

## ABSTRAK

“Kota Pendidikan dan Kota Pelajar” itulah sedikit predikat yang melekat dikota ini, Yogyakarta, selain predikat-predikat yang lain. Dengan predikat tersebut memaksa Yogyakarta harus mempunyai sesuatu yang bisa dibanggakan atau setidaknya dapat menguatkan predikat tersebut. Walaupun menyandang predikat tersebut ternyata tidak dapat meningkatkan jumlah mahasiswa atau pelajar yang belajar dikota ini. Pada 5 tahun terakhir, jumlah mahasiswa dan pelajar yang belajar dikota ini terus mengalami penurunan. Hal tersebut lebih dikuatkan lagi dengan masuknya produk-produk budaya *postmodernisme* dan kapitalisme, seperti *club*, kafe, dan diskotek. Munculnya gaya hidup baru tersebut sangat membuat khawatir dan resah orang tua yang berniat mengirimkan anak mereka sekolah ke Yogyakarta.

Berbekal dari ketakutan akan lunturnya Yogyakarta sebagai kota pelajar dan kota pendidikan tersebut akhirnya pemerintah kota Yogyakarta mempunyai rencana pembangunan kawasan yang dapat mempertahankan predikat tersebut. Herry Zudianto, walikota Yogyakarta mengusulkan ke Komisi X DPR RI untuk membangun sebuah taman yang bisa menambah kepandaian anak-anak yang menuntut ilmu di Yogyakarta. Dari usulan tersebut muncullah Taman Pintar. Taman Pintar ini dibangun dikawasan yang mulanya *Shopping Center*.

Dari latar belakang masalah tersebut penulis melakukan penelitian di Kantor Humas dan Informasi pemerintah kota Yogyakarta. Hal ini dikarenakan Kantor Humas dan Informasi merupakan corong pemerintah kota Yogyakarta untuk melakukan sosialisasi tentang pembangunan Taman Pintar ini. Dalam penelitian ini penulis berharap dapat mengetahui strategi humas pemerintah kota Yogyakarta dalam mensosialisasikan *Shopping Center* sebagai kawasan Taman Pintar, serta untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat dalam proses sosialisasinya. Strategi yang digunakan oleh pemerintah kota Yogyakarta adalah melalui *advertorial*, *press relations*, *press conference*, Dialog Interaktif “Walikota Menyapa”, dan spot iklan, dengan media-media cetak dan elektronik yang ada dan berkembang di kota ini.

Penelitian ini merupakan penelitian studi deskriptif yang bertujuan untuk memahami, mengidentifikasi strategi humas pemerintah kota Yogyakarta dalam mewujudkan *Shopping Center* sebagai kawasan Taman Pintar. Dalam penelitian ini mencoba memberikan gambaran strategi humas pemerintah kota Yogyakarta dalam proses sosialisasinya. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Untuk analisis data