

STRATEGI UNIT JAKARTA *SMART CITY* PEMERINTAH PROVINSI DKI JAKARTA DALAM MENSUKSESKAN *CITY BRANDING* “JAKARTA *SMART CITY*” TAHUN 2020

Firda Safira
Fajarina

Program studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul. Jl. Arjuna Utara No.9 Kebon Jeruk, Jakarta 11510

firdasss22@gmail.com
fajarina@esaunggul.ac.id

ABSTRACT

Jakarta Smart City is a government program which is the application of the smart city concept by optimizing the use of Information and Communication Technology (ICT). It aims to find out the strategy of the Jakarta Smart City Unit in the success of the City Branding "Jakarta Smart City" and knowing the obstacles of the Jakarta Smart City Unit in the success of the "Jakarta Smart City" City Branding. This study used a qualitative descriptive method with Type 2 (two) case study methods, namely Single Case Design and Multi Case Analysis, which studied was the Public Relations Strategy, the unit of analysis being studied, namely Public Relations and the people of Jakarta. This research was conducted systematically by taking 2 key informant research subjects, namely Mr. Raedi Fadil as the Head of the Jakarta Smart City Unit Communication Division and Mr. Hamdi as the Head of the Jakarta Smart City Unit Product Analysis Development Division. The result of the research is that the Jakarta Smart City Unit uses a Public Relations strategy which includes four elements, namely, fact finding, planning, communicating, and evaluating. The Jakarta Smart City Unit in making Jakarta Smart City a success is still in the process stage.

Keywords: *Public Relations Strategy, City Branding, Smart City*

ABSTRAK

*Jakarta Smart City adalah program pemerintah yang merupakan penerapan konsep kota pintar dengan mengoptimalkan penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Bertujuan untuk mengetahui strategi Unit Jakarta Smart City dalam mensukseskan City Branding “Jakarta Smart City” serta mengetahui hambatan Unit Jakarta Smart City dalam mensukseskan City Branding “Jakarta Smart City”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus Tipe 2 (dua) yaitu Desain Kasus Tunggal dan Multi Kasus Analisis, dengan penelitian Strategi *Public Relations*, unit analisis yang diteliti yaitu *Public Relations* dan masyarakat Kota Jakarta. Penelitian ini dilakukan secara sistematis dengan mengambil subyek penelitian 2 *key informan* yaitu Bapak Raedi Fadil selaku Kepala Kepala Bidang Komunikasi Unit Jakarta Smart City dan Bapak Hamdi selaku Kepala Bidang Pengembangan Analisa Produk Unit Jakarta Smart City. Hasil penelitiannya yaitu Unit Jakarta Smart City menggunakan strategi *Public Relations* yang meliputi empat unsur yaitu, *fact finding*, *planning*, *communicating*, dan *evaluating*. Unit Jakarta Smart City dalam mensukseskan Jakarta Smart City masih dalam tahap proses.*

Kata Kunci : *Strategi Public Relation, City Branding, Smart City.*