



Sosialisasi Kiat Sukses Promosi Pariwisata Digital Bagi Konten Kreator, Duta Pariwisata, dan Pegawai Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kota Padangsidimpuan

YUSWIN HARPUTRA^{1*}

¹Universitas Graha Nusantara
yuswinharputra63@gmail.com

ABDUL RAHMAN SULEMAN²

²Universitas Muhammadiyah Tapanuli Selatan
ragilzhillan@gmail.com

AZHAR HARAHA³

³Universitas Graha Nusantara
azharharahap64@gmail.com

KASMAWATI⁴

⁴Universitas Graha Nusantara
kasmawati1819@gmail.com

MUHAMMAD NOOR HASAN SIREGAR⁵

⁵Universitas Graha Nusantara
noor.siregar@gmail.com

Diterima : 16/07/2026

Revisi : -

Disetujui : 24/07/2026

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilatarbelakangi oleh besarnya potensi pariwisata Kota Padangsidimpuan yang belum diimbangi dengan kemampuan promosi digital yang optimal di kalangan konten kreator, duta pariwisata, dan pegawai Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata (Dispora) setempat. Tim dosen Universitas Graha Nusantara (UGN) bekerja sama dengan Dispora Kota Padangsidimpuan menyelenggarakan sosialisasi bertajuk “Kiat Sukses Promosi Pariwisata” pada Selasa, 23 Juni 2026, bertempat di Aula Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kota Padangsidimpuan. Metode pelaksanaan berupa ceramah, diskusi, dan tanya jawab dengan materi meliputi pemasaran berbasis media sosial dan konten visual, kolaborasi dengan influencer dan komunitas lokal, optimasi kehadiran digital (SEO dan Google My Business), pemanfaatan user-generated content (UGC) dan pengelolaan ulasan, serta penyusunan paket wisata tematik. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap strategi promosi pariwisata digital serta munculnya komitmen untuk menerapkan materi yang diperoleh dalam pengelolaan destinasi dan konten pariwisata di Kota Padangsidimpuan. Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong peningkatan kunjungan wisatawan melalui promosi digital yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Ini adalah artikel akses
terbuka di bawah
lisensi
[CC BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



Kata Kunci : promosi pariwisata, media sosial, konten kreator, duta pariwisata, Padangsidimpuan

PENDAHULUAN

Kota Padangsidimpuan memiliki potensi pariwisata yang cukup beragam, mulai dari wisata alam, kuliner, hingga budaya, yang menjadi salah satu sumber daya penting bagi peningkatan

* Penulis Korespondensi : yuswinharputra63@gmail.com (Yuswin Harputra)

<https://doi.org/10.55266/kalandra.v5i4.677>

perekonomian daerah. Namun demikian, potensi tersebut belum diimbangi dengan strategi promosi yang optimal, khususnya melalui media digital. Konten kreator lokal, duta pariwisata, dan pegawai Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata (Dispora) Kota Padangsidimpuan selaku pihak yang berperan langsung dalam mempromosikan destinasi wisata masih menghadapi keterbatasan pengetahuan mengenai teknik pemasaran digital, pembuatan konten visual yang menarik, optimasi mesin pencari, serta pengelolaan reputasi daring. Kondisi ini menjadi urgensi bagi tim pengabdian untuk memberikan sosialisasi dan pendampingan berupa “Kiat Sukses Promosi Pariwisata” agar para pemangku kepentingan pariwisata di Kota Padangsidimpuan memiliki bekal keterampilan digital yang memadai. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan media sosial, kolaborasi dengan influencer, optimasi digital, user-generated content, dan paket wisata tematik sebagai strategi promosi pariwisata yang efektif, sehingga dapat mendorong peningkatan kunjungan wisatawan ke Kota Padangsidimpuan.

Berbagai kajian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dan konten visual berperan penting dalam pemasaran destinasi wisata di era digital. Buhalis (2000) menegaskan bahwa pemasaran destinasi wisata masa depan akan sangat bergantung pada teknologi informasi dan komunikasi untuk menjangkau wisatawan secara lebih luas dan efisien. Kajian mengenai peran media sosial dalam sektor perhotelan dan pariwisata juga menunjukkan bahwa interaksi digital antara pengelola destinasi dan wisatawan turut memengaruhi keputusan berkunjung. Upaya promosi pariwisata berbasis digital di berbagai daerah telah banyak dilakukan melalui pelatihan bagi pelaku pariwisata, namun pendampingan serupa masih terbatas di Kota Padangsidimpuan sehingga kegiatan sosialisasi ini menjadi salah satu langkah strategis untuk mengisi kesenjangan tersebut.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini berupa sosialisasi yang dikemas dalam bentuk ceramah, diskusi, dan tanya jawab secara langsung (tatap muka) kepada peserta. Kegiatan dilaksanakan pada hari Selasa, 23 Juni 2026, bertempat di Aula Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kota Padangsidimpuan, dengan sasaran peserta yaitu konten kreator lokal, duta pariwisata, serta pegawai Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kota Padangsidimpuan. Narasumber dan tim pelaksana kegiatan berasal dari dosen Universitas Graha Nusantara (UGN), dengan mitra pelaksana Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kota Padangsidimpuan. Secara umum terdapat berbagai macam metode pelaksanaan pengabdian masyarakat diantaranya sebagai berikut :

- a. Training/ pelatihan terkait barang maupun jasa, difusi ipteks, substitusi ipteks (ipteks terbaru), atau simulasi ipteks;
- b. Pendidikan berkelanjutan;
- c. Penyadaran/peningkatan pemahaman terhadap suatu masalah;
- d. Konsultasi/pendampingan/ mediasi, serta
- e. Metode lain yang dianggap relevan dengan solusi penyelesaian masalah di lapangan.

Pada kegiatan ini, tim pelaksana mengombinasikan metode penyadaran/peningkatan pemahaman (poin c) melalui pemaparan materi kiat sukses promosi pariwisata, serta metode konsultasi/pendampingan (poin d) melalui sesi diskusi dan tanya jawab interaktif bersama peserta. Indikator keberhasilan kegiatan diukur melalui peningkatan pemahaman peserta yang dinilai dari

respons dan antusiasme selama sesi diskusi, serta komitmen peserta untuk menerapkan materi yang diperoleh. Tahapan pelaksanaan kegiatan tersebut selanjutnya dijabarkan pada tabel berikut.

Tabel 1
Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi

No	Tahapan	Kegiatan	Keterangan
1	Tahap 1	Analisis situasi dan koordinasi dengan Dispora Kota Padangsidimpuan	Identifikasi kebutuhan peserta dan penentuan materi sosialisasi
2	Tahap 2	Perencanaan program	Penyusunan materi, jadwal, dan koordinasi narasumber serta tempat pelaksanaan
3	Tahap 3	Pelaksanaan sosialisasi	Pemaparan materi, diskusi, dan tanya jawab pada Selasa, 23 Juni 2026 di Aula Dispora Kota Padangsidimpuan
4	Tahap 4	Evaluasi	Evaluasi pemahaman peserta dan tindak lanjut penerapan materi

Rangkaian tahapan tersebut dilaksanakan secara sistematis agar tujuan kegiatan sosialisasi promosi pariwisata digital dapat tercapai secara optimal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi “Kiat Sukses Promosi Pariwisata” dilaksanakan pada Selasa, 23 Juni 2026 di Aula Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kota Padangsidimpuan dan diikuti oleh konten kreator, duta pariwisata, serta pegawai Dispora Kota Padangsidimpuan. Kegiatan berlangsung dengan antusias, ditandai dengan aktifnya peserta dalam sesi diskusi dan tanya jawab bersama narasumber dari Universitas Graha Nusantara (UGN). Peserta menunjukkan pemahaman yang meningkat terhadap materi yang disampaikan, khususnya terkait pemanfaatan media sosial, kolaborasi dengan influencer, optimasi digital, pengelolaan ulasan, dan penyusunan paket wisata tematik. Dokumentasi kegiatan berupa foto pelaksanaan sosialisasi, materi presentasi, serta hasil respons peserta melalui kuesioner evaluasi menjadi bukti pendukung keberhasilan pelaksanaan kegiatan ini.

Tabel 2
Hasil Respons Peserta terhadap Pelaksanaan Sosialisasi

No	Aspek yang dinilai	Skor Kepentingan (%)			
		4	3	2	1
1	Ruangan pelatihan (kenyamanan, kelengkapan, dan kelayakan)	44	55	0	0
2	Kejelasan penyajian materi saat pelatihan	0	100	0	0
3	Jawaban pemateri terhadap pertanyaan peserta	55	44	0	0

Berikut diuraikan lima materi utama sosialisasi kiat sukses promosi pariwisata yang disampaikan kepada peserta.

Materi 1 dan 2: Media Sosial serta Kolaborasi Influencer

Materi pertama yang disampaikan adalah pemasaran berbasis media sosial dan konten visual. Visual menjadi kunci dalam promosi pariwisata sehingga peserta diarahkan untuk menggunakan

foto berkualitas tinggi, video pendek seperti Reels dan TikTok, serta cuplikan drone untuk menonjolkan keunikan destinasi. Peserta juga diarahkan memanfaatkan platform Instagram, TikTok, dan YouTube untuk menjangkau audiens secara lebih luas, serta menyisipkan informasi penting pada kolom takarir (caption) seperti lokasi, harga tiket, rute perjalanan, dan waktu terbaik berkunjung.

- a. Materi kedua adalah kolaborasi dengan influencer dan komunitas lokal. Strategi ini memanfaatkan jangkauan pengikut setia para pemengaruh (word-of-mouth modern) dengan mengundang travel influencer atau kreator konten lokal untuk merasakan pengalaman langsung di destinasi wisata.



Gambar 1.

Penyampaian materi pada kegiatan sosialisasi

- b. Peserta juga didorong menawarkan paket khusus atau kerja sama konten sebagai imbalan ulasan positif guna meningkatkan kepercayaan audiens terhadap destinasi yang dipromosikan.



Gambar 2

Peserta aktif berdiskusi dan mengajukan pertanyaan mengenai materi sosialisasi

- c. Materi ketiga membahas optimasi kehadiran digital melalui Search Engine Optimization (SEO) dan Google My Business, agar wisatawan yang merencanakan liburan dapat menemukan destinasi wisata dengan mudah melalui internet. Peserta diarahkan untuk mendaftarkan lokasi wisata pada Google My Business agar mudah ditemukan melalui pencarian dan Google Maps, serta memastikan tempat wisata memiliki situs web resmi yang cepat, ramah perangkat seluler, dan teroptimasi SEO.

Materi 4: User-Generated Content dan Pengelolaan Ulasan

Materi keempat menekankan pentingnya mendorong user-generated content (UGC) dan mengelola ulasan pengunjung sebagai alat promosi yang kuat dan gratis. Peserta dianjurkan menyediakan spot foto yang instagramable di lokasi wisata untuk mendorong pengunjung membagikan momen mereka, serta memberikan insentif kecil seperti suvenir atau diskon bagi pengunjung yang memberikan ulasan bintang lima di Google atau TripAdvisor.

Materi 5: Paket Wisata Tematik

Materi kelima membahas penyusunan paket wisata tematik yang menggabungkan berbagai elemen wisata menjadi satu penawaran yang menarik, seperti wisata kuliner, petualangan, budaya, atau ekowisata. Peserta juga diarahkan untuk menjalin kerja sama dengan agen travel atau Online Travel Agent (OTA) lokal guna memperluas jangkauan pemasaran paket wisata yang disusun.

KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi “Kiat Sukses Promosi Pariwisata” yang dilaksanakan oleh tim dosen Universitas Graha Nusantara (UGN) bersama Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kota Padangsidimpuan berhasil meningkatkan pemahaman konten kreator, duta pariwisata, dan pegawai Dispora terhadap strategi promosi pariwisata digital, meliputi pemanfaatan media sosial, kolaborasi influencer, optimasi SEO, user-generated content, dan paket wisata tematik. Beberapa rekomendasi tindak lanjut dari kegiatan ini adalah: (1) perlunya pendampingan berkelanjutan dalam penerapan strategi promosi digital; (2) pembentukan tim konten kreator resmi di bawah koordinasi Dispora Kota Padangsidimpuan; dan (3) evaluasi berkala terhadap efektivitas konten promosi yang telah diterapkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kota Padangsidimpuan selaku mitra pelaksana kegiatan, Universitas Graha Nusantara (UGN) atas dukungan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, serta seluruh peserta yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosialisasi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., Bowen, J. T., and Makens, J. C. (2017) *Marketing for Hospitality and Tourism*. Boston: Pearson.
- Buhalis, D. (2000). *Marketing the competitive destination of the future*. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Leung, D., Law, R., van Hoof, H., & Buhalis, D. (2013). *Social media in tourism and hospitality: A literature review*. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1-2), 3-22.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). *Prosiding Rapat Koordinasi Nasional Pariwisata: Strategi Pemasaran Pariwisata Digital*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Republik Indonesia, (2009). *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*.