



Pemkot Jogja Raih Marketeers Champion 2013 dari Markplus

Andalkan Komunikasi Smart dengan Jejaring Kemitraan

Pemkot Jogja kembali menorehkan prestasi. Beberapa waktu lalu, pemkot meraih penghargaan dalam ajang Indonesia Marketeers Festival 2013 yang digelar Markplus Conference. Usaha pemkot membenahi diri melakukan komunikasi kemitraan terbukti ampuh. Gebrakan membangun jejaring dengan kemitraan regional dan korporat dinilai sukses.

HARPAN GUNAWAN, Jogja

TIDAK banyak kata yang dilontarkan Asisten Perekonomian dan Pembangunan Kota Jogja Aman Yuriadijaya saat mewakili Wali Kota Jogja Haryadi Suyuti menerima penghargaan dalam ajang Jogja Marketeers Champion 2013 di Hotel Ambarukmo Jogjakarta. Tapi, dia terlihat begitu bangga.

"Sejauh ini penilaian dari penyelenggara Markplus, kami tidak tahu apa yang dinilai. Me-

BUKTI SUKSES: Assekda Pembangunan dan Perekonomian Kota Jogja Aman Yuriadijaya (dua dari kiri) saat menerima penghargaan Jogja Marketeers Champion 2013.

■ ANDALKAN...
Sambungan dari hal 1

Dalam aspek terminologi, *marketing* komunikasi menjadi salah satu senjata yang cukup berperan dalam mewujudkan gagasan tersebut. Berangkat dari kesadaran ekstensifikasi dan intensifikasi komunikasi, konsep itu harus terkemas secara *smart* alias cerdas.

Menurutnya, kemitraan tidak hanya dalam batas regional antar kota. Kemitraan juga terkait erat dengan korporat. "Harusnya, komunikasi yang dibangun ikut terkemas dalam tujuan global sehingga investasi swasta di pa-

riswisata meningkat," jelasnya. Kelik-sapaan akrab Tri Hastono- membenarkan apa yang dilontarkan Asisten Perekonomian dan Pembangunan Kota Jogja Aman Yuriadijaya. Menurutnya, komunikasi dengan mengedepankan sisi *smart* yang dibangun dengan jejaring kemitraan menjadi kunci pemkot selama menjalankan program RPJMD.

"Penghargaan ini tidak lepas dari pihak swasta yang meningkat menjadi salah satu parameter dari model komunikasi dalam membangun kota sebagai kota jasa," ungkapnya.

Tri Hastono menambahkan,

penghargaan dari Markplus diberikan kepada individu yang mempunyai reputasi. Terutama gebrakan pemasaran luar biasa dari tokoh lokal yang terus melambung di kancah pemasaran lokal dan regional.

Gubernur Dji Hamengku Buwono X kepala pemkot, menegaskan program yang dijalankan pemkot mewujudkan konsep *the marketing of love*. Konsep pemasaran yang didasarkan cinta.

Pemkot pun berusaha terus memperbaiki diri. Pemkot ingin mewujudkan pemasaran yang jujur dengan model *marketing* yang tidak membongongi

mang kita terus berbenah untuk membangun Kota Jogja di bidang perekonomian dengan melakukan pemasaran jejaring kemitraan lebih baik," jelasnya.

Menurutnya, tidak ada rahasia khusus yang membuat pemkot meraih penghargaan ini. "Pemkot, sekali lagi, terima kasih atas penghargaan tersebut," jelasnya.

Kepala Humas Pemkot Jogja Tri Hastono punya pendapat tidak jauh berbeda. Yakni, perencanaan matang. Salah satu di antaranya adalah rencana pembangunan jangka menengah daerah (RPJMD) Kota Jogja yang mencanangkan diri sebagai kota jasa

► Baca *Andalkan...* Hal 11

Instansi	Nilai Be
1.	<input type="checkbox"/> Negat
2.	<input type="checkbox"/> Positi
3.	<input type="checkbox"/> Netra
4.	
5.	

konsumen,

CEO Markplus Hermawan Kertajaya mengungkapkan, penyelenggaraan Indonesia Marketeers Festival 2013 mengangkat tema *On Becoming Local Champion*. Kegiatan ini mengupas strategi dan evaluasi *marketing* di perusahaan internasional, nasional, dan lokal untuk menjadi pemenang.

Hermawan mengungkapkan, tokoh-tokoh yang terpilih sebagai penerima penghargaan dinilai mampu membangun *marketing spirit* menjadi teladan. "Tokoh tersebut telah membawa manfaat positif terhadap masyarakat," ujarnya. (*#/amd/nn)

Tindak Lanjut
<input type="checkbox"/> Untuk Ditanggapi
<input type="checkbox"/> Untuk Diketahui
<input type="checkbox"/> Jumpa Pers

Instansi	Nilai Berita	Sifat	Tindak Lanjut
1.	Netral	Biasa	Untuk Diketahui

Yogyakarta, 01 Februari 2025
Kepala

Ig. Trihastono, S.Sos. MM
NIP. 19690723 199603 1 005