

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Sosial Media dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Syariah di Gunung Budeg Tulungagung,” ini ditulis oleh Afrilia Cristiani Pramudita, NIM. 126407213086, Program Studi Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dengan pembimbing: Dr. Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

Kata Kunci: Media Sosial, Pariwisata Syariah, Gunung Budeg, Promosi Digital, Strategi Pengembangan.

Pemanfaatan media sosial dalam promosi pariwisata syariah menjadi strategi penting dalam menghadapi dinamika digitalisasi pariwisata di era modern. Gunung Budeg Tulungagung sebagai salah satu destinasi lokal yang mengusung konsep pariwisata syariah memerlukan pendekatan promosi yang efektif dan sesuai dengan nilai-nilai religius yang dianut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pemanfaatan media sosial dalam memperkenalkan produk pariwisata syariah Gunung Budeg Tulungagung (2) strategi pemilihan media sosial dan sasaran wisatawan dalam pengembangan potensi pariwisata syariah (3) monitoring serta evaluasi strategi pengembangan pariwisata syariah Gunung Budeg Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan analisis data Miles dan Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial seperti *TikTok*, *Instagram* dan *Facebook* dimanfaatkan secara kreatif dan edukatif dalam memperkenalkan nilai-nilai syariah yang menjadi identitas destinasi. *TikTok* dipilih sebagai *Platform* utama karena kemampuannya dalam menyebarkan konten secara luas dan cepat, terutama kepada generasi muda. Sasaran utama promosi difokuskan pada wilayah sekitar seperti Kediri, Blitar, Trenggalek, dan Jombang dengan potensi sebagai wisatawan reguler. Adapun monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkala untuk mengukur efektivitas strategi, menjaga relevansi konten dengan prinsip syariah, serta mendukung pengambilan keputusan promosi yang berkelanjutan. Temuan ini menegaskan bahwa integrasi antara teknologi digital dan nilai religius dapat memperkuat daya tarik pariwisata lokal berbasis syariah di tengah kompetisi industri pariwisata yang semakin kompetitif.

ABSTRACT

Thesis with the title “Analysis of Social Media Strategy in Developing Sharia Tourism Potential at Mount Budeg Tulungagung,” written by Afrilia Cristiani Pramudita, NIM. 126407213086, Sharia Tourism Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, with supervisor: Dr. Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

Keywords: Social Media, Sharia Tourism, Budeg Mountain, Digital Promotion, Development Strategy

The use of social media in sharia tourism promotion is an important strategy in dealing with the dynamics of tourism digitalization in the modern era. Mount Budeg Tulungagung as one of the local destinations that carries the concept of sharia tourism requires an effective promotional approach that is in accordance with the religious values adopted.

This research aims to find out: (1) the utilization of social media in introducing sharia tourism products of Mount Budeg Tulungagung (2) social media selection strategies and target tourists in developing sharia tourism potential (3) monitoring and evaluation of sharia tourism development strategies of Mount Budeg Tulungagung.

This research uses a qualitative approach with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The results of the data obtained were then processed using Miles and Huberman data analysis.

The results showed that social media such as *TikTok*, *Instagram* and *Facebook* are utilized creatively and educationally in introducing sharia values that become the identity of the destination. *TikTok* was chosen as the main *Platform* because of its ability to spread content widely and quickly, especially to the younger generation. The main target of promotion is focused on surrounding areas such as Kediri, Blitar, Trenggalek, and Jombang with potential as regular tourists. Monitoring and evaluation are conducted regularly to measure the effectiveness of the strategy, maintain the relevance of the content to sharia principles, and support sustainable promotional decision-making. The findings confirm that the integration of digital technology and religious values can strengthen the attractiveness of sharia-based local tourism amidst the increasingly competitive tourism industry.