

ABSTRAK

Salah satu media perantara yang dapat digunakan oleh masyarakat dalam menyampaikan pesan yaitu melalui video. Jenis video yang dapat mencakup pesan audio sekaligus visual dalam durasi waktu yang lebih singkat dari durasi film yaitu video klip. Dengan adanya video klip ini memungkinkan proses mempromosikan suatu produk dapat berjalan lebih efektif dan mudah diterima di era globalisasi digital ini. Masyarakat dapat lebih mudah menangkap pesan yang disampaikan melalui media audio dan juga visual. Indonesia memiliki banyak tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan negara maupun mancanegara.

Salah satu kegiatan promosi citra yang dilakukan Kementerian Pariwisata Indonesia yaitu dengan membentuk kegiatan Wonderful Indonesia atau yang dikenal dengan nama Pesona Indonesia. Kemenpar melakukan kegiatan promosi dengan membuat video klip pariwisata Wonderful Indonesia “The Journey To A Wonderful World” pada tahun 2017 lalu dan meraih dua penghargaan sekaligus dalam ajang United Nations World Tourism Organization atau yang biasa disebut dengan UNWTO Video Competition 2017. Video klip ini memunculkan pertanyaan, bagaimana citra yang ingin dibangun oleh Wonderful Indonesia melalui video klip tersebut.

Dalam meneliti promosi citra pariwisata Indonesia, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis dan menggunakan metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Pemaknaan dilakukan dengan Teori Segitiga Makna Peirce yaitu tanda visual, kemudian dianalisis dengan melihat objek dari aspek ikon, indeks, dan simbol. Proses analisis menghasilkan makna yang didapat dari sudut pandangan peneliti. Hasil dari penelitian ini menunjukkan citra positif bagi pariwisata Indonesia yang ada didalam video klip Wonderful Indonesia “The Journey To A Wonderful World”.

Kata kunci : Video Klip, Semiotika, Charles Sanders Peirce, Citra, Wonderful Indonesia