

ABSTRAK

City branding saat ini menjadi fenomena baru dalam tata ruang kota di Indonesia. Setiap kota bersaing untuk meningkatkan, mengembangkan dan mempromosikan segala potensi yang dimiliki untuk lebih dikenal oleh masyarakat dunia melalui *city branding*. Kunci keberhasilan *city branding* berada ditangan *stakeholder* dengan terlibat membentuk dari awal tahapan inisiasi, implementasi, pasca implementasi hingga *maintainance* (Gelder dalam Dinnie, 2013). *City branding* bukan program satu atau dua tahun, lebih dari itu membentuk *city branding* merupakan proses panjang yang berkelanjutan, sehingga membutuhkan komitmen dan keterlibatan dari seluruh *stakeholder*. Dengan kata lain, kesadaran dari masing-masing *stakeholder* untuk peran aktif turut mempengaruhi penerapan *city branding*. *Stakeholder* dalam *city branding* bisa sangat beragam tergantung karakteristik kota yang ingin menerapkannya.

Dengan slogan *Solo The Spirit of Java* sebagai *branding* kota dilegalkan melalui Perwali No. 1 tahun 2008. Terhitung sejak diberlakukannya, beberapa perubahan telah dilakukan seperti dengan pembenahan infrastruktur kota dan penertipan PKL, *event* tahunan yang mencirikan budaya jawa, dan pembangunan *city walk* Slamet Riyadi. Dilihat dari sekian banyak potensi Kota Surakarta, Koridor Jalan Riyadi menjadi lokasi yang paling utama mengalami pembenahan. Keberadaannya sebagai pintu gerbang utama memasuki kota dengan mengarah langsung ke pusat Kota Surakarta kian memperkuat ciri khas kota Jawa.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisis deskriptif dan teknik sampling *snowballing*. Dengan mewawancarai 38 narasumber penelitian ini difokuskan pada Koridor Jalan Slamet Riyadi Surakarta. Melihat bagaimana karakteristik yang terbentuk sejak penetapan *solo the spirit of java* peneliti ingin menemukan peran *stakeholder* yang terlibat pada kawasan penelitian, serta merumuskan level peran masing- masing *stakeholder*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik pembentuk *solo the spirit of java* pada koridor Jalan Slamet Riyadi terdiri dari dua karakteristik yaitu fisik dan non fisik. Karakteristik dibentuk dari delapan elemen yaitu penataan *city walk*, penataan PKL, penataan parkir, penggunaan aksara jawa pada bangunan swasta dan pemerintah, *re-adaptive use* dan penggunaan ornamen budaya jawa pada bangunan, upaya preservasi, penataan transportasi, penggunaan batik dan baju tradisional . Karakteristik non fisik dibentuk dari 4 elemen yaitu aktivitas kumpul komunitas, aktivitas berekreasi, bersantai, dan berolahraga, aktivitas MICE, dan aktivitas pertunjukan seni budaya. Kemudian peran *stakeholder* dalam membantuk *solo the spirit of java* antara lain pemerintah dalam karakteristik fisik adalah *full control*, dalam karakteristik non fisik *shared control*. Swasta dalam karakteristik fisik *consultative*, dan karakteristik non fisik *shared control*. Masyarakat dalam karakteristik fisik *none* sedangkan dalam karakteristik non fisik *shared control*.

Kata Kunci: city branding, peran stakeholder , level peran