ABSTRACT

The background of this research is an implementation of the Non-Profit Organizational Communication Planning Model in Increasing Brand Awareness of Tourism Destinations in the El John Pageants (EJP) Indonesian Tourism National Beauty Contest (PPI) and Putra Putri Pariwisata Nusantara (P3N) in 2017, departing From some facts, there are some beauty contests that EJP has not held anymore, There are beauty contests that have almost the same names, Too close distance and time to organize beauty contest events, almost the same criteria contestants for several beauty contests, and the absence of a main sponsor Contest PPI and P3N beauty. The purpose of this study is to reveal and explore, also to describe the Non-Profit Organization Communication Planning Model in Increasing Brand Awareness of Tourism Destinations in the EJP Beauty Contest Program at the National PPI and P3N Year 2017, and has research objectives to understand and be able to answer and explain Model, Obstacles and Communication Planning Process of Non-Profit Organizations in Increasing Brand Awareness of Tourism Destinations in EJP Beauty Contest at PPI and P3N National Level 2017, The focus of this research is on Non-Profit Organizational Communication Planning Models in Increasing Brand Awareness of Tourism Destinations in EJP Program Beauty Contest at the National Level of PPI and P3N in 2017. This study uses the theory of the scott school system that is to process the application of communication resources to achieve organizational goals. This study uses the constructivist paradigm, and the methodology used is a qualitative approach, using the technique of information retrieval in depth interviews consisting of seven people involved in this study as resource persons who are competent in their fields.

Keywords:

Communication Planning, Communication Management, Brand Awareness.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

http://mercubuana.ac.id/

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini adalah sebuah implementasi dari Model Perencanaan Komunikasi Organisasi *Non Profit* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Destinasi Pariwisata Pada Program El John Pageants (EJP) Kontes Kecantikan Tingkat Nasional Putri Pariwisata Indonesia (PPI) Dan Putra Putri Pariwisata Nusantara (P3N) Tahun 2017, berangkat dari beberapa fakta yang ada diantaranya terdapat beberapa kontes kecantikan yang sudah tidak EJP selenggarakan lagi, Terdapat kontes kecantikan yang memiliki nama hampir sama, Terlalu dekatnya jarak dan waktu penyelenggaraan acara kontes kecantikan, hampir sama kriteria kontestan untuk beberapa kontes kecantikan, dan tidak adanya sponsor utama dikontes kecantikan PPI dan P3N. Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengungkap dan menggali, juga ingin mendeskripsikan tentang Model Perencanaan Komunikasi Organisasi *Non Profit* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Destinasi Pariwisata Pada Program EJP Kontes Kecantikan Tingkat Nasional PPI Dan P3N Tahun 2017, dan mempunyai tujuan penelitian agar paham dan mampu menjawab serta menjelaskan Model, Hambatan, dan Proses Perencanaan Komunikasi Organisasi *Non Profit* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Destinasi Pariwisata Pada Program EJP Kontes Kecantikan Tingkat Nasional PPI Dan P3N Tahun 2017, Fokus penelitian ini adalah tentang Model Perencanaan Komunikasi Organisasi *Non Profit* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Destinasi Pariwisata Pada Program EJP Kontes Kecantikan Tingkat Nasional PPI Dan P3N Tahun 2017. Penelitian ini menggunakan teori sistem mazhab Scott yaitu untuk proses pengaplikasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, dan metodologi yang digunakan yakni pendekatan kualitatif, dengan menggunakan teknik pengambilan informasi secara wawancara mendalam yang terdiri dari tujuh orang yang terlibat pada penelitian ini sebagai narasumber yang berkopeten dibidangnya.

Kata Kunci:

Perencanaan Komunikasi, Manajemen Komunikasi, *Brand Awareness.*

UNIVERSITAS MERCU BUANA

http://mercubuana.ac.id/