

**Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP**

## **Evaluasi Kerja Sama Kementerian Pariwisata Dengan Tv Travel And Living Channel Dalam Mempromosikan Brand Wonderful Indonesia.**

Nurlinda

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=74102&lokasi=lokal>

---

### **Abstrak**

Praktisi Humas selain menjadi penghubung antara perusahaan dengan publik, humas juga bertujuan untuk mempengaruhi publik hingga mengubah tingkah laku seperti yang diharapkan. Kegiatan humas melingkupi bidang periklanan, pemasaran, penjualan, dan publisitas. Dalam penelitian ini, Kementerian Pariwisata bekerja sama dengan media internasional TV TLC dengan tujuan untuk menyebarkan Brand Wonderful Indonesia melalui iklan dan promosi. Kerja sama yang dilakukan tersebut merupakan salah satu upaya untuk mencapai target 20 juta wisata mancanegara di tahun 2019.

Penelitian ini meneliti kerja sama yang dilakukan Kemenpar dengan konteks komunikasi organisasi dengan TV TLC dalam upaya menyebarkan Brand Wonderful Indonesia di Asia. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, metode studi kasus dan teori sistem (grand theory) yang menjadi landasan pemikiran penelitian ini. Keterikatan teori sistem dengan penelitian ini adalah tahapan program pada sistem organisasi Kemenpar yang menjalin kerja sama dengan pihak di luar organisasi yaitu media internasional TLC.

Hasil yang didapat dari kerja sama ini terdapat adanya peningkatan kunjungan wisata mancanegara dari tahun lalu sebelum adanya program yang dibuat dari hasil kerja sama. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan metode pengumpulan data dengan jenis observasi partisipan agar memperoleh data jauh lebih dalam. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan menambah pengetahuan penelitian selanjutnya dalam kajian teori Humas seperti teori manajemen Humas.