

Penguatan Kompetensi Pengelola Istana Maimun melalui Pelatihan Penulisan Konten Promosi Berbahasa Inggris Berbasis Warisan Budaya Melayu Deli

Muhammad Kiki Wardana¹, Misla Geubrina², Hendra Mulia, Vinya Hafizah Arini⁴, Siti Aisyah⁵

¹ Faculty of Language and Communication, English Department, Universitas Harapan Medan, Medan, Indonesia
Jl Imam Bonjol No 35, 21225, Medan, Indonesia

Email: 1muhammadkikiwardana@gmail.com, 2geubrinamisla@gmail.com, 3hendramulia@gmail.com,
4vinyahafizaharini104@gmail.com, 5sitiaisyah@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: muhammadkikiwardana@gmail.com

Abstract This community service program aimed to enhance the competence of Istana Maimun managers in developing English promotional content based on Malay Deli cultural heritage. The program was conducted through a training activity involving 18 participants with several stages, including coordination, material delivery, writing practice, mentoring, and evaluation. The main problem identified was the participants' limited ability to transform local cultural information into communicative and attractive English promotional content for international tourists. The program effectiveness was evaluated through pre-test and post-test assessments, observation sheets, and participant satisfaction questionnaires. The results revealed an improvement in participants' competence, indicated by an increase in the average score from 59.63 to 85.56, representing a 43.49% improvement. Furthermore, the observation score increased from 2.30 to 3.72, while participant satisfaction reached an average score of 4.74 out of five. This program demonstrates that practice-based training can strengthen English writing skills and enhance participants' ability to promote Malay Deli cultural identity more effectively.

Keywords: English training; promotional content; cultural heritage; Malay Deli; tourism managers

Abstrak Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi pengelola Istana Maimun dalam menyusun konten promosi berbahasa Inggris berbasis warisan budaya Melayu Deli. Kegiatan ini dilaksanakan melalui pelatihan yang melibatkan 18 orang pengelola dengan tahapan koordinasi, penyampaian materi, praktik penulisan, pendampingan, dan evaluasi. Permasalahan utama yang ditemukan adalah keterbatasan kemampuan peserta dalam mengemas informasi budaya lokal menjadi konten promosi berbahasa Inggris yang komunikatif dan menarik bagi wisatawan internasional. Evaluasi program dilakukan melalui pre-test dan post-test, lembar observasi, serta angket kepuasan peserta. Hasil menunjukkan adanya peningkatan kompetensi peserta dengan rata-rata nilai meningkat dari 59,63 menjadi 85,56 atau sebesar 43,49%. Selain itu, skor observasi meningkat dari 2,30 menjadi 3,72, dan tingkat kepuasan peserta mencapai 4,74 pada skala lima. Program ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik mampu memperkuat keterampilan bahasa Inggris sekaligus meningkatkan kemampuan peserta dalam mempromosikan identitas budaya Melayu Deli secara lebih efektif.

Kata Kunci: pelatihan bahasa Inggris; konten promosi; warisan budaya; Melayu Deli; pengelola wisata

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor dengan pertumbuhan tercepat di dunia dan memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, memperluas pertukaran budaya, serta melestarikan warisan budaya suatu bangsa. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, strategi promosi pariwisata mengalami perubahan yang signifikan dari media cetak konvensional menuju berbagai platform digital, seperti situs web resmi, media sosial, brosur digital, hingga aplikasi perjalanan. Dalam konteks tersebut, bahasa Inggris telah menjadi bahasa internasional yang paling banyak digunakan dalam komunikasi pariwisata karena berfungsi sebagai *lingua franca* yang menjembatani interaksi antara wisatawan dari berbagai negara. Oleh karena itu, kemampuan suatu destinasi wisata dalam menyajikan konten promosi berbahasa Inggris yang menarik, informatif, dan mampu merepresentasikan identitas budaya lokal menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing dan visibilitas destinasi di tingkat internasional.

Indonesia dikenal sebagai negara yang memiliki kekayaan budaya yang sangat beragam, baik dalam bentuk warisan budaya berwujud (*tangible cultural heritage*) maupun tidak berwujud (*intangible cultural heritage*). Keanekaragaman tersebut merupakan modal strategis bagi pengembangan sektor pariwisata budaya karena semakin banyak wisatawan mancanegara yang

menjadikan pengalaman budaya sebagai salah satu motivasi utama dalam melakukan perjalanan. Bangunan bersejarah, tradisi adat, seni pertunjukan, istana kerajaan, kuliner khas, hingga nilai-nilai kearifan lokal merupakan bagian dari identitas bangsa yang mampu memberikan pengalaman wisata yang autentik. Menyadari potensi tersebut, pemerintah Indonesia terus mendorong pengembangan pariwisata budaya melalui berbagai kebijakan yang mengintegrasikan pelestarian warisan budaya dengan pembangunan pariwisata berkelanjutan. Upaya tersebut tidak hanya bertujuan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga memperkuat identitas budaya daerah serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berada di sekitar destinasi wisata.

Salah satu destinasi wisata budaya yang memiliki nilai sejarah tinggi adalah Istana Maimun di Kota Medan, Sumatera Utara. Istana yang dibangun pada masa Kesultanan Deli ini dikenal sebagai salah satu ikon budaya Melayu Deli yang masih terpelihara hingga saat ini. Keunikan arsitektur Istana Maimun merupakan perpaduan harmonis antara unsur budaya Melayu, Islam, Eropa, dan Timur Tengah yang mencerminkan dinamika sejarah serta hubungan budaya pada masa lampau. Lebih dari sekadar bangunan bersejarah, Istana Maimun menyimpan berbagai nilai budaya, tradisi, adat istiadat, serta identitas masyarakat Melayu Deli yang diwariskan secara turun-temurun. Setiap ornamen bangunan, koleksi benda peninggalan kerajaan, ruang-ruang istana, hingga berbagai kegiatan budaya yang masih dilestarikan di kawasan tersebut memiliki makna historis dan filosofis yang mampu memperkaya pemahaman pengunjung mengenai sejarah dan kebudayaan Sumatera Utara.

Meskipun memiliki potensi budaya yang sangat besar, promosi internasional terhadap Istana Maimun masih belum sepenuhnya mampu menampilkan kekayaan nilai budaya yang dimiliki. Sebagian besar informasi promosi yang tersedia masih bersifat deskriptif dan lebih banyak menampilkan informasi mengenai sejarah singkat, arsitektur bangunan, maupun fasilitas yang tersedia bagi pengunjung. Informasi tersebut memang penting, namun belum mampu membangun keterlibatan emosional (*emotional engagement*) dengan calon wisatawan mancanegara. Di era pemasaran destinasi modern, promosi pariwisata tidak lagi sekadar menyampaikan informasi faktual, tetapi juga menekankan pentingnya penyusunan narasi (*storytelling*) yang mampu menghadirkan pengalaman budaya secara autentik sehingga dapat membangun ketertarikan, rasa ingin tahu, dan keinginan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Dengan demikian, konten promosi seharusnya tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi persuasif yang mampu memperkenalkan identitas budaya suatu daerah kepada masyarakat internasional.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara wisatawan memperoleh informasi sebelum menentukan tujuan perjalanan. Saat ini, sebagian besar wisatawan mancanegara mencari referensi destinasi wisata melalui mesin pencari, situs web resmi, media sosial, blog perjalanan, maupun berbagai platform digital lainnya. Kondisi tersebut menyebabkan kualitas konten promosi berbahasa Inggris menjadi salah satu faktor yang sangat menentukan dalam membentuk citra awal suatu destinasi wisata. Konten promosi yang disusun dengan baik tidak hanya mampu memperkenalkan keunikan budaya lokal secara lebih efektif, tetapi juga meningkatkan kredibilitas destinasi, memperkuat *destination branding*, serta menciptakan kesan positif bagi calon wisatawan internasional. Sebaliknya, penggunaan bahasa Inggris yang kurang tepat, penerjemahan yang bersifat harfiah, ataupun penyampaian informasi yang kurang sesuai dengan karakteristik pembaca internasional dapat mengurangi daya tarik promosi dan memengaruhi persepsi wisatawan terhadap kualitas destinasi tersebut.

Dalam konteks Indonesia, salah satu tantangan yang masih sering dijumpai dalam promosi pariwisata budaya adalah keterbatasan konten promosi berbahasa Inggris yang disusun secara profesional oleh pengelola destinasi wisata. Pada banyak destinasi wisata budaya, informasi berbahasa Inggris masih merupakan hasil terjemahan langsung dari bahasa Indonesia tanpa mempertimbangkan aspek komunikasi lintas budaya, karakteristik pembaca internasional, maupun penggunaan bahasa promosi yang persuasif. Akibatnya, informasi yang disampaikan memang mampu menjelaskan fakta-fakta mengenai suatu destinasi, tetapi belum mampu menggambarkan nilai historis, filosofi budaya, serta pengalaman wisata yang menjadi daya tarik

utama destinasi tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa penyusunan konten promosi berbahasa Inggris tidak dapat dipandang hanya sebagai proses penerjemahan bahasa, melainkan sebagai suatu bentuk komunikasi profesional yang memerlukan kompetensi kebahasaan, pemahaman budaya, serta kemampuan menyusun narasi promosi yang efektif.

Permasalahan lain yang juga perlu mendapat perhatian adalah masih terbatasnya kesempatan bagi pengelola destinasi wisata untuk memperoleh pelatihan yang secara khusus berfokus pada penulisan konten promosi berbahasa Inggris. Sebagian besar pengelola destinasi wisata, termasuk pengelola situs warisan budaya, pada dasarnya memiliki pengetahuan yang sangat baik mengenai sejarah, budaya, dan nilai-nilai lokal yang dimiliki daerahnya. Namun demikian, mereka sering kali belum memiliki keterampilan yang memadai untuk mengomunikasikan kekayaan budaya tersebut kepada wisatawan internasional melalui bahasa Inggris yang komunikatif, persuasif, dan sesuai dengan karakteristik promosi pariwisata global. Keterbatasan tersebut menyebabkan potensi budaya lokal belum sepenuhnya dapat dipromosikan secara optimal kepada masyarakat internasional. Oleh karena itu, program peningkatan kapasitas (*capacity building*) melalui pelatihan penulisan konten promosi berbahasa Inggris menjadi salah satu langkah strategis dalam mendukung pengembangan pariwisata budaya Indonesia.

Kondisi tersebut juga terlihat pada pengelolaan promosi Istana Maimun sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Sumatera Utara. Meskipun Istana Maimun telah dikenal sebagai ikon wisata budaya di Kota Medan dan menjadi salah satu tujuan wisata utama bagi wisatawan domestik maupun mancanegara, pengembangan konten promosi berbahasa Inggris masih memiliki ruang yang sangat besar untuk ditingkatkan. Sebagian besar materi promosi masih menitikberatkan pada penyampaian informasi sejarah dan arsitektur bangunan, sedangkan berbagai nilai budaya Melayu Deli seperti filosofi kehidupan masyarakat, adat istiadat, tradisi kerajaan, nilai-nilai kearifan lokal, serta identitas budaya yang melekat pada Istana Maimun belum banyak dikemas dalam narasi promosi berbahasa Inggris yang menarik dan mudah dipahami oleh wisatawan internasional. Akibatnya, pemahaman wisatawan asing terhadap kekayaan budaya yang dimiliki Istana Maimun masih cenderung terbatas pada aspek fisik bangunan, sementara makna budaya yang terkandung di dalamnya belum tersampaikan secara optimal.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu upaya yang mampu mengintegrasikan pengembangan kompetensi bahasa Inggris dengan pelestarian warisan budaya lokal. Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan adalah melalui pelatihan penulisan konten promosi berbahasa Inggris berbasis warisan budaya Melayu Deli bagi pengelola Istana Maimun. Melalui pelatihan ini, pengelola tidak hanya dibekali kemampuan menyusun konten promosi dalam bahasa Inggris sesuai dengan kaidah komunikasi pariwisata internasional, tetapi juga didorong untuk mengangkat nilai-nilai budaya lokal sebagai identitas utama destinasi wisata. Dengan demikian, konten promosi yang dihasilkan diharapkan mampu berfungsi sebagai media pemasaran sekaligus media edukasi budaya yang memperkenalkan kekayaan peradaban Melayu Deli kepada masyarakat internasional. Pada akhirnya, penguatan kapasitas pengelola Istana Maimun dalam menyusun konten promosi berbahasa Inggris berbasis warisan budaya Melayu Deli diharapkan dapat mendukung penguatan citra destinasi wisata internasional sekaligus berkontribusi terhadap pelestarian dan keberlanjutan warisan budaya lokal.

Berbagai penelitian mengenai pengembangan pariwisata budaya di Indonesia telah menunjukkan bahwa pelestarian warisan budaya dan peningkatan kualitas pengelolaan destinasi merupakan dua aspek yang saling berkaitan dalam mendukung daya saing pariwisata. Namun demikian, perhatian terhadap pengembangan kompetensi bahasa Inggris, khususnya dalam penulisan konten promosi berbasis budaya lokal, masih relatif terbatas. Berdasarkan penelusuran terhadap beberapa penelitian terdahulu, sebagian besar kajian masih berfokus pada aspek pengelolaan destinasi, strategi promosi, pengembangan media informasi, serta pelayanan wisata, sementara peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam menghasilkan konten promosi berbahasa Inggris belum menjadi fokus utama.

Penelitian yang dilakukan oleh **Agustina et al. (2024)** mengembangkan *Bilingual Tourist Pocket Book Using QR Code for Tourists at Maimun Palace to Introduce the Culture and*

Heritage of the Deli Sultanate. Penelitian tersebut memberikan kontribusi penting terhadap penyediaan media informasi bilingual yang memudahkan wisatawan memperoleh informasi mengenai sejarah dan budaya Kesultanan Deli melalui teknologi digital. Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media bilingual mampu memperluas akses informasi bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Meskipun demikian, fokus penelitian masih terletak pada pengembangan produk informasi bagi wisatawan dan belum diarahkan pada peningkatan kemampuan pengelola destinasi dalam menyusun konten promosi berbahasa Inggris secara mandiri. Dengan kata lain, penelitian tersebut menghasilkan media promosi, tetapi belum mengembangkan kapasitas sumber daya manusia yang bertanggung jawab terhadap keberlanjutan promosi wisata.

Penelitian lain mengenai **Strategi Peningkatan Pelayanan Istana Maimun sebagai Warisan Budaya Melayu** lebih menitikberatkan pada peningkatan kualitas pelayanan bagi pengunjung melalui pengelolaan destinasi yang lebih baik. Kajian tersebut memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan dan keberlangsungan destinasi wisata budaya. Akan tetapi, aspek komunikasi promosi internasional, khususnya penyusunan narasi promosi dalam bahasa Inggris, belum menjadi bagian dari strategi yang dikembangkan. Padahal, peningkatan kualitas pelayanan seharusnya dapat didukung oleh kemampuan pengelola dalam menyampaikan informasi budaya secara efektif kepada wisatawan asing melalui media promosi yang sesuai dengan karakteristik komunikasi pariwisata global.

Selanjutnya, penelitian mengenai **Pemanfaatan Objek Wisata Istana Maimun sebagai Warisan Sejarah** lebih menekankan pada potensi Istana Maimun sebagai aset sejarah dan daya tarik wisata budaya di Kota Medan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan pentingnya pelestarian nilai sejarah dan budaya sebagai modal pengembangan destinasi wisata. Namun demikian, penelitian tersebut lebih berorientasi pada aspek pengembangan destinasi dan belum mengkaji bagaimana nilai-nilai budaya Melayu Deli dapat diterjemahkan menjadi konten promosi berbahasa Inggris yang menarik, persuasif, dan mampu membangun citra destinasi di tingkat internasional. Akibatnya, dimensi komunikasi lintas budaya dalam promosi wisata masih belum memperoleh perhatian yang memadai.

Sementara itu, penelitian mengenai **Good Tourism Governance at Maimun Palace** menyoroti pentingnya tata kelola destinasi yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan dalam mewujudkan pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan. Penelitian ini memberikan pemahaman bahwa keberhasilan suatu destinasi tidak hanya bergantung pada daya tarik wisata, tetapi juga pada koordinasi kelembagaan, kebijakan, serta partisipasi masyarakat. Meskipun demikian, penelitian tersebut belum membahas penguatan kapasitas individu, khususnya pengelola destinasi, dalam memproduksi konten promosi berbahasa Inggris yang mampu mendukung strategi pemasaran internasional. Dengan demikian, aspek pengembangan kompetensi komunikasi internasional masih menjadi ruang penelitian yang terbuka.

Selain itu, penelitian mengenai **Cross-Culture Bridges in Tourism: A Study on Translation Strategies in Indonesian Promotional Materials** memberikan perspektif linguistik mengenai strategi penerjemahan materi promosi pariwisata Indonesia ke dalam bahasa Inggris. Kajian ini menunjukkan bahwa proses penerjemahan memegang peranan penting dalam menjaga makna budaya ketika informasi disampaikan kepada wisatawan asing. Akan tetapi, penelitian tersebut lebih berfokus pada analisis hasil terjemahan dan strategi penerjemahan yang digunakan, bukan pada proses peningkatan kemampuan penulis atau pengelola destinasi dalam menghasilkan konten promosi berbahasa Inggris sejak tahap perencanaan. Dengan demikian, ruang pengembangan melalui kegiatan pelatihan (*training-based capacity building*) masih belum banyak dieksplorasi.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian-penelitian terdahulu telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan pariwisata budaya, baik melalui penyediaan media informasi, peningkatan kualitas pelayanan, penguatan tata kelola destinasi, maupun analisis strategi penerjemahan. Namun, belum ditemukan penelitian yang secara khusus mengintegrasikan **pelatihan penulisan konten promosi berbahasa Inggris, penguatan kapasitas pengelola destinasi, dan pemanfaatan warisan budaya Melayu Deli sebagai dasar**

penyusunan narasi promosi dalam satu kegiatan yang terpadu. Sebagian besar penelitian masih memfokuskan perhatian pada produk promosi, strategi pengelolaan, atau aspek kebahasaan secara terpisah, sehingga belum memberikan solusi yang menyeluruh terhadap kebutuhan pengelola destinasi dalam menghasilkan konten promosi yang autentik, persuasif, dan berorientasi pada wisatawan internasional.

Oleh karena itu, kegiatan ini menawarkan pendekatan yang berbeda dengan menempatkan pengelola Istana Maimun sebagai subjek utama dalam proses peningkatan kapasitas melalui pelatihan penulisan konten promosi berbahasa Inggris berbasis warisan budaya Melayu Deli. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan menghasilkan materi promosi yang lebih berkualitas, tetapi juga membangun kompetensi berkelanjutan bagi pengelola agar mampu mengembangkan berbagai bentuk konten promosi secara mandiri sesuai dengan perkembangan media digital dan kebutuhan pasar wisata internasional. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dalam penguatan promosi pariwisata budaya Indonesia sekaligus memperkaya kajian pada bidang linguistik terapan, khususnya *English for Tourism*, komunikasi lintas budaya, dan pengembangan kapasitas sumber daya manusia di sektor pariwisata.

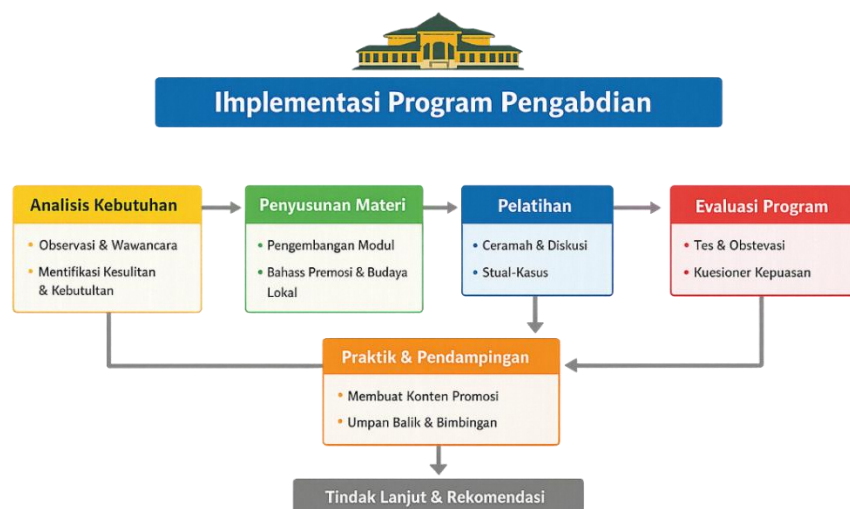
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengelola Istana Maimun dalam menyusun konten promosi berbahasa Inggris yang komunikatif, persuasif, dan berorientasi pada wisatawan internasional dengan mengintegrasikan nilai-nilai warisan budaya Melayu Deli ke dalam setiap narasi promosi. Melalui pelatihan ini, peserta diharapkan mampu memahami karakteristik bahasa promosi pariwisata, mengembangkan keterampilan menulis konten berbahasa Inggris sesuai dengan konteks komunikasi internasional, serta mempromosikan kekayaan budaya lokal secara lebih autentik dan menarik.

Kegiatan ini diharapkan memberikan manfaat praktis berupa peningkatan kompetensi pengelola dalam menghasilkan berbagai konten promosi digital yang berkualitas sehingga dapat mendukung penguatan citra Istana Maimun sebagai destinasi wisata budaya bertaraf internasional. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan kontribusi akademik sebagai salah satu model penguatan kapasitas sumber daya manusia melalui pendekatan *English for Tourism* yang mengintegrasikan kompetensi kebahasaan dengan pelestarian warisan budaya lokal. Model pelatihan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan program serupa pada destinasi wisata budaya lainnya di Indonesia dalam upaya meningkatkan daya saing pariwisata nasional di tingkat global.

2. METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan **pelatihan partisipatif (*participatory training*)** yang dipadukan dengan proses pendampingan (*mentoring*) sebagai upaya meningkatkan kapasitas pengelola Istana Maimun dalam menyusun konten promosi berbahasa Inggris berbasis warisan budaya Melayu Deli. Pendekatan ini dipilih karena menempatkan peserta sebagai subjek utama dalam proses pembelajaran melalui keterlibatan aktif pada setiap tahapan kegiatan. Dengan demikian, pelatihan tidak hanya berfokus pada penyampaian materi, tetapi juga memberikan kesempatan kepada peserta untuk mempraktikkan secara langsung keterampilan yang diperoleh sehingga hasil pembelajaran dapat diterapkan dalam kegiatan promosi wisata secara berkelanjutan.

Sasaran kegiatan ini adalah pengelola Istana Maimun yang terlibat dalam pelayanan informasi kepada wisatawan, pengelolaan media promosi, serta aktivitas komunikasi destinasi wisata. Pemilihan sasaran didasarkan pada kebutuhan untuk meningkatkan kemampuan pengelola dalam memproduksi konten promosi berbahasa Inggris yang tidak hanya benar secara kebahasaan, tetapi juga mampu mengangkat nilai-nilai budaya Melayu Deli sebagai identitas utama destinasi wisata. Melalui peningkatan kompetensi tersebut, diharapkan pengelola dapat menyampaikan informasi budaya secara lebih komunikatif, persuasif, dan mudah dipahami oleh wisatawan mancanegara.



Gambar 1. Tahapan Implementasi Program Pengabdian

Berdasarkan Gambar 1, pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan melalui lima tahapan utama yang saling berkesinambungan, yaitu analisis kebutuhan, penyusunan materi, pelatihan, praktik dan pendampingan, serta evaluasi program. Setiap tahapan dirancang secara sistematis agar tujuan kegiatan, yaitu meningkatkan kapasitas pengelola Istana Maimun dalam menyusun konten promosi berbahasa Inggris berbasis warisan budaya Melayu Deli, dapat tercapai secara optimal.

Tahap pertama adalah **analisis kebutuhan (needs analysis)**. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan observasi dan wawancara dengan pengelola Istana Maimun untuk mengidentifikasi kondisi awal, kebutuhan peserta, serta berbagai kendala yang dihadapi dalam menyusun dan menyampaikan informasi promosi kepada wisatawan, khususnya wisatawan mancanegara. Analisis kebutuhan juga bertujuan untuk mengetahui tingkat kemampuan bahasa Inggris peserta sehingga materi pelatihan dapat disusun sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan mereka.

Tahap kedua adalah **penyusunan materi pelatihan**. Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, tim pengabdian menyusun modul pelatihan yang memadukan konsep *English for Tourism* dengan nilai-nilai warisan budaya Melayu Deli. Materi yang dikembangkan meliputi teknik penulisan konten promosi berbahasa Inggris, penggunaan kosakata promosi yang persuasif, penyusunan narasi berbasis *storytelling*, serta strategi memperkenalkan sejarah, budaya, dan filosofi Istana Maimun kepada wisatawan internasional melalui berbagai media promosi digital.

Tahap ketiga merupakan **pelaksanaan pelatihan**. Kegiatan ini dilakukan melalui ceramah interaktif, diskusi, demonstrasi, dan studi kasus. Pada tahap ini, peserta memperoleh pemahaman mengenai karakteristik bahasa promosi pariwisata internasional, teknik menyusun informasi yang menarik, serta cara mengintegrasikan nilai-nilai budaya lokal ke dalam konten promosi. Selain menerima materi, peserta juga diberikan kesempatan untuk berdiskusi mengenai berbagai permasalahan yang dihadapi selama melakukan promosi destinasi wisata sehingga proses pembelajaran berlangsung secara aktif dan partisipatif.

Tahap keempat adalah **praktik dan pendampingan**. Setelah memperoleh materi, peserta diminta menyusun konten promosi berbahasa Inggris berdasarkan objek wisata, koleksi, maupun aktivitas budaya yang terdapat di Istana Maimun. Selama proses tersebut, tim pengabdian memberikan pendampingan secara langsung melalui proses telaah dan umpan balik terhadap hasil tulisan peserta. Pendampingan difokuskan pada aspek ketepatan penggunaan bahasa Inggris, organisasi isi, pemilihan kosakata, serta kemampuan mengemas nilai-nilai budaya Melayu Deli menjadi narasi promosi yang komunikatif, persuasif, dan mudah dipahami oleh wisatawan mancanegara.

Tahap terakhir adalah **evaluasi program**. Evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas pelaksanaan pelatihan sekaligus mengetahui peningkatan kompetensi peserta setelah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui penilaian terhadap hasil konten promosi yang disusun peserta, observasi selama proses pelatihan, serta penyebaran angket kepuasan peserta terhadap materi, metode, dan pelaksanaan kegiatan. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar dalam menyusun rekomendasi perbaikan serta tindak lanjut program agar kompetensi yang telah diperoleh peserta dapat terus dikembangkan secara berkelanjutan dalam mendukung promosi internasional Istana Maimun.

Tabel 1. Rincian Tahapan Implementasi Program Pengabdian

Tahap	Kegiatan	Luaran
Analisis Kebutuhan	Observasi & Wawancara	Identifikasi kebutuhan peserta
Penyusun Materi	Penyusun modul pelatihan	Modul pelatihan
Pelatihan	Ceramah, diskusi, studi kasus	Peningkatan pemahaman
Praktik & Pendampingan	Menulis konten promosi	Draft konten promosi b.Ingggris
Evaluasi	Penilaian & angket	Hasil evaluasi dan rekomendasi

Berdasarkan Tabel 1, setiap tahapan dalam program pengabdian dirancang secara sistematis untuk memastikan ketercapaian tujuan kegiatan. Analisis kebutuhan dilakukan sebagai dasar dalam menyusun materi yang sesuai dengan kondisi peserta. Selanjutnya, pelatihan dan pendampingan difokuskan pada peningkatan keterampilan praktis dalam menyusun konten promosi berbahasa Inggris berbasis warisan budaya Melayu Deli. Tahap evaluasi berfungsi untuk mengukur efektivitas pelaksanaan program sekaligus mengidentifikasi aspek-aspek yang masih memerlukan tindak lanjut agar kompetensi peserta dapat berkembang secara berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Istana Maimun, Kota Medan, Sumatera Utara, dengan sasaran utama para pengelola yang berperan dalam pelayanan wisata, penyampaian informasi kepada pengunjung, serta pengelolaan media promosi destinasi. Kegiatan ini diikuti oleh 18 orang peserta yang memiliki latar belakang tugas dan pengalaman yang beragam dalam pengelolaan objek wisata budaya. Pelaksanaan program dirancang untuk menjawab kebutuhan peserta dalam meningkatkan kemampuan menyusun konten promosi berbahasa Inggris yang mampu memperkenalkan warisan budaya Melayu Deli secara lebih komunikatif, menarik, dan sesuai dengan karakteristik wisatawan internasional.

Sebelum kegiatan pelatihan dimulai, tim pengabdian terlebih dahulu melakukan koordinasi dengan pihak pengelola Istana Maimun untuk menyusun jadwal kegiatan, menentukan mekanisme pelaksanaan, serta mengidentifikasi kebutuhan peserta. Tahap awal ini bertujuan untuk memastikan bahwa materi pelatihan yang diberikan sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. Berdasarkan hasil observasi awal dan diskusi dengan pengelola, diketahui bahwa peserta telah memiliki pemahaman yang baik mengenai sejarah, budaya, dan nilai-nilai yang dimiliki Istana Maimun, namun masih menghadapi kendala dalam menyampaikan informasi tersebut menggunakan bahasa Inggris yang komunikatif dan memiliki daya tarik promosi. Selain itu, sebagian besar konten promosi yang tersedia masih bersifat informatif dan belum sepenuhnya menonjolkan nilai budaya Melayu Deli sebagai identitas utama destinasi wisata.

Untuk mengetahui efektivitas program pengabdian yang telah dilaksanakan, tim pengabdian melakukan evaluasi melalui tiga instrumen utama, yaitu **pre-test dan post-test, lembar observasi**, serta **angket kepuasan peserta**. Ketiga instrumen tersebut digunakan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai peningkatan kompetensi peserta, perubahan partisipasi selama pelatihan, serta tingkat kepuasan terhadap pelaksanaan program. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan penulisan konten promosi berbahasa Inggris berbasis warisan budaya Melayu Deli memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemampuan pengelola Istana Maimun.

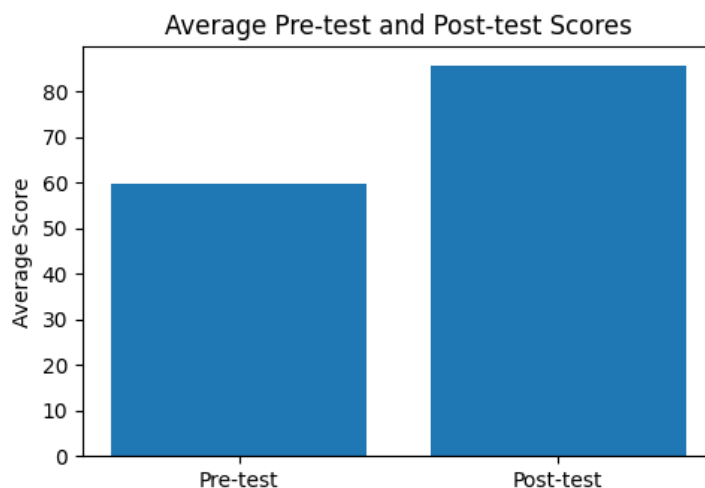


Diagram 1. Perbandingan Nilai Rata-rata Pre-test dan Post-test Peserta

Sebelum mengikuti pelatihan, seluruh peserta mengikuti pre-test untuk mengukur kemampuan awal dalam menyusun konten promosi berbahasa Inggris. Setelah seluruh rangkaian pelatihan, praktik, dan pendampingan selesai dilaksanakan, peserta kembali mengikuti post-test dengan indikator penilaian yang sama. Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh rata-rata nilai **pre-test sebesar 59,63**, sedangkan rata-rata nilai **post-test meningkat menjadi 85,56**. Dengan demikian, terjadi peningkatan sebesar **25,93 poin** atau **43,49%** dibandingkan dengan kemampuan awal peserta.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan mampu meningkatkan pemahaman peserta terhadap teknik penulisan konten promosi berbahasa Inggris. Selama proses pelatihan, peserta tidak hanya memperoleh materi mengenai penggunaan kosakata dan struktur kalimat yang tepat, tetapi juga mempelajari cara menyusun narasi promosi yang menarik dengan mengintegrasikan nilai-nilai budaya Melayu Deli sebagai identitas utama Istana Maimun. Peningkatan nilai yang cukup signifikan memperlihatkan bahwa kombinasi antara penyampaian materi, latihan praktik, dan pendampingan memberikan pengalaman belajar yang efektif sehingga peserta mampu menerapkan pengetahuan yang diperoleh ke dalam hasil tulisan yang lebih baik.

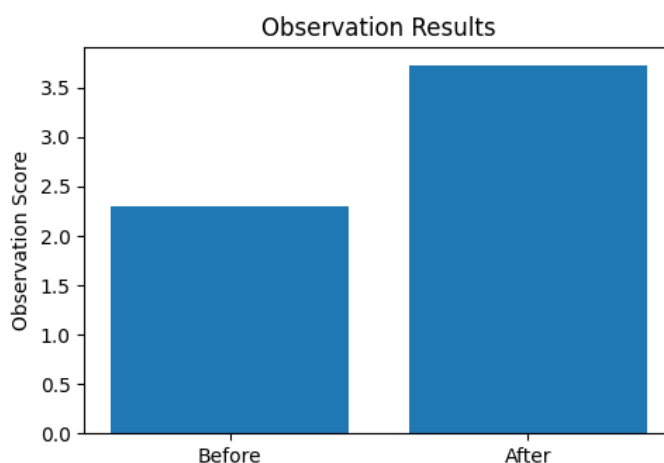


Diagram 2. Perbandingan Hasil Observasi Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Selain melalui tes, efektivitas program juga diamati menggunakan lembar observasi yang difokuskan pada keterlibatan peserta selama mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Aspek yang diamati meliputi keaktifan dalam diskusi, partisipasi pada sesi praktik, kemampuan bekerja sama, keberanian menyampaikan pendapat, serta antusiasme dalam menyelesaikan tugas yang diberikan. Hasil observasi menunjukkan adanya peningkatan skor dari **2,30** sebelum pelatihan menjadi **3,72** setelah pelatihan. Dengan demikian, terjadi peningkatan sebesar **1,42 poin** atau sekitar **61,74%**.

Peningkatan skor observasi menunjukkan bahwa peserta mengalami perubahan perilaku belajar yang positif. Selama kegiatan berlangsung, peserta terlihat lebih aktif berdiskusi, lebih percaya diri dalam menggunakan bahasa Inggris, serta lebih antusias ketika menyusun konten promosi berdasarkan objek wisata yang terdapat di Istana Maimun. Pendampingan yang dilakukan secara langsung juga memberikan kesempatan kepada peserta untuk memperoleh umpan balik terhadap hasil pekerjaannya sehingga mereka lebih termotivasi untuk memperbaiki kualitas tulisan yang dihasilkan. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa keberhasilan program tidak hanya diukur dari peningkatan nilai akademik, tetapi juga dari meningkatnya partisipasi dan keterlibatan peserta selama proses pembelajaran.

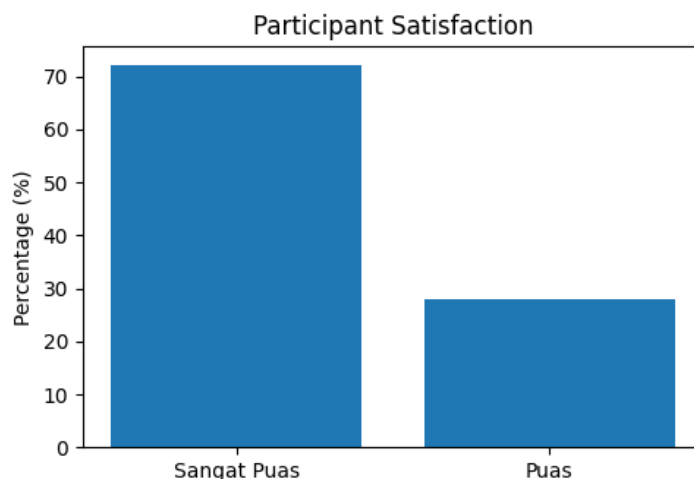


Diagram 3. Tingkat Kepuasan Peserta terhadap Pelaksanaan Program Pengabdian

Untuk mengetahui tanggapan peserta terhadap pelaksanaan program, pada akhir kegiatan dilakukan penyebaran angket kepuasan. Hasil angket menunjukkan bahwa program memperoleh respons yang sangat positif dari peserta. Rata-rata tingkat kepuasan mencapai **4,74** pada skala lima, yang termasuk dalam kategori **sangat baik**. Sebanyak **72% peserta menyatakan sangat puas**, sedangkan **28% peserta menyatakan puas** terhadap keseluruhan pelaksanaan kegiatan. Tidak terdapat peserta yang memberikan penilaian kurang puas ataupun tidak puas.

Tingginya tingkat kepuasan tersebut menunjukkan bahwa materi pelatihan, metode penyampaian, pendampingan, serta interaksi antara tim pengabdian dan peserta telah mampu memenuhi kebutuhan peserta. Selain memperoleh pengetahuan baru mengenai teknik penulisan konten promosi berbahasa Inggris, peserta juga merasa memperoleh pengalaman belajar yang aplikatif karena seluruh latihan disesuaikan dengan kondisi nyata di lingkungan Istana Maimun. Penggunaan contoh-contoh yang berasal dari warisan budaya Melayu Deli juga membantu peserta memahami cara mengemas informasi budaya menjadi konten promosi yang lebih menarik bagi wisatawan internasional.

Tabel 2. Ringkasan Hasil Pelaksanaan Program Pengabdian

Indikator	Sebelum	Sesudah	Peningkatan
Nilai rata-rata	59,63	85,56	43,49%
Skor observasi	2,30	3,72	61,74%
Kepuasan peserta	-	4,75/5	Sangat Baik

Secara keseluruhan, hasil evaluasi program dapat diringkas melalui tiga indikator utama, yaitu peningkatan hasil belajar, peningkatan keterlibatan peserta, dan tingkat kepuasan terhadap pelaksanaan kegiatan. Ringkasan hasil menunjukkan bahwa rata-rata nilai peserta meningkat dari **59,63** menjadi **85,56**, skor observasi meningkat dari **2,30** menjadi **3,72**, serta rata-rata kepuasan peserta mencapai **4,74** pada skala lima. Ketiga indikator tersebut secara konsisten menunjukkan bahwa pelaksanaan program memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan kapasitas peserta.

Berdasarkan keseluruhan hasil evaluasi, dapat disimpulkan bahwa pelatihan penulisan konten promosi berbahasa Inggris berbasis warisan budaya Melayu Deli berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Program ini tidak hanya meningkatkan kemampuan peserta dalam menyusun konten promosi berbahasa Inggris, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri, partisipasi aktif, serta pemahaman peserta

mengenai pentingnya mengangkat identitas budaya lokal sebagai bagian dari strategi promosi destinasi wisata. Hasil tersebut menjadi dasar bahwa model pelatihan yang mengombinasikan penyampaian materi, praktik langsung, dan pendampingan layak untuk dikembangkan serta diterapkan pada destinasi wisata budaya lainnya sebagai upaya memperkuat promosi pariwisata Indonesia di tingkat internasional.

Hasil pelaksanaan program pengabdian menunjukkan bahwa pelatihan penulisan konten promosi berbahasa Inggris berbasis warisan budaya Melayu Deli memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan kompetensi pengelola Istana Maimun. Peningkatan rata-rata nilai peserta dari **59,63** pada *pre-test* menjadi **85,56** pada *post-test* atau meningkat sebesar **43,49%** menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman terhadap teknik penulisan konten promosi berbahasa Inggris. Selain itu, peningkatan skor observasi dari **2,30** menjadi **3,72** serta tingginya tingkat kepuasan peserta dengan rata-rata **4,74** pada skala lima mengindikasikan bahwa metode pelatihan yang diterapkan mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta partisipasi aktif peserta selama kegiatan berlangsung.

Peningkatan kompetensi tersebut sejalan dengan konsep English for Specific Purposes (ESP) yang dikemukakan oleh Hutchinson dan Waters (1987). Menurut mereka, pembelajaran bahasa akan lebih efektif apabila materi pembelajaran dirancang berdasarkan kebutuhan nyata peserta. Dalam program ini, materi pelatihan tidak disusun sebagai pembelajaran bahasa Inggris secara umum, tetapi difokuskan pada kebutuhan pengelola destinasi wisata dalam menyusun konten promosi berbahasa Inggris. Pendekatan tersebut memungkinkan peserta mempelajari kosakata, struktur kalimat, dan strategi komunikasi yang secara langsung berkaitan dengan tugas mereka sehari-hari. Oleh karena itu, peningkatan nilai *post-test* menunjukkan bahwa materi yang kontekstual mampu mempercepat proses pemahaman dan penerapan keterampilan berbahasa Inggris.

Dari perspektif komunikasi pariwisata, hasil pengabdian ini juga mendukung teori yang dikemukakan oleh Dann (1996), yang menjelaskan bahwa bahasa dalam promosi pariwisata memiliki fungsi persuasif, bukan sekadar menyampaikan informasi. Sebelum mengikuti pelatihan, sebagian besar peserta masih menyusun informasi yang bersifat deskriptif dan berfokus pada sejarah atau fasilitas Istana Maimun. Setelah memperoleh pelatihan, peserta mulai mampu menyusun narasi yang lebih komunikatif dengan memadukan unsur sejarah, budaya, dan daya tarik destinasi melalui penggunaan bahasa yang lebih menarik bagi wisatawan internasional. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa pelatihan berhasil mengubah cara peserta dalam mengemas informasi sehingga konten promosi tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mampu membangun citra destinasi wisata.

Keberhasilan program juga memperlihatkan pentingnya pengembangan kapasitas (*capacity building*) dalam pengelolaan destinasi wisata budaya. UNDP (2009) menjelaskan bahwa pengembangan kapasitas merupakan proses peningkatan kemampuan individu dan organisasi agar mampu melaksanakan fungsi serta tanggung jawabnya secara efektif dan berkelanjutan. Dalam kegiatan ini, peningkatan kompetensi peserta tidak hanya terlihat dari hasil tes, tetapi juga dari meningkatnya kepercayaan diri, kemampuan bekerja sama, serta keterlibatan aktif selama pelatihan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pelatihan yang dipadukan dengan praktik langsung dan pendampingan memberikan kesempatan kepada peserta untuk belajar melalui pengalaman sehingga hasil pembelajaran lebih mudah diterapkan dalam aktivitas promosi sehari-hari.

Integrasi warisan budaya Melayu Deli ke dalam materi pelatihan juga menjadi salah satu faktor yang mendukung keberhasilan program. Timothy dan Boyd (2003) menjelaskan bahwa keberhasilan destinasi wisata budaya tidak hanya ditentukan oleh keberadaan aset budaya, tetapi juga oleh kemampuan pengelola dalam menginterpretasikan dan mengomunikasikan nilai-nilai budaya tersebut kepada wisatawan. Melalui pelatihan ini, peserta tidak hanya belajar menggunakan bahasa Inggris, tetapi juga diarahkan untuk mengangkat sejarah Kesultanan Deli, filosofi bangunan Istana Maimun, tradisi Melayu Deli, serta nilai-nilai budaya lokal sebagai bagian dari narasi promosi. Pendekatan ini menghasilkan konten promosi yang lebih autentik dan memiliki identitas budaya yang kuat sehingga mampu memberikan pengalaman informasi yang lebih bermakna bagi calon wisatawan mancanegara.

Temuan pengabdian ini sejalan dengan penelitian Agustina et al. (2024) mengenai pengembangan media informasi bilingual berbasis QR Code di Istana Maimun. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa penyediaan informasi berbahasa Inggris mampu meningkatkan akses wisatawan terhadap informasi mengenai objek wisata budaya. Meskipun demikian, fokus penelitian tersebut masih terletak pada pengembangan media informasi, sedangkan program pengabdian ini lebih menitikberatkan pada peningkatan kompetensi sumber daya manusia yang bertanggung jawab dalam menghasilkan konten promosi. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan produk promosi, tetapi juga membangun kemampuan pengelola untuk mengembangkan berbagai bentuk konten secara mandiri dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil pelaksanaan program menunjukkan bahwa pelatihan penulisan konten promosi berbahasa Inggris berbasis warisan budaya Melayu Deli merupakan strategi yang efektif dalam

meningkatkan kapasitas pengelola Istana Maimun. Peningkatan hasil belajar, perubahan partisipasi peserta, serta tingginya tingkat kepuasan membuktikan bahwa pendekatan pelatihan yang mengombinasikan analisis kebutuhan, penyampaian materi kontekstual, praktik langsung, dan pendampingan mampu menjawab permasalahan yang dihadapi mitra. Di samping itu, integrasi nilai-nilai budaya lokal ke dalam materi pelatihan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penguatan identitas destinasi sehingga promosi yang dihasilkan tidak hanya berorientasi pada aspek pemasaran, tetapi juga berfungsi sebagai media pelestarian dan diseminasi warisan budaya Melayu Deli kepada masyarakat internasional.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan penulisan konten promosi berbahasa Inggris berbasis warisan budaya Melayu Deli telah berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan, yaitu meningkatkan kapasitas pengelola Istana Maimun dalam menyusun materi promosi yang lebih komunikatif, persuasif, dan berorientasi pada promosi wisata internasional. Keberhasilan program dibuktikan melalui peningkatan rata-rata nilai peserta dari 59,63 pada *pre-test* menjadi 85,56 pada *post-test* atau meningkat sebesar 43,49%. Selain itu, skor observasi meningkat dari 2,30 menjadi 3,72, yang menunjukkan peningkatan partisipasi, kepercayaan diri, dan keterlibatan peserta selama pelatihan. Tingkat kepuasan peserta yang mencapai rata-rata 4,74 pada skala lima juga menunjukkan bahwa materi, metode, dan proses pendampingan telah sesuai dengan kebutuhan mitra.

Keunggulan program ini terletak pada integrasi pembelajaran bahasa Inggris dengan penguatan nilai-nilai warisan budaya Melayu Deli sehingga peserta tidak hanya memperoleh keterampilan berbahasa, tetapi juga mampu mengemas identitas budaya lokal menjadi konten promosi yang lebih menarik bagi wisatawan mancanegara. Meskipun demikian, pelaksanaan program masih memiliki keterbatasan, terutama pada jumlah peserta yang terbatas, durasi pelatihan yang relatif singkat, serta belum dilakukannya evaluasi jangka panjang terhadap penerapan hasil pelatihan dalam media promosi resmi. Oleh karena itu, kegiatan serupa perlu dikembangkan secara berkelanjutan dengan melibatkan lebih banyak pengelola destinasi wisata budaya, memperluas pemanfaatan platform digital, serta melakukan pendampingan lanjutan untuk memastikan keberlanjutan implementasi dan dampak program terhadap penguatan citra destinasi wisata Indonesia di tingkat internasional.

Berdasarkan hasil pelaksanaan program pengabdian, disarankan agar pengelola Istana Maimun menerapkan secara konsisten keterampilan yang telah diperoleh dalam menyusun berbagai bentuk konten promosi berbahasa Inggris, baik melalui media sosial, situs web resmi, brosur digital, maupun media informasi lainnya. Pengelola juga perlu melakukan pembaruan konten secara berkala dengan tetap mengedepankan nilai-nilai warisan budaya Melayu Deli agar informasi yang disampaikan tetap relevan, menarik, dan mampu memperkuat citra Istana Maimun sebagai destinasi wisata budaya bertaraf internasional.

Bagi tim pelaksana maupun institusi terkait, program serupa sebaiknya dilaksanakan secara berkelanjutan dengan durasi pendampingan yang lebih panjang serta materi yang lebih beragam, seperti *digital storytelling*, *copywriting* pariwisata, optimasi konten media sosial, dan strategi pemasaran digital berbasis budaya. Selain itu, diperlukan evaluasi lanjutan untuk mengukur sejauh mana hasil pelatihan diterapkan dalam aktivitas promosi sehari-hari serta pengaruhnya terhadap peningkatan kualitas informasi dan daya tarik destinasi. Program ini juga berpotensi direplikasi pada destinasi wisata budaya lainnya di Indonesia dengan menyesuaikan karakteristik budaya lokal masing-masing, sehingga manfaat pengabdian tidak hanya dirasakan oleh satu mitra, tetapi juga dapat berkontribusi terhadap penguatan promosi pariwisata budaya Indonesia secara lebih luas dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Penulis juga menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada **Universitas Harapan Medan**, khususnya **Fakultas Bahasa dan Komunikasi** serta **Program Studi Sastra Inggris**, atas dukungan akademik, fasilitas, arahan, dan pendampingan yang diberikan selama proses perencanaan, pelaksanaan, hingga penyusunan artikel ini. Dukungan tersebut menjadi fondasi penting dalam terlaksananya program pengabdian yang berorientasi pada peningkatan kapasitas masyarakat melalui penguatan kompetensi berbahasa Inggris.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada **seluruh staf, pekerja, dan pengelola Istana Maimun** yang telah memberikan kesempatan, kepercayaan, serta kerja sama yang sangat baik selama pelaksanaan kegiatan. Partisipasi aktif, antusiasme, dan komitmen para peserta dalam mengikuti setiap rangkaian pelatihan menjadi faktor utama yang mendukung keberhasilan program ini. Penulis juga mengapresiasi seluruh **anggota tim pengabdian** yang telah bekerja sama dalam menyusun materi, melaksanakan pelatihan, memberikan pendampingan, melakukan evaluasi, serta menyelesaikan berbagai tahapan kegiatan dengan penuh tanggung jawab. Ucapan terima kasih turut disampaikan kepada **mahasiswa** yang terlibat dalam proses persiapan, dokumentasi, koordinasi lapangan, dan pelaksanaan kegiatan sehingga seluruh rangkaian program dapat berjalan secara efektif dan lancar.

Akhirnya, besar harapan kami agar hasil pengabdian ini tidak hanya memberikan manfaat bagi pengelola Istana Maimun, tetapi juga menjadi inspirasi bagi pengembangan program serupa pada destinasi wisata budaya lainnya di Indonesia. Diharapkan kompetensi yang telah diperoleh peserta dapat terus diterapkan dan dikembangkan dalam penyusunan konten promosi berbahasa Inggris yang mampu memperkenalkan kekayaan warisan budaya Indonesia kepada masyarakat internasional. Selain itu, semoga kolaborasi antara perguruan tinggi, pengelola destinasi wisata, pemerintah, dan masyarakat dapat terus diperkuat guna mendukung pelestarian budaya lokal sekaligus meningkatkan daya saing pariwisata Indonesia di tingkat global melalui pemanfaatan komunikasi dan promosi yang lebih inovatif, profesional, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D., Sembiring, R., & Nasution, M. "Bilingual Tourist pocket book using QR code at Maimun Palace as an information medium for foreign tourist." *Journal of Community Service* (2024): 5(2), 145-146.
- Badan Pusat Statistik. *Statistik pariwisata Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2024.
- Hutchinson, T., & Waters, A. *The language of tourism: A sociolinguistic perspective*. Wallingford, England: CAB International, 1996.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. *Rencana strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2020-2024*. Jakarta: Kemenparekraf, 2023.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. *Marketing for hospitality and tourism (7th ed)*. Boston: MA: Pearson, 2017.
- Richards, G. "Cultural tourism: A review of recent research and trends." *Journal of Hospitality and Tourism Management* (2018): 36, 12-21.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. *Heritage tourism*. Harlow, England: Pearson Education, 2003.
- United Nations Development Programme. *Capacity development: A UNDP primer*. New York: United Nations Development Programme, 2009.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. *Convention for the safeguarding of the intangible cultural heritage*. Paris, France: UNESCO, 2003.
- United Nations World Tourism Organization. *Tourism and culture synergies*. Madrid, Spain: UNWTO, 2018.
- . *World tourism barometer*. Madrid, Spain: UNWTO, 2023.