

Tradisionalitas dan Modernitas dalam Promosi Wellness Tourism Korea Berbasis Media Sosial = Traditionality and Modernity in Korea's Social Media Based Wellness Tourism Promotion

Fathia Rahmiziri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920554032&lokasi=lokal>

Abstrak

Korea selatan merupakan negara yang perekonomiannya bergantung di sektor pariwisata. Namun, pandemi Covid-19 sepanjang tahun 2020 yang melanda dunia menyebabkan sektor pariwisata Korea mengalami penurunan yang signifikan. Oleh karena itu, Korea Tourism Organization (KTO) Indonesia akhirnya melakukan promosi Wellness Tourism sebagai strategi untuk mengajak wisatawan Indonesia untuk melakukan wisata Wellness ke Korea saat pandemi Covid-19 berakhir dengan memanfaatkan media sosial Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dimana posisi Wellness Tourism dalam upaya pemerintah mengembangkan pariwisata Korea di masa pandemi dengan melakukan analisis pada caption konten promosi KTO Indonesia selama tahun 2020 di Instagram @ktoid. Penelitian ini menerapkan metode analisis wacana Van Dijk yang melihat teks bahasa pada konten promosi Wellness Tourism tersebut untuk mengidentifikasi makna sebenarnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa KTO menonjolkan dua hal dalam mempromosikan Wellness Tourism di Indonesia, yaitu: (1) Menjadikan perpaduan aspek modern dan tradisional sebagai keunikan jenis Wellness Tourism di Korea, dan (2) Menjadikan aktor dan drama Korea populer sebagai nilai jual untuk memikat wisatawan Indonesia agar mengunjungi wisata Wellness di Korea.South Korea is a country whose economy depends on the tourism sector. However, the Covid-19 pandemic that hit the world throughout 2020 caused the Korean tourism sector to experience a significant degression. Because of that, the Korea Tourism Organization (KTO) Indonesia promoted Wellness Tourism as a strategy to invite Indonesian tourists to go to Korea after the Covid-19 pandemic ended, by utilizing Instagram. The purpose of this research is to find out aspects highlighted by Korea Tourism Organization in the Wellness Tourism promotional content's caption on their official Instagram @ktoid. This research is a literature study by applying the method of qualitative descriptive analysis using Van Dijk's theory of discourse analysis to analyzed the language text in the Wellness Tourism promotional content to identify its true meaning. The results of this study indicate that KTO highlights two things in promoting Wellness Tourism in Indonesia, namely: (1) Making a combination of modern and traditional aspects as uniqueness of Wellness Tourism in Korea, and (2) Making popular Korean actors and dramas as selling points to attract Indonesian tourists to visit Wellness tours in Korea.