

## Strategi marketing public relations (MPR) dalam promosi pariwisata Selandia Baru di Indonesia pada tahun 2017 = Strategy of marketing public relations MPR on promotion for tourism New Zealand in Indonesia year 2017

Tia Salwa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20468670&lokasi=lokal>

---

Abstrak

**ABSTRAK**

Makalah ini membahas mengenai promosi pariwisata Selandia Baru di Indonesia pada tahun 2017 menggunakan strategi Marketing Public Relations MPR . Upaya pariwisata Selandia Baru dalam mengangkat keindahan alam dan petualangannya diaplikasikan melalui berbagai bentuk strategi MPR dan diimplementasikan menggunakan tools MPR seperti publikasi, press conference, tourism advocate, dan lainnya. Pada tahun 2017, pariwisata Selandia Baru memberikan promosi kepada adventure traveller di Indonesia dengan berbagai paket perjalanan yang memenuhi keinginan untuk berpetualang dengan biaya yang cukup terjangkau. Makalah ini menganalisis tiga strategi MPR yang dilakukan yaitu strategi push, pull, dan pass. Tujuan dari penulisan makalah ini adalah untuk menganalisis masing-masing strategi MPR yang dilakukan oleh pariwisata Selandia Baru sebagai upaya untuk promosi destinasi pariwisata yang ramah bagi adventure traveller dari Indonesia. Hasil dari analisis makalah ini adalah bahwa promosi yang dilakukan pariwisata Selandia Baru menggunakan strategi push, pull, dan pass Marketing Public Relations MPR dengan tools special events serta publikasi terbilang berhasil menarik perhatian target khalayak yaitu adventure traveller di Indonesia untuk berkunjung ke Selandia Baru.

---

**ABSTRACT**

This paper discusses the promotion of New Zealand tourism in Indonesia for 2017 using the strategy of Marketing Public Relations MPR . Tourism New Zealand efforts in lifting natural beauty and adventure that applied through various forms of MPR strategies and implemented using MPR tools such as publications, press conferences, tourism advocates, and others. In 2017, Tourism New Zealand provides promotions to adventure travelers in Indonesia with various travel packages that meet the desire to adventure with reasonable cost. This paper analyzes the three MPR strategies, namely push, pull and pass strategy. The purpose of this paper is to analyze each MPR strategy undertaken by Tourism New Zealand as an effort to promote tourism friendly destinations for adventure travelers from Indonesia. The analysis result of this paper is that the promotion of Tourism New Zealand using the strategy of push, pull, and pass Marketing Public Relations MPR with special tools like special events and publications that spelled out to attract the target audience of adventure travelers in Indonesia to visit New Zealand.