

## ABSTRAKSI

ERTIN MARTININGSIH, Program Sarjana I (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Wiraraja Sumenep, **STRATEGI DIFUSI INOVASI DALAM MEWUJUDKAN THE SOUL OF MADURA SEBAGAI CITY BRANDING KABUPATEN SUMENEP**, sebagai Pembimbing I Sachlan Effendi dan Pembimbing II Abd. Kadir.

Dalam pengamatan peneliti apabila ingin mewujudkan City Branding yang baik dan berhasil, maka harus diterapkan strategi difusi inovasi dalam mewujudkan city branding. Strategi merupakan cara atau aktivitas apa yang seharusnya dilakukan dan bagaimana mengimplementasikannya, Difusi Inovasi merupakan cara khusus yang dilakukan untuk memperoleh suatu ide yang baru atau penemuan baru, city branding merupakan pengelolaan citra sebagai kota yang terbaik. Tujuan dari semua itu agar Kabupaten Sumenep ini bisa dikenal lebih luas dan juga mendapatkan persepsi yang baik sehingga dapat menjadi tempat bagi investor dan wisatawan, sehingga bisa meningkatkan hasil Pendapatan Daerah dan perekonomian masyarakat Kabupaten Sumenep sendiri. Rumusan masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah bagaimana strategi difusi inovasi dalam mewujudkan The Soul Of Madura sebagai city branding Kabupaten Sumenep.

Tujuan utama dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi difusi inovasi dalam mewujudkan the soul of madura sebagai city branding Kabupaten Sumenep.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan dalam penelitian ini menggunakan empat focus. Data dalam penelitian ini diperoleh dari sumber data primer dan sekunder. Subyek penelitian yaitu menggunakan informasi kunci, utama dan tambahan. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi di penelitian. Setelah data terkumpul, maka teknik analisa data dilakukan secara bertahap mulai dari tahap reduksi data, penyajian data dan tahap penarikan kesimpulan kemudian juga dilakukan keabsahan data.

Hasil penelitian, Strategi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep dalam mengenalkan City Branding Kabupaten Sumenep yaitu The Soul Of Madura agar lebih dikenal dan mudah diingat oleh masyarakat Kabupaten Sumenep sendiri dan dapat menarik wisatawan. Hal tersebut ditunjukkan dengan 4 indikator yaitu Pengenalan Logo/Semboyan “The Soul Of Madura” yaitu makna logo dan arti semboyan . Pengenalan Kabupaten Sumenep sendiri lebih mendalam yaitu mengenai wilayah dan arsitektur yang khas dari Kabupaten Sumenep. Keterbukaan/kemudahan akses internet yaitu informasi tentang kegiatan keseluruhan mengenai Kabupaten Sumenep, dan Mengenalkan budaya dan tempat wisata Kabupaten Sumenep yaitu Cultur budaya, kesenian dan potensi alam yang dimiliki Kabupaten Sumenep.

**Kata Kunci : Strategi, Difusi Inovasi, City Branding**