

ABSTRAK

Riska Anhar. 2020. Promosi Kawasan Wisata Kuliner Tempat Pelelangan Ikan Lappa Melalui Media Sosial Kabupaten Sinjai Sulawesi Selatan. Proyek Akhir. Program Studi Manajemen Kepariwisata Jurusan Kepariwisata Politeknik Pariwisata Makassar. Pembimbing: Ilham, S.Pd., M.Hum. Ph.D & Amirudin Amzah, S.Pd.,M.Hum.

Penulisan ini bertujuan untuk menjadikan sosial media sebagai promosi wisata optimal di Kawasan Wisata Kuliner Tempat Pelelangan Ikan Lappa Kabupaten Sinjai Sulawesi Selatan dengan menjawab rumusan masalah yaitu pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai serta strategi yang akan dilakukan dalam mempromosikan Kawasan Wisata Kuliner Tempat Pelelangan Ikan Lappa. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, dokumentasi dan wawancara. Adapun teknik analisis data yang dilakukan diantaranya pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penulisan ini menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial cukup berpengaruh dalam menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Kawasan Wisata Kuliner Tempat Pelelangan Ikan. Promosi yang dilakukan melalui media sosial *facebook* dan *instagram* menggunakan akun *official* Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, akan tetapi promosi yang dilakukan pihak terkait seperti Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, Komunitas, Pemilik Usaha Warung Makan dan Pengunjung masih kurang efektif sehingga memerlukan akun khusus untuk lebih mengoptimalkan promosi wisata kuliner di Kabupaten Sinjai melalui berbagai jenis media sosial yang terfokus pada informasi tentang Kawasan Wisata Kuliner Tempat Pelelangan Ikan Lappa dan memudahkan pengguna media sosial dalam mencari informasi yang dibutuhkan serta melakukan pembaharuan informasi sehingga informasi yang diberikan aktual, faktual dan lengkap. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai bekerja sama dengan *influencer* untuk mempromosikan daya tarik wisata ini sehingga banyak pengguna media sosial tertarik untuk berkunjung. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai diharapkan menggunakan media sosial lainnya seperti *twitter*, *whatsapp*, *telegram*, *line* dan *youtube*.

ABSTRACT

Riska Anhar. 2020. Promotion of Culinary Tourism Areas Lappa Auction Sites Through Social Media Sinjai Regency, South Sulawesi. Final project. Tourism Management Study Program Department of Tourism Makassar Tourism Polytechnic. Supervisor: Ilham, S.Pd., M.Hum. Ph.D & Amirudin Amzah, S.Pd., M.Hum.

This research aims to make social media as an optimal tourism promotion in the Culinary Tourism Area of Lappa Fish Auction Place in Sinjai Regency, South Sulawesi by answering problem formulation that is the use of social media as a promotional tool by the Department of Tourism and Culture of Sinjai Regency and the strategy to be carried out in promoting the Departement of Tourism and Culture of Sinjai Regency and the strategy to be carried out in promoting the Lappa Fish Auction Culinary Tourism Area. This study uses a qualitative method approach with qualitative descriptive methods. Data collection techniques used in this study were observation, documentation and interviews. The data analysis techniques included data collection, data reduction, data presentation and conclusion drawing.

The results of this writing indicate that promotion through social media is quite influential in attracting tourists to visit the Culinary Tourism Area of Fish Auction Places. Promotion is done through social media Facebook and Instagram using the official account of the Department of Tourism and Culture of Sinjai Regency, but promotions carried out by related parties such as the Department of Tourism and Culture of Sinjai Regency, Communities, Business Owners of Food Stalls and Visitors are still ineffective so it requires a special account to further optimize the promotion of culinary tourism in Sinjai Regency through various types of social media that are focused on information about the Culinary Tourism Area of the Lappa Fish Auction Place and facilitate social media users in finding the information needed and updating information so that the information provided is actual, factual and complete. The Sinjai District Tourism and Culture Office is working with influencers to promote this tourist attraction so that many social media users are interested in visiting. The Department of Tourism and Culture of Sinjai Regency is expected to use other social media such as Twitter, WhatsApp, Telegram, Line and YouTube.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing yang ditunjuk berdasarkan Surat Keputusan Direktur Politeknik Pariwisata Makassar Nomor: KP, 002 / 23 / 02 POLTEKPAR-2020 Tanggal 4 Maret 2020 untuk membimbing Saudara/i:

1. Nama : Riska Anhar
2. NIM : 15.212017
3. Program Studi : Manajemen Kepariwisataaan
4. Jurusan : Kepariwisataaan
5. Judul Proyek Akhir :

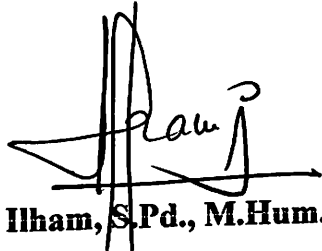
Promosi Kawasan Wisata Kuliner Tempat Pelelangan Ikan Lappa
Melalui Media Sosial di Kabupaten Sinjai Sulawesi Selatan

Menyatakan bahwa Proyek Akhir ini telah diperiksa dan dapat diajukan dihadapan Tim penguji Ujian Proyek Akhir Politeknik Pariwisata Makassar.

Makassar, Juli 2020

Disetujui oleh:

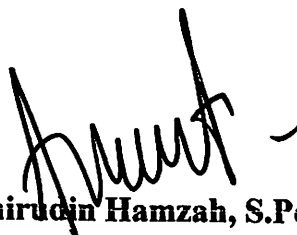
Pembimbing 1



Ilham, S.Pd., M.Hum. Ph.D

NIP.19770108 200212 1 001

Pembimbing 2



Amirudin Hamzah, S.Pd., M.Hum

NIP.19760415 200212 1 002