

PERAN DUTA WISATA SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* PARIWISATA KABUPATEN DEMAK

Anita Septiani Rosana¹, Dyah Kusumawati²

Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Sultan Fatah Demak¹

Prodi Ilmu Administrasi Niaga Universitas Sultan Fatah Demak²

Email : anita@unisfat.ac.id¹, dyahk291175@gmail.com²

ABSTRACT

In the tourism context, tourism ambassadors can act as regional brand ambassadors. A brand ambassador is someone appointed by a company or organization to promote a product or service. In this case, tourism ambassadors are appointed by the regional government of Demak Regency to promote tourism potential in Demak Regency. This study's goal is to define the role and duties of tourism ambassadors as brand ambassadors in promoting tourism potential in Demak Regency because brand ambassadors are cultural identities or icons, where they can act as a marketing tool that will represent the product they offer.

This study's research object is a qualitative descriptive study being the Demak Tourism Office and tourist attraction managers. The sampling strategy employed in this study a snowballing sample technique, consisting of 7 sources (informants), namely 5 people from the Demak Regency Tourism Office and 2 managers from tourist attractions.

The study's conclusions include: (1). The formation of the Demak Tourism Ambassador as a brand ambassador will be able to build and advance all tourism potential in Demak Regency; (2). Demak Tourism Ambassadors have carried out outreach and education activities about Demak tourism, namely by participating in tourism awareness groups (pokdarwis); (3). The Demak Tourism Ambassadors formed the Paguyuban Mas dan Mbak Demak (PAMADE), which aims to be a communication and education forum about Demak tourism. Demak Tourism Ambassadors must have a sense of "sense of belonging" to Demak Regency, especially regarding the world of Demak tourism. The activities carried out are positive and creative to participate in supporting the programs of the Demak Tourism Office.

Keywords: tourism ambassador, brand ambassador, tourism

PENDAHULUAN

Setiap kota maupun Kabupaten di Jawa Tengah dapat menggunakan duta wisata sebagai mediator untuk mempromosikan potensi wisatanya. Indonesia mempunyai bermacam-macam jenis tamasya, khususnya di propinsi Jawa Tengah yaitu tamasya kuliner, tamasya alam, tamasya religi, tamasya belanja, tamasya air, tamasya desa, tamasya pendidikan, tamasya lingkungan, dan tamasya budaya. Dalam proses pemilihan duta wisata, diharapkan mampu mempromosikan potensi wisata lokal dengan baik.

Tugas duta pariwisata terhadap pariwisata khususnya di daerah Demak dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu: (1). Promosi, duta wisata berperan sebagai agen promosi pariwisata daerah. Duta wisata dapat mempromosikan potensi wisata daerah di bermacam jenis sarana, misalnya promosi melalui media massa, media sosial dan kegiatan lainnya. (2). Edukasi, duta wisata juga berperan sebagai agen edukasi

pariwisata. Duta wisata dapat memberikan informasi dan edukasi tentang pariwisata daerahnya kepada masyarakat, baik wisatawan maupun masyarakat lokal.

Dalam konteks pariwisata, duta wisata dapat berperan sebagai *brand ambassador* daerah. Orang yang ditunjuk oleh sebuah perusahaan inilah yang disebut sebagai perwakilan merek atau *brand ambassador* untuk mempromosikan produk dan jasanya. Dalam hal ini, duta wisata ditunjuk oleh pemerintah daerah Kabupaten Demak untuk mempromosikan pariwisata Kabupaten Demak. Peran duta wisata sebagai *brand ambassador* Kabupaten Demak dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu: (1). Membangun citra positif daerah, Duta wisata berperan dalam membangun citra positif daerah melalui perilaku dan tutur katanya. Duta wisata yang bersikap baik dan mampu melakukan percakapan yang baik pula maka akan memberikan kesan positif kepada masyarakat luas. (2). Mengajak masyarakat untuk sadar mengenai kemampuan yang dimiliki oleh pariwisata di wilayahnya. Duta wisata dapat memberikan informasi dan edukasi tentang potensi wisata daerah khususnya Kabupaten Demak kepada masyarakat, baik wisatawan maupun masyarakat lokal.

Penelitian yang telah dilakukan terkait dengan duta wisata diantaranya adalah penelitian dari Mandalia (2022) yang hasilnya adalah sebagai perwakilan di bidang pariwisata Kabupaten Dharmasraya, kesan yang baik bagi muda-mudi Kabupaten Dharmasraya dapat diberikan oleh seorang duta wisata terpilih. Duta wisata juga melakukan beberapa kegiatan yang antara lain memberikan pendidikan tentang wisata untuk murid-murid di tempat-tempat belajar baik formal maupun non formal. Hal ini dilakukan dengan tujuan sebagai bentuk sosialisasi tentang dunia wisata. Di samping itu, publikasi tentang kegiatan wisata juga dapat dikerjakan oleh duta wisata dengan cara menghasilkan poster, spanduk dan video pariwisata yang di share di laman-laman sosial seperti instagram, *facebook* dan lain-lain.

Penelitian Abdillah (2023) menunjukkan beberapa temuan penting. Pertama, peran duta wisata di Kota Banda Aceh dalam mengkampanyekan pariwisata halal sangat signifikan. Duta wisata melaksanakan peran ini dengan berkolaborasi melalui berbagai media promosi dan menjalin kerja sama dengan industri pariwisata halal. Kedua, setelah pandemi COVID-19, Duta Wisata tidak menghadapi hambatan yang signifikan dalam upaya promosi wisata halal, kecuali adanya pandangan negatif dari masyarakat luar terhadap penerapan Qanun dan persepsi negatif terhadap Aceh sebagai destinasi wisata halal. Ketiga, untuk mengatasi hambatan tersebut, Duta Wisata dan Dinas Pariwisata melakukan peningkatan upaya dalam menjelaskan konsep wisata halal melalui promosi virtual yang menekankan budaya, sejarah, kuliner, dan nilai-nilai religius Aceh. Hal ini bertujuan untuk membangun citra yang inklusif dan ramah bagi semua jenis wisatawan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Zumaeroh (2022) mendapatkan hasil bahwa Duta Wisata Kabupaten Brebes. Sebagai Pusat Informasi Pariwisata, duta wisata dapat membantu wisatawan mendapatkan informasi tentang tempat wisata, makanan, oleh-oleh, dan kebudayaan Kabupaten Brebes.

Selain itu, berfungsi sebagai media untuk menghubungkan orang dengan masyarakat di luar melalui kegiatan atau melalui platform sosial media seperti pameran dan pameran wisata. Penyebaran informasi tentang atraksi wisata Kabupaten Brebes memberikan dukungan tentang hal ini. Masyarakat percaya bahwa duta wisata Kabupaten Brebes memberikan informasi yang akurat tentang wisata yang ada di Kabupaten Brebes. Minimnya sumber daya manusia dan dana untuk kegiatan sosialisasi atau lainnya biasanya menjadi hambatan.

Penyeleksian duta wisata Kabupaten Demak belum menghasilkan peran dan masukan yang optimal. Peran duta wisata diharapkan sebagai *brand ambassador* masih belum dirasakan dan belum tampak jelas. Ditemukan pula kenyataan di lapangan adanya ketidakpahaman dan ketidakjelasan peran duta wisata, apalagi ketika para duta wisata telah purna tugas atau menjadi “mantan” duta wisata. Seharusnya, meskipun sudah tidak menjadi duta wisata pada saat tahun berjalan tetapi karena adanya wadah paguyuban para mantan duta wisata yaitu Paguyuban Mas dan Mbak Demak (PAMADE) maka sudah seharusnya anggota yang tergabung memiliki tanggung jawab moral terhadap keberlangsungan kegiatan promosi pariwisata di daerahnya. Hal inilah yang menarik sebagai bahan kajian untuk diteliti. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mendeskripsikan bagaimana peran dan tugas Duta Wisata sebagai *Brand Ambassador* sebagai perwakilan merek dan bertanggung jawab dalam mempromosikan potensi pariwisata di Kabupaten Demak yang seharusnya.

TINJAUAN TEORITIS

A. Duta Wisata

Duta wisata adalah ikon atau figur pariwisata dan kebudayaan yang terpilih setelah melewati serangkaian beberapa proses seleksi yang dikemas secara apik dalam suatu ajang pemilihan yang diikuti oleh kalangan muda atau remaja. Seorang duta wisata adalah sosok yang diharapkan dapat menjadi bagian terdepan di sebuah wilayah dalam menggali, memperkenalkan hingga kemudian menjadi bagian dari kehidupan seni, budaya, dan pariwisata kota atau kabupaten. (Dirjen Pemasaran Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2017).

Ikon pariwisata dan kebudayaan, Duta Wisata terdiri dari sepasang anak muda yang dipilih setelah melalui berbagai proses pemilihan yang dikemas dengan cara yang mirip dengan kontes kecantikan. Selain itu, karena secara umum tidak ada definisi yang jelas untuk istilah "duta wisata", masih banyak lagi artikel yang membahas subjek ini di media online, blog, dan koran. Namun, setelah membaca beberapa artikel dan web, duta wisata dapat dianggap sebagai orang kreatif yang bertugas mempromosikan pariwisata, budaya, dan seni daerahnya di tingkat lokal, nasional, dan internasional. Duta wisata, yang dianggap sebagai simbol pariwisata lokal, harus memiliki hubungan dan kerjasama yang baik dengan sektor pariwisata lokal. Ini sesuai dengan definisi sebelumnya tentang duta wisata,

yang mendefinisikan duta wisata sebagai orang yang dapat diandalkan untuk memperkenalkan dan mempromosikan potensi daerah kepada khalayak umum atau publik.

B. Brand Ambassador

Ambassador merek adalah simbol atau identitas budaya yang dapat digunakan sebagai alat pemasaran untuk mewakili produk yang mereka jual. Menurut Shimp (2014), seorang *brand ambassador* adalah orang yang dapat mendukung suatu merek dari berbagai kalangan individu yang sedang populer atau naik daun dalam masyarakat.

Seseorang yang antusias terhadap suatu produk dan dapat memengaruhi atau mengajak pelanggan untuk membeli atau menggunakannya disebut *brand ambassador* (Firmansyah, 2019). Menurut Saraji dkk. (2018), secara umum *brand ambassador* adalah perwakilan merek yang menegaskan merek dengan reputasinya, artinya perwakilan merek yang menengahi antara manajemen merek internal dan eksternal yang dapat berdampak signifikan pada persepsi pelanggan tentang merek dan merek organisasi.

Apa yang disampaikan di atas, maka *brand ambassador* adalah perwakilan merek yang mengkonfirmasi merek dengan reputasinya, sesuai dengan teori sebelumnya. (Saraji et al., 2018). Indikator dari *brand ambassador* yaitu :

1. *Visibility* adalah ukuran seberapa terkenal seorang publik figur.
2. *Kredibilitas*, seorang publik figur dikaitkan dengan dua hal penting, keahlian dan objektivitas. Seberapa relevan publik figur dengan produk yang diendorse-nya adalah ukuran keahlian, dan objektivitas adalah ukuran seberapa besar publik figur terkait dipercaya oleh konsumen produk sebagai representasi merek.
3. *Daya Tarik*, jika merek perwakilan memiliki daya tarik yang baik, pesan yang diiklankannya dapat diterima dengan baik. Lewat pengaruh daya tarik, pelanggan dapat mengubah cara mereka melihat dan melakukan pembelian. Dalam kebanyakan kasus, daya tarik dapat berupa penampilan fisik, kecerdasan, gaya hidup, dan aspek lainnya.
4. *Power*, kharisma selebriti yang kuat dapat mempengaruhi pembeli untuk membeli barang yang diwakilinya.

Menurut Shimp (2014), pemilihan *Brand Ambassador* memiliki urutan sebagai berikut:

1. Kredibilitas publik figur.
Salah satu alasan utama untuk memilih seorang publik figur sebagai perwakilan merek adalah kredibilitasnya. Kredibilitas ini dapat diukur melalui keahlian dan tingkat kepercayaan mereka terhadap bidangnya.
2. Kesamaan publik figur dengan masyarakat.

Yang menjadi representasi dari setiap produk yang diwakili adalah mereka seorang publik figur. Perusahaan memilih tokoh publik sebagai duta merek agar dapat mendukung produk yang sesuai dengan pelanggan.

3. Kesamaan publik figur dengan merek.

Jika sebuah perusahaan memilih seseorang untuk bertindak sebagai perwakilan merek, mereka harus mempertimbangkan nilai dan perilaku individu tersebut terhadap merek yang akan diiklankan.

4. Daya tarik publik figur sebuah perusahaan.

Ada banyak faktor yang harus dipertimbangkan saat memilih orang publik sebagai duta merek. Faktor-faktor yang membuat publik figur menarik adalah keramahan, kelebihan dari sisi fisik, dan menyenangkan. Hal ini membantu perusahaan dalam periklanan untuk mencapai tujuannya.

C. Pariwisata

Pariwisata adalah gejala sosial yang sangat kompleks yang berkaitan dengan manusia dan memiliki banyak aspek penting, seperti sosiologis, psikologis, ekonomis, ekologis, dan lainnya. Di antara banyak aspek tersebut, aspek ekonomisnya adalah yang paling banyak diperhatikan dan hampir satu-satunya yang dianggap sangat penting. (Yoeti, Drs. H. Oka A., 2013).

Masyarakat luas harus ikut serta secara aktif dalam pengembangan sektor pariwisata. Agar masyarakat luas dapat memiliki lebih banyak dampak pada pembangunan kepariwisataan, mereka harus belajar tentang apa itu pariwisata dan keuntungan serta manfaatnya. Selain itu, masyarakat harus menyadari dampak negatif dari pariwisata serta mengetahui bagaimana cara mengantisipasi dan mencari solusinya.

Pengembangan sektor kepariwisataan harus ditingkatkan dengan mengembangkan dan mendayagunakan sumber-sumber dan potensi yang ada di tingkat nasional maupun lokal. Ini harus menjadi bisnis ekonomi yang dapat diandalkan yang dapat meningkatkan pendapatan nasional atau pendapatan asli daerah, memberikan kesempatan berusaha dan lapangan kerja terutama bagi masyarakat setempat. (Dimiyati, 2003)

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dipilih adalah deskriptif kualitatif, yang melukiskan tentang peristiwa-peristiwa yang muncul, baik bersifat alamiah maupun buatan manusia, yang lebih memperhatikan ciri khas, mutu, dan hubungan kegiatan yang satu dengan kegiatan yang lain.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian terdiri dari : (1). Data primer yaitu data yang diperoleh peneliti secara langsung dari lapangan (fokus penelitian) dengan melakukan wawancara

mendalam kepada narasumber atau informan yaitu Kepala Dinas Pariwisata Demak, Kabid promosi, obyek wisata dan ekonomi kreatif, serta staf bidang yang mengurus seleksi duta wisata. Informan yang lain adalah dari pengelola tempat wisata favorit di daerah Demak yaitu obyek wisata yaitu Masjid Agung Demak dan pasareyan Sunan Kalijaga di Kadilangu; (2). Data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh dari referensi beberapa sumber, seperti arsip, dokumen, buku, internet dan sumber lainnya yang relevan dengan topik kajian dalam penelitian ini.

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi tapi *social situation* atau situasi sosial, yaitu keserasian antara letak (*place*), pelaku (*actor*), dan kegiatan (*activity*) yang berhubungan secara selaras. Pada situasi sosial peneliti dapat mengamati secara mendalam kegiatan mereka yang ada di lokasi tertentu. (Sugiyono, 2018). Yang dimaksud dengan situasi sosial adalah Dinas Pariwisata Demak dan pengelola obyek wisata. Metode pengambilan sampel memakai metode *snowballing sample*. Menurut Sugiyono (2018). *Snowballing sample* adalah metode untuk mengambil data-data yang mula-mula sedikit lama-lama menjadi banyak atau besar. Sampel dalam penelitian ini adalah 7 narasumber atau informan yaitu 5 orang dari Dinas Pariwisata Kabupaten Demak dan 2 orang pengelola dari obyek wisata unggulan Kabupaten Demak.

Metode pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi dan studi pustaka. Metode triangulasi digunakan saat menganalisa data dengan menyesuaikan keterangan yang diperoleh dengan metode-metode yang berbeda yakni diantaranya adalah studi dokumen, observasi, dan wawancara. Metode triangulasi yang digunakan oleh peneliti adalah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Proses triangulasi yang dilakukan peneliti melalui tiga sumber data yaitu data hasil wawancara, data hasil observasi, data hasil studi dokumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Kabupaten Demak berada di Jawa Tengah dengan batas-batas sebagai berikut : sebelah barat dengan Laut Jawa, sebelah utara dengan Jepara, sebelah timur dengan Kudus, sebelah tenggara dengan Grobogan dan sebelah barat dengan Semarang dan Kota Semarang. Dengan luas 897,43 km² dan jumlah penduduk 1.158.772 jiwa (2019) Kabupaten Demak mempunyai kemampuan besar dalam hal pariwisata seperti wisata keagamaan, kesenian, pemandangan laut yang indah dengan hutan mangrove. Menyandang sebutan "Kota Wali" karena Demak mempunyai banyak kemampuan pada alam dan budaya yang luar biasa dikombinasikan dengan wisata religius dan lingkungan yang agamis. Setiap desa memiliki ciri khas yang unik dalam hal seni, budaya, dan kuliner, sehingga masih ada potensi atraksi wisata yang dapat menarik dan membuat wisatawan tinggal lebih lama.

Untuk mencapai visinya, pemerintah kabupaten Demak terus berupaya meningkatkan sektor pariwisata, termasuk destinasi wisata, industri, akomodasi, jasa, kesenian dan budaya, serta ekonomi kreatif. Sebagai pelaksana pemerintahan yang menangani sektor pariwisata, diharapkan bahwa Dinas Pariwisata dapat membantu visi dan misi pariwisata kabupaten Demak untuk pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan.

Jika pariwisata berkembang dengan baik, itu dapat menghasilkan devisa bagi negara. Jumlah pengunjung di tempat wisata terus meningkat dari tahun ke tahun, menunjukkan seberapa besar potensi kepariwisataan untuk mendorong perekonomian lokal. Demak merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki banyak potensi pariwisata. Tiga tempat pariwisata populer di Demak adalah:

1. Wisata Religi
2. Wisata Alam
3. Wisata Edukasi

Data sekunder yang diperoleh dari penelitian ini akan dibahas lebih lanjut. Di dalam data sekunder termasuk dalam hal ini adalah lokasi penelitian, yang merupakan tanggung jawab Dinas Pariwisata Kabupaten Demak sebagai pengelola obyek wisata dan pemilihan duta wisata. Selanjutnya, hasil penelitian diperoleh dari wawancara mendalam dengan informan dan studi dokumentasi. Hasilnya terdiri dari deskripsi informan primer dan dokumen.

Untuk menunjang data-data tersebut, peneliti melakukan wawancara kepada beberapa pihak, yaitu sebagai berikut

Tabel 1
Data Narasumber Penelitian

No	Narasumber	Jabatan/Jenis Narasumber
1	Dra. Endah Cahya R, M.M	Plt. Ka. Dinas Pariwisata Kabupaten Demak
2	Dra. Masluroh, S.IP, M.M	Kepala Bid. Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata dan Ekonomi Kreatif
3	Bambang Purnomo, S.Sos	Sub Koordinator Pengembangan SDM dan Ekonomi Kreatif
4	Munib	Staf (pelaksana kegiatan Duta Wisata)
5	Citra	Staf (pelaksana kegiatan Duta Wisata)
6	Ainul Muttaqin	Sekretaris Takmir Masjid Agung Demak
7	Ali	Ketua Yayasan Sunan Kalijaga Kadilangu

Dari wawancara penulis dengan Dinas Pariwisata dan pengelola 2 obyek wisata (Kadilangu dan Masjid Agung Demak) Kabupaten Demak tahun 2023 maka hasil yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Pariwisata Kabupaten Demak

Pariwisata modern tidak peduli dengan kebutuhan manusia, di mana manusia berusaha memenuhi kebutuhan mereka akan pariwisata setelah kebutuhan pokok mereka terpenuhi. Selain itu, pariwisata merupakan hal yang penting bagi suatu daerah tujuan wisata karena merupakan lahan dan sumber pendapatan yang sangat potensial. (Wardiyanta, 2010).

Oleh karena itu, peningkatan pariwisata dapat memberikan banyak keuntungan sosial, ekonomi, dan budaya bagi suatu kecamatan, kabupaten, kota, atau negara. Kabupaten Demak adalah salah satu kota potensial di Indonesia yang memiliki ini. Dengan luas 89.743 ha, Kabupaten Demak yang sebagian besar merupakan dataran rendah terdiri dari 14 kecamatan, 243 desa, dan 6 kelurahan. Bagian selatannya terlihat sedikit perbukitan. Demak memiliki letak yang baik sebagai daerah *stop over* bagi pemakai jalur pantai utara untuk berhenti sejenak melepas lelah setelah melakukan perjalanan jauh, terutama dari Jakarta dan Surabaya. Wisatawan dapat mengunjungi Demak untuk dua alasan religius: Masjid Agung Demak, peninggalan Walisongo, dan pusat perkembangan agama Islam di Pulau Jawa.

Demak juga memiliki makam Sultan dan Raja dari kerajaannya. Ada juga tempat wisata Makam Sunan Kalijaga di Kadilangu, yang berjarak sekitar 2,5 kilometer dari Kota Demak. Selain itu, ada tempat rekreasi air di Desa Tambak Bulusan di Kecamatan Karang Tengah dan Pantai Morodemak di Kecamatan Bonang, serta Agro "BULE" (Jambu dan Lele) di Desa Wonosari di Kecamatan Bonang. Meskipun ada banyak destinasi wisata, masih ada banyak pekerjaan yang harus dilakukan dalam pengelolaan objek wisata, dan masyarakat lokal tidak tahu cara mengelola objek wisata dengan baik. Dinas Pariwisata Kabupaten Demak melakukan pengembangan sektor pariwisata dalam tiga bidang: promosi, pembinaan usaha, dan pengembangan. Masing-masing sektor memiliki peran yang berbeda dalam mengembangkan destinasi wisata Demak.

Untuk mempromosikan objek wisata di Kabupaten Demak, bidang promosi bertanggung jawab untuk merencanakan dan mengatur kegiatan yang bertujuan untuk mempromosikan mereka. Selanjutnya, divisi pembinaan usaha menyelenggarakan kampanye masyarakat sadar wisata atau kelompok wisata berikutnya, bagian bidang pengembangan wisata di Kabupaten Demak bertanggung jawab untuk mengatur sarana dan prasarana serta menyiapkan bahan untuk perumusan kebijakan operasional pengembangan wisata. Khususnya destinasi wisata sejarah yang menarik bagi pengunjung melalui berbagai program yang telah direncanakan sebelumnya. Program-program ini termasuk berinteraksi dengan masyarakat, mengikuti acara pariwisata di Jawa Tengah dan di provinsi lain di luar Jawa Tengah, dan menggunakan media sosial untuk mempromosikan pariwisata.

Dengan menjadi *brand ambassador*, Duta Wisata Kabupaten Demak diharapkan dapat menjadi pelita dan jembatan untuk membawa perubahan pada Kabupaten Demak dengan memberikan ide dan saran untuk memajukan pariwisata. Pariwisata dapat menjadi sarana untuk melestarikan budaya dan kearifan lokal selain menjadi sumber pemasukan daerah. Ada banyak potensi pariwisata di Kabupaten

Demak. Sebagai pihak yang bertanggung jawab untuk mengembangkan industri ini, pemerintah daerah harus berusaha untuk mengoptimalkan potensi ini untuk berkembang dan menguntungkan masyarakat Demak. Meningkatkan kualitas lingkungan di Masjid Agung Demak, Makam Kadilangu, dan Alun-alun Demak harus didukung oleh kesadaran wisata masyarakat di sekitarnya.

2. Pemilihan Duta Wisata Kabupaten Demak

Selain itu, ada tujuan positif di balik pemilihan Duta Wisata ini: Pemerintah berharap generasi muda menunjukkan perhatian dan berperan dalam rancangan pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan daerah. Ini juga akan membantu mereka belajar dan mencintai budaya lokal dan pariwisata sejak muda. Plt Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Demak Endah Cahya Rini, M.M mengatakan bahwa pemilihan Mas dan Mbak Demak adalah acara tahunan yang bertujuan untuk mempublikasi kemampuan wisata Indonesia, terutama di Kabupaten Demak. Beliau berharap seluruh pemuda Demak dapat berolahraga dan bersaing.

Sebagai syarat, mereka harus memiliki KTP dan berusia antara 17 dan 24 tahun pada September 2023. Mereka juga harus memiliki tinggi badan minimal (mutlak) 170 cm atau 165 cm. Selanjutnya, belum pernah menikah, fasih berbahasa Jawa dan bahasa asing (terutama bahasa Inggris), sehat secara fisik dan rohani dengan bukti (surat keterangan kesehatan dari dokter). (Dinkominfo, 2023)

Kegiatan pemilihan Duta Wisata Demak menjadi agenda rutin tahunan, namun karena pandemi Covid pada tahun 2020-2022, kegiatan ini tidak dilaksanakan. Dimulai lagi kegiatan tersebut pada tahun 2023 ini. Harapannya, dengan diadakannya lagi seleksi pemilihan duta wisata 2023 ini akan dapat memunculkan para duta wisata yang lebih berkualitas dan multitalent di segala bidang, untuk dapat menjadi duta yang dapat mempromosikan dan menjadi brand ambassador di pariwisata Kabupaten Demak.

3. Duta Wisata Kabupaten Demak

Duta wisata memiliki beberapa karakteristik yang membuatnya cocok sebagai brand ambassador. Pertama, duta wisata biasanya memiliki penampilan yang menarik dan menarik perhatian. Kedua, duta wisata biasanya memiliki pengetahuan yang luas tentang pariwisata daerah tersebut. Ketiga, duta wisata biasanya memiliki keterampilan komunikasi yang baik. Duta Wisata Kabupaten Demak hingga kini dibawah pembinaan salah satunya oleh Ibu Masluroh sebagai Kepala Bidang Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata, dan Ekonomi Kreatif dan Bapak Bambang Purnomo, S.Sos selaku Subkoordinator Pengembangan SDM dan Ekonomi Kreatif, yang membidangi kegiatan seleksi Duta Wisata Kabupaten Demak, menyatakan bahwa Duta Wisata Kabupaten Demak adalah hasil dari tugas, program, dan kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Demak.

Selain itu, kolaborasi sebagai mitra kerja dalam pengembangan kepariwisataan, terutama dalam hal pemasaran produk dan potensi pariwisata Kabupaten Demak. Selain itu para duta wisata Kabupaten Demak disatukan dalam satu wadah dengan nama PAMADE (Paguyuban Mbak dan Mas Demak). Secara definisi untuk meningkatkan citra daerah, duta wisata dapat diandalkan untuk mempromosikan pariwisata kepada bakal pengunjung. Beberapa pendapat mendefinisikan duta wisata sebagai orang yang dipilih untuk mempublikasikan kemampuan pariwisata wilayahnya kepada publik.

Definisi ini tidak jauh berbeda artinya dengan definisi duta wisata yang disampaikan oleh PIt. Kepala Dinas Pariwisata Demak, Dra. Endah Cahya Rini, M.M bahwa duta wisata seseorang atau beberapa orang yang ditunjuk dan dipercayai untuk mempublikasikan kemampuan pariwisata di wilayah negara, provinsi, kabupaten, dan kota yang diwakilinya. Menurut pernyataan lain, duta wisata, khususnya duta wisata Kabupaten Demak, dipilih oleh pemerintah Kabupaten Demak melalui proses yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Demak dan memenuhi kriteria. Tugas mereka adalah memperkenalkan dan mempromosikan budaya dan pariwisata Kabupaten Demak kepada masyarakat umum.

Semua pendapat tersebut merupakan kompilasi pendapat dari berbagai pemangku kepentingan di industri pariwisata, khususnya di sektor penginapan, jasa travel, jasa makanan dan pertunjukkan wisata. Kami berpendapat bahwa duta pariwisata yaitu sosok cerdas, kreatif, dan berkarakter baik yang mendapat kepercayaan dari pemerintah dan masyarakat umum suatu kota atau kabupaten untuk secara luas menampilkan dan mempublikasikan kemampuan suatu wilayah terutama di sektor pariwisata.

Duta Wisata Kabupaten Demak terdiri dari sepasang individu yang disebut Mbak dan Mas. Mbak dan Mas adalah sebutan untuk para muda-mudi di Kabupaten Demak. Karena persyaratan peserta untuk acara Duta Wisata termasuk dalam rentang usia 17 hingga 24 tahun, ini dianggap sebagai kelompok usia muda.

Mbak dan Mas Duta Wisata Kabupaten Demak diharapkan dapat menjadi contoh dan panutan yang positif bagi muda-mudi lainnya karena mereka dapat dikatakan sebagai salah satu ikon yang dimiliki oleh Kabupaten Demak, di mana mereka dituntut mampu menginspirasi para generasi muda untuk turut berpartisipasi aktif dalam mempromosikan potensi pariwisata di kabupaten Demak. Selain itu setelah pemilihan, pemenang Mbak dan Mas Kabupaten Demak akan menjadi fokus perhatian oleh masyarakat mengingat bahwa Mbak dan Mas ini akan membawa nama Kabupaten Demak ke masyarakat luas secara aktif melalui kegiatan-kegiatan dunia seni budaya dan pariwisata yang mereka ikuti.

Mereka harus mengikuti semua aktifitas baik di dalam wilayah Demak maupun aktifitas di luar wilayah Kabupaten Demak. Dalam kegiatan-kegiatan itu pasangan jawara Duta Wisata Kabupaten Demak akan mempromosikan kemampuan dan kapasitas yang ada di Kabupaten Demak ke masyarakat luas, yaitu pariwisata kuliner, pariwisata kesenian dan kebudayaan, pariwisata belanja, pariwisata religi

sampai dengan pariwisata tempat permainan dan *show*. Oleh karena itu, jawara Mas dan Mbak Kabupaten Demak harus bekerja sama dengan baik dan kompak saat mengerjakan tugas dan meningkatkan posisi mereka sesuai dengan gelar yang mereka terima selama satu periode atau satu tahun.

4. Duta Wisata sebagai *Brand Ambassador*

Dengan mempertimbangkan dua definisi tersebut, duta wisata memiliki fungsi yang mirip dengan seorang praktisi *public relations* pariwisata. Tugas duta wisata sama dengan tugas seorang praktisi *public relations* pariwisata, yakni menyampaikan potensi dan keunggulan suatu daerah kepada masyarakat luas dengan komunikasi, di bawah bimbingan Dinas Pariwisata Kabupaten Demak.

Kegiatan ini juga bersifat komersial dan non komersial, serta berusaha untuk menjaga hubungan baik dengan setiap orang yang mereka temui. Sementara duta wisata memiliki tanggung jawab untuk mempublikasikan dan mempromosikan karena mereka merupakan ikon daripada wilayah yang dipublikasikan. Sebaliknya, *public relations tidak* selalu dapat menjadi ikon daerah yang dipromosikan, sehingga mereka juga berfungsi sebagai perwakilan merek selain sebagai Public Relations (PR).

B. Pembahasan

Menurut analisis data, duta wisata sebagai *brand ambassador* pariwisata Kabupaten Demak tentang 3 perspektif fungsi utusan wisata:

1. Duta Wisata sebagai Ikon Pariwisata

Selain memberikan gambaran atau contoh yang baik, duta wisata harus mencerminkan generasi muda Demak yang menghargai pariwisata. Selain itu, destinasi wisata harus siap untuk menyambut dan mendampingi wisatawan serta tamu kedinasan yang datang ke Demak. Pada akhirnya nanti, duta wisata yang telah dipilih akan menjadi ikon pariwisata yang dapat menunjukkan Demak kepada wisatawan. Generasi muda harus melihat contoh yang baik dengan performance dan perilaku yang baik dari Duta wisata, sebagai simbol pariwisata Kabupaten Demak. Contoh yang baik bagi orang lain akan diberikan oleh duta wisata Demak setelah melalui proses seleksi administrasi dan pembekalan. Dengan demikian, Kabupaten Demak dapat dipandang dengan baik dan menarik bagi wisatawan.

2. Duta Wisata sebagai Promotor Pariwisata

Diantara faktor penting yang mendukung pengembangan pariwisata adalah duta wisata. Sebagai wakil daerah di bidang pariwisata, duta wisata diminta untuk memengaruhi dan memotivasi orang-orang untuk membangun pariwisata lokal mereka. Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten mengatakan bahwa duta wisata harus memahami segmentasi pasar saat melakukan promosi pariwisata lokal.

Untuk memenuhi tugas promosinya, duta wisata Kabupaten Demak telah berupaya melakukan bermacam-macam cara publikasi, secara langsung maupun tidak langsung (melalui media sosial). Pengunjung dari daerah luar diundang untuk datang ke wilayah bupaten Demak, dan duta wisata juga membuat video promosi pariwisata.

3. Duta Wisata sebagai Edukator Pariwisata

Kepala Bidang Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata dan Ekonomi Kreatif menegaskan bahwa duta wisata juga harus memberi tahu masyarakat tentang kepariwisataan karena generasi muda sudah memahaminya. Dia mengatakan bahwa untuk memajukan sektor pariwisata Kabupaten Demak, masyarakat harus dididik dan disosialisasikan.

Duta wisata bukanlah satu-satunya tanggung jawab untuk memberi tahu masyarakat tentang edukasi. Dengan tanggung jawab sebesar itu demi kemajuan bidang pariwisata, maka Dinas Pariwisata juga berperan dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Hasil wawancara dengan duta wisata menunjukkan bahwa mereka berusaha untuk memberi tahu masyarakat dan siswa sekolah. Diharapkan masyarakat luas di kabupaten Demak dan Jawa Tengah pada umumnya akan lebih memahami dan mengetahui tentang kepariwisataan melalui pelatihan ini.

SIMPULAN

Dari hasil wawancara dengan para narasumber maka dapat kami simpulkan sebagai berikut :

1. Membangun Duta Wisata Demak sebagai duta merek yang memungkinkan menjadi pengembang dan pelopor semua kemampuan pariwisata saat ini di Demak. Mereka yang dipilih sebagai duta wisata muda harus melakukan tugas dan peran mereka sebagai ikon pariwisata Demak. Mereka harus menggambarkan dan memberikan tauladan pada generasi sekarang agar dapat berkontribusi aktif untuk memajukan tempat wisata Demak. Utusan wisata ditugaskan oleh pengelola wisata untuk mempromosikan pariwisata Kabupaten Demak sebagai *brand ambassador*. Sebagai utusan dalam bidang pariwisata, dia wajib berkolaborasi bersama Dinas Pariwisata Kabupaten Demak.
2. Duta Wisata Demak telah melakukan berbagai kegiatan sosialisasi dan edukasi tentang pariwisata kepada masyarakat, seperti dengan bergabung dalam kelompok sadar wisata (pokdarwis) di desa atau wilayah masing-masing. Di samping itu, duta wisata harus melakukan penyampaian dan pembelajaran tentang pariwisata ke sekolah-sekolah, sehingga siswa lebih mengetahui dan lebih tertarik untuk mengunjungi tempat-tempat tersebut.
3. Duta Wisata Demak membentuk PAMADE, atau paguyuban Mas dan Mbak Demak. Diharapkan dengan terbentuknya wadah ini, dapat digunakan sebagai ajang untuk berkomunikasi dan memberikan pendidikan tentang pariwisata Demak, para duta wisata akan semakin merasa bagian dari Kabupaten Demak, terutama dalam hal sektor pariwisata. Kegiatan yang dilakukan

adalah positif dan inovatif untuk mendukung rencana Dinas Pariwisata Demak untuk berkembang dan maju. Semua orang harus berpartisipasi dalam pemasaran wisata Demak, dan para duta wisata adalah orang yang harus memimpin dan mendorong masyarakat untuk mengetahui lebih banyak tentang objek wisata baru di kabupaten ini.

SARAN

Saran dan rekomendasi kebijakan yang dapat kami berikan kepada pemerintah Kabupaten Demak dalam mengembangkan pariwisata dan duta wisata sebagai *brand ambassador* Kabupaten Demak.

1. Untuk Dinas Pariwisata Kabupaten Demak

a. Optimalisasi Peran dan Tugas Duta Wisata

Dengan memberikan legalitas melalui SK Bupati atau SK Kepala Dinas Pariwisata tentang Peran dan Tugas Pokok Duta Wisata.

b. Peningkatan Kualitas Destinasi Wisata

Pemerintah Kabupaten Demak melalui Dinas Pariwisata perlu terus meningkatkan kualitas destinasi wisata yang ada, baik dari segi infrastruktur, fasilitas, maupun pelayanan. Semua ini harus dilaksanakan supaya menarik wisatawan dan meningkatkan kepuasan wisatawan yang berkunjung.

c. Pengembangan Destinasi Wisata Baru

Pemerintah Kabupaten Demak juga perlu mengembangkan destinasi wisata baru untuk meningkatkan daya tarik wisatawan. Pengembangan destinasi wisata baru dapat dilakukan dengan memanfaatkan potensi pariwisata di daerah tersebut, contohnya pariwisata alam, pariwisata budaya, pariwisata sejarah, dan pariwisata kuliner.

d. Peningkatan Promosi Wisata

Pemerintah Kabupaten Demak perlu meningkatkan promosi wisata untuk memperkenalkan potensi wisata Demak kepada masyarakat luas. Publikasi dapat dilakukan melalui berbagai sarana, seperti media sosial, website, dan media massa sebagai bentuk advertensi wisata.

e. Pembentukan Tim Ahli Pariwisata

Pemerintah Kabupaten Demak dapat membentuk tim ahli pariwisata yang terdiri dari berbagai pihak, seperti akademisi, praktisi, dan tokoh masyarakat. Tim ahli pariwisata dapat memberikan masukan dan rekomendasi kepada pemerintah Kabupaten Demak dalam pengembangan pariwisata Demak.

f. Pembentukan Badan Otonom Pariwisata

Pemerintah kabupaten Demak dapat membentuk badan otonom pariwisata yang bertugas untuk mengelola dan mengembangkan pariwisata Demak. Badan otonom pariwisata dapat lebih efektif dalam menjalankan tugasnya karena memiliki otonomi dalam pengambilan keputusan.

g. Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat

Pemerintah Kabupaten Demak dapat mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat. Pariwisata berbasis masyarakat melibatkan masyarakat lokal dalam pengembangan dan pengelolaan destinasi wisata. Hal ini dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal dan juga dapat menjaga kearifan lokal.

2. Untuk Duta Wisata sebagai *Brand Ambassador*

a. Peningkatan Kualitas Duta Wisata

Pemerintah Kabupaten Demak perlu meningkatkan kualitas duta wisata melalui berbagai pelatihan dan pengembangan kompetensi. Hal ini perlu dilakukan agar duta wisata dapat menjadi representasi yang baik dari Kabupaten Demak dan dapat mempromosikan wisata Demak secara efektif.

b. Peningkatan Peran Duta Wisata

Pemerintah Kabupaten Demak perlu meningkatkan peran duta wisata dalam mempromosikan wisata Demak. Duta wisata dapat berperan dalam berbagai kegiatan, seperti promosi wisata, pelayanan wisatawan, dan pengembangan destinasi wisata.

c. Peningkatan Peran PAMADE sebagai Paguyuban Mas dan Mbak Demak.

Di dalam pengembangan wisata di Kabupaten Demak, peran PAMADE sebagai tempat berkumpulnya para Mas dan Mbak Demak (duta wisata) perlu ditingkatkan karena setelah mereka menyelesaikan tugas sebagai Mas dan Mbak Demak (menjadi mantan) maka tugas mereka dalam mempromosikan pariwisata tidak berhenti seketika tetapi mereka di dalam masyarakat tetap memiliki tanggung jawab moral ikut serta dalam pengembangan pariwisata di daerahnya sehingga fungsi dan peran duta wisata dari tahun ke tahun tidak terputus.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Ahmad Shiddiq, Hamdani M. Syam, Nadia Muharman, (2023), Peranan Duta Wisata dalam Mempromosikan Wisata Halal Pasca Covid di Kota Banda Aceh, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah Volume 8, Nomor 4 November 2023*.
- A. Shimp, Terence, (2014), *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*, Salemba Empat: Jakarta.
- Dimiyati, H. Achmad, (2003), *Usaha Pariwisata*, Erlangga: Jakarta.
- Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Demak, (2023), *Pendaftaran Mas dan Mbak Duta Wisata Kabupaten Demak*.
- Direktorat Jenderal Pemasaran Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, (2017), *Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah*.
- Firmansyah, A, (2019), *Pemasaran Produk dan Merek (Pertama)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Mandalia, S & Santosa, H, (2022), Analisis Peran Duta Wisata Dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Dharmasraya, *Journal of Tourism Sciences, Technology and Industry, Vol 1, No 2, Des 2022 E-ISSN: 2962-5378*.

Saraji, M. K., Sadrabadi, A. N., & Monshizadeh, M, (2018), Evaluating the Role of Brand Ambassadors in Social Media Evaluating the Role of Brand Ambassadors in Social Media Article Info Jel Classification, *Journal of Marketing Management and Consumer Behavior Sadrabadi A*, 2 (December), 54–70.

Sugiyono, (2018), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, CV. Alfabeta: Bandung.

Wardiyanta, (2010), *Metode Penelitian Pariwisata (Edisi 2) ANDI*: Yogyakarta.

Yoeti, Drs. H. Oka A., M, (2013), *Pemasaran Pariwisata*, Angkasa: Bandung.

Zumaeroh, Sodik Dwi Purnomo , Bagus Aditya, Damar Jati, (2022), Strategi Duta Wisata Dalam Mempromosikan Pariwisata di Kabupaten Brebes, *Majalah Ilmiah Manajemen & Bisnis (MIMB) P-ISSN : 1411-1977 & E-ISSN 2809-6754 Vol 19 No 2*, pp 35-45.