

ABSTRAK

Agung Latifii. STRATEGI KOMUNIKASI PENGELOLA WISATA BUATAN DESA TELAGA BIRU DALAM MENGEMBANGKAN DIGITALISASI WISATA HALAL. Dibimbing oleh Dr. Sri Wahyuningsih, S,Sos., M.Si

Permasalahan yang terjadi di Pantai Biru mengenai digitalisasi yaitu tidak adanya strategi yang diterapkan pengelola wisata dalam mengembangkan digital wisata halal Pantai Biru itu sendiri, ini dapat terlihat dengan tidak adanya media sosial khusus yang memposting kegiatan dan keseharian di wisata halal Pantai Biru. Melainkan bercampur dengan kegiatan desa lainnya seperti postingan sosialisasi desa dan lain sebagainya. Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis, dan menggali strategi komunikasi pengelola wisata buatan Telaga Biru dalam mengembangkan digital halal.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Subjek dalam penelitian ini yaitu pengelola wisata. Sedangkan objek penelitiannya adalah strategi komunikasi pengelola wisata halal Pantai Biru dalam mengembangkan digitalisasi wisata halal. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Serta teknik analisis data yang dilakukan yaitu dengan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Serta teknik keabsahan data yang dilakukan yaitu menggunakan triangulasi data.

Hasil yang diperoleh adalah Media sosial di Desa Telaga Biru yaitu *Facebook*, *Instagram*, *Tiktok* serta aplikasi yang memuat Pantai Biru seperti Aplikasi Desa Wisata Nusantara, dan Visit to Bangkalan, memiliki andil cukup besar dalam mempromosikan Pantai Biru, meskipun ada beberapa kekurangan seperti tidak adanya postingan yang khusus untuk pantai biru karena kurangnya strategi komunikasi yang dilakukan di media sosial yang dimiliki oleh Desa Telaga

Biru. Sehingga inovasi yang seharusnya berjalan baik dan memiliki dampak besar terhadap wisata Pantai Biru justru cenderung mengalami *stagnant*. Konsep wisata halal sendiri masih dapat dikatakan hanya sebagai branding di lokasi wisata, tapi kurang dimunculkan di media sosial Pantai Biru, yang harusnya konsep wisata halal ini dapat menjadi daya tarik wisatawan justru seperti tidak memiliki efek apa-apa dalam penerapan di lapangannya.

Kata Kunci: Wisata Halal Pantai Biru, Strategi Komunikasi, Aplikasi

ABSTRACT

Agung Latifii. THE BLUE RIVER TOUR MANAGER'S COMMUNICATION STRATEGY IN DEVELOPING THE DIGITAL MECHANIZATION OF HALAL TOURS. Guided by Dr. Sri Wahyuningsih, S.Sos., M.Si.

The problem with the blue coast on digitisation is the lack of a strategy used by the tourist leaders to develop the blue coast's digitisation itself. This can be seen in the absence of distinctive social media that post activities and daily activities on blue beach halal Tours. Rather mixed with other village activities like village socializing posts and so on. Then it is, the purpose of this study is to know, analyze, and explore the blue tell-manager communication strategy in developing halal digital.

This type of study employs a qualitative descriptive study approach with case - study methods. The subject in this study is the tour manager. While the object of this research is a blue coast halal tours communication strategy in developing digitisation of halal tourism. Data collection techniques are done by conducting interviews, observation and documentation. And the data analysis techniques they perform with data reduction, data presentation, and data verification. And the data validity technique employed by the use of data triangulation.

The result was the social media belonging to the blue plantain villages like facebook, instagram, tiktok, and applications containing blue coast such as the nusantara tourist village application, and the visit to bangkalan. Which has done much to promote blue coast, although there are some drawbacks such as the lack of posts specifically for blue coast because of the lack of social media strategies carried out in the blue lake village. So that innovation that is supposed to run well and have a big impact on blue coast tourism tends to get stagnant. The concept of halal tours can still be said to be a branding on the tourist scene, but lacking a sense of social media on the blue coast, thought of tourism halal could be a real attraction for tourists, as if they had no effect on their laying around.

Keywords : Blue Beach Halal Tourism, Communication Strategy, Application.