

PEMBERDAYAAN PEMUDA MELALUI AJANG DUTA WISATA DALAM PENINGKATAN PROMOSI PARIWISATA DI KOTA BALIKPAPAN PROVINSI KALIMANTAN TIMUR

Alifia Shafa Namira^{*1}, Akhmad Marzuki²

¹Institut Pemerintahan Dalam Negeri, Jl. Ir. Soekarno Km. 20, Jatinangor 45363, Indonesia; e-mail: raaphshafa@gmail.com

²Institut Pemerintahan Dalam Negeri, Jl. Ir. Soekarno Km. 20, Jatinangor 45363, Indonesia; e-mail: akhmad@ipdn.ac.id

*Correspondence

Received: 08-11-2023; Accepted: 30-11-2023; Published: 30-11-2023

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemberdayaan pemuda melalui ajang duta wisata dalam peningkatan promosi pariwisata di Kota Balikpapan Provinsi Kalimantan Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan induktif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi; kemudian dianalisis sesuai dengan tahapan analisis data kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pemberdayaan pemuda melalui ajang duta wisata memenuhi tujuh dari sembilan indikator pada dimensi pemberdayaan yang digunakan. Dari keenam dimensi, pada dimensi authority dan support masih didapati memerlukan perhatian lebih untuk dapat diberikan kepada duta wisata dari Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata Kota Balikpapan. Dari hasil penelitian penulis dapat menyimpulkan bahwa pemberdayaan pemuda melalui ajang duta wisata merupakan salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat yang cukup berhasil, yang dibuktikan melalui terpenuhinya tujuh dari sembilan indikator.

Kata Kunci: Duta Wisata, Pemberdayaan, Pemuda, Promosi Pariwisata

Abstract: This study aims to determine the empowerment of youth through the tourism ambassador event in increasing tourism promotion in the city of Balikpapan, East Kalimantan province. The research method used is descriptive qualitative inductive approach. Data collection techniques through interviews, observations, and documentation; then analyzed in accordance with the stages of qualitative data, namely data reduction, data presentation, and conclusion. Based on the results of research, it is known that youth empowerment through the tourism ambassador event meets seven of the nine indicators on the empowerment dimension. Of the six dimensions, the dimensions of authority and support are still found to require more attention to be given to tourism ambassadors from the youth sports and Tourism Office of Balikpapan City. From the results of the study the authors can conclude that youth empowerment through tourism ambassador event is one form of community empowerment that is quite successful, as evidenced by the fulfillment of seven of the nine indicators.

Keywords: Tourism Ambassador, empowerment, youth, Tourism Promotion

I. Pendahuluan

Hampir tiga tahun Indonesia berjuang menghadapi wabah atau pandemi covid-19. Dalam kurun waktu tersebut telah banyak upaya pemerintah dalam memulihkan bangsa

Indonesia baik dari segi kesehatan, ekonomi, sosial maupun aspek lainnya. Pemerintah dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya telah dan sedang bekerja keras agar Indonesia mampu bangkit bahkan hingga menjadi negara maju. Dalam mewujudkan tujuan dan cita-cita bangsa ini, pemerintah sudah selayaknya melaksanakan fungsi-fungsinya yang berdasarkan peraturan perundang-undangan dengan memperhatikan kebutuhan masyarakatnya. Dalam menentukan perencanaan pembangunan pemerintah harus melihat kondisi riil kehidupan masyarakatnya serta harus menggali potensi-potensi yang dimiliki setiap daerah. Sesuai dengan amanat perundang-undangan, pemerintah memiliki fungsi pemberdayaan. Dalam konteks ini, pemberdayaan merupakan upaya pemerintah dengan memberikan motivasi, fasilitas sarana dan prasarana serta kesempatan untuk menjadikan masyarakat memiliki daya untuk sadar akan potensi dirinya dalam memenuhi kebutuhan hidupnya maupun sekitarnya. Dengan masyarakat yang berdaya, potensi daerah akan mampu dikembangkan oleh masyarakatnya sendiri yang tentunya tetap dalam pengaturan dan pengawasan pemerintah.

Salah satu potensi daerah yang dapat dikembangkan adalah potensi pariwisata. Potensi pariwisata. Balikpapan sebagai kota yang dikelilingi laut memiliki pariwisata yang didominasi oleh pantai. Beberapa pantai yang terkenal diantaranya adalah Pantai Lamaru, Pantai Manggar, Pantai Kemala, dan Pantai Melawai. Di daerah pesisir yang ditumbuhi tanaman bakau juga terdapat wisata mangrove seperti Mangrove Center di Graha Indah, Hutan Mangrovedi Margo Mulyo, dan Jembatan Ulin di Kariangau. Selain itu terdapat pula wisata berbasis fauna yaitu Penangkaran Buaya di Teritip dan Agro Wisata Beruang Madu di KM 23 (Beruang Madu). Berikut disajikan data jumlah obyek wisata di Kota Balikpapan Tahun 2019 sampai 2022:

Tabel 1. Jumlah obyek wisata Balikpapan Menurut Jenis

NO	JENIS OBYEK WISATA	JUMLAH			
		2019	2020	2021	2022
1	Wisata Alam	8	7	9	9
2	Wisata Buatan	14	14	14	14
3	Wisata Religi	9	11	11	12
4	Wisata Bahari	8	9	10	11
5	Wisata Sejarah	6	9	9	9
6	Wisata Belanja	12	5	5	5
7	Wisata Kuliner		8	8	8
	Jumlah	57	63	66	68
	Pertumbuhan (%)		10,53	4,76	3,03

Sumber: Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Balikpapan

Dari data pada tabel 1. terdapat penambahan jumlah obyek wisata setiap tahunnya. Tentunya dengan adanya penambahan objek wisata tidak hanya keuntungan bagi pengelola obyek wisata tersebut tetapi juga akan membuka peluang usaha bagi masyarakat sekitarnya.

Besarnya potensi wisata tidak akan berhasil jika tidak dikeloladengan baik. Belum lagi dengan kondisi alam serta peristiwa yang tidak disangka akan terjadi seperti wabah covid-19 yang hingga saat ini belum sepenuhnya hilang. Berikut disajikan data grafik pengunjung obyek wisata di Kota Balikpapan tahun 2019 hingga 2021:



Gambar 1. Diagram Data Pengunjung Obyek Wisata Kota Balikpapan 2019-2021

Sumber: Diolah Oleh Peneliti, 2022

Dari data pada gambar 1. dapat dilihat bahwa pada tahun 2020, jumlah pengunjung objek wisata di Kota Balikpapan mengalami penurunan drastis. Pada bulan desember 2019 pengunjung objek wisata mencapai 155.994 orang sedangkan pada bulan Januari 2020 pengunjung obyek wisata hanya mencapai 51.567 orang. Hal tersebut tentunya didasari oleh pandemi Covid-19 yang mulai masuk ke Indonesia. Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) menjadi penghalang besar bagi kegiatan perekonomian, tidak hanya di kota Balikpapan tetapi juga seluruh Indonesia bahkan dunia.

Pada tahun 2021, data menunjukkan pada bulan Januari hingga Mei mulai ada peningkatan jumlah pengunjung obyek wisata di Kota Balikpapan. Namun, Pada bulan Juni diberlakukan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) untuk mengendalikan jumlah penyebaran covid-19 sehingga menyebabkan terbatasnya aktivitas masyarakat termasuk dalam berkunjung ke obyek wisata. Akan tetapi, pada bulan September 2021 kunjungan obyek wisata kembali meningkat mengingat mulai menurunnya angka

penyebaran covid-19 yang membuat pemerintah berani untuk melonggarkan aturan PPKM.

Untuk mengembalikan aktivitas pariwisata seperti sedia kala, diperlukan promosi-promosi untuk meningkatkan eksistensi pariwisata. Dalam hal ini salah satu upaya oleh Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kota Balikpapan adalah dengan memberdayakan para pemuda melalui ajang Duta Wisata. Ajang Duta Wisata mulai dilaksanakan di Kota Balikpapan setiap tahunnya mulai tahun 1998 hingga sekarang. Para pemuda yang berumur 16 sampai 25 tahun berhak mengikuti ajang duta wisata ini. Berikut disajikan jumlah pemuda umur 16 hingga 25 tahun di Kota Balikpapan pada Semester II tahun 2021:

Tabel 2. Tabel Jumlah Penduduk Menurut Usia Tunggal Kota Balikpapan Semester II Tahun 2021

Umur (Tahun)	L	P	Jumlah
16	5.635	5.278	10.913
17	4.011	3.637	7.648
18	5.686	5.238	10.924
19	5.896	5.423	11.319
20	6.220	5.730	11.950
21	6.519	5.873	12.392
22	6.162	5.333	11.495
23	6.101	5.370	11.471
24	6.053	5.570	11.623
25	6.411	5.926	12.337
Total	58.694	53.378	112.072

Sumber: DKP3A Provinsi Kalimantan Timur, 2022

Dalam ajang Duta Wisata ini, para peserta diseleksi melalui 5 (lima) tahapan antara lain seleksi berkas, wawancara dan tes tertulis seputar wisata Kota Balikpapan, karantina, unjuk bakat hingga *grand final*. Dari ajang inilah para pemuda disaring untuk dipilih yang benar-benar memiliki potensi dan kemauan untuk membantu Pariwisata Kota Balikpapan untuk lebih dikenal masyarakat.

Setelah melalui tahap pemilihan dan telah di tetapkan sebagai duta wisata, para pemuda tersebut akan melaksanakan masa pengabdian selama satu tahun. Dalam masa pengabdian tersebut para duta wisata akan membuat program kerja untuk satu tahun kedepan, dimana program kerja tersebut dilakukan untuk mengembangkan sektor pariwisata yang ada. Program kerja yang dibuat biasanya berupa promosi tentang objek wisata tersebut, dimana para duta akan mengeksplor serta mengajak orang-orang agar tertarik untuk berkunjung ke objek wisata tersebut. Tidak hanya itu, biasanya juga ada program bakti sosial yang dilakukan untuk membantu orang-orang yang membutuhkan.

Berdasarkan hasil pengamatan awal melalui media sosial Instagram Forum Duta Wisata Balikpapan, dari ratusan ribu pemuda yang ada di Kota Balikpapan berdasarkan tabel 1.3 diatas masih minim yang tertarik dengan *event* ataupun program kerja yang dilakukan oleh para duta wisata. Dapat dilihat dari jumlah pendaftar ajang duta wisata pada tahun 2022 yang hanya mencapai 138 orang dan dari tahun-tahun sebelumnya hanya berkisar 100 sampai 150 orang pendaftar. Adapun jumlah pendaftar yang masih minim diakibatkan oleh persyaratan yang cukup banyak dan kurangnya penginformasian mengenai pendaftaran serta tugas pokok dan fungsi dari duta wisata tersebut yang membuat para pemuda kurang berminat terhadap ajang ini.

Penelitian sebelumnya berkaitan dengan duta wisata sudah pernah dilakukan. Penelitian pertama dilakukan oleh Wulandari (2016) berfokus pada pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga (Disparpora) Kabupaten Trenggalek kepada calon Duta Wisata sebelum bertugas dilapangan. Kemudian pada penelitian kedua berfokus pada strategi pemerintah Desa Mooat dalam pemberdayaan pemuda melalui organisasi pemuda sadar wisata (Langi et al., 2019). Sedangkan pada penelitian ketiga berfokus pada pengaruh Duta Wisata terhadap jumlah pengunjung di Tapanuli Tengah (Hutabarat, 2020).

Dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, penelitian akan berfokus pada bagaimana pemberdayaan pemuda melalui ajang duta wisata dalam peningkatan promosi pariwisata Kota Balikpapan. Di mana ajang pemilihan duta wisata ini di bawah naungan Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata (Disporapar) Kota Balikpapan. Alasan peneliti mengkaji aspek tersebut dengan pertimbangan cermat karena pemberdayaan pemuda melalui ajang duta wisata memiliki dampak potensial dalam peningkatan promosi pariwisata di Kota Balikpapan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa fokus penelitian ini sangat berbeda

terhadap penelitian-penelitian sebelumnya. Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pemberdayaan pemuda melalui ajang duta wisata dalam peningkatan promosi pariwisata Kota Balikpapan.

II. Kajian Pustaka

1. Pemberdayaan

Pemberdayaan atau pemberkuasaan (*empowerment*) berasal dari kata “*power*” yang berarti kekuasaan atau keberdayaan. *Power* dalam dunia bisnis dikaitkan dengan kemampuan atau produktivitas, seperti yang dikemukakan oleh Mardikanto & Poerwoko (2015) bahwa: Pemberdayaan atau *empowerment* diartikan sebagai proses peningkatan optimasi kemampuan atau produktivitas, individu, organisasi, ataupun sistem. Di pihak lain, *power* juga dapat diartikan sebagai keunggulan bersaing atau posisi-tawar (*bargaining position*). Karena itu, pemberdayaan juga diartikan sebagai penguatan atau peningkatan keunggulan bersaing atau posisi-tawar.

Menurut Sarah Cook dan Steve Macaulay dalam Maani (2011) menyebutkan:

Dalam konteks pemberdayaan di Indonesia, ada tiga hal yang perlu dilakukan melalui teori Actors. Pertama, pembangunan harus fokus pada perubahan struktur. Kedua, pembangunan perlu diarahkan pada pemberdayaan masyarakat dan memberikan lebih banyak ruang dan kesempatan bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam pembangunan, sehingga membantu menyelesaikan ketimpangan seperti pengangguran, kemiskinan, dan ketimpangan. Ketiga, pembangunan memerlukan koordinasi lintas departemen, termasuk lintas departemen, lintas daerah, dan pembangunan khusus.

Menurut Maani (2011) menyatakan bahwa kerangka dasar pemberdayaan dapat dilihat dari akronim “ACTORS” yang terdiri dari :

- a. *Authority*, kelompok/masyarakat diberikan wewenang untuk mengubah pendirian atau semangat (etos kerja) menjadi suatu yang menjadi milik mereka sendiri;
- b. *Confidence dan Competence*, menimbulkan rasa percaya diri pada masyarakat dengan melihat potensi mereka untuk dapat merubah keadaan;
- c. *Trust*, menimbulkan keyakinan bahwa mereka mempunyai potensi untuk mengubah dan mereka harus bisa (mampu) untuk mengubahnya;
- d. *Opportunities*, memberikan kesempatan pada masyarakat untuk memilih segala sesuatu sesuai keinginannya sehingga masyarakat dapat mengembangkan diri sesuai dengan potensi yang dimiliki;
- e. *Responsibilities*, pemberian tanggung jawab kepada masyarakat dalam

melakukan perubahan melalui pengelolaan sehingga masyarakat dapat berubah menjadi lebih baik;

- f. *Support*, adanya dukungan dari berbagai pihak untuk menjadi lebih baik baik dari segi ekonomi, sosial, maupun budaya yang dilakukan secara simultan tanpa dominasi oleh salah satu pihak/faktor.

2. Duta Wisata

Satriawan (2013) mendefinisikan duta wisata sebagai figur pariwisata yang melewati beragam proses pemilihan yang diikuti oleh generasi muda. Tugas dari duta wisata yaitu sebagai perpanjangan tangan pemerintah untuk mempromosikan potensi pariwisata dengan tujuan meningkatkan kunjungan wisatawan. Wattimena et al. (2015) menyatakan bahwa seorang duta wisata, dalam hal ini adalah Duta Wisata Kota Balikpapan yang biasa disebut Duta Wisata Manuntung, memiliki peran layaknya seorang praktisi *public relation*, dimana tugas yang diemban tidak jauh berbeda, yaitu memperkenalkan dan mempromosikan suatu daerah ke khalayak umum melalui komunikasi, dimana mereka berada di bawah pimpinan Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kota Balikpapan. Ruslan (2016) menjelaskan bahwa praktik *public relation* merupakan seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dimanfaatkan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensi, menasihati pemimpin organisasi, dan melaksanakan aktivitas yang direncanakan sehubungan dengan kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan internal maupun kepentingan eksternal atau publik. Praktisi *public relation* akan melakukan fungsi-fungsi manajemen perusahaan, yang memiliki peran utama sebagai *communicator, relationship, back up management*, serta *good image maker*. Ruslan (2016) menyatakan bahwa seorang praktisi Humas (*Public Relation Practitioner*) harus memiliki beberapa keterampilan khusus, diantaranya sebagai *creator, conceptor, mediator*, serta *problem solver*.

3. Promosi Pariwisata

Promosi adalah sarana dimana instansi atau perusahaan berusaha untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen baik secara langsung atau tidak langsung tentang suatu produk dan merek yang mereka jual. Rangkuti mengemukakan pengertian promosi sebagai salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang digunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan (Rangkuti, 2009). Pariwisata merupakan sektor yang kuat dalam mendukung pertumbuhan suatu daerah ataupun negara. Pertumbuhan tersebut mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat di bidang ekonomi, sosial dan budaya. Pariwisata dewasa ini menjadi suatu

kebutuhan yang akan manusia coba penuhi setelah kebutuhan primer tercapai, dimana potensi pariwisata sendiri bisa manusia lihat dan nikmati melalui daya tarik wisata alam, wisata seni budaya, wisata belanja, wisata kuliner, wisata religi hingga wisata wahana bermain dan pertunjukkan. Pada tinjauan literatur penelitian sebelumnya disebutkan bahwa promosi pariwisata lokal menjadi salah satu kendala dalam perkembangan usaha kreatif (Rosari, et.al., 2023). Di sisi lain, dijelaskan pula bahwa salah satu pendekatan dalam menyelenggarakan promosi pariwisata adalah dengan melakukan pendekatan *storynomics* (Parani & Juliana, 2023). Dari penjelasan diatas maka dalam penelitian ini promosi pariwisata merupakan upaya pemerintah dalam menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan masyarakat baik secara langsung ataupun tidak langsung mengenai potensi pariwisata Kota Balikpapan.

III. Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari s.d Februari 2023 di Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kota Balikpapan Provinsi Kalimantan Timur. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan desain penelitian kualitatif. Sugiyono (2020) menyebutkan metode penelitian kualitatif dapat digunakan oleh peneliti yang tertarik meneliti kondisi obyek ilmiah dan didalamnya peneliti yang menjadi instrument kunci. Penelitian kualitatif dilakukan dengan mengumpulkan data lalu menjelaskannya ke dalam analisis dan perumusan masalah yang ditemukan saat di lapangan nantinya. Aspek-aspek tentang permasalahan yang ada dalam penelitian ini berfokus pada pemberdayaan pemuda melalui ajang dta wisata dalam peningkatan promosi praiwisata Kota Balikpapan yang dihubungkan dengan teori pemberdayaan masyarakat oleh Sarah Cook dan Steve Macaulay dalam Maani (2011). Peneliti dalam menentukan informan tersebut menggunakan pedoman pengambilan sumber data purposive sampling, peneliti menetapkan informan yang diperkirakan paling memahami tentang objek masalah yang akan diteliti. Informan penelitian adalah Kepala Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata, Kepala Bidang Kepemudaan, Kepala Bidang Pariwisata, Ketua Forum Duta Wisata dan Duta Wisata 2021. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan bentuk wawancara semi terstruktur dalam mengumpulkan data-data dan informasi terkait penelitian. Peneliti menggunakan jenis wawancara semiterstruktur karena peneliti ingin mengembangkan pertanyaan-pertanyaan yang tentunya sesuai dengan konteks pemberdayaan pemuda melalui ajang Duta Wisata dalam peningkatan promosi pariwisata di Kota Balikpapan. Berikutnya, peneliti mengamati secara umum mengenai permasalahan yang akan diteliti dengan menggunakan observasi partisipasi pasif. Selanjutnya, teknik

dokumentasi dipilih oleh peneliti untuk mengumpulkan datad an informasi dalam bentuk dokumen terkait pemberdayaan pemuda melalui ajang Duta Wisata dalam peningkatan promosi Pariwisata di Kota Balikpapan. Peneliti melakukan analisis data sesuai dengan tahapan yang dimulai dari reduksi data dengan cara mengumpulkan semua data-data mentah yang akan disederhanakan agar mudah dikelola dalam penelitian, dilanjutkan dengan penyajian data yaitu data yang telah tersusun dan sistematis sehingga siap untuk disajikan, kemudian diakhiri dengan penarikan kesimpulan yang merupakan inti dari jawaban atas permasalahan dalam penelitian ini.

IV. Hasil Dan Pembahasan

Peneliti menggunakan Teori Actors untuk menganalisis pemberdayaan pemuda melalui ajang Duta Wisata dalam peningkatan promosi pariwisata di Kota Balikpapan. Teori ACTORS merupakan teori yang dicetuskan oleh Sarah Cook dan Steven Macaulay pada tahun 1997. Penerapan konsep pemberdayaan menurut Sarah Cook dan Steven Macaulay ini kemudian dikembangkan dan dijabarkan oleh peneliti dalam uraian berikut:

Authority

Authority atau otoritas memiliki arti bahwa kelompok masyarakat atau dalam hal ini pemuda yang tergabung dalam ajang duta wisata memiliki wewenang untuk meningkatkan taraf hidup mereka kearah yang lebih baik, para pemuda yang tergabung dalam ajang duta wisata juga memiliki rasa memiliki terhadap program duta wisata dalam pemberdayaan pemuda dalam peningkatan promosi pariwisata yang diberikan pemerintah Kota Balikpapan.

Pemberdayaan pemuda melalui ajang duta wisata ini merupakan salah satu program yang dilakukan oleh Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata (DPOP) untuk menjaring pemuda-pemuda berbakat yang memiliki kemauan untuk berkontribusi bagi Kota Balikpapan khususnya bidang pariwisata. Setelah melakukan wawancara terhadap pejabat terkait dan ketua forum duta wisata, dalam dimensi *authority* ini peneliti menemukan bahwa para pemuda yang tergabung dalam ajang duta wisata ini belum dapat dikatakan memiliki kewenangan dalam menentukan kontribusinya untuk peningkatan promosi pariwisata melainkan lebih kepada pemberian tugas dari DPOP. Hal tersebut berdasarkan pernyataan Kepala Bidang Kepemudaan DPOP yang memberikan pernyataan pada tanggal 12 Januari 2023 pada wawancara di Kantor Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata yang menyatakan bahwa wewenang yang diberikan kepada duta wisata sebatas pelaksanaan tugas dan fungsi yang diberikan. Belum ada wewenang secara khusus tetapi duta wisata diberikan tanggung jawab untuk melaksanakan promosi

pariwisata tersebut. Adapun tanggung jawab tersebut melekat setelah duta wisata terpilih dalam pemilihan ajang duta wisata. Duta wisata memiliki masa bhakti wajib satu tahun untuk turut terlibat secara aktif dalam kegiatan DPOP dan program Forum Duta Wisata Balikpapan (FDWB).

Gambar berikut merupakan dokumentasi Pelantikan Pengurus FDWB Masa Bakti 2021-2023 pada 16 Oktober 2021 di Kantor Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata.



Sumber : [Instagram.com/fdwb_bpn](https://www.instagram.com/fdwb_bpn), 2021

Gambar 2. Dokumentasi Pelantikan Pengurus FDWB Masa Bakti 2021-2023 pada Oktober 2021

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pemuda duta wisata ini belum memiliki wewenang secara hukum khususnya dalam menentukan program kegiatan yang akan mereka laksanakan untuk mempromosikan pariwisata Kota Balikpapan. Akan tetapi, para duta wisata diberikan ruang oleh DPOP untuk menjadi perpanjangan tangan dari pemerintah untuk membantu berkontribusi dalam promosi pariwisata Kota Balikpapan.

Confidence and competence

Para Pemuda Peserta Ajang Duta Wisata Memiliki Kepercayaan Diri Yang Baik Agar Dapat Berdaya Khususnya Dalam Meningkatkan Promosi Pariwisata Kota Balikpapan

Kepercayaan diri merupakan salah satu faktor penting dari sebuah proses pemberdayaan. Kepercayaan diri yang tinggi memacu para pemuda untuk dapat

mengembangkan diri melalui ajang duta wisata ini. Pada pelaksanaan proses pemilihan duta wisata ini menuntut para calon untuk berani unjuk diri di khalayak umum. Kepercayaan diri yang tinggi dari para duta wisata tidak hanya terbentuk dari motivasi diri tetapi juga dipengaruhi faktor lain lain seperti pemberian bekal dari pematery-pematery yang ahli dibidangnya yang membuat para duta wisata memiliki bekal dan kesiapan yang cukup untuk tampil didepan orang banyak. Salah satu tugas dari duta wisata yaitu promotor. Dalam artian disini promotor merupakan orang yang melakukan promosi. Untuk melakukan promosi tentunya dibutuhkan interaksi dengan orang baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam berinteraksi diperlukan kemampuan berbicara yang baik yang harus terus menerus dilatih. Dalam ajang duta wisata ini para pemuda di bekali materi-materi pendukung seperti yang di sampaikan oleh kepala bidang pariwisata dalam wawancara pada tanggal 12 Januari 2023 di Kantor Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwaterdapat berbagai kegiatan yang dilalui oleh duta wisata, diantaranya adalah adanya tes tertulis, wawancara dan karantina. Kegiatan-kegiatan tersebut bertujuan membekali duta wisata agar bisa lebih bpercaya diri karena telah memperoleh pembekalan. Kepercayaan diri yang baik diharapkan dapat diperoleh melalui latihan *public speaking*, pengendalian emosi dan peningkatan kompetensi. Dengan demikian, kegiatan promosi objek wisata pun dapat diupayakan dengan baik.

Ketua forum duta wisata (FDWB) pada wawancara tanggal 28 Januari 2023 dan pernyataan tersebut juga semakin diperkuat dengan pernyataan salah satu finalis duta wisata dalam wawancara pada tanggal 30 Januari 2023 via *zoom meeting* yang sepakat menyatakan bahwa kepercayaan diri yang diperoleh duta wisata sebelum dan sesudah mengikuti ajang pemilihan duta wisata, terlihat perbedaannya. Setelah mengikuti ajang pemilihan duta wisata tersebut, pengaktualisasian diri dari para duta wisata semakin terarah dan dapat meningkatkan kepercayaan diri. Pada indikator ini dari hasil wawancara di atas, peneliti menyimpulkan bahwa pemuda yang diberdayakan melalui ajang duta wisata memiliki kepercayaan diri yang baik sehingga dapat berdaya dan mampu memotivasi mereka untuk bisa mengembangkan diri yang dapat membantu peningkatan promosi pariwisata di Kota Balikpapan.

Para Pemuda peserta ajang Duta Wisata memiliki kemampuan yang sesuai agar dapat berdaya dalam meningkatkan promosi pariwisata Kota Balikpapan

Tujuan dari adanya pemeberdayaan pemuda melalui ajang duta wisata ini ialah menjaring pemuda pemudi yang peduli terhadap lingkungannya khususnya pariwisata yang kemudian diberikan bekal dan kesempatan sehingga pemuda tersebut dapat berdaya untuk

meningkatkan kemampuan dirinya serta mampu berkontribusi langsung kepada Kota Balikpapan. Bekal yang dimaksud dalam hal ini berupa pengetahuan mengenai pariwisata, pelatihan *public speaking*, *beauty class*, seminar *creative workers*, serta bekal bekal lainnya yang dapat membantu para pemuda untuk dapat memiliki kemampuan yang diperlukan khususnya dalam peningkatan promosi pariwisata Kota Balikpapan. Pembekalan tersebut bertujuan untuk memberdayakan atau mengajak orang lain khususnya generasi muda untuk bisa turut mempromosikan pariwisata. Berkaitan dengan hal tersebut kompetensi atau kemampuan duta wisata juga diuji, dilatih dan kemudian diimplementasikan pada pelaksanaan tugasnya sebagai duta wisata dalam mempromosikan pariwisata Kota Balikpapan. Hal itu tergambar pada beberapa dokumentasi kegiatan dibawah ini.



Sumber: Instagram.com/fdwb_bpn, 2021

Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan Malam Bakat Dalam Proses Seleksi Duta Wisata 2021

Terdapat 4 (empat) hal dasar bagi duta wisata dalam menjalankan tugasnya. 4 (empat) kompetensi itu biasa disebut 4B (*brain, beauty, behaviour, braveness*). Hal tersebut diuraikan oleh Ketua FDWB pada wawancara tanggal 28 Januari 2023 via zoom meeting yang menyatakan bahwa melalui *brain*, maka duta wisata perlu mengetahui sejarah, pariwisata, pengetahuan daerah, budaya, dan sebagainya yang berkaitan dengan Kota Balikpapan. Melalui *beauty*, duta wisata lebih diutamakan untuk memperoleh penampilan menarik, rapi, bersih dan *good looking*. Melalui *attitude*, duta wisata perlu memahami bagaimana *attitude* untuk bersikap dan berkomunikasi pada saat kunjungan pejabat daerah diselenggarakan. Melalui *braveness*, seroang duta wisata harus berani mengungkapkan pendapat dalam hal baik, membuat program yang relevan dan berdampak baik, sehingga duta wisata tidak hanya bersifat mendampingi tetapi juga dapat membuat program sebagai perwakilan *role model* anak muda Balikpapan.

Kemudian berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu finalis Duta Wisata 2021 pada tanggal 30 Januari 2023 via zoom meeting ia menguraikan 3 kompetensi yang harus dimiliki sebagai duta wisata, yaitu:

1. Sebagai inisiator, bahwa seorang duta wisata harus bisa memberi inisiasi atau ide-ide yang baru atau perkembangan pariwisata di kota Balikpapan.
2. Sebagai edukator, yang ditunjukkan melalui *tourguide*, dimana di Balikpapan ada bis *city tour* dan duta wisata dapat mengimplementasikan sebagai edukator.
3. Sebagai promotor, yaitu salah satunya mempromosikan destinasi wisata yang ada di Balikpapan maupun Kalimantan timur dengan berbagai cara, salah satunya dengan pembuatan konten-konten kreatif atau di upload di Instagram di youtube untuk menjangkau wisatawan lebih luas.

Merujuk pada uraian tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa keberdayaan seseorang bergantung pada kemampuan dirinya baik dalam mengimplementasikan potensi dirinya maupun kemampuan dan kemauan untuk belajar hal-hal baru. Dalam hal ini kemampuan para pemuda duta wisata sudah cukup baik dan sesuai dalam menjalankan tugasnya sebagai duta wisata.

Trust

Setelah melihat dari dimensi otoritas/wewenang, rasa percaya diri dan kemampuan/kompetensi, maka dimensi selanjutnya dari teori ACTORS, adalah *Trust* atau keyakinan yang ada pada Pemuda Duta Wisata sehingga mendorong mereka untuk memiliki kontribusi dalam meningkatkan promosi pariwisata Kota Balikpapan. Keyakinan merupakan suatu sikap yang ditunjukkan seseorang ketika ia merasa cukup mengetahui maupun mengenal sebuah kondisi ataupun keadaan dan dapat menyimpulkan dirinya telah mencapai sebuah titik kebenaran, keyakinan merupakan sebuah sikap yang sehingga mendorongnya untuk melakukan sebuah tindakan yang ia yakini.

Yakin berarti seseorang itu berada dalam kondisi dimana ia berpikir bahwa ia sudah berada pada kondisi yang tepat sehingga ia mendapatkan dorongan dari dalam dirinya untuk membenarkan sebuah pernyataan ataupun tindakan. Dengan adanya keyakinan, dalam hal ini pada pemuda duta wisata, mereka akan mampu dan berani dalam mengambil sebuah tindakan yang dapat mereka pertanggungjawabkan dalam menjalankan tugasnya sebagai duta wisata. Kemudian, dengan adanya pembekalan-pembekalan yang diberikan oleh DPOP, hal tersebut juga menjadi dasar keyakinan para pemuda bahwa mereka memiliki bekal dan kemampuan yang cukup sehingga dapat mengembangkan dirinya khususnya dalam meningkatkan promosi pariwisata Kota Balikpapan.

Dalam menumbuhkan keyakinan tersebut disinilah peran DPOP sebagai fasilitator dalam penyelenggaraan ajang duta wisata ini. Hal ini dinyatakan oleh Kepala Bidang Pariwisata DPOP dalam wawancara pada tanggal 13 Januari 2023 di Kantor Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata. Kemudian seiring dengan waktu berjalan, dengan telah berjalannya beberapa program kegiatan dari Duta Wisata hal tersebut juga menjadi bukti yang meningkatkan keyakinan mereka bahwa mereka mampu mengembangkan dirinya sehingga mampu berkontribusi dalam peningkatan promosi pariwisata Kota Balikpapan. Melalui hasil penelitian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa dengan adanya DPOP sebagai fasilitator ajang ini dengan memberikan pembekalan kepada para pemuda kemudian ditambah dengan pengalaman para pemuda dalam mengimplementasikan potensi serta mengaktualisasikan diri mereka dalam kegiatan-kegiatan duta wisata, hal tersebut meningkatkan keyakinan para pemuda bahwa mereka dapat mengembakan diri melalui ajang ini khususnya untuk peningkatan promosi pariwisata Kota Balikpapan.

Opportunities

Kesempatan Yang Diberikan Pada Para Pemuda Peserta Ajang Duta Wisata Dalam Menentukan Keputusan

Opportunities atau di dalam Bahasa Indonesia diartikan sebagai kesempatan atau peluang juga dapat didefinisikan sebagai waktu. Bagi para pemuda duta wisata kesempatan yang diberikan dapat berbentuk dengan berbagai hal yang salah satunya adalah kesempatan bagi mereka untuk mengemukakan pendapat, ide dan gagasan baik dari diri sendiri ataupun sebagai jembatan bagi masyarakat dalam menyampaikan pendapat (aspirasi) kepada pihak terkait khususnya DPOP. Dikaitkan dengan penentuan keputusan, duta wisata hanya diberikan kesempatan secara pasif, dalam artian saran, aspirasi dan masukan mereka akan diperhitungkan dalam pembuatan keputusan oleh DPOP tetapi tidak mutlak dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan terkait pariwisata yang menjadi wewenang DPOP. Kemudian para duta wisata juga diberikan kesempatan untuk menyusun program kegiatannya yang selanjutnya harus dikoordinasikan dengan DPOP sehingga dapat dilaksanakan dibawah pengawasan DPOP.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat salah satu program yang diungkapkan oleh Kepala Bidang Pariwisata DPOP dalam wawancara pada tanggal 13 Januari 2023 di Kantor Dinas Pemuda Olah Raga dan Pariwisata. Dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa duta wisata diberi kesempatan sebagai penghubung antara masyarakat kepada dinas untuk mengemukakan pendapat terkait pariwisata melalui pembuatan kode QR atau qris yang dapat

diakses masyarakat di tempat-tempat Wisata. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan Pemuda Duta Wisata diberikan kesempatan menentukan keputusan secara pasif. Meski demikian, mereka tetap bisa menggunakan kesempatan tersebut dalam berkontribusi bagi pariwisata Kota Balikpapan karena DPOP sangat terbuka dengan masukan-masukan dari duta wisata.

Para Pemuda Peserta Ajang Duta Wisata Memiliki Kesempatan Dalam Pengembangan Diri

Fanani dalam Alfazani & A (2021) menyatakan pengembangan potensi diri adalah pengembangan segala potensi yang ada pada diri sendiri, dalam usaha meningkatkan potensi berfikir dan berprakarsa serta meningkatkan kapasitas intelektual yang diperoleh dengan jalan melakukan berbagai aktivitas. Kesempatan pengembangan potensi diri dalam pemberdayaan pemuda melalui ajang duta wisata ditunjukkan dengan pelatihan-pelatihan yang diberikan oleh DPOP dan kesempatan dalam ikut serta berbagai kegiatan terkait tugas yang dilaksanakan duta wisata. Pelatihan yang telah diberikan oleh kepada para duta wisata terlihat pada dokumentasi pada gambar 3. di bawah ini.



Sumber: Instagram.com/fdwb_bpn, 2021

Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan Pembekalan Dalam Pemilihan Duta Wisata 2021

Pada gambar 4. di atas dapat dilihat bahwa para pemuda yang mengikuti ajang duta wisata diberikan pembekalan materi mengenai *public speaking*, *social media*, psikologi dan juga mengenai *content creator*. Hal tersebut merupakan kesempatan yang diberikan oleh DPOP dalam membantu para pemuda dalam pengembangan diri seperti yang disampaikan oleh Kepala Bidang Kepemudaan DPOP pada wawancara tanggal 13 Januari 2023 di Kantor Dinas Pemda Olah Raga dan Pariwisata, dapat diperoleh informasi bahwa ajang duta wisata merupakan tantangan untuk menguji kompetensi seseorang di masa muda, ada kesempatan atau

waktu. Maka yang paling berharga adalah waktu dan kesempatan. Karena momen tersebut tidak datang dua kali. Kemudian dalam menjalankan tugasnya duta wisata juga memiliki kesempatan untuk bertemu dengan pimpinan atau pejabat tinggi pemerintahan seperti pada gambar 4. Dibawah ini.



Sumber: [Instagram.com/fdwb_bpn](https://www.instagram.com/fdwb_bpn), 2021

Gambar 5. Penyambutan Panglima TNI AD 2022

Dari uraian di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa kesempatan bagi pemuda untuk mengembangkan potensi diri melalui ajang duta wisata ini sangat besar. Mereka mendapatkan kesempatan-kesempatan yang belum tentu didapatkan oleh pemuda lainnya. Pengembangan potensi ini juga tidak hanya berpengaruh bagi pariwisata Kota Balikpapan tetapi juga berpengaruh bagi pemuda itu sendiri.

Responsibilities

Sebagai duta wisata tentunya para pemuda diberikan tanggung jawab mengemban tugas dalam mempromosikan dan menjaga pariwisata khususnya di Kota Balikpapan. Secara tidak langsung dengan dilantiknya mereka sebagai duta wisata mereka harus memiliki kepedulian terhadap kondisi pariwisata Kota Balikpapan. Mereka harus memahami keadaan pariwisata sehingga mampu memberikan solusi-solusi inovatif terhadap permasalahan terkait pariwisata Kota Balikpapan. Para duta wisata juga dituntut untuk menjaga citra diri. Sebagai duta wisata, memiliki tanggung jawab moral untuk bisa menjadi agen pemerintah di bidang promosi

bertugas dengan menjaga tanggung jawabnya. Duta wisata berbeda dengan pemuda lainnya karena dengan menjabat sebagai duta tanggung jawabnya berbeda dengan pemuda lainnya. Oleh karena itu, duta wisata didorong untuk dapat menjaga diri, mengingat sebagai duta adalah contoh bagi masyarakat di Kota Balikpapan, khususnya generasi muda.

Sebagai bentuk kepedulian duta wisata terhadap pariwisata kota Balikpapan FDWB memiliki program GROW atau gotong royong pariwisata di mana setiap tiga bulan mereka mengunjungi tempat pariwisata dan mengajak seluruh komunitas dan anak muda Balikpapan untuk membersihkan tempat wisata. Selain itu, sebagai bentuk kepedulian terhadap pariwisata dan penyandang disabilitas, FDWB memiliki program yang disebut BERDALI (Berwisata Dengan Teman Tuli). Program ini merupakan suatu terobosan dari FDWB dalam program khusus inklusifitas.

Berikut merupakan dokumentasi dari salah satu program yang dilaksanakan oleh FDWB yaitu BERDALI (Berwisata Dengan Teman Tuli) yang menunjukkan kepedulian duta wisata terhadap penyandang disabilitas.



Sumber: [Instagram.com/fdwb_bpn](https://www.instagram.com/fdwb_bpn), 2021

Gambar 6. Dokumentasi Program BERDALI

Berdasarkan hasil observasi pada tanggal 19 Januari 2023 di Pantai Manggar Segarasari Balikpapan rasa tanggungjawab para duta wisata terhadap keadaan pariwisata juga direpresentasikan dengan adanya QR Code yang diinisiasi oleh Forum Duta Wisata sebagai media bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi ataupun laporan mengenai kondisi pantai Manggar Segarasari. Sebagai salah satu destinasi wisata yang ramai di kunjungi, tentunya diperlukan pula banyak perhatian terhadap sarana dan prasarana yang mendukung kenyamanan wisatawan dalam berwisata di pantai Manggar Segarasari, sehingga dengan adanya QR Code dari Forum Duta Wisata Balikpapan tentunya akan membantu DPOP untuk memonitoring

keadaan pantai Manggar Segarasari. Berikut Dokumentasi keadaan pantai Manggar Segarasari Balikpapan serta QR Code dari Forum Duta Wisata Balikpapan.



Sumber: Dokumentasi Peneliti (2023)

Gambar 6. Keadaan Pantai Manggar Segarasari Balikpapan dan QR Code Survei Kepuasan Wisatawan Pantai Manggar Segara Sari

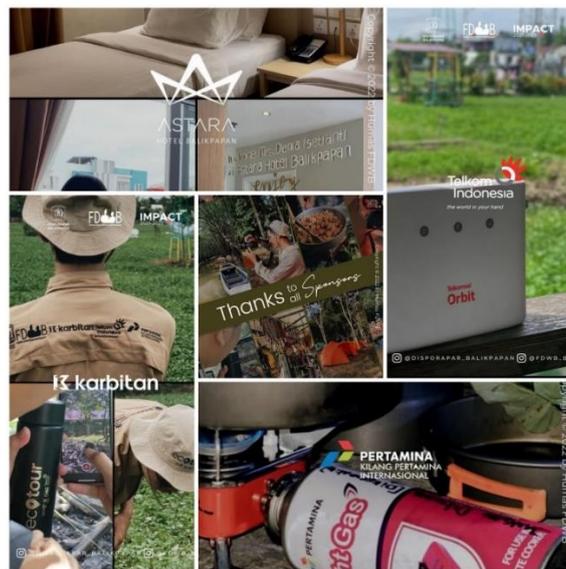
Dari berbagai pernyataan serta observasi tersebut peneliti menyimpulkan duta wisata memiliki tanggung jawab yang besar terhadap pariwisata Kota Balikpapan. Hal itu ditunjukkan dengan mereka mampu menjaga citra diri sebagai *role model* pemuda Balikpapan serta dengan kepedulian mereka terhadap pariwisata Kota Balikpapan melalui pelaksanaan program-program yang inovatif sehingga dapat berdampak kepada seluruh lapisan masyarakat.

Support

Para Pemuda Peserta Ajang Duta Wisata Mendapatkan Dukungan Materil Agar Dapat Berdaya Dalam Meningkatkan Promosi Pariwisata Kota Balikpapan

Support atau dukungan merupakan salah satu kebutuhan yang harus terpenuhi agar pelaksanaan suatu program atau kegiatan dapat berjalan maksimal. Untuk memberikan semangat serta sebagai bentuk dukungan terhadap duta wisata agar dapat menjalankan tugasnya dengan baik, maka DPOP memberikan dukungan berupa materil hadiah, uang pembinaan, baju seragam, dan baju tradisional. Selain itu fasilitas lain juga diberikan, seperti diikutsertakan dalam ajang pameran dan promosi. Selain dari DPOP, dalam menjalankan programnya duta wisata juga di dukung oleh berbagai pihak dengan memberikan sponsorship

Pernyataan tersebut selaras dengan dokumentasi ucapan terima kasih terhadap beberapa perusahaan yang mendukung program kegiatan duta wisata seperti gambar 7. dibawah ini.



Sumber: Instagram.com/fdwb_bpn, 2021

Gambar 8. Postingan Feeds Instagram FDWB Ucapan terima kasih kepada Sponsor

Dengan demikian peneliti menyimpulkan para duta wisata mendapatkan dukungan materil yang cukup dalam menjalankan tugasnya sebagai duta wisata. Walaupun disisi lainnya, tidak semua kegiatan dapat terpenuhi kebutuhan materilnya melalui DPOP sebagai yang memiliki wewenang terhadap pariwisata karena keterbatasan anggaran yang menggunakan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) DPOP. Sampai saat ini hal tersebut masih bisa ditangani dengan adanya bantuan-bantuan dari perusahaan-perusahaan terkait pariwisata.

Para Pemuda Peserta Ajang Duta Wisata Mendapatkan Pendampingan Yang Baik Sehingga Dapat Berdaya Dalam Meningkatkan Promosi Pariwisata Kota Balikpapan

Selain dukungan materil tentunya dalam menjalankan sebuah program juga harus ada dukungan moril yang dapat diwujudkan dengan melakukan pendampingan. Pada indikator ini peneliti ingin melihat bagaimana pendampingan yang diberikan DPOP kepada duta wisata sehingga mereka dapat menjalankan tugasnya khususnya dalam mempromosikan pariwisata Kota Balikpapan dengan baik. Dalam indikator ini berdasarkan keterangan hasil wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa dari DPOP telah memberikan dukungan berupa pendampingan langsung kepada duta wisata dalam setiap program kegiatannya sehingga para duta wisata mampu bertugas dengan baik. Dengan demikian dalam dimensi *Support* ini para duta wisata telah mendapatkan dukungan-dukkungan baik secara materil maupun dalam bentuk

pendampingan sehingga mereka dapat berdaya untuk meningkatkan promosi pariwisata di Kota Balikpapan.

V. Kesimpulan

Pemberdayaan pemuda melalui ajang duta wisata merupakan salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat yang cukup berhasil, yang dibuktikan melalui terpenuhinya tujuh dari sembilan indikator. Temuan utama penelitian ini menunjukkan bahwa pemberian wewenang kepada duta wisata hanya berupa penugasan sehingga wewenang terkait pariwisata tetap dimiliki oleh DPOP; duta wisata memiliki kepercayaan diri yang tinggi serta kompetensi yang sesuai, duta wisata memiliki keyakinan bahwa mereka memiliki potensi yang mampu mendorong mereka untuk berkontribusi bagi pariwisata Kota Balikpapan; duta wisata ditempatkan sebagai perpanjangan tangan serta jembatan antara masyarakat dan DPOP sehingga keputusan yang diambil tetap bergantung pada DPOP, pemuda duta wisata menunjukkan rasa tanggung jawab terhadap tugas yang diemban sebagai duta wisata; dan dukungan materil dan pendampingan diperoleh duta wisata dalam rangka promosi pariwisata di Kota Balikpapan. Peneliti memfokuskan penelitian dengan menggunakan teori Actors dan peneliti menyadari bahwa pada teori yang digunakan, masih terdapat aspek lain yang relevan yang dapat memengaruhi pelaksanaan promosi wisata di Kota Balikpapan. Beberapa diantaranya adalah aspek infrastruktur dan kebijakan, yang belum dibahas pada penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti merekomendasikan bagi penelitian selanjutnya dapat mengkaji kedua aspek tersebut secara lebih komprehensif.

VI. Daftar Pustaka

- Alfazani, M. R., & A, D. K. (2021). Faktor Pengembangan Potensi Diri: Minat/Kegemaran, Lingkungan Dan Self Disclosure (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpis.v2i2.487>
- Hutabarat, S. A. (2020). *Pengaruh Program Pemilihan Duta Pariwisata Terhadap Jumlah Pengunjung Di Tapanuli Tengah* [UMSU]. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/5342>
- Langi, A. C., Gosal, R., & Undap, G. (2019). Strategi Pemerintah Desa Dalam Pemberdayaan Pemuda Sadar Pariwisata Di Kawasan Wisata Danau Mooat (Studi di desa Mooat Kecamatan Mooat Kabupaten Bolaang Mongondow Timur) Authors Aristo Christian Langi. *Jurnal Eksekutif*, 3(3). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnaleksekutif/article/view/25487>

- Maani, K. D. (2011). Teori ACTORS dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Demokrasi*, X(1). <https://media.neliti.com/media/publications/242140-teori-actors-dalam-pemberdayaan-masyarak-ac3d6590.pdf>
- Parani, R., & Juliana. (2023). A Storytelling-Based Marketing Strategy Using the Sigale-Gale Storynomics as a Communication Tool for Promoting Toba Tourism. *International Journal of Sustainable Development and Planning (IJS DP)*. <https://doi.org/https://doi.org/10.18280/ijmdp.180425>
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rosari, D., Lubis, S. N., Rujiman, R., & Purwoko, A. (2023). Positive effect on the development regional of the Karo Regency by creative economic basic honey UMKM. *E3S Web of Conf.*, 373. <https://doi.org/https://doi.org/10.1051/e3sconf/202337304012>
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Satriawan. (2013). *Hakikat Pemilihan Duta Wisata*. Cendana Offset.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (ke-2)*. Alfabeta.
- Totok Mardikanto, & Poerwoko, S. (2015). *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Alfabeta.
- Wattimena, P. M., Mayopu, R. G., & Huwae, G. N. (2015). *Peran Mas Dan Mbak Duta Wisata Dalam Mempromosikan Kota Salatiga* [Universitas Kristen Satya Wacana : Salatiga]. https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/14444/7/T1_602013618_Judul.pdf
- Wulandari, P. K. (2016). Generasi Sadar Wisata (Pemberdayaan Pemuda dan Pendidikan Duta Wisata di Kabupaten Trenggalek). *Jurnal Sosiologi Pendidikan Humanis*, 1(2). <http://journal2.um.ac.id/index.php/jsph/article/view/2462>



© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>).