

ABSTRAK

STRATEGI PENGEMBANGAN PROMOSI PARIWISATA MELALUI DIGITALISASI DI PROVINSI LAMPUNG

Oleh

Nopan Pasa Setiawan

Lampung diberkahi dengan keindahan alam dan budaya yang memikat, sebagian di antaranya telah diolah menjadi destinasi wisata populer. Namun, potensi wisata Lampung masih jauh dari kata tergali secara maksimal. Masih banyak kekayaan alam dan budaya yang tersembunyi menanti untuk dijelajahi dan dikembangkan. Oleh karena itu, pemerintah Provinsi Lampung mulai memasarkan potensi wisata yang ada dengan mempromosikan pariwisata. Promosi merupakan salah satu tahapan dari pemasaran di mana langkah ini berperan penting dalam upaya perbaikan pariwisata. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menggunakan analisis strategi oleh Mintzberg (1995) meliputi *strategy as plan*, *strategy as ploy*, *strategy as pattern*, *strategy as position* dan *strategy as perspective* yang menunjukkan bahwa Provinsi Lampung melalui Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung telah melaksanakan strategi-strategi promosi digital namun hingga saat ini masih ditemukan beberapa kendala. Beberapa kendala yang dihadapi adalah belum terfokusnya pariwisata yang akan ditonjolkan serta kolaborasi dengan influencer yang belum termanfaatkan dengan baik.

Kata Kunci: Pariwisata, Promosi Pariwisata, Digitalisasi

ABSTRACT

STRATEGY FOR DEVELOPING TOURISM PROMOTION THROUGH DIGITALIZATION IN LAMPUNG PROVINCE

By

Nopan Pasa Setiawan

Lampung is blessed with natural beauty and attractive culture, some of which have been transformed into popular tourist destinations. However, Lampung's tourism potential is still far from being fully explored. There are still many hidden natural and cultural riches waiting to be explored and developed. Therefore, the Lampung Provincial government has begun to market the existing tourism potential by promoting tourism. Promotion is one of the stages of marketing where this step plays an important role in efforts to improve tourism. The research method used is a qualitative approach using observation, interview and documentation data collection techniques. The results of research using strategy analysis by Mintzberg (1995) include strategy as plan, strategy as ploy, strategy as pattern, strategy as position and strategy as perspective which shows that Lampung Province through the Lampung Province Tourism and Creative Economy Office has implemented digital promotion strategies. However, until now there are still several obstacles found. Some of the obstacles faced are that tourism has not been focused on and collaboration with influencers has not been utilized properly.

Keywords: Tourism, Tourism Promotion, Digitalization