

ABSTRAK

PEMETAAN PERSEPSI MASYARAKAT PRINGSEWU TENTANG *BRANDING* KABUPATEN PRINGSEWU SEBAGAI KOTA BAMBU

Oleh

(Pria Estu Prayogi)

Branding merupakan upaya yang dilakukan perusahaan untuk mengenalkan dan membangun persepsi konsumen terhadap suatu produk yang dimiliki. Tidak hanya perusahaan daerah juga melakukan *branding* demi memperkenalkan dan membangun persepsi atas kebudayaan yang dimiliki. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat Pringsewu tentang *branding* kabupaten Pringsewu sebagai kota bambu. Untuk menyelesaikan penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif agar dapat lebih mengetahui secara detail bagaimana persepsi masyarakat tentang upaya-upaya yang telah dilakukan pemerintah daerah untuk menjadikan Pringsewu sebagai kota bambu. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan proses wawancara, dokumentasi dan observasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat secara keseluruhan sepakat jika kabupaten Pringsewu layak disebut sebagai kota bambu. Kabupaten Pringsewu layak disebut sebagai kota bambu karena kebudayaan yang berkembang memang sangat erat kaitannya dengan unsur bambu. Kemudian Potensi lain seperti bidang pertanian dan pendidikan yang ditemukan belum dapat menggantikan *branding* kota bambu yang dimiliki kabupaten Pringsewu. Semua aspek yang telah dibahas sesuai dengan teori yang digunakan yaitu teori persepsi, *branding*, *city branding* dan *city image*.

Kata kunci: Persepsi dan *Branding*