

Iconic culinary as an icon for tourism destination?s branding

Riska Inki Fitria, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20440722&lokasi=lokal>

Abstrak

Suatu tujuan wisata, terutama di negara-negara berkembang menghadapi tantangan untuk membuat posisi tertentu yang berbeda dari tujuan lain. Sebuah cara yang potensial untuk membangun adalah dengan melihat ke dalam item yang benar-benar melekat dengan tujuan khusus pada budaya dan kearifan lokal, salah satunya adalah ikon kuliner sebagai bagian dari budaya tujuan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengamati pemahaman tentang alasan kuliner ikon dapat digunakan sebagai ikon tujuan wisata dan untuk menganalisis bagaimana ia dapat mengambil bagian dalam proses branding tujuan melalui metode kualitatif. Dengan menyelidiki pada dimensi simbolis dan fungsional kuliner ikonik dan menganalisis proses branding tujuan wisata, penelitian ini menemukan bahwa ikon kuliner memiliki hubungan erat dengan tujuan. Selain itu, juga melakukan sebagai peran utama untuk mewakili pariwisata identitas tujuan dalam destination branding. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengamati pemahaman tentang alasan kuliner ikon dapat digunakan sebagai ikon tujuan wisata ini. Penelitian ini menggambarkan analisis mendalam pada dimensi simbolis dan fungsional kuliner ikonik. Hal ini juga untuk memahami dan menganalisis tentang bagaimana kuliner ikon sebagai ikon tujuan ini mengambil bagian dalam proses branding tujuan wisata ini.

A tourism destination, especially in developing countries faced a challenge to create a specific positioning that is different from other destinations. A potential way to establish is by looking into item that really attached with the destination specifically on culture and local wisdom, one of them is iconic culinary as part of the destinations culture. The objective of this research is to observe an understanding on the reason of iconic culinary could be used as tourism destination?s icon and to analyze how it can take a part in destination branding process through qualitative methods. By investigating on symbolic and functional dimensions of iconic culinary and analyzing tourism destination branding process, this study found that iconic culinary has a tight association with destination. Moreover, it also performs as a primary role to represent tourism destination identity in destination branding. The purpose of this research is to observe an understanding on the reason of iconic culinary could be used as a tourism destination?s icon. This study describes a thoughtful analysis on symbolic and functional dimensions of iconic culinary. It is also to understand and analyze on how the iconic culinary as a destination?s icon takes part in tourism destination?s branding process.