

ABSTRAK

Pertumbuhan dan perkembangan bisnis menjadi sangat signifikan dalam konteks global yang terus berubah. Perubahan dalam teknologi, dinamika konsumen, dan kebijakan ekonomi telah membentuk bisnis saat ini. Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi, pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran semakin menjadi perhatian utama dalam dunia bisnis, terutama pada sektor pariwisata.

Salah satu fenomena yang mencolok dalam pemasaran pariwisata melalui *digital marketing* adalah munculnya *content creator* atau pembuat konten. Pentingnya *Content creator* ini tidak hanya berperan sebagai pemersatu antara destinasi wisata dengan calon wisatawan, tetapi juga menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran modern. Pentingnya *Content Creator* ini juga menjadi tuntunan bagi pariwisata di Kota Bandung untuk menerapkan promosi melalui media social agar pertumbuhan wisatawan terus berkembang terutama pariwisata religi yaitu Masjid Al Jabbar.

Masjid Al Jabbar ini dikenal oleh masyarakat dari keberhasilan konten yang dibuat oleh *Content Creator* Pariwisata Religi yang dinaungi Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Barat untuk mempromosikan melalui pemasaran *digital* di era *augmented marketing* yang merupakan alat pemasaran di dunia digital saat ini.

Dengan memahami bagaimana *content creator* beroperasi dalam konteks bisnis pariwisata di Masjid Al Jabbar Kota Bandung, kita dapat mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan *content creator* melalui media sosial. Analisis tersebut juga dapat menjadi landasan untuk pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan, sejalan dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen.

Kata Kunci: *Content creator*, **Bisnis Pariwisata Marketing 5.0 Di Kota Bandung**

ABSTRACT

Business growth and development have become significantly crucial in the ever-changing global context. Changes in technology, consumer dynamics, and economic policies have shaped today's business landscape. In the era of globalization and technological advancement, the utilization of social media as a marketing tool is increasingly becoming a primary focus in the business world, particularly in the tourism sector.

One striking phenomenon in tourism marketing through digital marketing is the emergence of content creators. The importance of these content creators lies not only in acting as a bridge between tourist destinations and potential travelers but also as a vital element in modern marketing strategies. Their significance also serves as guidance for tourism in Bandung City to implement promotions through social media to ensure continuous growth in tourist numbers, especially in religious tourism such as Masjid Al Jabbar.

Masjid Al Jabbar is known to the public due to the success of content created by Religious Tourism Content Creators under the auspices of the West Java Provincial Tourism Office to promote it through digital marketing in the era of augmented marketing, which is a marketing tool in today's digital world.

By understanding how content creators operate in the context of tourism business at Masjid Al Jabbar in Bandung City, we can identify key factors influencing the success of content creators through social media. This analysis can also serve as a foundation for the development of more effective and sustainable marketing strategies, in line with technological advancements and changes in consumer behavior.

Keywords: Content creator, Business Tourism , Marketing 5.0 In West Java.

ABSTRAK

Pangembangan sareng pertumbuhan usaha jadi sagala-signifikan dina kontékstual global anu terus berubah. Parobihan dina teknologi, dinamika konsumén, sareng kawijakan ékonomi geus ngabentuk usaha anu ayeuna. Dina jaman globalisasi sareng pangembangan teknologi informasi, pangalusna média sosial salaku alat pamasaran jadi panyadiaan utama dina dunya usaha, khususna dina sektor pariwisata.

Salah sahiji fenomena nu mencolok dina pamasaran pariwisata lewat digital marketing nyaéta munculna content creator atanapi pangwélat kontén. Keur pentingna Content creator ieu henteu hanya jadi panghubung antara destinasi wisata sareng parantos wisatawan, tapi ogé jadi unsur penting dina strategi pamasaran modérn. Pentingna Content Creator ogé jadi pangaksanaan kanggo pariwisata di Kota Bandung pikeun ngaplikasikeun promosi lewat média sosial pikeun mastikeun pertumbuhan wisatawan terus ngembang, hususna pariwisata religi ka Masjid Al Jabbar.

Masjid Al Jabbar ieu dikenal ku masyarakat ti hasil suksés kontén anu diciptakeun ku Content Creator Pariwisata Religi anu diiringan Kuangan Pariwisata Provinsi Jawa Barat kanggo promosi lewat pamasaran digital dina jaman augmented marketing, nu mangrupa alat pamasaran dina dunya digital ayeuna.

Kalawan ngarti kumaha content creator ngagugelar dina konteks bisnis pariwisata di Masjid Al Jabbar Kota Bandung, aya kitu ieu bisa ngidentifikasi faktor-faktor kunci anu ngaropéa hasil suksés content creator lewat média sosial. Analisis ieu ogé bisa jadi pondasi pikeun pangembangan strategi pamasaran anu langkung efektif sareng berkelanjutan, sangkan pangalaman teknologi sareng perubahan perilaku konsumén.

Kata Kunci: Konten Kreator, Bisnis Pariwisata, *Marketing 5.0*, Kota Bandung.