

ABSTRAK

Explore Makassar merupakan City Branding yang diberikan kepada Kota Makassar oleh KEMENPAREKRAF RI pada tahun 2017. Memasuki pasca pandemi di tahun 2020 ini, Dinas Pariwisata Kota Makassar berusaha dalam menyusun strategi untuk memulihkan sektor pariwisata Kota Makassar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan City Branding yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Makassar terhadap brand Explore Makassar dalam menghadapi pasca pandemi COVID-19. Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan pengumpulan data dengan teknik observasi serta teknik wawancara yang dilaksanakan di Dinas Pariwisata Kota Makassar. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan city branding “Explore Makassar” yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Kota Makassar adalah telat berkaitan dengan visi dan strategi, budaya internal, komunitas lokal, sinergitas, infrastruktur, cityscapes & gateways, peluang dan komunikasi. Dinas Pariwisata Kota Makassar telah berusaha mendigitalisasikan promosi melalui kanal-kanal media sosial. Dinas Pariwisata Kota Makassar juga membuat strategi kampanye yang mendukung promosi serta penyebaran informasi terkait dengan kota Makassar. Dinas Pariwisata Kota Makassar telah melakukan seluruh unit kerangka pengelolaan city branding menurut Kavaratzis (2006), dalam menentukan serta melaksanakan strategi city branding pasca pandemi.

Kata kunci : Kota Makassar, City Branding, Explore Makassar