

► KONFERENSI INTERNASIONAL

Jogja Istimewa Dinilai Kurang Tersosialisasikan

BANTUL—Perubahan jargon *Jogja Never Ending Asia* menjadi *Jogja Istimewa* yang digalakkan mulai 2015 belum disosialisasikan dengan baik kepada seluruh masyarakat Jogja. Pemanfaatan media komunikasi digital dinilai dapat menjadi media strategis dalam menyosialisasikan jargon *Jogja Istimewa*.

Perubahan *tagline* bagi kota pelajar dan kota budaya menjadi pembahasan hangat dalam diskusi panel dalam rangkaian acara Asian Congress for Media and Communication (ACMC) yang digelar di Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), Sabtu (29/10).

Panelis dalam diskusi panel, Frizky Yulianti Nurnisya mengatakan *tagline* baru Kota Jogja dibutuhkan proses sosialisasi agar bisa diterima oleh seluruh elemen masyarakat.

Jika pemerintah dapat memanfaatkan digital *public relation* dalam proses sosialisasi *Jogja Istimewa* sebagai *branding* baru kota, maka akan lebih cepat, tepat, dan efektif tersosialisasi kepada seluruh masyarakat.

“Dengan demikian, DIY menjadi lebih berkarakter, berbudaya, maju, mandiri, dan sejahtera dalam menyongsong peradaban baru yang dengan mudah dapat terwujud,” ujar Frizky dalam pernyataan persnya kepada *Harian Jogja*.

Frizky menambahkan, perubahan *tagline* Jogja tersebut disebabkan semakin ketatnya persaingan pariwisata antar daerah di Indonesia. Akan tetapi, perubahan *branding* tersebut justru banyak mendapat kritikan dari berbagai elemen masyarakat.

“Sebagai pusat pendidikan dan daerah yang

sarat dengan seni bahkan menghasilkan seniman internasional, banyak masyarakat yang tidak hanya mengkritik logo tersebut, namun juga ikut sumbang saran untuk mengatasi persoalan logo ini. Hingga akhirnya terbentuklah tim sebelas dari berbagai kalangan untuk mewakili aspirasi seluruh masyarakat,” limbuhnya.

Peran Humas Pemerintah Kota Jogja dalam sosialisasi *tagline* baru tersebut, kata Frizky, hanya sebagai pelaksana atau implementator saja untuk memperkenalkan adanya *branding* baru kota ini. Frizky mengatakan, posisi humas dalam sebuah instansi memiliki peranan penting untuk mendengar pendapat dari seluruh *stakeholder*.

“Tidak berlebihan jika kemudian humas dianggap bisa memiliki pertimbangan yang lebih matang karena bisa berada diantara

kepentingan seluruh *stakeholder*,” ujarnya.

Diskusi panel dalam menyoroti *tagline* Jogja ini menjadi salah satu rangkaian acara ACMC bertemakan *Bagaimana Komunikasi Mengubah Struktur Kekuasaan*. Acara ini dihadiri lebih dari 80 akademisi dari beberapa negara di Asia. Ketua ACMC Rachel E. Khan mengatakan ACMC merupakan organisasi bagi profesional akademik di bidang komunikasi dan media massa.

Tujuan utama dari konferensi ini yaitu agar semua peserta yang hadir dapat saling berbagi ilmu antar satu sama lain. “Itu tujuan yang paling penting. Selain itu, dengan terbentuknya *networking* dari kolega-kolega kami dari penjuru Asia. Ini salah satu cara untuk memperluas kolaborasi baik antar negara maupun antar universitas,” paparnya. (*Holy Kartika N.S/**)