

## Pemanfaatan Smiling West Java Ambassador dalam Promosi Pariwisata melalui Media Sosial

Azril Muhammad Shafa\*, Sophia Novita

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\*azrilshafa11@gmail.com, sophia.novita@unisba.ac.id

**Abstract.** The Smiling West Java Ambassador program, conducted by the West Java Provincial Department of Tourism and Culture, aims to promote tourism in West Java through social media platforms. In the era of modern tourism dynamics or Digital Tourism, community involvement is a key strategy in tourism promotion. This program is an initiative of the West Java Provincial Department of Tourism and Culture that mobilizes community participation in tourism promotion. The research's objective is to explore reasons for community involvement, provided empowerment, content strategies, and methods to overcome challenges in the Smiling West Java Ambassador program. Employing a qualitative method with a case study approach, the research reveals the uniqueness of community engagement in social media promotion trends, utilizing theories of community participation and promotional content to analyze collected data. Data collection involved interviews, observations and documentation. Findings indicate that empowering and involving communities in tourism promotion programs can have positive impacts, enhancing local participation, sustainable tourism, and creating authentic and engaging content, thereby raising awareness of tourism potential in West Java. Furthermore, the West Java Provincial Department of Tourism and Culture effectively overcame challenges through comprehensive strategies such as collaborating with local governments, tourism stakeholders, and active social media users, ensuring program responsiveness to market needs and latest tourism trends.

**Keywords:** SWJ Ambassador. Sustainable Tourism. West Java Tourism and Culture Office.

**Abstrak.** Program Smiling West Java Ambassador, yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, bertujuan untuk mempromosikan pariwisata Jawa Barat melalui media sosial. Di era dinamika pariwisata modern atau Digital Tourism, keterlibatan masyarakat menjadi strategi utama dalam promosi pariwisata. Program ini adalah inisiatif dari Disparbud Jabar yang mengajak partisipasi masyarakat dalam mempromosikan pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki alasan keterlibatan masyarakat, pemberdayaan yang diberikan, strategi konten, dan cara mengatasi hambatan dalam program Smiling West Java Ambassador. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini menunjukkan keunikan terkait keterlibatan masyarakat dalam tren promosi melalui media sosial dengan menggunakan teori partisipasi masyarakat dan konten promosi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, pengamatan dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan memberdayakan dan melibatkan masyarakat, program promosi pariwisata dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan keterlibatan lokal, berkelanjutan pariwisata, dan menciptakan konten yang autentik dan menarik, sehingga meningkatkan kesadaran akan potensi pariwisata di Jawa Barat. Selain itu, Disparbud Jabar berhasil mengatasi hambatan dengan menerapkan strategi kolaboratif, termasuk dengan pemerintah daerah, pelaku pariwisata, dan masyarakat.

**Kata Kunci:** SWJ Ambassador. Pariwisata Berkelanjutan. Disparbud Jabar.

## A. Pendahuluan

Dalam era dinamika pariwisata modern atau Digital Tourism, melibatkan masyarakat merupakan salah satu strategi utama dalam promosi pariwisata. Program Smiling West Java Ambassador adalah salah satu inisiatif Disparbud Jabar yang menggalang partisipasi masyarakat dalam promosi pariwisata. Program Smiling West Java Ambassador atau duta pariwisata Jawa Barat ini mempunyai daya tarik luar biasa bagi warga masyarakat Jawa Barat, karena masyarakat diajak untuk ikut berpartisipasi dalam program pemerintah, selain itu terdapat banyak benefit lainnya seperti ilmu yang didapatkan ketika pelatihan menjadi content creator, mampu untuk membuat konten menarik, relasi atau koneksi sesama content creator, dan mendapatkan sertifikat resmi pemerintah Jawa Barat. Smiling West Java Ambassador adalah sebuah inovasi penting dalam mempromosikan pariwisata Jawa Barat yang mengkombinasikan teknologi digital dengan keterlibatan aktif masyarakat. Program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan jumlah wisatawan, tetapi juga untuk memberdayakan masyarakat lokal sebagai duta pariwisata, yang mampu menciptakan konten-konten kreatif dan menarik untuk dipublikasikan di media sosial. Dalam konteks global, pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi terbesar dan tercepat pertumbuhannya. Indonesia, dengan segala keindahan alam dan kekayaan budayanya, termasuk Jawa Barat, memiliki potensi besar untuk bersaing di pasar pariwisata internasional. Namun, tantangan yang dihadapi adalah bagaimana membuat destinasi wisata tersebut dikenal luas dan menarik minat wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Di sinilah peran promosi digital menjadi sangat vital (A. Shimp T, 2000).

Program ini memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat khususnya anak muda untuk ikut andil mengembangkan pariwisata melalui media sosial, selain itu juga para anggota yang telah lolos pada tahap administrasi, anggota smiling west java ambassador diberikan materi berupa penggunaan kamera, public speaking, menjadi pembuat konten dan pembuatan isi konten sebagai bentuk pemberdayaan yang diberikan dinas pariwisata dan kebudayaan provinsi Jawa Barat agar para anggota bisa memaksimalkan kegiatan promosi dengan memanfaatkan media sosial (Evans & Mckee, 2010).

Terdapat keunikan dalam penelitian ini terkait keterlibatan masyarakat dengan trend promosi melalui media sosial dengan menggunakan teori partisipasi masyarakat dan konten promosi dengan harapan bisa membantu dalam mengkaji dan menganalisa data yang sudah didapatkan. Content Marketing adalah sebuah teknik pemasaran yang dilakukan perusahaan dengan melakukan penyebaran dan pembuatan informasi atau isi pesan yang memiliki nilai, relevan, dan terus-menerus. Menurut Gunelius (2011), content marketing adalah proses secara tidak langsung dan langsung mempromosikan bisnis atau merek melalui konten teks, video, atau audio yang bernilai, baik secara online maupun offline. Hal itu bisa terjadi dalam bentuk long-form (seperti blog, artikel, e-book, dan sebagainya), short-form (seperti update Twitter, update Facebook, gambar, dan sebagainya), atau bentuk percakapan (misalnya, sharing konten melalui Twitter atau berpartisipasi dalam diskusi aktif via komentar blog atau melalui forum online). Sedangkan partisipasi masyarakat merupakan keikutsertaan masyarakat dalam sebuah kegiatan atau sebuah program baik dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan mengevaluasi hasil kegiatan yang telah dilakukan. Menurut Meilinawati (2018) partisipasi masyarakat merupakan peranan masyarakat baik perorangan maupun kelompok dalam proses pembangunan baik dalam bentuk pertanyaan maupun dalam bentuk kegiatan dengan memberi masukan pikiran, tenaga, modal, kemahiran dan keterampilan (Emmanuel Ariananto Waluyo Adi, 2022).

Penerapan digital tourism pada era saat ini merupakan sebuah pilihan yang tepat, dimana jumlah penggunaan media digital khususnya media sosial meningkat pesat setiap tahunnya baik domestik maupun mancanegara. Dalam data yang terdapat pada website dataindonesia.id dalam laporan We Are Social menyebutkan bahwa terdapat 167 juta pengguna aktif dalam media sosial di Indonesia pada Januari 2023 atau sama dengan 60,4% populasinya. Pada saat ini sudah beragam media sosial yang berkembang di masyarakat seperti; Instagram, TikTok, Youtube, Facebook, Twitter, dan lain-lain.

Instagram termasuk di antara banyak platform media sosial yang sering dimanfaatkan untuk kegiatan beriklan. (Masamma & Tahir, 2021). Penerapan digital tourism pada setiap platform media sosial tidak hanya untuk mengenalkan wisata yang ada tapi juga bisa untuk

memperlihatkan keindahan-keindahan pariwisata secara luas yang ada di Indonesia khususnya di Jawa Barat seperti budaya, kuliner, desa wisata, dan ekonomi kreatif, sehingga meningkatkan wisatawan domestik dan mancanegara.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana Pemanfaatan SWJ Ambassador dalam Promosi Pariwisata Melalui Instagram? Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui bentuk pemberdayaan anggota SWJ Ambassador oleh Disparbud Jabar.
2. Untuk mengetahui strategi pembuatan konten dalam promosi pariwisata melalui Instagram Reels.
3. Untuk mengetahui proses dalam mengatasi hambatan yang terjadi ketika melakukan promosi pariwisata dalam Program SWJ Ambassador.
4. Untuk mengetahui alasan melibatkan masyarakat dalam promosi pariwisata.

## **B. Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian Kualitatif. Menurut Strauss dan Corbin (dalam Nugrahani 2014: 4) metode penelitian kualitatif dapat diterapkan dalam menginvestigasi kehidupan masyarakat, sejarah, perilaku individu, fungsi organisasi, gerakan sosial, dan juga interaksi kekeluargaan. Dengan pendekatan studi kasus untuk mengkaji lebih dalam mengenai pemanfaatan SWJ Ambassador dalam Promosi Pariwisata di Jawa Barat.

Dengan teknik pengambilan sampel ya Menurut Sugiyono, (2009: 225) Cara atau teknik dalam mengumpulkan data bisa dilakukan dengan cara yakni, Observasi, Wawancara, Dokumentasi, dan Gabungan/Triangulasi. Dengan penjelasan tersebut, teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah melakukan wawancara dengan informan dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat, Fasilitator SWJ Ambassador, dan Anggota SWJ Ambassador 2023. Selain itu, peneliti melakukan pengumpulan data dengan dokumentasi berupa gambar yang bisa menjadi bukti dan informasi tambahan dari yang sudah didapatkan sebelumnya. Lalu yang terakhir adalah dengan melakukan pengamatan, karena peneliti disini berperan sebagai pengamat dan tidak terlibat dalam subjek penelitian maka, observasi yang peneliti lakukan observasi non partisipan yaitu peneliti tidak terlibat dalam subjek penelitian, peneliti mengamati ketika program berjalan dan dalam acara SWJ Ambassador tertentu, seperti ketika pendampingan dan proses report konten.

## **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **Pemberdayaan yang Dilakukan Disparbud Jabar**

Dalam upaya untuk memperkuat promosi pariwisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat mengambil langkah-langkah konkret untuk memberdayakan masyarakat yang dalam hal ini adalah anggota Smiling West Java Ambassador dalam upaya promosi destinasi wisata. Pemberdayaan ini dirancang untuk melibatkan mereka secara aktif dalam mengkomunikasikan pesan-pesan pariwisata melalui berbagai media, dan salah satunya adalah Instagram Reels.

Pemberdayaan yang dilakukan promosi pariwisata. Dalam temuan di atas, pemberdayaan yang dilakukan oleh Disparbud Jabar kepada anggota SWJ Ambassador adalah dengan memberikan pelatihan yang memungkinkan para anggota untuk belajar, mengembangkan keterampilan atau keahlian dan juga memberikan pendampingan kepada anggota selama program berlangsung. Pelatihan yang diberikan oleh Disparbud Jabar kepada anggota SWJ Ambassador 2023 adalah pemberian materi tentang kreator konten seperti; fotografi, videografi, pariwisata, dan kreator konten. Adapun pemberian materi tersebut diberikan kepada anggota berdasarkan hasil survey Disparbud Jabar kepada anggota SWJ Ambassador 2022 tentang apa saja yang sekiranya dibutuhkan bagi kreator konten dalam mempromosikan pariwisata. Pemateri yang disiapkan oleh Disparbud Jabar juga merupakan pemateri-pemateri yang profesional dibidangnya seperti dari akademisi sampai youtuber.

Pemberdayaan yang dilakukan oleh Disparbud Jabar kepada anggota SWJ Ambassador 2023 ini secara tidak langsung adalah proses dalam menjalankan konsep pariwisata

berkelanjutan atau sustainable tourism. Pariwisata berkelanjutan ini tujuannya adalah untuk meminimalkan dampak negatif pariwisata terhadap lingkungan, sosial, dan budaya dengan memaksimalkan manfaatnya bagi komunitas lokal dan pelestarian sumber daya alam dan budaya untuk generasi mendatang. Adapun prinsip dari pariwisata berkelanjutan ini menurut Sunarta yaitu; partisipasi, keikutsertaan para pelaku (stakeholder involvement), kepemilikan lokal, penggunaan sumber daya berkelanjutan, mawadahi tujuan-tujuan masyarakat, daya dukung, monitor dan evaluasi, akuntabilitas, pelatihan, dan promosi.

### **Perencanaan Konten SWJ Ambassador**

Agar konten yang dihasilkan bisa mengenai target dan tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya, maka sangat penting bagi para kreator konten untuk merencanakan strategi-strategi dalam pembuatan konten. Dalam kegiatan SWJ Ambassador, para anggota diwajibkan untuk mendaftarkan akun media sosial yang dimiliki untuk menjadi tempat promosi melalui media sosial, Adapun media sosial yang didaftarkan yaitu; Instagram, TikTok, Youtube, Twitter, dan Facebook. Dalam temuan penelitian yang dilakukan, penulis menemukan bahwa Disparbud Jabar dan Tim Fasilitator membuat SOW atau content guideline.

SOW dan Panduan konten memiliki peran yang penting dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi konten, dengan dibuatnya SOW maka anggota mengetahui secara rinci apa yang akan dilakukan, kapan, oleh siapa, dan dengan apa, selain itu juga hal ini membantu untuk menghindari ambigu dan memastikan semua pihak yang terlibat memiliki pemahaman yang jelas tentang tugas-tugas yang harus diselesaikan. Sedangkan dibuatnya panduan konten adalah untuk menjadi panduan bagi para anggota SWJ Ambassador bisa menyesuaikan dengan tujuan yang ditetapkan sebelumnya, dalam panduan ini mencakup tentang pedoman atau hal dasar yang harus ada dalam konten yaitu; mengandung edukasi, infomatif, hiburan, dan keaslian konten.

Selain dari SOW dan Pedoman konten ini dan tema yang sudah ditentukan, para anggota diberikan kebebasan dalam membuat konten promosi pariwisata, entah itu dalam teknik pengambilan gambar, editing, atau lainnya baik dengan kemampuan yang dimiliki atau mengimplementasikan dari pelatihan yang sudah diberikan oleh Disparbud Jawa Barat. Dengan diberikan kebebasan dalam pembuatan konten promosi, para anggota SWJ Ambassador mempunyai strategi yang berbeda-beda dalam pembuatan kontennya, baik ketika langkah-langkah pembuatan, menggunakan brand image, pembuatan timeline, hingga penentuan waktu untuk unggah konten di media sosialnya. Promosi yang dilakukan oleh Disparbud Jabar dengan melibatkan masyarakat dalam mempromosikan pariwisata Jawa Barat melalui media sosial ini selaras dengan teori content marketing yang disampaikan oleh Handley et al (2010) Content Marketing adalah sesuatu yang diciptakan atau di bagikan oleh individu maupun organisasi untuk menceritakan kisah mereka seperti sebuah percakapan. Dalam hal ini, konten yang dibuat oleh anggota SWJ Ambassador merupakan promosi konten dengan menggunakan video, yang berisikan audio, tulisan, musik pendukung, dan lain-lain. Penggunaan video dalam mempromosikan pariwisata tentu akan memudahkan penonton karena bisa mengenal subjek dengan jelas berupa tampilan visual baik tulisan, suara, dan gambar.

Dari beberapa media sosial yang digunakan untuk meng-unggah konten promosi, yang salah satunya adalah melalui Instagram dengan menggunakan fitur Reels, para anggota dimudahkan dalam membuat konten dengan banyaknya fitur yang disediakan, selain itu juga dengan menggunakan Instagram Reels, mudah bagi anggota dalam menjangkau audiens yang luas dengan menggunakan fitur repost atau collaborators dengan akun Disparbud Jabar, SWJ Ambassador, atau akun lainnya. Menggunakan fitur ini sangat bermanfaat ketika melakukan promosi di media sosial khususnya melalui Instagram Reels, dengan menggunakan tagar atau mentions maka konten yang kita buat bisa menjangkau audiens yang lebih luas lagi. Kolaborasi dan repost juga tidak hanya untuk memperluas jangkauan promosi saja, tapi juga bisa memperkuat kredibilitas, meningkatkan keterlibatan (engagement), dan memperdalam hubungan antara berbagai pemangku kepentingan dalam industri pariwisata. Dalam hal ini, para anggota SWJ Ambassador secara tidak langsung memperkenalkan brand atau brand introduction karena dengan membuat video konten pariwisata melalui Instagram atau secara online. Dalam peluncuran dan memperkenalkan brand merupakan tahap mengkomunikasikan

brand melalui berbagai media, baik secara online dan offline (Novita, 2021: 15)

### **Penyelesaian Hambatan dalam Program SWJ Ambassador**

Proses penanganan hambatan yang dilakukan oleh Disparbud Jabar dan fasilitator yaitu diantaranya adalah; Identifikasi hambatan, Konsultasi dan masukan, Pendampingan dan Koordinasi, Fleksibilitas dan Profesionalitas, Peran Fasilitator, dan Manajemen Waktu atau singkatnya adalah dengan cara; Identifikasi-Evaluasi-Penyelesaian Hambatan. Untuk mengatasi hambatan yang terjadi dalam melaksanakan program SWJ Ambassador adalah dengan cara melakukan identifikasi masalah atau tantangan dengan menggunakan tenaga ahli seperti menggunakan analisis SWOT dan evaluasi kinerja sebelumnya. Selain itu juga, pihak Disparbud Jabar melakukan monitoring dan aktif meminta masukan dari berbagai pihak seperti; Anggota SWJ Ambassador dan Destinasi pariwisata. Dengan mendampingi para anggota, Disparbud Jabar dan juga Fasilitator tentu membantu para anggota jika terdapat masalah atau hambatan ketika melakukan promosi pariwisata di lapangan. Peran fasilitator menjadi kunci dalam menyelesaikan masalah yang terjadi di lapangan karena membantu dalam memperlancar koordinasi antara dinas, pengelola destinasi, ataupun pihak terkait dalam penanganan hambatan.

Adapun proses penyelesaian hambatan yang dilakukan oleh Disparbud Jabar adalah:

1. Identifikasi Hambatan: Dalam hal ini, dari temuan di atas bahwa Disparbud Jabar melakukan kajian akhir yang melibatkan analisis SWOT dan evaluasi kinerja sebelumnya untuk mengidentifikasi hambatan-hambatan potensial.
2. Konsultasi dan Masukan: Disparbud Jabar aktif meminta masukan dari berbagai pihak terkait, termasuk SWJ Ambassador dan destinasi pariwisata untuk memperoleh sudut pandang yang komprehensif terhadap masalah yang dihadapi.
3. Pendampingan dan Koordinasi: Ketika berada dilapangan terjadi hambatan konkret, Disparbud Jabar melakukan pendampingan dan melakukan koordinasi dengan anggota SWJ Ambassador serta pengelola destinasi untuk menemukan solusi yang tepat.
4. Fleksibilitas dan Profesionalitas: Dalam temuan di atas, ditemukan bahwa Disparbud Jabar berupaya untuk tetap fleksibel dalam menanggapi situasi, namun juga tetap menjaga profesionalitas sebagai dinas pemerintah dalam melakukan koordinasi dan penyelesaian masalah.
5. Peran Fasilitator: Sebagai tim dari Disparbud Jabar, fasilitator berperan untuk memperlancar komunikasi dan koordinasi antara berbagai pihak terkait.
6. Manajemen Waktu: Disparbud Jabar mengelola waktu dengan baik, terutama dalam menyusun jadwal yang padat dengan melakukan penjadwalan ulang jika diperlukan.
7. Kerjasama yang erat: Tumbuh Kerjasama yang erat antara Disparbud Jabar dengan berbagai pihak terkait menjadi kunci dalam mengatasi hambatan sehingga promosi pariwisata berjalan baik dan efektif.

Dengan adanya keterlibatan pihak lain untuk membantu menyelesaikan hambatan, secara tidak langsung tindakan tersebut dapat memenuhi beberapa prinsip pengembangan pariwisata melalui sustainable tourism menurut Sunarta, yaitu;

1. Keikutsertaan para pelaku/Stakeholder Involvement: Dalam mengatasi hambatan, Disparbud Jabar juga melibatkan para stakeholder untuk membantu dalam menyelesaikan hambatan seperti; asosiasi pariwisata, LSM, pemerintah daerah, kelompok masyarakat pariwisata (Pokdarwis atau BUMDES), dan pihak-pihak lain yang berpengaruh.
2. Pembangunan Sumber Daya yang Berkelanjutan: Ketika terdapat hambatan terkait dengan adanya destinasi pariwisata yang sudah dikenal banyak tapi belum siap, Disparbud Jabar akan membuat sarana dan prasarana dari destinasi pariwisata yang sudah masuk *database*, namun tidak semua yang sudah masuk *database* akan disiapkan, karena terdapat pertimbangan-pertimbangan khusus sebelum menyediakan sarana dan prasarana ataupun hal lainnya untuk mendukung pariwisata tersebut.
3. Daya Dukung: Disparbud Jabar memberikan daya dukung untuk mengatasi hambatan yang terjadi seperti daya dukung fisik, alami, sosial, dan budaya.
4. Monitor dan Evaluasi: Dalam mendeteksi hambatan, Disparbud Jabar melakukan monitoring pada kegiatan SWJ Ambassador ini, juga melibatkan tenaga ahli agar lebih

jas dan terukur. Evaluasi pun dilakukan ketika program berjalan agar bisa mengawasi keberlangsungannya. Jika ada kekurangan maka akan langsung dievaluasi dan diperbaiki terhadap kegiatan tersebut.

### **Alasan Melibatkan Masyarakat dalam Promosi Pariwisata**

Dengan melibatkan masyarakat untuk ikut dalam mempromosikan pariwisata di Jawa Barat khususnya daerah tempat dimana mereka tinggal, membuat strategi ini menjadi relevan dan inovatif. Berdasarkan hasil yang sudah penulis temukan pada sub bab sebelumnya, bahwa alasan Disparbud Jabar melibatkan masyarakat dalam mempromosikan masyarakat melalui program SWJ Ambassador ini adalah karena menurunnya tingkat pariwisata di Jawa Barat akibat dari pandemi COVID-19 lalu. Selain itu juga, pemerintah Jawa Barat melihat bahwa tren promosi melalui *Online* sedang banyak digunakan dan banyak diisi oleh anak-anak muda dari generasi millennials sampai generasi Z, ditambah jika promosi melalui *Offline* tidak memungkinkan karena sedang dilakukannya pembatasan wilayah dan mengurangi bertemu secara langsung atau tatap muka, walaupun begitu Disparbud Jabar tetap melakukan promosi secara langsung seperti dalam *tabletop exercise* dan pemasaran langsung (*direct marketing*).

Keterlibatan masyarakat khususnya anak muda dalam melakukan promosi pariwisata Jawa Barat ini memberikan dampak bagus yang tidak hanya dirasakan oleh Disparbud Jabar saja, namun juga kepada anggota Smiling West Java Ambassador dan juga Destinasi Wisata yang ada di Jawa Barat. Dalam program ini, dengan melibatkan masyarakat secara langsung, program ini bertujuan untuk menghidupkan kembali minat dan partisipasi masyarakat dalam mempromosikan Jawa Barat. Secara tidak langsung dengan melibatkan masyarakat dalam program ini membuat anggota menjadi agen perubahan dan berperan aktif dalam mempromosikan pariwisata Jawa Barat, para anggota juga dapat memberikan kontribusi dalam proses kreatif seperti pembuatan konten yang menarik dan relevan bagi masyarakat karena mereka memiliki pemahaman yang lebih baik tentang preferensi dan minat saat ini sehingga bisa membuat konten yang menarik dan bisa diterima masyarakat. Hal ini menunjukkan komitmen untuk memberdayakan dan mendorong partisipasi masyarakat dalam pengembangan industri pariwisata. Kegiatan tersebut selaras dengan konsep partisipasi masyarakat dalam CBT (Community Based Tourism). Menurut Meilinawati (2018) partisipasi masyarakat merupakan peranan masyarakat baik perorangan maupun kelompok dalam proses pembangunan baik dalam bentuk pertanyaan maupun dalam bentuk kegiatan dengan memberi masukan pikiran, tenaga, modal, kemahiran dan keterampilan.

Jika dijabarkan, terdapat beberapa poin yang bisa dianalisis dalam temuan tentang mengapa Disparbud Jabar melibatkan Masyarakat dalam Promosi Pariwisata yang diantaranya adalah:

#### 1. Peningkatan Keterlibatan Masyarakat

Melibatkan masyarakat dalam promosi pariwisata merupakan langkah yang strategis untuk memperkuat keterlibatan dan rasa memiliki masyarakat terhadap destinasi pariwisata. Dengan partisipasi aktif, masyarakat memiliki peran yang lebih penting dalam mempromosikan destinasi wisata, kebudayaan, dan potensi ekonomi kreatif daerahnya, selain itu juga akan menumbuhkan legitimasi yang kuat kepada program karena adanya dukungan dan partisipasi langsung masyarakat. Sehingga, meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat dalam mengunjungi destinasi pariwisata yang dipromosikan.

#### 2. Efektivitas Program

Dengan melibatkan masyarakat, Disparbud Jabar secara tidak langsung akan bisa lebih memahami dengan baik terkait kebutuhan, keinginan, dan harapan masyarakat terkait promosi pariwisata. Sehingga, pemerintah bisa merancang dan melaksanakan program dengan lebih efektif dan relevan, serta membantu mencapai hasil yang lebih baik.

#### 3. Pemberdayaan Masyarakat

Dengan program yang dibuat oleh pemerintah, keterlibatan ini merupakan bentuk pemberdayaan masyarakat karena memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berkembang, baik dalam mengembangkan keterampilan, atau mengelola sumber daya lokal, dan pada akhirnya bisa meningkatkan kualitas hidup mereka sendiri.

#### 4. Sustainable Tourism

Keikutsertaan masyarakat dalam program Smiling West Java Ambassador ini juga merupakan langkah untuk mengembangkan dan mendukung pariwisata berkelanjutan. Dengan pendekatan yang holistik dan inklusif, seperti; partisipasi masyarakat, keikutsertaan komunitas lokal, pembangunan SDM berkelanjutan, pelatihan dan monitoring evaluasi, maka program ini bisa memastikan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dan inklusif.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pemberdayaan yang dilakukan Disparbud Jawa Barat terhadap masyarakat yang terlibat dalam program Smiling West Java Ambassador adalah pemberdayaan berbentuk pelatihan dan pendampingan. Pelatihan diberikan dengan tujuan untuk meningkatkan keterampilan, membekali pengetahuan meliputi topik pariwisata, fotografi-videografi, dan *content creator* dengan para narasumber ahli.
2. Strategi pembuatan konten yang dilakukan oleh Disparbud Jawa Barat adalah dengan membuat *content guideline* atau *statement of work* yang sesuai dengan tema yang sudah ditentukan sebelumnya. Selain itu juga, para anggota SWJ Ambassador diberikan kebebasan dalam membuat konten promosi pariwisata (dengan memperhatikan SOW dan Panduan Konten) sehingga bisa lebih kreatif dan bebas berkreasi.
3. Dalam mengatasi hambatan yang dilakukan Disparbud Jabar adalah dengan melakukan pendampingan, koordinasi, dan berkolaborasi. Hal ini dilakukan dengan adanya hambatan yang ada baik dari hasil identifikasi hambatan yang dilakukan Disparbud Jabar atau konsultasi dan masukan dari beberapa pihak yang terlibat dalam program Smiling West Java Ambassador ini.
4. Alasan Disparbud Jabar melibatkan masyarakat dalam program Smiling West Java Ambassador ini karena ingin memberdayakan anak muda Jawa Barat yang dimana sensitif terhadap teknologi untuk membantu pemerintah provinsi Jawa barat mempromosikan pariwisata yang ada di Jawa Barat melalui media sosial.

#### Acknowledge

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, atas nikmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat Menyusun skripsi ini hingga selesai. Penulis mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Untuk kedua Orang Tua, Bapak Suradi Dasep Permana dan Ibu Ela Rohayati yang tidak henti-hentinya memberikan doa, dukungan, motivasi, nasihat, dan kasih sayang kepada peneliti.
2. Para dosen Fikom Unisba serta pada Tendik yang selalu membantu memfasilitasi penulis dalam kelancaran proses penyusunan usulan penelitian ini.
3. Pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat, pak Aga, bu Kiki, dan seluruh petugas bidang Industri Pariwisata yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti, memberikan izin, dan memberikan bantuan untuk melakukan penelitian ini.

#### Daftar Pustaka

- [1] Djaslim S. *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya; 2003.
- [2] Kotler P. *Manajemen Pemasaran [Internet]*. Jakarta: Indeks; 2005. Available from: <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=618936>
- [3] Meilinawati, Devi Tri. 2018. "Analisis Partisipasi Masyarakat Dalam Program Padat Karya Di Kecamatan Magelang Utara." *Jurnal Mahasiswa Administrasi Negara* 02(02):84-96.
- [4] Nugrahani. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan dan Bahasa*. Surakarta: Deepublish.
- [5] Novita, Sophia dan Firmansyah. 2021. "Strategi Destination Branding Waduk Jatiluhur

Sebagai Wisata Air Unggulan di Jawa Barat” dalam Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol 4, No 9, tahun 2021(hlm. 15)

- [6] Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [7] Sunarta, Nyoman dan Nyoman Sukma Arida. 2017. *Pariwisata Berkelanjutan*. Bali: Cakra Press.