



Penguatan English Speaking melalui pelatihan AI-Assisted Storytelling Berbasis Local Wisdom untuk Promosi Wisata

Musmuliadi

Tadris Bahasa Inggris, Fakultas Tarbiyah, Institut Elkatarie, Indonesia

*e-mail korespondensi: musmuliadi026@gmail.com

Abstract

This community service aimed to strengthen the English-speaking skills of the Youth Digital Creators Teguh Rinjani in developing tourism promotions through Artificial Intelligence-Assisted English Storytelling based on local wisdom. The activity was conducted using a Participatory Action Research approach, which included the stages of needs identification, training, practice, mentoring, and participatory evaluation. The results of the activity show that participants experienced an improvement in their ability to compose English storytelling, utilize generative Artificial Intelligence to develop ideas and refine promotional narratives, formulate more effective instructions to produce outputs aligned with tourism promotion needs, and integrate the values of Local Wisdom into digital content. This initiative produced an empowerment model that integrates Artificial Intelligence, English storytelling, Local Wisdom, and active community involvement into a single, complementary training approach. This model has the potential to be replicated in other village creative communities as an innovative strategy for strengthening speaking skills and supporting culture-based digital tourism promotion and community empowerment.

Keywords: *Artificial Intelligence, English Storytelling, Local Wisdom*

Abstrak

Kegiatan ini bertujuan menguatkan kemampuan berbicara Bahasa Inggris Youth Digital Creators Teguh Rinjani dalam mengembangkan promosi wisata melalui Artificial Intelligence-Assisted English Storytelling berbasis Local Wisdom. Kegiatan dilaksanakan menggunakan pendekatan Participatory Action Research yang meliputi tahap identifikasi kebutuhan, pelatihan, praktik, pendampingan, dan evaluasi secara partisipatif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan kemampuan dalam menyusun English storytelling, memanfaatkan Artificial Intelligence generatif untuk mengembangkan ide dan menyempurnakan narasi promosi, menyusun instruksi yang lebih efektif untuk menghasilkan keluaran yang sesuai dengan kebutuhan promosi wisata, serta mengintegrasikan nilai-nilai Local Wisdom ke dalam konten digital. Kegiatan ini menghasilkan model pemberdayaan yang mengintegrasikan Artificial Intelligence, English Storytelling, Local Wisdom, dan keterlibatan aktif masyarakat dalam satu pendekatan pelatihan yang saling melengkapi. Model tersebut berpotensi direplikasi pada komunitas kreatif desa lainnya sebagai strategi inovatif dalam penguatan kemampuan berbicara serta mendukung promosi wisata digital berbasis budaya dan pemberdayaan masyarakat.

Kata kunci: Artificial Intelligence, English Storytelling, Budaya Lokal

Kata Kunci: Artificial Intelligence, English Storytelling, Budaya Lokal

Pendahuluan

Youth Digital Creators Teguh Rinjani Desa Semaya, Kecamatan Sikur Lombok Timur merupakan komunitas kepemudaan yang aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana berbagi informasi sekaligus mempromosikan potensi wisata dan budaya lokal Desa. Komunitas ini memiliki peran strategis dalam mendukung promosi wisata berbasis digital karena anggotanya didominasi oleh generasi muda yang terbiasa menggunakan berbagai platform media sosial untuk menghasilkan konten kreatif. Potensi tersebut menjadi modal penting dalam memperluas jangkauan promosi wisata, terutama di tengah meningkatnya pemanfaatan media digital sebagai sumber informasi oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya didukung oleh kemampuan anggota dalam menghasilkan konten promosi yang mampu menjangkau audiens internasional.

Hasil observasi menunjukkan bahwa anggota *Youth Digital Creators* Teguh Rinjani telah aktif mempublikasikan berbagai konten mengenai destinasi wisata dan aktivitas budaya melalui media sosial. Akan tetapi, sebagian besar konten masih berupa dokumentasi visual yang disertai deskripsi singkat dalam bahasa Indonesia sehingga informasi mengenai sejarah, nilai budaya, dan keunikan destinasi wisata belum tersampaikan secara utuh kepada calon wisatawan mancanegara. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa promosi digital yang telah dilakukan belum mampu mengoptimalkan potensi wisata berbasis kearifan lokal sebagai daya tarik bagi pasar internasional.

Disamping itu, komunitas ini memiliki 2 keterbatasan utama yang sedang dihadapi yaitu. Pertama, kemampuan berbicara dan menyusun *English storytelling* yang komunikatif, persuasif, dan sesuai dengan karakter promosi wisata masih terbatas. Kedua, anggota komunitas belum memiliki keterampilan memanfaatkan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) sebagai pendukung dalam proses penyusunan narasi, pengembangan ide cerita, penyempurnaan tata bahasa, maupun produksi konten digital. Kedua permasalahan tersebut menjadi kendala dalam menghasilkan konten promosi yang mampu bersaing pada platform digital dengan sasaran wisatawan internasional.

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan komunitas ini tidak hanya berkaitan dengan peningkatan kemampuan berbahasa Inggris, tetapi juga penguatan kompetensi digital yang relevan dengan perkembangan teknologi saat ini. Kemampuan mengintegrasikan *English storytelling*, pemanfaatan *Artificial Intelligence*, dan pengemasan nilai-nilai *local wisdom* menjadi satu kesatuan konten promosi yang terintegrasi merupakan kompetensi yang dibutuhkan guna menyajikan informasi yang informatif sehingga mampu membangun ketertarikan wisatawan terhadap identitas budaya lokal. Urgensi tersebut sejalan dengan berbagai kajian yang menegaskan bahwa pemanfaatan *Artificial Intelligence* generatif dapat mendukung proses penciptaan konten digital melalui peningkatan kreativitas, produktivitas, dan kualitas keluaran (Mollick, 2024; Lo, 2023), sementara pendekatan *storytelling* mampu meningkatkan efektivitas komunikasi promosi destinasi dengan membangun keterlibatan emosional dan pengalaman yang lebih bermakna bagi audiens (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021).

Sejumlah kegiatan pengabdian kepada masyarakat terdahulu menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas masyarakat dalam produksi dan pengelolaan konten digital dapat memperkuat promosi desa wisata. Astuti dan Nurdin (2022), melalui kegiatan pendampingan *digital marketing* di Dusun Turunan, Gunungkidul, memberikan pelatihan pembuatan konten video promosi kepada pemuda dan anggota kelompok masyarakat. Kegiatan tersebut diarahkan agar mitra mampu memproduksi konten promosi secara mandiri dan memanfaatkannya melalui media digital.

Demikian pula, Zulaikha et al. (2022) melalui pendampingan di Desa Wisata Gubugklakah menunjukkan peningkatan pemahaman penggiat wisata mengenai pengelolaan media sosial, kesesuaian konten, kelengkapan informasi, dan strategi peningkatan *insight* melalui pemasaran digital. Temuan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam pengelolaan media digital merupakan komponen penting dalam pengembangan promosi wisata.

Hasil kajian terdahulu menunjukkan bahwa, terdapat gap yang masih perlu dikembangkan dimana Pengabdian mengenai digitalisasi promosi wisata umumnya berfokus pada kemampuan menggunakan media sosial, fotografi, videografi, dan *digital marketing*, sedangkan pengabdian berbasis *storytelling* lebih menekankan kemampuan menyusun dan menyampaikan cerita mengenai potensi lokal. Sementara itu, pengabdian yang memanfaatkan AI generatif cenderung menitikberatkan pada peningkatan literasi dan efisiensi penggunaan teknologi. Dengan demikian, masih terdapat keterbatasan kegiatan pengabdian yang secara simultan mengintegrasikan English storytelling, generative AI, produksi konten digital, dan local wisdom dalam satu proses pemberdayaan komunitas pemuda untuk mendukung promosi wisata kepada audiens internasional.

keterbatasan tersebut menjadi dasar penerapan AI-Assisted English Storytelling berbasis Local Wisdom sebagai pendekatan pemberdayaan *Youth Digital Creators* dalam menghasilkan konten promosi wisata untuk audiens internasional merupakan sebuah inovasi baru dalam kegiatan pengabdian. AI dimanfaatkan bukan hanya sebagai teknologi untuk menghasilkan konten secara umum, tetapi sebagai *creative assistant* dalam pengembangan ide, penyusunan dan penyempurnaan narasi berbahasa Inggris, pengembangan ilustrasi visual, pembuatan *voice-over*, dan penyuntingan konten. Pada saat yang sama, substansi cerita tetap bersumber dari sejarah, pengalaman, identitas, dan nilai budaya lokal yang dimiliki masyarakat. Dengan demikian, kebaruan program terletak pada integrasi kompetensi bahasa Inggris, storytelling, generative AI, produksi konten digital, dan local wisdom dalam satu proses pemberdayaan komunitas untuk memperluas promosi wisata ke pasar internasional.

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan tersebut, tim pengabdian merancang Pelatihan AI-Assisted English Storytelling Berbasis Local Wisdom bagi Youth Digital Creators Teguh Rinjani Desa Semaya Lombok Timur yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris serta mengintegrasikan pemanfaatan AI generatif dalam penyusunan naskah, pengembangan ilustrasi visual, pembuatan *voice-over*, dan penyuntingan konten digital berbasis kearifan lokal. Integrasi tersebut menjadi karakteristik utama program sehingga peserta memperoleh pengalaman belajar yang aplikatif sesuai dengan kebutuhan promosi wisata berbasis media digital.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan di Gedung Serbaguna Desa Semaya, Kecamatan Sikur, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat pada tanggal 05–25 Juli 2026. Mitra kegiatan adalah *Youth Digital Creators* yang merupakan anggota Karang Taruna Teguh Rinjani Desa Semaya berjumlah 20 orang. Metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang menekankan keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahapan kegiatan. Tahapan kegiatan meliputi identifikasi kebutuhan mitra, pelaksanaan pelatihan, praktik penyusunan konten digital berbasis AI, serta evaluasi hasil kegiatan.

PAR dioperasionalkan melalui empat tahap yang melibatkan mitra secara langsung. (1) Identifikasi kebutuhan: tim PkM bersama mitra melakukan observasi dan diskusi untuk mengidentifikasi kendala promosi wisata, khususnya

kemampuan *English storytelling* dan pemanfaatan AI. (2) Aksi: berdasarkan kebutuhan tersebut, tim dan mitra menentukan potensi wisata dan budaya lokal sebagai bahan konten, kemudian melaksanakan pelatihan dan praktik penyusunan *English storytelling* dengan bantuan AI. (3) Refleksi dan evaluasi: tim bersama mitra menilai proses dan hasil praktik berdasarkan kemampuan *English storytelling*, pemanfaatan AI, dan integrasi *local wisdom*, serta mendiskusikan kendala yang ditemukan. (4) Tindak lanjut: hasil refleksi digunakan untuk memperbaiki konten dan mendorong mitra melanjutkan produksi serta publikasi konten promosi wisata secara mandiri.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan Pendampingan

Tahap pendampingan difokuskan pada penyempurnaan hasil praktik peserta agar mampu menghasilkan konten promosi yang lebih berkualitas. Pendampingan dilakukan melalui konsultasi langsung mengenai struktur *English storytelling*, pemilihan kosakata, penyusunan *prompt*, serta optimalisasi penggunaan AI dalam proses penyuntingan konten. Melalui proses tersebut, peserta tidak hanya belajar memanfaatkan AI sebagai alat bantu penulisan, tetapi juga memahami pentingnya mempertahankan karakter budaya lokal dalam setiap narasi yang dihasilkan. Hal ini sejalan dengan pandangan Sugiyono (2022) yang menyatakan bahwa proses pendampingan yang disertai umpan balik (*feedback*) secara berkelanjutan mampu meningkatkan kompetensi peserta karena memberikan kesempatan untuk melakukan refleksi dan perbaikan secara langsung. Selain itu, Eko Indrajit (2023) menegaskan bahwa transformasi digital tidak hanya menuntut penguasaan teknologi, tetapi juga kemampuan mengintegrasikan teknologi dengan konteks sosial, budaya, dan kebutuhan masyarakat agar menghasilkan inovasi yang bernilai.

Secara umum, pelaksanaan program berjalan dengan baik dan seluruh tahapan kegiatan dapat dilaksanakan sesuai rencana. Kendala utama yang dihadapi selama pelaksanaan adalah keterbatasan kestabilan koneksi internet di lokasi kegiatan sehingga proses akses ke beberapa platform AI pada beberapa sesi berlangsung lebih lambat. Meskipun demikian, kendala tersebut tidak mengurangi efektivitas kegiatan karena tim pengabdian melakukan penyesuaian mekanisme pendampingan melalui diskusi kelompok dan praktik bergilir hingga seluruh peserta mampu menyelesaikan latihan yang diberikan. Keberhasilan adaptasi tersebut menunjukkan pentingnya fleksibilitas dalam pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat. Menurut Totok Mardikanto (2017), keberhasilan kegiatan pendampingan masyarakat sangat dipengaruhi oleh kemampuan fasilitator menyesuaikan strategi pelaksanaan dengan kondisi nyata di lapangan sehingga tujuan program tetap dapat dicapai meskipun terdapat berbagai kendala teknis.



Gambar 1. Pelaksanaan pelatihan AI-Assisted English Storytelling berbasis *local wisdom*.

Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam menyusun *English storytelling*, merancang *prompt* AI, serta mengintegrasikan nilai-nilai *local wisdom* ke dalam konten promosi wisata. Peserta juga mulai memahami bahwa AI bukan pengganti kreativitas manusia, melainkan alat pendukung untuk mempercepat proses produksi konten dan meningkatkan kualitas narasi. Pemahaman ini mendorong peserta menghasilkan konten yang lebih terstruktur, komunikatif, dan memiliki daya tarik yang lebih kuat bagi calon wisatawan internasional.

Temuan ini sejalan dengan pandangan Ethan Mollick (2024) bahwa AI generatif berfungsi sebagai *co-intelligence*, yaitu mitra kolaboratif yang membantu manusia meningkatkan produktivitas dan kreativitas, bukan menggantikan kemampuan berpikir manusia. Dalam konteks Indonesia, pandangan tersebut diperkuat oleh Onno W. Purbo yang menegaskan bahwa teknologi digital seharusnya dimanfaatkan sebagai alat untuk memperkuat kapasitas sumber daya manusia dan memperluas akses terhadap inovasi, bukan menggantikan peran manusia sebagai pencipta gagasan. Dengan demikian, peningkatan kompetensi peserta dalam kegiatan ini tidak hanya menunjukkan keberhasilan penguasaan teknologi AI, tetapi juga berkembangnya kemampuan berpikir kreatif dalam mempromosikan potensi wisata berbasis kearifan lokal.

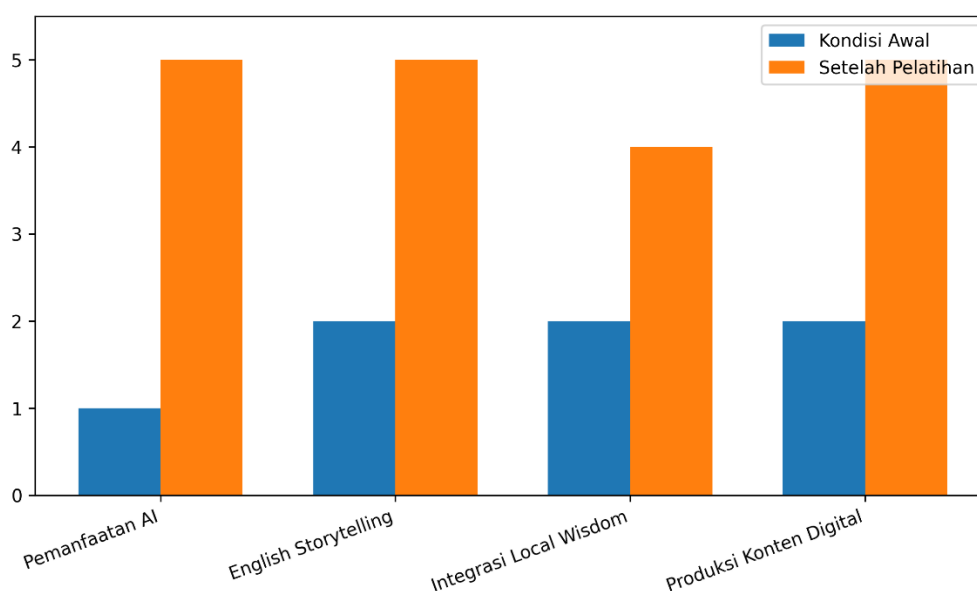


Diagram 1. Hasil Peningkatan Kompetensi Peserta

Temuan tersebut menunjukkan bahwa program ini tidak hanya terletak pada penggunaan AI dalam kegiatan pengabdian, tetapi pada integrasi AI generatif, *English storytelling*, *local wisdom*, dan pemberdayaan komunitas kreator konten desa dalam satu model pelatihan yang saling melengkapi. Pendekatan ini menghasilkan pengalaman belajar yang lebih aplikatif karena peserta tidak hanya mempelajari teknologi, tetapi juga mengembangkan kemampuan komunikasi internasional dan memperkuat identitas budaya lokal dalam setiap konten yang diproduksi. Model pelatihan tersebut berpotensi direplikasi pada komunitas kreator konten desa lainnya sebagai strategi pemberdayaan masyarakat berbasis transformasi digital dan promosi wisata berkelanjutan (Mardikanto, 2017).

Dampak Program terhadap Peningkatan Kapasitas Mitra

Pelaksanaan program tidak hanya menghasilkan peningkatan kemampuan teknis peserta dalam berbicara Bahasa Inggris dan memanfaatkan AI, tetapi juga mengubah cara peserta memandang proses produksi konten digital sebagai media

promosi wisata. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar peserta cenderung memandang konten promosi sebagai dokumentasi visual yang cukup disertai keterangan singkat. Setelah mengikuti rangkaian pelatihan dan pendampingan, peserta mulai memahami bahwa promosi wisata yang efektif memerlukan narasi yang mampu membangun emosi, menghadirkan pengalaman imajinatif, serta memperkenalkan identitas budaya lokal kepada calon wisatawan. Perubahan cara pandang tersebut menjadi indikator penting bahwa kegiatan pengabdian tidak hanya mentransfer keterampilan teknis, tetapi juga membangun perspektif baru mengenai strategi komunikasi digital dalam sektor pariwisata.

Perubahan tersebut terlihat ketika peserta mulai menyusun *English storytelling* dengan struktur yang lebih sistematis. Narasi yang dihasilkan tidak lagi hanya mendeskripsikan objek wisata, tetapi telah mengintegrasikan unsur sejarah, budaya, aktivitas masyarakat, serta nilai-nilai lokal yang menjadi karakteristik Desa Semaya. Pendekatan ini menghasilkan konten yang lebih komunikatif dan mampu memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai pengalaman yang akan diperoleh wisatawan ketika mengunjungi destinasi tersebut. Dengan demikian, fungsi media sosial tidak lagi sekadar sebagai sarana berbagi dokumentasi, tetapi berkembang menjadi media komunikasi pemasaran yang mampu membangun citra destinasi secara lebih profesional (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021).

Pemanfaatan AI generatif juga memberikan dampak terhadap efisiensi proses produksi konten. Selama pendampingan, peserta mulai memanfaatkan AI untuk mengembangkan ide cerita, menyusun alternatif kalimat promosi, memperbaiki tata bahasa, serta menyempurnakan struktur narasi. Proses yang sebelumnya membutuhkan waktu relatif lama dapat diselesaikan secara lebih cepat tanpa mengurangi kesempatan peserta untuk melakukan penyuntingan dan penyesuaian terhadap konteks budaya lokal. Hal ini menunjukkan bahwa AI berfungsi sebagai *cognitive partner* yang membantu peserta meningkatkan produktivitas, sementara keputusan akhir mengenai isi dan karakter narasi tetap berada pada pengguna. Pendekatan tersebut memperlihatkan bahwa pemanfaatan AI dalam pengabdian kepada masyarakat sebaiknya diposisikan sebagai alat pendukung kreativitas, bukan sebagai pengganti kreativitas manusia (Mollick, 2024).

Temuan lain yang menarik selama kegiatan adalah berkembangnya kemampuan peserta dalam melakukan *prompt engineering*. Pada awal pelatihan, sebagian besar peserta masih menyusun *prompt* yang bersifat umum sehingga keluaran AI belum sesuai dengan kebutuhan promosi wisata lokal. Setelah memperoleh pendampingan, peserta mulai memahami pentingnya menyusun instruksi yang lebih spesifik dengan memasukkan informasi mengenai lokasi wisata, karakteristik budaya, target audiens, gaya bahasa, dan tujuan promosi. Perbaikan kualitas *prompt* tersebut berdampak langsung terhadap peningkatan kualitas keluaran AI, baik dari aspek ketepatan informasi, variasi kosakata, maupun daya tarik narasi yang dihasilkan. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi AI dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat sangat dipengaruhi oleh kompetensi pengguna dalam berinteraksi dengan teknologi tersebut, bukan semata-mata oleh kecanggihan platform yang digunakan (Lo, 2023).

Kebaruhan Program Pengabdian

Salah satu aspek yang membedakan program ini dari berbagai kegiatan pengabdian sejenis adalah model integrasi empat komponen utama, yaitu Artificial Intelligence, English Storytelling, Local Wisdom, dan pemberdayaan komunitas kreator konten desa. Pada berbagai kegiatan pengabdian sebelumnya, pelatihan umumnya hanya berfokus pada peningkatan literasi digital, penggunaan media sosial, atau pengenalan aplikasi penyuntingan video. Program ini menawarkan pendekatan yang lebih komprehensif karena menghubungkan penguasaan teknologi

dengan kemampuan komunikasi internasional dan pelestarian identitas budaya lokal.

Integrasi tersebut menghasilkan model pembelajaran yang lebih kontekstual. AI dimanfaatkan sebagai alat untuk mempercepat proses kreatif, *English storytelling* berfungsi sebagai strategi komunikasi global, sedangkan *local wisdom* menjadi substansi utama yang membedakan konten promosi Desa Semaya dari destinasi wisata lainnya. Dengan demikian, peserta tidak hanya memperoleh kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga memahami bagaimana teknologi dapat dimanfaatkan untuk memperkuat daya saing destinasi wisata berbasis budaya. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa transformasi digital pada tingkat komunitas tidak cukup dilakukan melalui penguasaan perangkat digital semata, melainkan harus disertai dengan penguatan kapasitas komunikasi, kreativitas, dan kemampuan mengemas identitas lokal menjadi narasi yang bernilai ekonomi. Hal ini sejalan dengan pendapat Eko Indrajit (2023) yang menegaskan bahwa transformasi digital yang berkelanjutan tidak hanya bertumpu pada adopsi teknologi, tetapi juga pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia agar mampu menciptakan inovasi dan nilai tambah sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa program pengabdian telah memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kapasitas Youth Digital Creators Teguh Rinjani Desa Semaya, Kecamatan Sikur dalam mengembangkan promosi wisata berbasis digital. Meskipun masih dijumpai kendala berupa keterbatasan koneksi internet selama pelaksanaan kegiatan, hambatan tersebut tidak mengurangi ketercapaian tujuan program karena peserta tetap mampu mengikuti seluruh rangkaian pelatihan dan menghasilkan konten promosi sesuai dengan target kegiatan. Pengalaman ini menunjukkan bahwa keberhasilan program pemberdayaan masyarakat lebih ditentukan oleh kesesuaian metode pelatihan dengan kebutuhan mitra, intensitas pendampingan, serta partisipasi aktif peserta daripada semata-mata oleh ketersediaan teknologi. Temuan tersebut sejalan dengan pendapat Totok Mardikanto dan Soebiato (2019) yang menyatakan bahwa keberhasilan program pemberdayaan masyarakat sangat dipengaruhi oleh partisipasi aktif masyarakat, pendampingan yang berkelanjutan, serta kesesuaian program dengan kebutuhan dan potensi lokal.

Hasil pengabdian ini memberikan implikasi bahwa model AI-Assisted English Storytelling berbasis Local Wisdom memiliki potensi untuk direplikasi pada komunitas kreatif lainnya, khususnya pada desa-desa wisata yang sedang mengembangkan strategi promosi digital. Menurut Mardikanto dan Soebiato (2019), model pemberdayaan masyarakat yang berorientasi pada potensi lokal memiliki peluang untuk direplikasi pada komunitas lain sepanjang disesuaikan dengan karakteristik sosial dan budaya setempat. Dengan melakukan penyesuaian terhadap karakteristik budaya dan potensi lokal masing-masing daerah, model ini berpeluang menjadi salah satu alternatif pemberdayaan masyarakat yang mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan sekaligus memperkuat daya saing destinasi Indonesia di tingkat internasional. Pandangan tersebut juga sejalan dengan Hadiwijoyo (2012) yang menegaskan bahwa pengembangan desa wisata berbasis potensi lokal menjadi salah satu strategi penting dalam menciptakan pariwisata yang berkelanjutan.

Kesimpulan

Kebaruan program ini terletak pada integrasi Artificial Intelligence, English Storytelling, Local Wisdom, dan pemberdayaan komunitas kreator konten desa dalam satu model pelatihan yang aplikatif. Program ini berhasil menjawab kebutuhan mitra dalam meningkatkan kapasitas promosi wisata berbasis digital melalui integrasi keterampilan *English storytelling*, pemanfaatan teknologi *Artificial Intelligence* (AI), dan penguatan nilai-nilai kearifan lokal sebagai identitas utama

destinasi wisata. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam menyusun *prompt* AI, mengembangkan narasi promosi berbahasa Inggris, serta memanfaatkan AI sebagai pendukung proses produksi konten digital. Selain meningkatkan kemampuan teknis, kegiatan ini juga mendorong perubahan perspektif peserta terhadap strategi promosi wisata, dari sekadar menampilkan dokumentasi visual menjadi penyusunan konten yang lebih komunikatif, persuasif, dan berorientasi pada audiens internasional. Ke depan, diperlukan kegiatan pendampingan lanjutan yang berfokus pada peningkatan kualitas produksi konten, optimalisasi strategi distribusi melalui berbagai platform digital, serta penguatan jejaring promosi dengan pemangku kepentingan di sektor pariwisata. Upaya tersebut diharapkan mampu menjaga keberlanjutan program sekaligus memperluas dampak pemberdayaan masyarakat dalam mendukung daya saing destinasi wisata lokal di tingkat nasional maupun internasional.

Ucapan Terimakasih

Tim pengabdian menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. ucapan terima kasih disampaikan kepada institut elkatarie atas dukungan kelembagaan dan fasilitasi pelaksanaan kegiatan. penghargaan juga diberikan kepada pemerintah desa semaya, kecamatan sikur, kabupaten lombok timur atas kerja sama, dukungan, serta kesempatan yang diberikan dalam penyelenggaraan program pengabdian. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada Youth Digital Creators Teguh Rinjani Desa Semaya, Kecamatan Sikur selaku mitra kegiatan yang telah berpartisipasi aktif pada setiap tahapan program, mulai dari identifikasi kebutuhan, pelaksanaan pelatihan, praktik, hingga proses evaluasi. partisipasi, antusiasme, dan komitmen seluruh peserta menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan pelaksanaan program. Tim pengabdian juga menyampaikan penghargaan kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam mendukung kelancaran kegiatan ini. semoga hasil pengabdian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi artificial intelligence (AI) untuk menghasilkan konten promosi wisata berbasis *English Storytelling* Dan *Local Wisdom*, serta menjadi salah satu upaya dalam memperkuat promosi destinasi wisata desa semaya menuju pasar internasional.

Referensi

- Astuti, M., & Nurdin, R. (2022). Pendampingan digital marketing untuk pengembangan desa wisata menggunakan media sosial di Dusun Turunan Girisuko Panggang Gunungkidul. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 5(1), 59–66. DOI: 10.28989/kacanegara.v5i1.1041
- Canale, M., & Swain, M. (1980). Theoretical bases of communicative approaches to second language teaching and testing. *Applied Linguistics*, 1(1), 1–47.
- Hadiwijoyo, S. S. (2012). *Perencanaan pariwisata perdesaan berbasis masyarakat*. Graha Ilmu.
- Holmes, W., Bialik, M., & Fadel, C. (2022). *Artificial intelligence in education: Promises and implications for teaching and learning*. Center for Curriculum Redesign.
- Indrajit, R. E. (2020). *Konsep dan strategi transformasi digital*. Penerbit Andi.
- Kasneci, E., Sessler, K., Küchemann, S., Bannert, M., Dementieva, D., Fischer, F., Gasser, U (2023). ChatGPT for good? On opportunities and challenges of large language models for education. *Learning and Individual Differences*, 103,

102274. DOI: 10.1016/j.lindif.2023.102274

- Kemmis, S., McTaggart, R., & Nixon, R. (2014). *The action research planner: Doing critical participatory action research*. Springer.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Lo, L. S. (2023). The CLEAR path: A framework for enhancing information literacy through prompt engineering. *The Journal of Academic Librarianship*, 49(4), 102720.
- Mardikanto, T., & Soebiato, P. (2019). *Pemberdayaan masyarakat dalam perspektif kebijakan publik* (Rev. ed.). Alfabeta.
- Maylanny, M., Hasanah, R., Milyane, T. M., & Destiwati, R. (2025). Storytelling untuk pemandu wisata bahari di Desa Wisata Pangandaran. *Jurnal Abdimas*, 29(2), 413–418. DOI: 10.15294/abdimas.v29i2.39785
- Mollick, E. (2024). *Co-intelligence: Living and working with AI*. Portfolio.
- OECD. (2021). *Digital education outlook 2021: Pushing the frontiers with artificial intelligence, blockchain and robots*. OECD Publishing.
- Purbo, O. W. (2019). *Literasi digital: Peluang dan tantangan di era revolusi industri 4.0*.
- Siemens, G. (2005). Connectivism: A learning theory for the digital age. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, 2(1), 3–10.
- Siregar, N. I., Zulfiningrum, R., & Hapsari, S. A. (2023). Pelatihan pembuatan video storytelling melalui media sosial TikTok terkait produk makanan lokal di Desa Wisata Karangrejo. *ABDIMASKU: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(3).
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Wagiran, W. (2012). Pengembangan karakter berbasis kearifan lokal Hamemayu Hayuning Bawana: Identifikasi nilai-nilai karakter berbasis budaya. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 2(3), 329–339.
- Yuliana, Y., & Rakhmawati, A. (2023). Artificial intelligence in English language learning: Opportunities and challenges. *Journal of English Language Teaching and Linguistics*, 8(2), 245–260.
- Zawacki-Richter, O., Marín, V. I., Bond, M., & Gouverneur, F. (2019). Systematic review of research on artificial intelligence applications in higher education – Where are the educators? *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 16(1), Article 39. DOI: 10.1186/s41239-019-0171-0
- Zulaikha, T. S. A., Fauzan, S., Khadijah, T. A. Z., & Fahmisyah, W. (2022). Pendampingan pengembangan digital marketing desa wisata Gubugklakah Kabupaten Malang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 168–174. DOI: 10.32764/abdimas_ekon.v2i3.2158