

ABSTRAK

Muhammad Nouval. NIM. 200531100036. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura. Konsep Pemasaran Wisata Kasultanan Bangkalan Sebagai Destinasi Wisata Halal Di Bangkalan. Dosen Pembimbing: Dr. Dewi Quraisyin, S.Pd.I., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola destinasi wisata kasultanan Bangkalan dalam menguatkan eksistensinya sebagai wisata halal. Penelitian ini mengkaji rangkaian konsep pemasaran yang dilakukan oleh pengelola untuk menarik minat wisatawan. Karena selain sebagai destinasi wisata halal, wisata Kasultanan Bangkalan juga menjadi sarana untuk mempromosikan dan mengenang sejarah Islam di Bangkalan.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara terhadap beberapa informan, observasi yang dilakukan di lokasi wisata Kasultanan Bangkalan, serta dokumentasi yang didapatkan oleh peneliti dari berbagai sumber. Untuk validitas data-data yang sudah didapatkan, peneliti menggunakan triangulasi sumber data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsep pemasaran wisata kasultanan Bangkalan ini dilakukan dengan beberapa cara yang berkesesuaian dengan konsep 7P dalam pemasaran. Yaitu, *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*, *People*, *Process*, dan *Physical Evidences*. Komunikasi pemasaran yang dilakukan, masih terbatas pada pemanfaatan media sosial.

Kata Kunci : Konsep Pemasaran, Wisata Kasultanan, Wisata Halal Bangkalan

ABSTRACT

Muhammad Nouval. NIM. 200531100036. Communication Studies Program, Faculty of Social and Cultural Sciences, Trunojoyo Madura University. Bangkalan Sultanate Tourism Marketing Communication Halal Tourism Attraction In Bangkalan. Advisor: Dr. Dewi Quraisyin, S.Pd.I., M.Si.

This research aims to describe and analyze the marketing strategies carried out by the management of the Bangkalan Sultanate tourist destination in strengthening its existence as halal tourism. This research examines a series of marketing communication concepts carried out by managers to attract tourist interest. Because apart from being a halal tourist destination, Bangkalan Sultanate tourism is also a means to promote and commemorate Islamic history in Bangkalan.

The research method used is descriptive qualitative. Data collection in this research was carried out by interviewing several informants, observations made at Bangkalan Sultanate tourist locations, as well as documentation obtained by researchers from various sources. For the validity of the data that has been obtained, the researcher used source triangulation of data.

The results of this research show that the tourism marketing concept for the Bangkalan Sultanate is carried out in several ways that are in accordance with the 7P concept in marketing. Namely Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence. The marketing communications carried out are still limited to the use of social media.

Keywords: Marketing Concept, Sultanate Tourism, Bangkalan Halal Tourism