

Dorippu andori sebagai agen promosi pariwisata Jepang melalui media sosial = Dorippu andori as Japan tourism promotion agent through social media

Tiara Darmashanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20474128&lokasi=lokal>

Abstrak

Pariwisata merupakan kebutuhan hidup manusia dimana manusia perlu berpergian keluar dari tempat tinggalnya. Hadirnya media sosial dan social media influencer orang yang berpengaruh di media sosial pada era digital ini telah mengubah metode pemasaran pariwisata menjadi lebih masif dan efektif. Penelitian ini membahas tentang unggahan Dorippu di media sosial yang bertema perjalanan wisata serta pengaruhnya terhadap minat pengikut Dorippu di media sosial untuk berwisata ke Jepang. Hal tersebut secara langsung menjadikan Dorippu sebagai agen promosi pariwisata Jepang melalui media sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah uji sampel melalui survei dengan tujuan untuk mengetahui respons pengikut terhadap unggahan Dorippu. Kunci keberhasilan promosi pariwisata Jepang terletak pada kekuatan personal brand Dorippu sehingga mampu mempengaruhi pengikutnya. Peluang tersebut dimanfaatkan oleh pihak pemasar pariwisata Jepang untuk menerapkan metode pemasaran melalui media sosial dengan cara menjadikan Dorippu sebagai endorser. Penelitian ini menemukan bahwa kuatnya personal brand Dorippu berhasil memunculkan keinginan pengikutnya di media sosial untuk berwisata ke Jepang serta informasi yang disampaikan melalui unggahannya menjadi sumber informasi wisata Jepang yang dapat diandalkan oleh calon wisatawan yang ingin berkunjung ke Jepang.

.....

Tourism is a necessity of human life that humans need to travel out of their homes. The presence of social media and social media influencers digital influential people in this digital era has changed the method of tourism marketing to become more massive and effective. This study discusses about Dorippu rsquo s post on social media that influence her followers to travel to Japan. It directly makes Dorippu a promotional agent of Japan tourism through social media. The research method is using sample test through survey with the aim to know the Dorippus followers response to Dorippus post. The success key of Japan tourism promotion lies in the strength of the Dorippus personal brand that has power to influence her followers. This opportunity is utilized by the Japan tourism marketers to apply marketing methods through social media by making Dorippu as an endorser. The research finds that Dorippus personal brand power has succeeded in raising the desire of her followers in social media to travel to Japan as well as the information conveyed through her post into a reliable source of Japanese tourist information by would be tourists who want to visit Japan.