

Upaya branding Wonderful Indonesia tidak dapat dilepaskan dari publikasi di media digital karena target audiens millennial dan generasi Z merupakan segmen pasar yang memiliki kebiasaan konsumsi media digital yang tinggi. Dengan berkembang pesatnya penggunaan digital media, owned media yang dimiliki Wonderful Indonesia juga perlu mengimbangi dinamika media digital yang terjadi.

Untuk dapat berfungsi dengan baik dan memenuhi tugasnya sebagai wadah dari semua informasi yang dibutuhkan oleh calon konsumen Wonderful Indonesia, situs web utama Wonderful Indonesia maupun microsites nya memerlukan pemeliharaan sistem dan optimalisasi konten yang memadai melalui optimasi kata-kata kunci di mesin pencari. Hal ini dilakukan agar para calon konsumen dapat dengan mudah menemukan inspirasi dan informasi pariwisata dan ekonomi kreatif melalui pencarian di mesin pencari.

Kata-kata kunci yang dioptimasi di mesin pencari ini juga terkait langsung dengan pengukuran indeks pengembangan kepariwisataan internasional, yaitu Travel & Tourism Development Indeks (TTDI), yang juga menjadi salah satu indikator kinerja Kemenparekraf/Baparekraf.