

ABSTRAK

Arum Mas Wangi, Ilmu Komunikasi, Perencanaan Komunikasi Perangkat Desa Buntan Barat Dalam Menguatkan Esensi *Branding* Desa Rempah di Sampang Madura.

Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata (Disporabudpar) Kabupaten Sampang menyatakan bahwa Desa Buntan Barat merupakan desa yang berpotensi untuk dijadikan sebagai salah satu Desa Wisata di Kabupaten Sampang, yang akan dinamakan sebagai Desa Rempah. Melihat adanya perencanaan pembangunan *branding* Desa Rempah ini, Perangkat Desa Buntan Barat menyusun perencanaan komunikasi guna menguatkan *awareness* warga terkait perencanaan untuk menjadikan Desa Buntan Barat sebagai Desa Rempah agar dapat berjalan dengan maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang perencanaan komunikasi yang dijalankan oleh Perangkat Desa Buntan Barat berdasarkan Teori Perencanaan Komunikasi Lima Langkah oleh Hafied Cangara.

Metodologi pada penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, dengan teknik penelitian kualitatif deskriptif, teknik keabsahann data triangulasi teknik, dan dengan metode pengambilan data observasi, dokumentasi, serta wawancara kepada sembilan informan yang dipilih berdasarkan metode *purposive sampling*. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa Perangkat Desa Buntan Barat sudah melakukan perencanaan komunikasi yang sesuai dengan prosedur teori perencanaan lima langkah, yang meliputi tahap penelitian (*research*) terkait perencanaan apa yang paling efektif untuk diterapkan, perencanaan (*planning*) berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pelaksanaan (*execute*) terhadap perencanaan yang telah disusun dengan koordinasi bersama berbagai pihak, evaluasi (*measure*) terkait kendala dan efektivitas tiap program yang telah dijalankan, dan yang terakhir yaitu pelaporan (*report*) terhadap setiap evaluasi yang didapat kepada Kepala Desa Buntan Barat selaku pimpinan dari setiap kegiatan yang dilaksanakan.

Kata Kunci: Perencanaan Komunikasi Lima Langkah, *Branding*, Desa Wisata, Desa Rempah.

ABSTRACT

Arum Mas Wangi, Communication Science, Communication Planning of Village Apparatus in Strengthen The “Spices Village” Branding Essence in Sampang, Madura.

The Department of Youth, Sports, Culture and Tourism of Sampang Regency give a statement that Bunten Barat Village is a has a potential to be used as one of the Tourism Villages in Sampang Regency, which will be named as “Spice Village”. Seeing the planning for the “Spice Village” branding, the Bunten Barat Village Apparatus compiled a communication plan to strengthen the local citizen awareness about the Spice Village branding so that it can run optimally. This study aims to find out about communication planning carried out by the Bunten Barat Village Apparatus based on the theory of Five Step Communication Planning by Hafied Cangara.

The methodology in this research uses the constructivism paradigm, with descriptive qualitative research techniques, triangulation data validity techniques, and with methods of taking observational data, documentation, and interviews with nine informants selected based on purposive sampling methods. The results obtained from this study show that the Bunten Barat Village Apparatus has carried out communication planning in accordance with the five-step planning theory procedure, which includes the research stage related to what planning is most effective to implement, planning based on the results of research that has been done, execution of planning that has been prepared in coordination with various parties, evaluation (measure) related to the constraints and effectiveness of each program that has been carried out, and the last is reporting on every evaluation obtained to village officials, program implementation committees, and not forgetting the Head of Bunten Barat Village as the leader of every activity carried out.

Keywords: *Five Step Communication Planning, Branding, Tourism Village, Spice Village.*