



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 SIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab tujuan dari penelitian itu sendiri, yang mana tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *city branding* yang dilakukan oleh kota Bogor dalam meningkatkan reputasi. Sehingga kesimpulan dari penelitian yang telah penulis lakukan adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah Kota Bogor membangun tiga identitas kota Bogor yakni sebagai Kota Pusaka (*Heritage City*), Kota Hijau (*Green City*), dan Kota Pintar (*Smart City*). Ketiga identitas ini merupakan branding kota yang dibangun oleh kota Bogor.
2. Strategi *city branding* yang dilakukan oleh kota Bogor adalah membangun identitas kota, *tagline* dan Kampanye seperti “Bogoh Ka Bogor” atau “We Love Bogor”, serta logo “Visit Bogor” dalam rangka menarik para investor, wisatawan lokal maupun mancanegara, pemukim baru, pekerja, dll.
3. Pemerintah Kota Bogor melakukan pemasaran tempat yang dibuat oleh Kotler melalui beberapa tahapan diantaranya perencanaan (*planning*), pemasaran (*marketing*), dan pasar target (*target market*).
4. Dalam rangka strategi *city branding* kota Bogor juga membangun citra tempat melalui komunikasi citra kota dan enam area aktivitas citra kota.

Selain itu juga membangun identitas kota tujuannya agar meningkatkan reputasi kota Bogor.

5.2 SARAN

Dalam melakukan sebuah penelitian, penulis diharapkan dapat memberikan masukan ataupun saran yang bermanfaat kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini. Masukan dan saran yang diberikan ini bertujuan tujuannya agar dapat memberikan perubahan-perubahan yang lebih baik terhadap objek maupun subjek penelitian. Adapun saran yang dapat penulis berikan melalui permasalahan penelitian ini diantaranya:

5.2.1 SARAN AKADEMIK

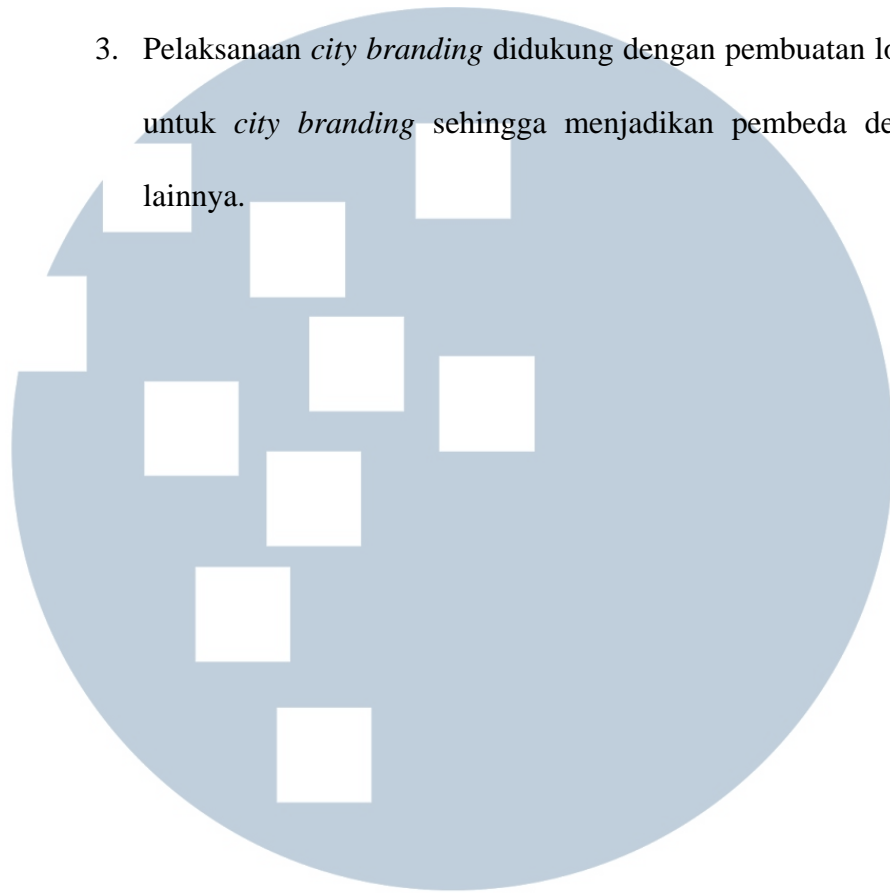
Saran bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui pengaruh city branding terhadap reputasi atau citra kota.

5.2.2 SARAN PRAKTIS

Untuk Pemerintah Kota Bogor bersama dengan jajaran Organisasi Perangkat Daerah (OPD) lainnya seperti Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA), dll agar:

1. Sebelum melakukan *city branding* alangkah baiknya melibatkan seluruh *stakeholders* secara intensif dengan lebih sering melakukan pertemuan terkait dengan *city branding* ini.
2. Pelaksanaan *city branding* seharusnya lebih digarap dengan serius dalam berbagai sektor agar hasilnya bisa maksimal.

3. Pelaksanaan *city branding* didukung dengan pembuatan logo khusus untuk *city branding* sehingga menjadikan pembeda dengan kota lainnya.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA