

ABSTRAK

Kuliner khas di Kabupaten Sumedang memiliki potensi besar sebagai daya tarik untuk destinasi wisata kuliner. Namun, hingga saat ini, belum ada pengelolaan khusus untuk pengembangan destinasi wisata kuliner yang ada di Kabupaten Sumedang oleh Pemerintah, seperti tidak adanya upaya untuk mempromosikannya ke khalayak ramai. Untuk mengatasi masalah tersebut, diperlukan perancangan strategi kreatif serta strategi media dan visual yang tepat untuk menarik target audiens dalam mempromosikan wisata kuliner di Kabupaten Sumedang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Data yang diambil menggunakan metode kuesioner, metode wawancara, dan studi pustaka. Perancangan ini menggunakan tiga Metode Analisis, yaitu Matriks, SWOT, dan AISAS. Sementara teorinya mengacu pada teori pariwisata, promosi, komunikasi pemasaran, perilaku konsumen DKV, dan media. Hasil akhir dari penelitian ini berupa rancangan strategi promosi berupa event . Pada perancangan ini dibuat sebuah *event* yang bertajuk “Festival Kuliner Sumedang” bekerja sama dengan brand lokal dan UMKM asal Kabupaten Sumedang. Dengan harapan menjadikan wisata kuliner di Kabupaten Sumedang dikenal masyarakat luas di luar Kabupaten Sumedang.

Kata kunci: strategi promosi, sumedang, wisata kuliner