

ABSTRAK

Suhartini, B06211034, 2015. *City Branding Kabupaten Tuban Sebagai Bumi Wali*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: *City Branding*, Bumi Wali

Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji permasalahan yaitu bagaimana proses pemerintahan Kabupaten Tuban melakukan *City Branding* bumi wali dan juga faktor apa saja yang mendukung Kabupaten Tuban menjadi Bumi Wali. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses pemerintahan Kabupaten Tuban dalam melakukan *City Branding* bumi wali dan juga mengetahui faktor apa saja yang mendukung Kabupaten Tuban menjadi Bumi Wali.

Untuk mengungkap permasalahan tersebut agar didapat hasil yang baik dan maksimal, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Kemudian data yang sudah diperoleh dianalisis menggunakan analisis data model interaktif.

Hasil penelitian dan fakta dilapangan ditemukan bahwa proses yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Tuban dalam melakukan *City Branding* bumi wali. (1) menampung ide dari beberapa elemen masyarakat. (2) Mengumpulkan data-data yang mendukung proses *City Branding* Kabupaten Tuban menjadi Bumi Wali. (3) melakukan penelitian/melakukan survey. (4) Melakukan pengesahan Kabupaten Tuban menjadi Bumi Wali. (5) Sosialisasi Pemerintah Kabupaten Tuban melakukan *City Branding* Bumi Wali. (6) Respon positif dari masyarakat sekitar mengenai *City Branding* Kabupaten Tuban menjadi bumi wali. (1) Kabupaten Tuban berusaha untuk mengembalikan identitas. (2) Kabupaten Tuban menginginkan citra yang positif. (3) Popularitas wisata religi sebagai keunggulan Kota . (4) Keharmonisan antar umat beragama menjadi prioritas. Dari penelitian ini, terdapat saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi peneliti lain jika akan melakukan penelitian yang sejenis adalah agar peneliti lebih membahas pada kajian kuantitatif guna melakukan tes seberapa kuat pengaruh *City Branding* terhadap peningkatan citra Kabupaten Tuban.