

PENGGUNAAN BAHASA ASING DALAM MEDIA PROMOSI PARIWISATA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Esaningtyas Amallie Binsasi, Suhartini, Dr., S.S., M.A.

Abstrak

Observasi ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan bahasa asing dalam media promosi objek wisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode yang digunakan adalah wawancara dan menyimak. Dari hasil observasi dapat diketahui bahwa promosi dilakukan dengan cara mendatangi negara yang dijadikan target pasar pariwisata, memproduksi media promosi berupa brosur, serta menggunggah berbagai objek wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta secara online melalui website dan media sosial.

Promosi dengan cara mendatangi negara yang dijadikan target pasar pariwisata saat ini diberhentikan karena adanya pandemi covid-19. Adapun untuk media promosi melalui website dan media sosial masih terus dilakukan saat ini dan akan akan terus ditingkatkan.

Pada saat melakukan promosi tersebut, terdapat tiga bahasa asing yang dipergunakan dalam media promosi, yaitu bahasa Inggris, bahasa Jepang, dan bahasa Korea. Penggunaan ketiga bahasa asing dalam media promosi itu cukup signifikan terhadap penambahan wisatawan mancanegara di Daerah Istimewa Yogyakarta, terutama wisatawan mancanegara yang berasal dari Australia, Jepang, dan Korea.

Kata kunci: Bahasa Asing, Media, Promosi

THE USE OF FOREIGN LANGUAGES IN TOURISM PROMOTION MEDIA IN THE SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA

Esaningtyas Amallie Binsasi, Suhartini, Dr., S.S., M.A.

Abstract

This observation aims to determine the use of foreign languages in tourism promotion media carried out by the Yogyakarta Special Region Tourism Office. The method used is interview and listening. From the results of observations, it can be seen that promotion is carried out by visiting countries that are the target of the tourism market, producing promotional media in the form of brochures, and uploading various tourist objects in the Special Region of Yogyakarta online through websites and social media.

Promotions by visiting countries that are the target of the tourism market are currently suspended due to the COVID-19 pandemic. Media promotion through the website and social media is still being carried out at this time and will continue to be improved.

At the time of the promotion, there were three foreign languages used in the promotional media, namely English, Japanese, and Korean. The use of the three foreign languages in the promotional media is quite significant for the addition of foreign tourists in the Special Region of Yogyakarta, especially foreign tourists from Australia, Japan, and Korea.

Keywords: Foreign Language, Media, Promotion