

Analisis image dan Positioning merek Jepang dari tiga Value Jepang yang dipromosikan visit Japan Campaign sebagai salah satu faktor utama peningkatan wisatawan mancanegara Jepang tahun 2013 sampai dengan 2015 = The analysis of Japan's brand Image and Brand Positioning in the Japan's three values as promoted by visit Japan campaign as one major factor of Japan's increased overseas tourists in 2013 to 2015

Muhammad Rafiki, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20431417&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Seiring dengan meningkatnya persaingan dalam sektor industri pariwisata, destinasi-destinasi pariwisata pun semakin ditantang untuk menciptakan sebuah branding destinasi yang kuat. Penelitian tugas akhir ini berfokus image merek Jepang yang terdapat dalam tiga value Jepang yang dipromosikan oleh Visit Japan Campaign (VJC) yang membentuk positioning Jepang dalam pasar pariwisata global, yang relevan dengan peningkatan wisatawan mancanegara Jepang pada periode tiga tahun terakhir. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif untuk mendeskripsikan image merek Jepang dari 12 video PR bertemakan tiga value Jepang dalam website www.visitjapan.jp. Image yang telah dideskripsikan, kemudian akan dihubungkan dengan tren pasar pariwisata global untuk menganalisis positioning yang diciptakannya dalam pasar, yang memberikan dampak pada peningkatan wisatawan mancanegara ke Jepang secara signifikan dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2015.

ABSTRACT

As the tourism industry becomes more and more competitive sector in the marketplace, the tourism destinations also become more challenged to create a powerful destination branding. This final assignment focused on the brand image of Japan in the Japan's three values promoted by Visit Japan Campaign (VJC) that create Japan's positioning in the tourism global market, which relevance in the increasing overseas tourists to Japan. This research use descriptive analysis method to describe brand image of Japan in the 12 themed ?Japan's three values? PR videos in the www.visitjapan.jp website. The described images, then will be linked to the global tourism market trends to analyze the positioning it created in the market, which bring impact to the significant increased of overseas tourists to Japan in 2013 to 2015 periode;;