

Kampanye wonderful indonesia sebagai nation branding Indonesia optimalisasi terhadap media kampanye yang digunakan = Wonderful indonesia campaign as Indonesia's nation branding / Claristy

Claristy, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20434553&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Nation branding adalah cara untuk membentuk identitas negara dan melakukan diferensiasi satu negara dengan negara lainnya melalui aktivitas pencitraan (branding). Indonesia merupakan salah satu negara yang membentuk kampanye nation branding yang disebut “Wonderful Indonesia” yang dimulai sejak tahun 2011. Arief Yahya, Menteri Pariwisata Indonesia, lantas menargetkan angka yang ambisius untuk tahun 2019 mendatang, yaitu sebanyak 20 juta kunjungan wisatawan mancanegara, yang mengindikasikan peningkatan 127% dari angka kunjungan pada tahun 2014. Jurnal ini menemukan bahwa kampanye Wonderful Indonesia selama ini disampaikan dengan berbagai media kampanye (channel) komunikasi, beberapa di antaranya adalah penggunaan media digital melalui website resmi Indonesia Travel dan media sosial, pembuatan dan publikasi video kreatif, dan promosi luar negeri. Jurnal ini lalu membahas media kampanye yang digunakan serta upaya optimalisasi yang dapat dilakukan oleh tim Wonderful Indonesia dari segi konten dan teknis penggunaan media kampanye tersebut.

<hr>

ABSTRACT

Nation branding is a national effort to establish the identity of a country and to differentiate one country to another through branding activities. Indonesia is one of the countries that creates nation branding campaign called "Wonderful Indonesia", which began in 2011. Arief Yahya, Minister of Tourism of Indonesia sets an ambitious target for 2019, as many as 20 million tourists, which indicate 127% increase of the number of visits in 2014. The research conducted in this paper found that Wonderful Indonesia campaign has been delivered by a variety of communication channel, some of which are; the use of digital media via the official website of Indonesia Travel and social media, creation and publication of creative video, as well as overseas promotion. This paper then discussed the channels used and channel optimization that can be done by Wonderful Indonesia team in terms of technical and content of the channels.