

*Millennials* dan gen Z sebagai target audiens komunikasi pemasaran Wonderful Indonesia saat ini, menghabiskan lebih banyak waktu untuk melihat konten video melalui media sosial maupun media konvensional. Salah satu bentuk konten video yang berbeda adalah *web series*. *Web series* merupakan sebuah bentuk *content marketing* dalam format film pendek yang dikemas dalam durasi padat, serta diletakkan dalam sebuah *platform* untuk audiens seperti YouTube, Facebook, dll.

Pembuatan Film Promosi Destinasi Super Prioritas juga dirancang agar mampu memberikan kesan yang baik karena dapat menjadi salah satu representasi kehadiran *brand* Wonderful Indonesia di mata calon wisatawan mancanegara dan nusantara. Selain itu, Pembuatan Film Promosi Destinasi Super Prioritas juga diharapkan dapat menjadi salah satu kunci pembuka mata pasar untuk mengenal destinasi pariwisata dan turut membuka peluang terciptanya *snowball effect* berupa rangkaian aktivasi pemasaran yang mendukung kampanye untuk meningkatkan rasa bangga berwisata di Indonesia.