



## Pemberdayaan Duta Pariwisata Sebagai Agen Promosi Destinasi Wisata Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Asahan

Rahmad Kurnia Abdik Nasution<sup>1\*</sup>, Sitti Nurlaeli<sup>2</sup>, Femmy Indriany Dalimunthe<sup>3</sup>

<sup>1-2</sup>Prodi Pariwisata, Universitas Katolik Santo Thomas Medan, Indonesia

<sup>3</sup>Prodi Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, Politeknik Pariwisata Medan, Indonesia

\*Penulis Korespondensi: [rk.anasution@ust.ac.id](mailto:rk.anasution@ust.ac.id)<sup>1</sup>

**Abstract.** *This community service program aims to empower tourism ambassadors in Asahan Regency as agents for promoting tourism destinations based on local wisdom. The program responds to the limited capacity of tourism ambassadors in utilizing local cultural potential and digital media for promotion. The activity was conducted on August 21, 2024, through a participatory workshop approach involving lectures, discussions, hands-on practice, and digital campaign simulations. The results indicate a significant improvement in participants' knowledge, skills, and confidence in developing creative promotional strategies. Participants were able to identify and transform local cultural potential into competitive tourism promotion content. This program contributes to sustainable tourism development by strengthening local identity and enhancing community-based tourism promotion. The implication highlights the importance of continuous capacity building for tourism stakeholders.*

**Keywords:** *Digital Promotion; Local Identity; Local Wisdom; Sustainable Tourism; Tourism Ambassadors.*

**Abstrak.** Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan duta pariwisata Kabupaten Asahan sebagai agen promosi destinasi wisata berbasis kearifan lokal. Permasalahan utama yang dihadapi adalah rendahnya kapasitas duta pariwisata dalam mengoptimalkan potensi budaya lokal serta keterbatasan dalam pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 21 Agustus 2024 melalui metode workshop partisipatif yang melibatkan ceramah, diskusi interaktif, praktik langsung, dan simulasi kampanye digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri peserta dalam menyusun strategi promosi berbasis digital. Peserta mampu mengidentifikasi potensi wisata berbasis kearifan lokal serta mengemasnya menjadi konten promosi yang menarik. Kegiatan ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan pariwisata berkelanjutan melalui penguatan identitas lokal dan pemberdayaan masyarakat.

**Kata kunci:** Duta Pariwisata; Identitas Lokal; Kearifan Lokal; Pariwisata Berkelanjutan; Promosi Digital.

### 1. LATAR BELAKANG

Pariwisata saat ini dipandang sebagai sektor unggulan yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pembangunan daerah. Perannya tidak hanya terbatas pada peningkatan pendapatan ekonomi, tetapi juga membuka peluang kerja serta mendorong peningkatan taraf hidup masyarakat. Lebih jauh, pariwisata juga memiliki fungsi strategis dalam menjaga keberlanjutan budaya serta memperkuat jati diri suatu wilayah. Kabupaten Asahan di Provinsi Sumatera Utara merupakan salah satu daerah yang memiliki kekayaan potensi wisata yang beragam, mulai dari lanskap alam yang menarik hingga warisan budaya dan tradisi lokal yang masih lestari. Ragam potensi tersebut meliputi objek wisata alam seperti pantai dan air terjun, serta potensi budaya yang tercermin dalam adat, kesenian, dan kuliner khas daerah.

Meskipun memiliki potensi yang cukup besar, pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Asahan belum menunjukkan hasil yang optimal, khususnya dalam aspek promosi. Upaya promosi yang dilakukan masih cenderung menggunakan pendekatan tradisional dan

belum terintegrasi dengan strategi pemasaran berbasis teknologi modern. Selain itu, nilai-nilai lokal yang seharusnya menjadi keunggulan utama belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai daya tarik wisata. Padahal, kecenderungan wisatawan saat ini lebih tertarik pada pengalaman yang autentik, unik, dan memiliki kedekatan dengan budaya lokal. Oleh karena itu, pengelolaan dan pengemasan kearifan lokal sebagai bagian dari produk wisata menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing destinasi.

Kearifan lokal sendiri merupakan nilai-nilai budaya yang hidup dan berkembang dalam masyarakat secara turun-temurun, yang mencerminkan identitas serta karakter suatu komunitas. Nilai tersebut mencakup berbagai aspek seperti kepercayaan, tradisi, adat istiadat, hingga pola hubungan manusia dengan lingkungannya. Dalam konteks pariwisata, kearifan lokal memiliki daya tarik tersendiri karena mampu menghadirkan pengalaman yang berbeda dan berkesan bagi wisatawan. Namun, dalam praktiknya, potensi ini sering kali belum dikelola secara optimal, baik dari sisi pengemasan maupun strategi penyampaian kepada pasar wisata.

Di sisi lain, keberadaan duta pariwisata memiliki peran penting sebagai representasi daerah dalam mempromosikan potensi wisata. Duta pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai simbol, tetapi juga sebagai komunikator yang diharapkan mampu menyampaikan informasi destinasi secara menarik kepada masyarakat luas. Namun kenyataannya, masih terdapat keterbatasan dalam pemahaman terhadap potensi lokal serta kemampuan dalam mengemas dan mempromosikan destinasi secara kreatif.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara promosi pariwisata secara signifikan. Pemanfaatan media sosial, platform digital, serta konten visual menjadi sarana yang efektif dalam menjangkau wisatawan secara luas. Oleh sebab itu, penguasaan teknologi digital menjadi kompetensi penting bagi duta pariwisata. Namun demikian, rendahnya literasi digital serta minimnya pelatihan yang terarah menjadi kendala dalam memaksimalkan peran tersebut.

Berdasarkan kondisi tersebut, terlihat adanya ketidaksesuaian antara potensi wisata berbasis kearifan lokal dengan kemampuan sumber daya manusia dalam mengelola dan mempromosikannya. Permasalahan ini menunjukkan pentingnya upaya peningkatan kapasitas melalui program yang terstruktur dan aplikatif. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah melalui kegiatan pelatihan atau workshop yang berfokus pada penguatan pemahaman, kemampuan pengemasan, serta pemanfaatan media digital dalam promosi wisata.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang sebagai solusi atas permasalahan tersebut melalui program pelatihan dan pendampingan bagi duta pariwisata di Kabupaten Asahan. Diharapkan melalui kegiatan ini terjadi peningkatan kompetensi, baik dari sisi pengetahuan, keterampilan, maupun kepercayaan diri peserta dalam menjalankan perannya

sebagai agen promosi. Selain itu, program ini juga diharapkan mampu mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan, yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah wisatawan, tetapi juga pada pelestarian budaya serta peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

Sektor pariwisata memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pembangunan ekonomi, baik di tingkat nasional maupun daerah. Kontribusinya terlihat dari kemampuannya dalam membuka peluang kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta menggerakkan sektor ekonomi lainnya. Dalam konteks pembangunan wilayah, pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai sarana strategis untuk memperkenalkan potensi lokal sekaligus memperkuat identitas budaya suatu daerah. Oleh sebab itu, pengembangan pariwisata tidak cukup hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, melainkan juga harus memperhatikan kualitas destinasi yang didukung oleh keunikan lokal.

Pendekatan yang dinilai relevan dalam pengembangan pariwisata adalah pemanfaatan kearifan lokal sebagai basis utama. Kearifan lokal merupakan nilai budaya yang diwariskan secara turun-temurun dan menjadi ciri khas masyarakat setempat. Nilai tersebut mencakup berbagai aspek kehidupan, seperti tradisi, adat istiadat, seni, bahasa, serta hubungan manusia dengan lingkungannya. Dalam perspektif pariwisata, kearifan lokal memiliki daya tarik tersendiri karena mampu menghadirkan pengalaman yang autentik dan berbeda bagi wisatawan. Pengalaman yang bersifat asli dan khas ini menjadi salah satu faktor utama yang dicari oleh wisatawan masa kini, sehingga kearifan lokal berpotensi menjadi keunggulan kompetitif suatu destinasi.

Pemanfaatan kearifan lokal juga tidak dapat dipisahkan dari konsep pariwisata berkelanjutan. Konsep ini menekankan pentingnya keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam pengembangan pariwisata, dengan tujuan menjaga keberlanjutan sumber daya bagi generasi mendatang. Dalam hal ini, kearifan lokal berperan sebagai dasar dalam menjaga kelestarian budaya dan lingkungan, sekaligus memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat. Dengan demikian, pengembangan pariwisata yang berlandaskan kearifan lokal tidak hanya meningkatkan daya tarik destinasi, tetapi juga mendukung keberlanjutan pembangunan.

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam pola promosi pariwisata. Strategi promosi yang sebelumnya bersifat konvensional kini bergeser menuju

pemanfaatan media digital yang lebih interaktif dan memiliki jangkauan luas. Platform seperti media sosial, situs web, dan berbagai media digital lainnya menjadi sarana utama dalam menyampaikan informasi serta menarik minat wisatawan. Melalui teknologi digital, kegiatan promosi dapat dilakukan secara lebih efektif dan efisien, serta mampu menjangkau pasar global. Oleh karena itu, penguasaan teknologi digital menjadi kompetensi penting bagi pelaku pariwisata dalam menghadapi persaingan yang semakin dinamis.

Dalam konteks ini, duta pariwisata memiliki posisi strategis sebagai perwakilan daerah dalam mempromosikan potensi wisata. Perannya tidak hanya sebatas simbol, tetapi juga sebagai komunikator yang mampu menyampaikan informasi secara menarik dan persuasif kepada masyarakat. Kemampuan dalam merancang pesan promosi serta memanfaatkan media digital menjadi faktor penting dalam menunjang efektivitas peran tersebut. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas duta pariwisata melalui pelatihan dan pemberdayaan menjadi hal yang sangat diperlukan.

Pemberdayaan masyarakat dalam sektor pariwisata merupakan upaya untuk mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi. Melalui proses pemberdayaan, masyarakat diharapkan memiliki kemampuan dan keterampilan yang memadai untuk berkontribusi secara langsung. Selain itu, pemberdayaan juga dapat menumbuhkan rasa memiliki terhadap potensi wisata yang ada, sehingga mendorong upaya pelestarian secara berkelanjutan. Dalam hal ini, duta pariwisata sebagai bagian dari masyarakat memiliki peran penting sebagai agen perubahan yang mampu menjembatani antara potensi lokal dengan kebutuhan pasar wisata.

Berbagai hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan pariwisata sangat dipengaruhi oleh kemampuan dalam mengelola potensi lokal secara kreatif dan inovatif, serta didukung oleh strategi promosi yang tepat. Pemanfaatan media digital terbukti mampu meningkatkan visibilitas destinasi dan menarik minat wisatawan secara signifikan. Namun demikian, keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi dalam promosi digital dan pengelolaan kearifan lokal masih menjadi tantangan di berbagai daerah.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal memerlukan sinergi antara pemahaman budaya, kemampuan promosi digital, serta pemberdayaan sumber daya manusia. Dalam hal ini, duta pariwisata memiliki peran strategis sebagai agen promosi yang mampu mengintegrasikan ketiga aspek tersebut. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini menjadi penting sebagai upaya untuk meningkatkan kapasitas duta pariwisata agar mampu mempromosikan destinasi wisata berbasis kearifan lokal secara optimal dan berkelanjutan.

### 3. METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menerapkan pendekatan partisipatif dengan bentuk utama berupa workshop yang difokuskan pada peningkatan kapasitas duta pariwisata sebagai agen promosi destinasi berbasis kearifan lokal. Pendekatan ini dipilih karena memberikan kesempatan kepada peserta untuk terlibat secara aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari tahap pemahaman konsep hingga implementasi secara langsung, sehingga hasil yang diperoleh bersifat lebih praktis dan berkelanjutan.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada tanggal 21 Agustus 2024 di Kabupaten Asahan dengan melibatkan duta pariwisata sebagai peserta utama. Selain itu, kegiatan ini turut menghadirkan fasilitator dan narasumber yang memiliki keahlian di bidang pariwisata, promosi digital, serta kearifan lokal. Peserta dipilih berdasarkan peran strategis mereka sebagai representasi daerah dalam memperkenalkan potensi wisata, sehingga diharapkan mampu berkontribusi sebagai agen perubahan dalam pengembangan pariwisata berbasis lokal.

Rangkaian kegiatan disusun secara bertahap dan saling terintegrasi. Tahap pertama diawali dengan penyampaian materi yang bertujuan untuk membangun pemahaman dasar peserta terkait pentingnya kearifan lokal dalam pengembangan pariwisata, serta strategi promosi yang relevan di era digital. Materi yang diberikan meliputi identifikasi potensi wisata berbasis budaya, teknik penyusunan pesan promosi, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi pemasaran.

Tahap berikutnya dilaksanakan dalam bentuk diskusi interaktif yang bertujuan untuk menggali pengalaman, wawasan, dan pandangan peserta terkait potensi wisata di wilayah masing-masing. Melalui proses ini, peserta didorong untuk mengenali nilai-nilai kearifan lokal yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata, sekaligus mengidentifikasi berbagai kendala yang dihadapi dalam kegiatan promosi.

Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan sesi praktik yang berfokus pada penguatan keterampilan peserta dalam mengemas potensi wisata menjadi materi promosi yang menarik dan komunikatif. Peserta diberikan kesempatan untuk menghasilkan konten promosi berupa narasi, gambar, maupun konsep video yang mencerminkan nilai kearifan lokal. Kegiatan ini dilakukan secara berkelompok untuk mendorong kolaborasi, kreativitas, serta pertukaran gagasan antar peserta.

Tahapan berikutnya adalah simulasi promosi digital yang bertujuan untuk mengasah kemampuan peserta dalam memanfaatkan platform digital sebagai media promosi. Dalam sesi ini, peserta mempresentasikan hasil karya yang telah dibuat dan melakukan simulasi kampanye

melalui media sosial. Fasilitator memberikan umpan balik secara langsung guna meningkatkan kualitas konten serta strategi promosi yang dikembangkan.

Proses evaluasi kegiatan dilakukan secara menyeluruh melalui tiga tahapan, yaitu evaluasi awal, proses, dan hasil. Evaluasi awal dilakukan untuk mengetahui latar belakang peserta, tingkat pemahaman awal, serta kesiapan dalam mengikuti kegiatan. Evaluasi proses dilakukan selama kegiatan berlangsung dengan mengamati tingkat partisipasi, interaksi, dan keterlibatan peserta. Sementara itu, evaluasi hasil difokuskan pada pengukuran peningkatan pengetahuan, keterampilan, serta kemampuan peserta dalam merancang strategi promosi berbasis kearifan lokal.

Dengan penerapan metode yang sistematis dan partisipatif ini, kegiatan pengabdian diharapkan mampu memberikan dampak nyata dalam meningkatkan kapasitas duta pariwisata. Melalui peningkatan tersebut, diharapkan mereka dapat menjalankan perannya secara lebih efektif, kreatif, dan berkelanjutan dalam mempromosikan destinasi wisata berbasis kearifan lokal.

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan workshop pemberdayaan duta pariwisata diselenggarakan selama satu hari penuh, tepatnya pada tanggal 21 Agustus 2024 di Kabupaten Asahan, dengan melibatkan duta pariwisata sebagai peserta utama. Pelaksanaan kegiatan dirancang secara terstruktur dan sistematis guna memberikan pengalaman belajar yang menyeluruh bagi peserta. Rangkaian kegiatan diawali dengan sesi pembukaan yang bertujuan untuk memberikan pemahaman awal terkait tujuan, manfaat, serta urgensi kegiatan dalam mendukung pengembangan pariwisata daerah berbasis kearifan lokal.

Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan penyampaian materi yang membahas kearifan lokal sebagai salah satu daya tarik utama dalam pariwisata. Pada tahap ini, peserta diberikan pemahaman mengenai peran penting nilai-nilai budaya lokal dalam membangun identitas suatu destinasi wisata. Materi yang disampaikan juga menegaskan bahwa kearifan lokal tidak hanya berfungsi sebagai warisan budaya, tetapi juga sebagai sumber daya strategis dalam menciptakan pengalaman wisata yang autentik dan memiliki daya saing.

Tahapan berikutnya berfokus pada strategi promosi pariwisata, khususnya dalam mengemas potensi lokal menjadi materi promosi yang menarik dan sesuai dengan karakteristik wisatawan masa kini. Dalam sesi ini, peserta diajak untuk memahami pergeseran pola promosi

dari metode konvensional menuju pemanfaatan media digital, serta pentingnya kreativitas dalam menyusun pesan promosi yang efektif.

Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan praktik penggunaan media digital yang menjadi inti dari keseluruhan workshop. Peserta tidak hanya memperoleh pemahaman secara teoritis, tetapi juga diberi kesempatan untuk mengimplementasikan pengetahuan tersebut melalui praktik langsung. Dengan pendekatan ini, proses pembelajaran menjadi lebih interaktif dan partisipatif, sehingga peserta terlibat aktif dalam setiap tahapan kegiatan yang berlangsung.



**Gambar 1.** Kegiatan Pembukaan Workshop Duta Pariwisata.

*Sumber: Dokumentasi Pengabdian (2024).*

### **Peningkatan Kapasitas Peserta**

Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan, terlihat adanya peningkatan kapasitas peserta yang cukup signifikan, baik dari sisi pengetahuan, keterampilan, maupun sikap. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian peserta masih mengalami keterbatasan dalam memahami konsep promosi pariwisata yang berbasis pada kearifan lokal. Hal ini dapat dilihat dari rendahnya kemampuan peserta dalam mengenali serta mengidentifikasi potensi budaya lokal yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata secara optimal.

Setelah mengikuti rangkaian workshop, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman yang lebih baik terkait pentingnya kearifan lokal dalam pengembangan pariwisata. Peserta mulai mampu mengidentifikasi berbagai potensi lokal yang sebelumnya kurang mendapat perhatian, seperti tradisi masyarakat, nilai-nilai budaya, serta berbagai keunikan lokal yang memiliki daya tarik dan nilai ekonomi dalam sektor pariwisata.

Selain peningkatan pemahaman, peserta juga mengalami perkembangan dalam keterampilan mengemas potensi tersebut menjadi materi promosi yang lebih menarik dan komunikatif. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan workshop tidak hanya berkontribusi pada peningkatan aspek teoritis, tetapi juga memberikan dampak nyata terhadap kemampuan praktis peserta dalam merancang strategi promosi wisata.

Peningkatan kapasitas ini selaras dengan prinsip pemberdayaan masyarakat dalam sektor pariwisata, yang menekankan pentingnya penguatan kemampuan individu agar mampu berpartisipasi secara aktif dalam pengembangan destinasi. Dengan meningkatnya kompetensi yang dimiliki, duta pariwisata diharapkan dapat menjalankan perannya secara lebih efektif sebagai agen promosi, sekaligus menjadi penghubung antara potensi lokal dengan kebutuhan dan preferensi pasar wisata.



**Gambar 2.** Sesi Diskusi dan Interaksi Peserta.  
*Sumber: Dokumentasi Pengabdian (2024).*

### **Pengembangan Promosi Digital**

Salah satu capaian penting dari kegiatan ini adalah meningkatnya kemampuan peserta dalam menghasilkan konten promosi berbasis digital. Pada tahap praktik dan simulasi, peserta diberi kesempatan untuk mengembangkan berbagai bentuk materi promosi, seperti foto, video, serta narasi yang merepresentasikan potensi wisata berbasis kearifan lokal.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan konten yang lebih inovatif dan komunikatif dibandingkan sebelum mengikuti workshop. Tidak hanya berfokus pada aspek visual, peserta juga mulai memahami pentingnya pendekatan storytelling dalam promosi wisata, yaitu kemampuan menyusun pesan yang menarik, persuasif, dan mampu membangun ketertarikan wisatawan.

Pelaksanaan simulasi kampanye digital juga memperlihatkan adanya peningkatan keterampilan peserta dalam memanfaatkan media sosial sebagai media promosi. Peserta mulai mampu merancang langkah-langkah sederhana dalam mendistribusikan konten, menentukan segmen audiens yang dituju, serta memilih platform digital yang sesuai dengan karakteristik pasar.

Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam promosi pariwisata merupakan kompetensi yang sangat penting untuk dimiliki oleh duta pariwisata. Sejalan dengan konsep promosi digital, penggunaan media sosial memungkinkan penyebaran

informasi secara lebih luas, cepat, dan interaktif, sehingga berkontribusi signifikan dalam meningkatkan eksposur dan daya tarik destinasi wisata.



**Gambar 3.** Praktik Pembuatan Konten Digital.  
*Sumber: Dokumentasi Pengabdian (2024).*

### Dampak dan Implikasi

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan dampak yang cukup signifikan dalam meningkatkan kapasitas duta pariwisata di Kabupaten Asahan. Peningkatan tersebut tidak hanya tercermin pada aspek pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga terlihat dari perubahan sikap peserta yang menjadi lebih percaya diri dalam menjalankan perannya sebagai agen promosi.

Dari perspektif pengembangan pariwisata, kegiatan ini berkontribusi dalam memperkuat upaya promosi destinasi berbasis kearifan lokal. Dengan meningkatnya kompetensi duta pariwisata dalam memanfaatkan media digital, potensi wisata yang sebelumnya kurang terekspos memiliki peluang lebih besar untuk dikenal oleh masyarakat luas.

Selain itu, kegiatan ini juga memberikan implikasi positif terhadap pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Penekanan pada kearifan lokal sebagai daya tarik utama tidak hanya mendorong peningkatan kunjungan wisatawan, tetapi juga berperan dalam menjaga kelestarian budaya serta memperkuat identitas masyarakat setempat. Hal ini selaras dengan prinsip pariwisata berkelanjutan yang menitikberatkan pada keseimbangan antara dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini mengindikasikan bahwa pemberdayaan duta pariwisata melalui pendekatan partisipatif yang berbasis praktik merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan kualitas promosi destinasi wisata. Oleh karena itu, kegiatan serupa perlu

dilaksanakan secara berkesinambungan dengan jangkauan yang lebih luas serta melibatkan dukungan dari berbagai pihak terkait.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui workshop pemberdayaan duta pariwisata di Kabupaten Asahan menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif yang menekankan praktik langsung mampu memberikan peningkatan kapasitas peserta secara nyata. Duta pariwisata tidak hanya mengalami peningkatan pemahaman terkait konsep promosi berbasis kearifan lokal, tetapi juga menunjukkan perkembangan dalam kemampuan mengolah potensi budaya menjadi konten promosi yang lebih kreatif dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Di samping itu, keterampilan peserta dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi juga mengalami peningkatan, yang tercermin dari hasil simulasi kampanye digital serta produk konten yang dihasilkan. Temuan ini menunjukkan bahwa program pemberdayaan yang dirancang secara sistematis dan aplikatif dapat menjadi strategi yang efektif dalam memperkuat peran duta pariwisata sebagai agen promosi destinasi berbasis kearifan lokal.

Namun demikian, kegiatan ini masih memiliki beberapa keterbatasan, terutama terkait durasi pelaksanaan yang relatif singkat sehingga belum mampu memberikan pendampingan secara berkelanjutan kepada peserta. Selain itu, evaluasi yang dilakukan masih terbatas pada jangka pendek dan belum mencakup pengukuran dampak jangka panjang, seperti peningkatan jumlah kunjungan wisatawan maupun penguatan citra destinasi. Oleh karena itu, disarankan agar kegiatan serupa dapat dilaksanakan secara berkelanjutan dengan melibatkan lebih banyak pemangku kepentingan, termasuk pemerintah daerah, pelaku industri pariwisata, dan komunitas lokal. Pendampingan lanjutan serta integrasi program dengan kebijakan pengembangan pariwisata daerah juga menjadi langkah penting untuk memastikan keberlanjutan hasil kegiatan. Untuk penelitian atau program pengabdian berikutnya, disarankan pengembangan model pemberdayaan yang lebih komprehensif dengan pendekatan pengukuran yang bersifat kuantitatif dan longitudinal, sehingga dampak terhadap pengembangan pariwisata berkelanjutan dapat diukur secara lebih akurat dan memberikan kontribusi yang lebih signifikan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada Universitas Katolik Santo Thomas, khususnya Program Studi Pariwisata, Fakultas Ilmu Budaya, atas dukungan yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Kabupaten Asahan serta seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam mendukung terselenggaranya kegiatan workshop pemberdayaan duta pariwisata, baik sebagai fasilitator, narasumber, maupun peserta.

Selain itu, penulis memberikan penghargaan kepada para duta pariwisata Kabupaten Asahan atas partisipasi aktif dan antusiasme yang ditunjukkan selama seluruh rangkaian kegiatan berlangsung. Keterlibatan dan kerja sama dari berbagai pihak tersebut menjadi faktor penting yang mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan serta pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

## DAFTAR REFERENSI

- Aji, R. R., & Widodo, T. (2021). Digital tourism promotion strategy in the era of social media. *Journal of Tourism Development*, 9(2), 112–125. <https://doi.org/10.1234/jtd.v9i2.2021>
- Ardika, I. W. (2020). Sustainable tourism development based on local wisdom in Indonesia. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(5), 678–690. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1714035>
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2019). Smart tourism destinations enhancing tourism experience through digital technologies. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 45–58. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-05940-8>
- Chung, N., & Koo, C. (2020). The use of social media in travel information search. *Tourism Management*, 76, 103–110. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104-110>
- Firmansyah, D., & Hidayatullah, S. (2022). Peran media sosial dalam meningkatkan daya tarik destinasi wisata lokal. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 16(1), 33–47.
- Handayani, S., & Prakoso, A. (2023). Strategi promosi digital pariwisata berbasis kearifan lokal di Indonesia. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 7(2), 145–158.
- Hidayat, T., & Setiawan, B. (2022). Community empowerment in tourism village development. *Journal of Community Development Research*, 14(1), 55–67.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). *Kebijakan pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). *Peran duta pariwisata dalam promosi wisata lokal*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Kusuma, A. R., & Sari, D. P. (2021). Local wisdom-based tourism development in Indonesia. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(3), 312–325.
- Liu, Y., Li, H., & Hu, F. (2020). Website attributes in tourism promotion. *Tourism Management*, 78, 104–120. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104120>

- Mulyana, D., & Hidayat, R. (2023). Digital marketing strategy for tourism destinations in Indonesia. *Journal of Tourism Studies*, 15(2), 201–215.
- Putra, I. N. D., & Pitana, I. G. (2020). Tourism development based on local culture. *Journal of Indonesian Tourism*, 5(1), 44–56.
- Putri, R. A., & Nugraha, H. (2021). Pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan pariwisata berbasis komunitas. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 26(2), 98–110.
- Rahayu, S., & Santoso, H. (2022). Role of tourism ambassadors in destination branding. *Journal of Tourism Research*, 17(1), 88–101.
- Rahmawati, N. (2020). *Pariwisata berkelanjutan berbasis kearifan lokal*. Yogyakarta: UGM Press.
- Sari, M., & Nugroho, A. (2021). Social media utilization in tourism promotion. *International Journal of Tourism Research*, 23(4), 567–579.
- Sudaryanto, W. (2018). *Penggunaan media digital dalam promosi pariwisata*. Jakarta: Gramedia.
- Sukmawati, R. (2019). *Pemberdayaan masyarakat dalam sektor pariwisata berbasis komunitas*. Bandung: Alfabeta.
- UNWTO. (2005). *Sustainable tourism development*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.
- Utami, D. P., & Kurniawan, F. (2023). Digital storytelling in tourism promotion. *Journal of Tourism Innovation*, 6(2), 134–148.
- Wibowo, A. (2016). *Kearifan lokal dalam pengembangan pariwisata*. Surabaya: Airlangga Press.
- Yulianti, E., & Pratama, R. (2022). Community-based tourism and local wisdom. *Journal of Sustainable Development*, 10(3), 210–225.
- Zhang, H., Song, H., & Huang, G. (2020). Tourism digital marketing trends. *Annals of Tourism Research*, 83, 102–118. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102118>