

ABSTRAK

Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta melakukan kerjasama dengan para Finalis Dimas Diajeng Kota Yogyakarta dalam mempromosikan Pariwisata Kota Yogyakarta. Dalam menjalankan tugasnya sebagai seorang konten kreator, melalui strategi yang dipilih, para Finalis Dimas Diajeng menggunakan *platform* media sosial Instagram. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi Finalis Dimas Diajeng dalam melakukan pembuatan sebuah konten, dan untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat yang dalam melakukan sebuah promosi pariwisata Kota Yogyakarta oleh para Finalis Dimas Diajeng. Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan dengan cara dengan melakukan wawancara mendalam dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh Finalis Dimas Diajeng dalam membuat konten media sosial Instagram mengikuti *trend* yang sedang *hype* di kalangan *netizen*. Strategi konten yang akan diunggah oleh para Finalis Dimas Diajeng merupakan konten yang *original* untuk mempromosikan pariwisata Kota Yogyakarta dan pilihan konten yang diunggah berdasarkan latar belakang oleh masing-masing finalis. Selain itu, para Finalis Dimas Diajeng juga memahami sebuah interaksi dapat terbentuk dengan cara menanggapi komentar pengikut aktif media sosial Instagram. Sebagai evaluasinya, yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta adalah dengan melakukan pertemuan rutin dengan para Finalis Dimas Diajeng pada setiap satu bulan sekali, dalam memperbaiki atau menata konten agar kedepannya dapat lebih baik.

Kata Kunci: Finalis Dimas Diajeng, Konten Kreator, Promosi Pariwisata

ABSTRACT

The Yogyakarta City Tourism Office is collaborating with the Yogyakarta City Dimas Diajeng Finalists in promoting Yogyakarta City Tourism. In carrying out their duties as content creators, through the chosen strategy, Dimas Diajeng Finalists use the social media platform Instagram. The purpose of this research is to find out the strategy of Dimas Diajeng Finalists in creating content, and to find out the supporting and inhibiting factors in carrying out tourism promotion in the city of Yogyakarta by the Dimas Diajeng Finalists. This research method uses a descriptive qualitative approach. This research was carried out by conducting in-depth interviews and documentation. The research results show that the strategy used by Finalist Dimas Diajeng in creating Instagram social media content follows the trend that is currently hype among netizens. The content strategy that will be uploaded by the Dimas Diajeng Finalists is original content to promote Yogyakarta City tourism and the choice of content uploaded is based on the background of each finalist. Apart from that, the Dimas Diajeng Finalists also understand that interactions can be formed by responding to comments from active followers on Instagram social media. As an evaluation, what is carried out by the Yogyakarta City Tourism Office is to hold regular meetings with the Dimas Diajeng Finalists once a month, to improve or organize the content so that in the future it can be better.

Key Word: *Finalist Dimas Diajeng, Content Creator, Tourism Promotion.*