

Peran hubungan masyarakat dalam industri pariwisata : studi banding Romania dan Selandia Baru = The role of public relations study in tourism industry : comparative study of Romania and New Zealand

Rr. Melati Suksma Wardhani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20446871&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Informasi bersifat esensial dalam industri pariwisata. Distribusi informasi melalui medium yang kredibel dapat membangun reputasi dan membentuk citra positif atas sebuah destinasi pariwisata. Seiring dengan berkembangnya ilmu hubungan masyarakat PR , beberapa teknik telah diterapkan oleh praktisi dalam rangka membangun reputasi tersebut, yaitu melalui strategi nation branding. Makalah ini membahas teknik yang seringkali digunakan oleh praktisi PR dalam industri pariwisata, yaitu strategi nation branding. Dalam pembentukan nation brand, penting bagi negara untuk terlebih dahulu mengetahui persepsi yang dimiliki masyarakat baik dalam negeri mau pun luar terhadap negara tersebut. Selain itu pembentukan nation branding juga harus didukung dengan kegiatan promosi. Studi banding antara Romania dan Selandia Baru menemukan bahwa distribusi informasi dengan menggunakan media interaktif merupakan cara terbaik untuk meningkatkan kredibilitas informasi.

ABSTRACT

Information is essential in tourism industry. Distribution of information through a credible medium is important to build destination's reputation and image. Along with the development of public relations study, various techniques has been implemented by the practitioners to build tourism destination's reputation, one of which is nation branding strategy. This article describes techniques that often used by PR practitioners in tourism industry, the nation branding strategy. In creating one's own nation brand, it is important for a country to understand the target audience's current perception towards the country. Promotion strategy is also needed to support nation branding whereas through this comparative study the usage of interactive media is proved to be the most effective and credible way to distribute tourism related information to the target audience.