

STRATEGI DISPAREKRAF PROVINSI LAMPUNG DALAM PROMOSI WISATA KULINER KHAS TRADISIONAL LAMPUNG

¹Nisa Afiva Khair, ²Refdi Akmal, ²Dian Puspita Sari

¹Mahasiswa Program Studi Perjalanan Wisata, ²Dosen Program Studi
Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Lampung

ABSTRACT

The Lampung Province Tourism and Creative Economy Office is a Regional Apparatus Organizations (OPD) has the task of carrying out regional government affairs in the field of Tourism and Creative Economy. In carrying out its duties and functions, it is assisted by several fields, namely the Secretariat, the Field of Tourism Destinations, the Field of Tourism Marketing Development, the Field of Tourism Institutions and the Field of Creative Economy Development. The Creative Economy Development Sector has the task of formulating policy standards in the fields of cooperation facilities, human resource development, and creative economy promotion, and has 17 creative economy sub-sectors, one of which is culinary. The data used are primary data and secondary data. And the data analysis method used is descriptive qualitative. The results of this final project show that the potential for culinary tourism is very high, as indicated by the many types of culinary, ranging from staple foods, snacks, and special food dishes. The promotional strategy carried out is conventional in the form of the Muli Mekhanai event, culinary books, and digital marketing in the form of Websites, Instagram, Facebook.

ABSTRAK

Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung merupakan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang mempunyai tugas melaksanakan urusan pemerintahan daerah dibidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Dalam menjalankan tugas dan fungsinya, di bantu oleh beberapa bidang yaitu Sekretariat, Bidang Destinasi Pariwisata, Bidang Pengembangan Pemasaran

[KARYA ILMIAH MAHASISWA PERJALANAN WISATA]

Pariwisata, Bidang Kelembagaan Pariwisata dan Bidang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Bidang Pengembangan Ekonomi Kreatif mempunyai tugas perumusan standar kebijakan di bidang fasilitas kerjasama, pengembangan SDM dan bidang promosi ekonomi kreatif, dan memiliki 17 subsektor ekonomi kreatif yaitu salah satunya kuliner. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Serta metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penulisan tugas akhir ini menunjukkan potensi wisata kuliner sangat tinggi ditunjukkan dengan banyaknya jenis kuliner mulai dari makanan pokok, makanan cemilan dan makanan sajian khusus. Strategi promosi yang dilakukan adalah konvensional berupa *event* Muli Mekhanai, buku kuliner dan *digital marketing* berupa *Website, Instagram, Facebook*.

Kata Kunci: Potensi Wisata Kuliner dan Strategi Promosi.