

ABSTRAKS

Salah satu fungsi humas pemerintah adalah menyebarkan informasi secara teratur mengenai kebijakan, perencanaan dan hasil yang sudah dicapai pemerintah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dan proses kampanye Humas Pemerintah Kabupaten Banyumas dalam mengkomunikasikan *city brand* Better Banyumas beserta faktor pendukung dan penghambatnya dan untuk mengetahui tujuan Pemerintah Kabupaten Banyumas membuat *city brand* tersebut.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Penelitian dilakukan di Kabupaten Banyumas dengan sasaran Humas Pemerintah Kabupaten Banyumas dan dinas yang terlibat dalam pembuatan *city brand* Better Banyumas.

Dari hasil penelitian, Humas Pemerintah Kabupaten Banyumas bekerjasama dengan SKPD lain dan pihak swasta untuk mengkomunikasikan Better Banyumas. Dalam proses sosialisasi Humas Pemerintah Kabupaten Banyumas menggunakan media *online*, cetak dan *outdoor* sebagai media komunikasi. Faktor pendukung proses sosialisasi yaitu adanya sayembara pembuatan logo *city brand* Banyumas; banyak *event – event* rutin Pemerintah Kabupaten Banyumas; dan berkembangnya teknologi digital. Faktor penghambatnya adalah peran pemimpin daerah masih kurang; tidak ada peraturan daerah yang mengatur dan memperkuat posisi Better Banyumas di Banyumas; dan tidak ada anggaran khusus untuk program sosialisasi. Sedangkan tujuan pembentukan Better Banyumas yaitu untuk memperkenalkan Banyumas ke masyarakat luar dan agar Banyumas lebih baik pada bidang pendidikan, kesehatan, layanan publik, moral, seni, teknologi, pariwisata dan ekonomi.

Kata kunci: strategi humas, humas pemerintah, *city brand*

ABSTRACT

One of the functions of government public relations is regularly disseminate information about policies, plans and results already achieved by the government. The purpose of this study was to determine the strategies and processes of Government Public Relations campaign to communicate the city brand Better Banyumas and its supporting factors and inhibitors, and to know the Government's intention to make the city brand of Banyumas Regency.

The method used in this research is qualitative descriptive. The study was conducted in Banyumas Banyumas regency with targeted public relation and agencies involved in the manufacturing city brand Better Banyumas.

From the research, Banyumas regency Public Relations in cooperation with other government agencies and the private sector to communicate Better Banyumas. In the process of socialization public relation of Banyumas Regency using online, print and outdoor media as a medium of communication. Factors supporting the socialization process that is the Banyumas city brand logo creation contest; many events - a routine event Banyumas regency; and development of digital technology. Inhibiting factor is the role of the leader of the area is still lacking; there are no regulations governing region and strengthen Better Banyumas position in Banyumas; and there is no specific budget for the program of socialization. While the purpose of establishing Better Banyumas is to introduce the community to the outside Banyumas and to be better Banyumas in the fields of education, health, public services, morals, art, technology, tourism and economy.

Keywords: public relations strategy, the government public relations, city brand