

## ABSTRACT

*This research is titled "STRATEGY OF TOURISM VILLAGE PROMOTION COMMUNICATION THROUGH CREATIVE CONTENT BY SMILING WEST JAVA AMBASSADOR (SWJ) ON INSTAGRAM SOCIAL MEDIA (DESCRIPTIVE STUDY OF THE SOCIAL MEDIA ACCOUNT @ARYKEDE)."*

*This study aims to determine the communication strategy for promoting tourism villages carried out through creative content by the Smiling West Java Ambassador (SWJ) on Instagram social media, with a descriptive study on the @arykede account. The research uses the Model of SOME (Share, Optimize, Manage, Engage) theoretical approach. The research instruments include observation, interviews, and documentation. The number of informants in this study consists of 1 primary informant, 1 academic informant, and 7 supporting informants, who are followers of the Instagram accounts @swj.ambassador and @arykede.*

*The research method employed is descriptive with a qualitative approach. The results of the study indicate that social media is an effective platform for promotion, particularly in introducing tourism destinations. Creative content that is both engaging and informative plays an essential role in increasing audience interest and supporting the development of tourism villages in West Java. The communication strategy carried out by SWJ Ambassador through Instagram involves the use of good visuals, personal narratives, and active interaction with followers. Additionally, SWJ Ambassador successfully combines social media trends with the promotion of local culture and the beauty of tourism villages, resulting in a positive impact on increasing tourist interest.*

**Keywords:** *communication strategy, tourism village promotion, creative content, social media, Instagram, Smiling West Java Ambassador, Model of SOME.*

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul STRATEGI KOMUNIKASI PROMOSI DESA WISATA MELALUI KONTEN KREATIF SMILING WEST JAVA AMBASSADOR (SWJ) DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI DESKRIPTIF AKUN SOSIAL MEDIA @ARYKEDE).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi promosi desa wisata yang dilakukan melalui konten kreatif oleh Smiling West Java Ambassador (SWJ) di media sosial Instagram, dengan studi deskriptif pada akun @arykede. Penelitian ini menggunakan pendekatan teori Model of SOME (Share, Optimize, Manage, Engage). Penelitian ini menggunakan Instrumen penelitian ini dilakukan dengan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Jumlah informan pada penelitian ini terdiri dari 1 (satu) informan inti, 1 (satu) informan akademisi, dan 7 (tujuh) informan pendukung yang merupakan followers dari akun Instagram @swj.ambassador dan @arykede.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial menjadi platform yang sangat efektif untuk promosi, terutama dalam memperkenalkan destinasi wisata. Konten kreatif yang menarik dan informatif memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik audiens dan mendukung pengembangan desa wisata di Jawa Barat. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh SWJ Ambassador melalui Instagram melibatkan penggunaan visual yang baik, narasi personal, serta interaksi yang aktif dengan pengikut. Selain itu, SWJ Ambassador berhasil memadukan tren media sosial dengan promosi budaya dan keindahan desa wisata, yang berdampak positif terhadap peningkatan ketertarikan wisatawan.

**Kata Kunci:** strategi komunikasi, promosi desa wisata, konten kreatif, media sosial, Instagram, Smiling West Java Ambassador, Model of SOME

## RINGKESAN

*Panalungtikan ieu judulna “STRATEGI KOMUNIKASI PROMOSI DESA WISATA MELALUI KONTEN KREATIF SMILING WEST JAVA AMBASSADOR (SWJ) DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI DESKRIPTIF AKUN SOSIAL MEDIA @ARYKEDE)”.*

*Panalungtikan ieu boga tujuan pikeun nalungtik kumaha strategi komunikasi promosi desa wisata anu dilakukeun ngaliwatan kontén kreatif ku Smiling West Java Ambassador (SWJ) di media sosial Instagram, kalayan studi deskriptif dina akun @arykede. Panalungtikan ieu ngagunakeun pendekatan teori Model of SOME (Share, Optimize, Manage, Engage). Instrumen panalungtikan ieu ngalibetkeun observasi, wawancara, sareng dokumentasi. Jumlah informan dina panalungtikan ieu diwangun ku 1 (hiji) informan inti, 1 (hiji) informan akademisi, sarta 7 (tujuh) informan nu ngarupakeun followers ti akun Instagram @swj.ambassador jeung @arykede.*

*Metodeu panalungtikan anu dipaké nyaéta deskriptif kalayan pendekatan kualitatif. Hasil panalungtikan némbongkeun yén media sosial jadi platform anu pohara éfektif pikeun promosi, utamana dina ngenalkeun destinasi wisata. Kontén kreatif anu pikaresepeun jeung informatif gaduh peran penting dina ningkatkeun daya tarik audién sarta ngadukung pamekaran desa wisata di Jawa Barat. Strategi komunikasi anu dilakukeun ku SWJ Ambassador ngaliwatan Instagram ngalibetkeun panggunaan visual anu saé, narasi personal, ogé interaksi anu aktif jeung para pengikutna. Salian ti éta, SWJ Ambassador hasil ngahijikeun tren media sosial sareng promosi budaya jeung kaéndahan desa wisata, anu ngabogaan pangaruh positif kana ningkatna minat wisatawan.*

**Kecap Konci:** *strategi komunikasi, promosi desa wisata, kontén kreatif, media sosial, Instagram, Smiling West Java Ambassador, Model of SOME.*