

ABSTRAK

Alikha Inriana, 2023. Pengembangan *Smart Branding* Perkotaan Dalam Pelayanan Kepariwisata Kota Makassar. Dibimbing oleh Abdul Mahsyar dan Hardianto Hawing

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan Dinas Pariwisata dalam mengembangkan *smart branding* Kota Makassar. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data melalui reduksi, penyajian data, penarikan kesimpulan/evaluasi. Keabsahan data diperoleh dari triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam upaya mengembangkan *smart branding* Kota Makassar, Dinas Pariwisata memiliki strategi agar dapat mengembangkan *smart branding* kota yang sudah di bangun. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan elemen pengembangan dengan teori bauran Thomas L. Harris *strategy public relations* sebagai teori utama. Model teori ini menjelaskan bahwa strategi diperlukan dalam mewujudkan sebuah visi misi yang ditetapkan. Pada proses tersebut menunjukkan bahwa setiap strategi yang dilakukan mulai dari *publications, event, news, community involvement, inform of image, lobbying and negotiation, dan social responsibility* telah dilakukan secara bersama – sama pemerintah kota dengan masyarakat. Dalam setiap strategi, menunjukkan partisipatif atau perencanaan yang melibatkan masyarakat sebab pada strategi ini masyarakat diberikan pemahaman dan pengetahuan terkait kepariwisataan demi menciptakan generasi muda yang lebih berkualitas dengan melihat potensi, peluang, dan masalah yang akan dihadapi oleh masyarakat. Faktor-faktor penghambat dalam melaksanakan peran dinas pariwisata dalam membangun *smart branding* Kota Makassar diantaranya adalah bagian yang merangkap peran sebagai *public relations* memiliki tugas yang *overload*, kurangnya SDM dan minimnya anggaran.

Kata Kunci : Dinas Pariwisata, *Smart Branding*, Strategi