

Deny Feri Suahryanto, NIM. 10.05.3.1.1.000.42, Program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura. Skripsi ini berjudul **Strategi Perencanaan Komunikasi pada Penyusunan *The Soul of Madura* Sebagai *City Branding* Kabupaten Sumenep** (study deskriptif perencanaan komunikasi pada penyusunan *The Soul of Madura* oleh Pemkab kabupaten sumenep (Bappeda, Dibudparpora dan Kominfo), pembimbing Dinara Maya Julijanti, S.Sos., M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi perencanaan komunikasi oleh Pemerintah Kabupaten Sumenep dalam penyusunan *city branding* Kabupaten Sumenep. Penelitian ini mendeskripsikan mengenai tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penyusunan *city branding* Sumenep, yang terdiri dari tahapan perencanaan (pra), Tahapan pelaksanaan (pasca) dan tahapan sosialisasi.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori perencanaan komunikasi dan *city branding*. Sementara untuk metode yang digunakan peneliti adalah deskriptif kualitatif. Metode tersebut digunakan peneliti untuk mendeskripsikan penemuan lapangan.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, yang dilakukan pemerintah kabupaten Sumenep dengan cara melakukan beberapa tahap, seperti melakukan perencanaan melalui gagasan pemerintah dan para tokoh, kemudian tahap penyusunan dilakukan penelitian tentang harapan, potensi, dan kajian literatur yang ada di Sumenep. dari tahap penelitian yang dilakukan, dihasilkan tujuh alternatif *city branding* yaitu *Little Archipelago*, *Smile of Madura*, *The Soul of Madura*, Gerbang Madura, *Oxygenize your Life*, *Harmony of Experience* dan *City of Heritage*. Dari tujuh alternatif brand kemudian dipilih satu sebagai *city branding* Sumenep melalui FGD dengan para tokoh. dan hasilnya adalah *The soul of Madura*. Tahap selanjutnya adalah sosialisasi yang bekerja sama dengan KOMINFO dan Disbudparpora.

Kata kunci: Perencanaan komunikasi, *The Soul of Madura*, *City Branding Sumenep*

Deny Fery Suharyanto, NIM. 10.05.3.1.1.000.42, *Communication Science Study Program, Faculty of Social and Cultural Sciences, University of Trunojoyo Madura*. This thesis entitles ***Communication Planning Strategy for The Soul of Madura Arrangement as City Branding of Sumenep*** (descriptive study of communication plan on composing the soul of Madura by the government of Sumenep district (Bappeda, Dibudparpora and Kominfo), advisor; Dinara Maya Julijanti. S.Sos., M.Si

ABSTRACT

This study aims to determine the communication planning strategy applied by the Government of Sumenep district on City Branding arrangement of Sumenep. This study describes the stages carried out in composing city branding of Sumenep, which consist of the planning stage (pre), the implementation stage (post) and socialization stage.

The theory used in this study is the theory of communication plan and city branding. The method used is descriptive-qualitative research. The method used by researcher is to describe the findings in the field.

Based on the findings in the field carried out by the government of Sumenep, those perform several stages such as planning on the ideas of the government and leaders, then a stage of arrangement through research of hope, potential, and literature study which exist in Sumenep. In conducting the stages of research, it brings into seven alternatives of City Branding namely Little Archipelago, Smile of Madura, The Soul of Madura, Madura Gate, Oxygenize your Life, Harmony of Experience and City of Heritage. Then, the seven alternative brands are selected one as city branding of Sumenep through FGD with the leaders. The result is The Soul of Madura. The next stage is the socialization that cooperates with KOMINFO and Disbudparpora.

Keywords: *Communication Plan, The Soul of Madura , City Branding Sumenep.*