

Film Induced-Tourism sebagai Media Promosi Pariwisata (Studi Kasus Fenomena Film Induced Tourism di Indonesia dan Mancanegara) = Film-Induced Tourism as A Tourism Promotion (Case Study Film Induced Tourism in Indonesia and Foreign Countries)

Indira Julisha, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423968&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Terdapat berbagai strategi promosi dan pemasaran yang dilakukan melalui film untuk menarik minat penonton terhadap suatu lokasi wisata. Salah satu yang menjadi orientasi dari strategi promosi adalah dengan memerhatikan 3 (tiga) faktor penarik film-induced tourism, yaitu 3P (Place, Personality, dan Performance) dalam film. Perfilman mancanegara telah mempertimbangkan ketiga aspek dengan baik, di mana pembuat film telah menggambarkan lokasi wisata secara maksimal ditambah dengan penggunaan off-locations yang mulai banyak digunakan oleh beberapa film, pembangunan karakterisasi atau penokohan yang kuat telah didukung oleh penggunaan nama-nama aktor dan aktris yang dikenal oleh masyarakat dunia, serta genre yang mampu mewujudkan film-induced tourism sangat bervariasi. Perfilman mancanegara mampu menarik calon wisatawan meskipun film-filmnya hanya menonjolkan satu atau dua faktor penarik saja. Berbeda dengan perfilman Indonesia, nampaknya para pembuat film masih mengandalkan aspek Place dengan menggambarkan seputar keindahan alam suatu lokasi saja, sementara popularitas para pemain film hanya dikenal oleh penonton dalam negeri dan genre yang mampu menarik minat wisatawan masih didominasi oleh film bergenre drama. Film-film Indonesia masih perlu meningkatkan aspek Performance dan Personality.

ABSTRACT

There are several promotional and marketing strategies that are implemented through a film in order to attract audiences to a tourist location. One of the orientations of the promotion strategy is to pay attention to the pull factors of film-induced tourism, known as 3P (Place, Personality and Performance). During this time, foreign movie industries have considered the use of these three aspects carefully, in which the filmmakers have succeeded in portraying specific locations (on-locations and off-locations), constructing powerful characters in movies which is supported by the use of the well-known actors and actresses world widely, and producing films with a lot of different genres. In contrast to Indonesian movie industry, it seems that the filmmakers still rely on the "Place" aspect by showing the natural beauty of certain places, while the popularity of the actors and actresses is only known by the domestic audience and the genre that attracts tourists is still dominated by drama movies. Indonesian films need to improve the two other aspects, Performance and Personality.