

ABSTRAK

Smart city adalah salah satu penerapan tren teknologi yang akan mendominasi di beberapa tahun kedepan. Di Indonesia beberapa kota besar sudah mengembangkan kotanya menjadi pintar diantaranya Bandung, Surabaya, Surakarta, bahkan Ibu Kota Jakarta. Kota Surakarta merupakan salah satu kota percontohan dalam implementasi konsep Smart City. Program smart city yang berada di Kota Surakarta yaitu Pemerintah Cerdas (Smart Governance), Branding Cerdas (Smart Branding), Mobilitas Cerdas (Smart Mobility) , Kehidupan Cerdas (Smart Living), Ekonomi Cerdas (Smart Economy). Saat ini hanya pemerintah Kota Surakarta yang memadukan layanan dengan menggunakan sentuhan teknologi mobile untuk pengembangan layanan informasi Kota Surakarta. Teknologi tersebut dikenal dengan aplikasi Solo Destination. Aplikasi Solo Destination digunakan sebagai branding Kota Surakarta berbasis teknologi informasi. Melalui aplikasi ini diharapkan lebih memudahkan pengguna untuk mencari informasi tentang Kota Surakarta secara *online* sebelum melakukan kunjungan secara *offline* ke Kota Surakarta.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektifitas program *smart city* aplikasi Solo Destination dalam mengembangkan *smart branding* Kota Surakarta.

Penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data yang diperoleh berasal dari penyebaran kuesioner kepada 400 responden yang merupakan pengguna dari aplikasi Solo Destination. Kuesioner disebar secara *online* melalui media social. Sampel diambil berdasarkan metode *non-probability sampling* dengan rumus Slovin. Penjelasan hasil penelitian menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear sederhana. Uji validitas dan reabilitas digunakan untuk menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan telah valid dan reliable sehingga dapat mendukung penelitian yang dilakukan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan positif antara efektivitas aplikasi Solo Destination dengan *smart branding* dengan nilai t hitung $13.487 > t$ tabel 1,965. Hasil uji efektivitas diperoleh persentase sebesar 80,06% yang artinya Efektivitas program *smart city* aplikasi solo destination efektif dalam mengembangkn *smart branding* Kota Solo. hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai efektifitas program *smart city* aplikasi Solo Destination dan *smart branding* bagi para pembaca.

Kata kunci: *Smart City*, *Smart Branding*, Aplikasi Solo Destination