Hartami Putri. 140531100090. Communication Science Department.
The Strategic of Planning and Marketing City Branding of Mojokerto City.*

The purpose of this study was to determine how strategic of planning and marketing city branding of Mojokerto City by its government. Planning of city branding consist of determine a diagnosis, determine of vision and mission, then determine target markets. Marketing of city branding consist of socialization and promotion by mass media. The subject of this study is Development Planning Agency of Mojokerto City and Public Relation and Protocol of Mojokerto City.

Methods of data collection of this research was using interviews, observation, and documentation. Informants were selected using purposive sampling method. Analysis of data was using Miles and Huberman techniques which consist of data reductions, presentations of data, and making conclusion. Data validity checking techniques using triangulation of data, theory, and methods.

The results showed on the findings of the strategic of planning city branding of Mojokerto City is make an internal meeting and do socialization to other agency. Meanwhile marketing of city branding did with cooperate with mass media, like newspaper, radio, and website. The purpose of formed city branding is to make any tourist, investor, and new comer to Mojokerto City. The best kind of city branding Mojokerto City is artificial tourism, culiner, batik, shoes, and service to public.

Keywords : planning, marketing, city branding, Mojokerto City.