**ABSTRAK**

**Penulis melaksanakan penelitian dengan mengambil judul: “Strategi Komunikasi Paguyuban Mojang Jajaka Mengenai Sosialisasi Pariwisata Dan Kebudayaan Di Jawa Barat”.**

**Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan tahapan dan perencanaan stratregi komunikasi dalam suatu program sosialisasi pariwisata dan kebudayaan di jawa barat, yang dilakukan oleh paguyuban mojang jajaka jawa barat.**

**Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian dengan data deskriptif berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari orang-orang dan perilaku-perilaku yang dapat diamati, Isi dari program sosialisasi pariwisata dan kebudayaan jawa barat di analisis berdasarkan strategi komunikasi dikaitkan dengan teori sosialisasi yang dikemukakan oleh David A Goslin. Sesuai teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan wawancara maupun studi dokumentasi.**

**Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, strategi komunikasi yang dilakukan paguyuban mojang jajaka adalah dengan melakukan berbagai pencapaian perencanaan kegiatan dan metode-metode yang digunakan untuk mensosialisasikan pariwisata dan kebudayaan dijawa barat. Hal tersebut dapat dilakukan dengan adanya komunikasi yang terjalin dengan baik dilingkungan internal dan eksternal instansi. untuk mengembangkan komunikasi yang efektif maka diperlukan sebuah perencanaan yang baik sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Elemen-elemen pendukung dalam strategi komunikasi yaitu : penyusunan pesan, metode komunikasi, media, dan khalayak.**

**Setelah melakukan penelitian tentang strategi komunikasi paguyuban mojang jajaka mengenai sosialisasi pariwisata dan kebudayaan di jawa barat ini, peneliti menyarankan agar paguyuban mojang jajaka beserta dinas pariwisata dan kebudayaan jawa barat perlu memperhatikan/melihat system atau pesan-pesan yang disampaikan kepada masyarakat karna terlihat masih banyak yang kurang sadar akan pentingnya pariwisata dan budaya. Serta harus memperhatikan keahlian dalam bidang sosialisasi dan publikasi yang lebih baik lagi agar penyampaian informasi melalui saluran media serta pameran atau event dapat terlaksana dengan baik.**