

ABSTRAK

Farid Afandi. NIM. 220531100030. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunodjoyo Madura. Analisis Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Branding Wisata Bukit Keki Di Kabupaten Pamekasan. Dosen Pembimbing: Dr. Dewi Quraisyin, S.Pd.I., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang pemasaran yang dilakukan oleh pengelola destinasi wisata Bukit Keki Kabupaten Pamekasan dalam membangun branding. Penelitian ini mengkaji rangkaian analisis pemasaran yang dilakukan oleh pengelola untuk menarik branding dan minat wisatawan.

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 Bukit Keki Kabupaten Pamekasan, 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 analisis pemasaran Wisata Bukit Keki Kabupaten Pamekasan ini dilakukan dengan beberapa cara yang berkesesuaian dengan 7P dalam pemasaran, yaitu, *Product, Price, Place, Promotion, People, Process*, dan *Physical Evidences* dan Analisis SWOT, yaitu *Strengths, Weaknesses, Opportunities*, dan *Threats*. Komunikasi pemasaran yang dilakukan, masih terbatas terutama dalam perkembangan media sosial.

Kata Kunci : Analisis Pemasaran, Bauran Komunikasi, Wisata Bukit Keki

ABSTRACT

Farid Afandi. Student ID. 220531100030. Communication Studies Program, Faculty of Social and Cultural Sciences, Trunodjoyo University, Madura. Marketing Communication Analysis in Building the Branding of Bukit Kehi Tourism in Pamekasan Regency. Supervisor: Dr. Dewi Quraisyin, S.Pd.I., M.Si.

This study aims to analyze the marketing efforts undertaken by the Bukit Kehi tourist destination managers in Pamekasan Regency in building branding. This study examines a series of marketing analyses conducted by the managers to attract branding and attract tourists.

The research method used is descriptive qualitative. Data collection in this study was conducted through interviews with several informants, observations conducted at the Bukit Kehi tourist location in Pamekasan Regency, and documentation obtained by the researcher from various sources. To validate the data obtained, the researcher used triangulation of data sources.

The results of this study indicate that the marketing analysis of Bukit Kehi Tourism in Pamekasan Regency was conducted using several methods that align with the 7Ps of marketing: Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence, as well as a SWOT analysis: Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats. Marketing communications are still limited, particularly in the development of social media.

Keywords: Marketing Analysis, Communication Mix, Bukit Kehi Tourism