JPM: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Vol 6, No 1, Juli 2025, Hal 36−44
ISSN 2723-4118 (Media Online)
DOI: 10.47065/jpm.v6i1.2470
https://djournals.com/jpm

Website Promosi Pariwisata: Solusi Digital untuk Eksplorasi Potensi Desa

Hadi Santoso[1,*], Lukman Hakim[1]

[1]Fakultas Ilmu Komputer, Program Studi Teknik Informatika, Universitas Mercubuana, Jakarta, Indonesia
Email: [1,*] hadisantoso@mercubuana.ac.id, [2] lukman_hakim@mercubuana.ac.id
(* : coressponding author)

Abstrak−Desa Ciputri, yang terletak di Kecamatan Pacet, Kabupaten Cianjur, memiliki potensi wisata alam yang menjanjikan. Namun, potensi tersebut belum didukung oleh sarana promosi digital yang memadai, sehingga informasi mengenai daya tarik wisata desa belum tersebar luas ke masyarakat luar. Kurangnya pemanfaatan teknologi informasi, khususnya dalam bentuk website desa yang terintegrasi dengan fitur berbasis lokasi, menjadi salah satu kendala utama dalam pengembangan pariwisata desa. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia, terutama dalam hal kemampuan teknis perangkat desa dan warga dalam mengelola dan memelihara sistem informasi berbasis web, turut memperkuat kebutuhan akan pelatihan dan pendampingan. Menanggapi permasalahan ini, kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan oleh tim dari Universitas Mercubuana, mengadakan program sosialisasi dan pelatihan pengelolaan web berbasis lokasi. Kegiatan ini melibatkan perangkat desa dan masyarakat dalam serangkaian aktivitas, dimulai dari *Focus Group Discussion* (FGD) untuk identifikasi kebutuhan, pelatihan teknis pembuatan dan pengelolaan website, hingga evaluasi pemahaman peserta melalui umpan balik. Program ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas digital desa dan menjadi langkah awal dalam membangun Desa Ciputri sebagai desa wisata cerdas berbasis teknologi informasi.

Kata Kunci: Desa Cerdas; Website Desa; Desa Ciputri; Wisata Desa.

Abstract−*Ciputri Village, located in Pacet Subdistrict, Cianjur Regency, possesses promising natural tourism potential. However, this potential has not been optimally promoted due to the lack of adequate digital infrastructure, particularly in leveraging web-based platforms for tourism information dissemination. One of the key issues is the limited utilization of information technology, especially the absence of a village website integrated with location-based features. Additionally, the lack of technical skills among village officials and local residents in managing and maintaining web systems has hindered efforts to develop digital tourism strategies. In response to these challenges, a community service program initiated by LLDIKTI Region 3 and carried out by a team from Universitas Mercubuana, Universitas Pertamina, and Akademi Maritim Djadajat conducted a series of socialization and training activities. These activities aimed to introduce, train, and enhance the digital capabilities of village officials and residents through location-based website development and management. The program included a Focus Group Discussion (FGD) to identify local needs, hands-on technical workshops, and feedback sessions to assess participants' understanding. This initiative is expected to build digital competence in Ciputri Village and serve as a foundation for transforming it into a smart tourism village empowered by information technology.*

Keywords: *Smart Village; Village Website; Ciputri Village; Village Tourism.*

1. PENDAHULUAN

Desa Ciputri, Kecamatan Pacet, Kabupaten Cianjur, memiliki potensi wisata alam yang cukup besar, namun belum dimanfaatkan secara optimal karena masih rendahnya pemanfaatan teknologi informasi dalam promosi pariwisata. Ketiadaan media promosi digital yang efektif, seperti website desa yang terintegrasi dengan informasi lokasi dan daya tarik wisata, menjadi hambatan utama dalam memperluas jangkauan promosi. Selain itu, keterbatasan kemampuan perangkat desa dan warga dalam mengelola media digital turut memperlambat proses digitalisasi sektor pariwisata desa.

Seiring berkembangnya teknologi dan kebutuhan akan informasi yang cepat dan mudah diakses, pengembangan website promosi pariwisata menjadi solusi strategis dalam mengeksplorasi dan menyebarluaskan potensi desa secara lebih luas dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, peningkatan literasi digital dan pelatihan teknis menjadi kunci penting agar masyarakat dan perangkat desa mampu membangun serta mengelola website secara mandiri. Menanggapi kebutuhan tersebut, kegiatan ini dilaksanakan sebagai bagian dari program pengabdian kepada masyarakat oleh tim dari Universitas Mercu Buana, yang bertujuan untuk memberikan sosialisasi dan pelatihan terkait pengembangan dan pengelolaan website promosi pariwisata berbasis lokasi. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi awal dari transformasi digital Desa Ciputri menuju desa wisata berbasis teknologi informasi.

Pembangunan desa saat ini mengacu pada UU No.6 Tahun 2014 dan Kepmendesa PDTT Nomor 55 Tahun 2024 tentang Panduan Umum Pengembangan Desa Cerdas yang menitikberatkan pembangunan desa mandiri, maju, dan sejahtera dengan pemanfaatan teknologi digital/teknologi informasi (Keputusan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, Dan Transmigrasi Nomor 55 Tahun 2024 Tentang Panduan Umum Pengembangan Desa Cerdas, 2024). Desa Ciputri adalah salah satu desa di Kacamatan Pacet, Kabupaten Cianjur – Provinsi Jawa Barat. Desa ini penghasil kopi dan mempunyai daya tarik wisata alam yang menjanjikan. Daya tarik wisata yang ada dapat disebarluaskan dengan membangun website desa. Salah satu bentuk ekplorasi potensi wisata Desa Ciputri adalah Saung Sarongge yang berada di lereng Gunung Gede(Yuditama et al., 2020). Selain

Copyright © 2023 the author, Page 36
This Journal is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

JPM: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Vol 6, No 1, Juli 2025, Hal 36−44
ISSN 2723-4118 (Media Online)
DOI: 10.47065/jpm.v6i1.2470
https://djournals.com/jpm

wisata alam, Desa Ciputri juga terkenal sebagai desa penghasil kopi yang disebut dengan kopi Sarongge yang memiliki cita rasa khas kopi arabika (Isnidayu et al., 2020). Keunggulan Desa Ciputri dari segi pariwisata alam dan penghasil kopi arabika dapat disebarluaskan dengan memanfaatkan teknologi informasi.

Salah satu pemanfaatan teknologi informasi untuk memajukan potensi desa adalah membangun web desa. Berikut beberapa penelitian lain yang juga membahas keunggulan web desa. Berikut ini beberapa penelitian lain yang juga memanfaatkan web desa untuk mendukung kemajuan wisata desa. Digitalisasi Desa Wonolopo Semarang dilakukan dengan memanfaatkan website desa untuk mempromosikan potensi wisata dan menarik mitra untuk ikut membangun potensi wisata desa (Fajri, 2024). Di Desa Temesi, Kabupaten Gianyar Bali, pembuatan website desa adalah hasil kerjasama perguruan tinggi dari Primakara Univeristy, Dinas Pemberdayaan Masyarakat, yang semua itu bertujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan potensi wisata desa secara luas (Ambara et al., 2024). Di Desa Serayu Larangan, website desa dirancang untuk meningkatkan efektifitas akses informasi wisatawan yang tertarik pada potensi desa Serayu (Nurwanda & Gustalika, 2025). Desa Sebatu di Kabupaten Gianyar Bali, website desa juga dimanfaatkan untuk menarik minat wisatawan, serta memperkenalkan desa Sebatu sebagai tujuan wisata di Bali (Kanha et al., 2024). Masih di Pulau Bali, desa Bedulu juga giat memanfaatkan website dan media sosial untuk menarik wisatawan. Proyek ini masih berkaitan dengan peran Primakara University dan Dinas Pemberdayaan Masyrakat, serta Desa Gianyar (Andika et al., 2024). Pengembangan wiasata juga dilakukan di Provinsi Bengkulu, di Kabupaten Seluma, website adalah sarana meningkatkan promosi bagi desa wisata (Darmi et al., 2025). Desa Jati Mulya memanfaatkan keunggulan website desa untuk mendukung promosi potensi desanya dan berupaya mandiri mengelola website desa mereka (Hardika et al., 2024). Pengenalan website juga desa dilakukan dari level rukun warga sebagai satuan di bawah desa (Wijonarko et al., 2024).

Desa Megamendung membangun website desa wisata sebagai cara untuk menyebarluaskan informasi dan profil desa, termasuk pelayanan pembelian tiket wisata yang ada di desa tersebut. Hal ini menjadikan web desa sebagai bentuk digitalisasi pariwisata (Monica et al., 2023). Pemanfaatan desa wisata di Desa Lebakmuncang untuk mempromosikan potensi desa dengan memaksimalkan konten di website desa, termasuk memperhatikan pemakaian bahasa asing untuk menjangkau potensi wisatawan yang lebih luas (Verza Aldirindra Nugraha et al., 2024). Di Desa Bojongsari Kabupaten Bandung, mempromosikan potensi wisata yang dimilikinya dengan web desa. Desa Bojongsari memanfaatkan web desa untuk memperkenalkan potensi alam, budaya, dan kearifan lokal (Fatman et al., 2024). Desa Lodtunduh juga memanfaatkan web untuk memenuhi kebutuhan menyebarluaskan informasi dan promosi potensi desa berupa potensi desa, aktivitas budaya, serta fasilitas desa yang mendukung pariwisata (Ariasa et al., 2024).

Secara umum, desa wisata adalah konsep untuk mendigitalisasi pariwisata dan semua potensi desa untuk dipromosikan secara luas dengan bantuan teknologi informasi, khususnya dengan implementasi web (Mumtaz & Karmilah, 2021). Penelitian yang merangkum pemanfaatan teknologi informasi untuk membangun web desa bagi desa wisata menyimpulkan bahwa, teknologi informasi memperhatikan beberapa aspek lain seperti d*omain competition, data innovation,* dan *value* (Ananda & Dirgahayu, 2021). Website desa berguna untuk meluaskan informasi bagi wisatawan yang tertarik dengan potensi wisata alam, religi, kuliner dan produk kreatif UMKM setempat (Widiastuti et al., 2024).

Secara umum, beberapa penelitian tersebut yang telah dilakukan di beberapa daerah di Indonesia menunjukkan potensi pemanfatan teknologi informasi khususnya web dan teknologi *mobile* dalam mendukung wisata desa dengan mempromosikan potensi desa, baik itu potensi wisata alam, kuliner, hasil kerajianan khas daerah yang dikelola UMKM setempat. Semua potensi desa tersebut dapat dipromosikan secara luas untuk menarik minat wisatawan.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi aksi partisipatif (*Participatory Action Research*). Pendekatan ini dipilih karena kegiatan utama dalam seminar ini melibatkan proses sosialisasi dan edukasi berbasis teknologi digital secara langsung kepada masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menggali tanggapan dan pemahaman masyarakat Desa Ciputri terhadap inovasi digital dalam bentuk website wisata dan melatih kemampuan sumber daya desa untuk mandiri mengelola website desa secara berkelanjutan, sehingga metode kualitatif dinilai paling sesuai. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian terapan (*applied research*) yang bertujuan untuk menghasilkan solusi langsung terhadap permasalahan di lapangan, yakni keterbatasan informasi wisata digital dan menjamin pengetahuan dan kemampuan sumber daya desa untuk memelihara kelangsungan website desa, termasuk mampu memperbarui informasi dan mengatasi masalah teknis sederhana dalam pengelolaan website.

Copyright © 2023 the author, Page 37
This Journal is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

JPM: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Vol 6, No 1, Juli 2025, Hal 36−44
ISSN 2723-4118 (Media Online)
DOI: 10.47065/jpm.v6i1.2470
https://djournals.com/jpm

2.2 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Penelitian dilaksanakan di Desa Ciputri, Kecamatan Pacet, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat. Lokasi ini dipilih karena merupakan salah satu desa yang memiliki potensi wisata namun belum sepenuhnya ter digitalisasi. Sehingga perlu melibatkan berbagai elemen masyarakat desa untuk terlibat, merancang, dan mengetahui cara melanjutkan operasional website desa secara mandiri. Waktu pelaksanaan dilaksanakan pada 13 – 14 November 2024, mencakup tahap perencanaan, pelaksanaan sosialisasi, observasi lapangan, serta evaluasi hasil.

2.3 Subjek dan Informan Penelitian

Subjek dalam penelitian ini meliputi: perangkat desa, pelaku UMKM, dan masyarakat desa. Perangkat desa terlibat karena memiliki otoritas dalam pengambilan kebijakan lokal. Pelaku UMKM dan pengelola destinasi wisata lokal, sebagai pengguna potensial dari website wisata. Jumlah informan ditentukan secara *purposive sampling*, yakni dengan memilih informan yang memiliki relevansi langsung terhadap dua aspek utama: wisata digital dan kesehatan masyarakat.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang holistik dan representatif dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, tim pengabdian menerapkan beberapa teknik pengumpulan data yang saling melengkapi. Pendekatan ini dirancang agar mampu menangkap dinamika sosial dan respons masyarakat secara mendalam, khususnya dalam konteks pengembangan inovasi digital dan intervensi kesehatan berbasis komunitas. Berikut uraian rinci mengenai teknik-teknik tersebut:

a. **Observasi Partisipasi**
   Tim pengabdian secara langsung hadir dalam berbagai rangkaian kegiatan yang melibatkan masyarakat, termasuk pelatihan penggunaan situs web desa wisata. Kehadiran tim pengabdian tidak bersifat pasif, melainkan turut aktif berinteraksi dalam proses kegiatan. Teknik observasi ini bertujuan untuk mendokumentasikan respons spontan peserta, tingkat keterlibatan mereka selama sesi berlangsung, serta sejauh mana pemahaman mereka terhadap materi yang disampaikan. Peneliti mencatat berbagai aspek non-verbal dan dinamika kelompok guna mendapatkan gambaran kontekstual yang tidak dapat ditangkap melalui instrumen kuantitatif semata.
b. **Wawancara Mendalam**
   Pendekatan wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada sejumlah informan kunci yang dianggap memiliki pengetahuan mendalam dan posisi strategis di masyarakat, seperti kepala desa, serta tokoh adat atau agama. Tujuan dari teknik ini adalah untuk mengeksplorasi persepsi, pandangan, serta refleksi mereka terhadap keberlangsungan dan efektivitas program berbasis teknologi yang diinisiasi. Wawancara juga mengidentifikasi tantangan yang muncul selama proses implementasi, baik dari sisi teknis maupun sosial-kultural. Data yang diperoleh dari wawancara dianalisis secara tematik untuk menemukan pola dan kecenderungan yang signifikan.
c. **Dokumentasi**
   Kegiatan dokumentasi dilakukan secara sistematis melalui pengumpulan bukti visual dan tertulis yang berkaitan langsung dengan proses pelaksanaan program. Data dokumentasi meliputi foto-foto aktivitas, cuplikan video pendek dari sesi pelatihan dan diskusi, notulen resmi dari kegiatan sosialisasi, serta tangkapan layar dari interaksi masyarakat saat mengakses dan menggunakan situs web desa wisata yang telah dikembangkan. Dokumentasi ini berfungsi tidak hanya sebagai pelengkap data kualitatif, tetapi juga sebagai arsip visual untuk mendukung validitas laporan.
d. **Kuesioner**
   Sebagai pelengkap metode kualitatif yang digunakan, tim pengabdian juga menyebarkan kuesioner sederhana kepada peserta yang hadir dalam pelatihan. Kuesioner tersebut dirancang untuk mengukur tingkat pemahaman serta sikap masyarakat terhadap dua aspek utama, yaitu penggunaan situs web sebagai media promosi wisata. Hasil dari kuesioner ini dipakai untuk memperkuat interpretasi data observasi dan wawancara, serta memberi gambaran kuantitatif tentang penerimaan masyarakat terhadap inovasi yang ditawarkan.

Kegiatan pengabdian ini dirancang dalam bentuk pelatihan terpadu (*workshop*), pengembangan teknologi informasi berbasis komunitas, dan kampanye edukatif melalui media digital. Adapun rangkaian kegiatan utama meliputi:

a. Pelatihan Mendesain dan Memanfaatkan Situs Web Desa Wisata.
   Pelatihan ini difokuskan pada pemberdayaan warga dalam mengelola konten digital untuk promosi potensi wisata desa. Masyarakat dilatih mengenai dasar-dasar desain antarmuka pengguna, pengelolaan informasi, dan pengoptimalan situs agar mudah diakses wisatawan potensial.
b. Kampanye Pemanfaatan Media Sosial dan Kolaborasi dengan Platform Wisata
   Kegiatan ini mencakup edukasi penggunaan media sosial secara produktif, dengan mengintegrasikan narasi

Copyright © 2023 the author, Page 38
This Journal is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

JPM: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Vol 6, No 1, Juli 2025, Hal 36−44
ISSN 2723-4118 (Media Online)
DOI: 10.47065/jpm.v6i1.2470
https://djournals.com/jpm

lokal dan keunikan desa. Selain itu, dilakukan kerja sama dengan sejumlah platform digital pariwisata untuk memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan eksposur terhadap target audiensi.

c. Diskusi Interaktif untuk Peningkatan Literasi Digital Masyarakat
Dalam sesi diskusi, warga diajak untuk menyampaikan kendala yang mereka hadapi terkait akses dan penggunaan teknologi. Melalui diskusi ini, fasilitator juga memberikan solusi praktis serta panduan penggunaan perangkat digital secara berkelanjutan.

Seluruh kegiatan tersebut dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif, guna memastikan keterlibatan aktif masyarakat sebagai subjek utama dari proses perubahan sosial dan teknologi. Berikut adalah tabel yang berisi teknis pelaksanaan kegiatan pengabdian Masyarakat di Desa Ciputri, mulai dari FGD, pelaksanaan *workshop*, pembuatan *website,* kampanye media sosial, sampai diskusi dengan warga.

Tabel 1. Teknis Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada masyarakat

No.	Materi	Metode Kegiatan
1.	*Focus Discussion Group* (FGD) indentifikasi kebutuhan web wisata desa.	Kegiatan FGD bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan fungsional dan konten yang harus ada di website desa wisata. FGD juga bertujuan untuk mengetahui target audiens dari website tersebut, menyusun prioritas dalam pembuatan website, seperti desain, navigasi, dan informasi yang paling penting. Peserta FGD mewakili berbagai pihak yang terlibat dalam pengelolaan desa wisata seperti warga desa, perangkat desa, pelaku UMKM dan pengelola destinasi wisata lokal, pengelola desa wisata, desainer website
1.	*Workshop Website* Desa Wisata Ciputri berbasis Lokasi	Mengadakan pelatihan atau workshop bagi warga desa atau pengelola desa wisata tentang bagaimana memanfaatkan website berbasis lokasi untuk promosi dan manajemen destinasi wisata
2.	Pembuatan *Website* Desa Wisata	Membantu desa wisata untuk membangun atau mengelola website yang mempromosikan tempat wisata mereka, fasilitas, serta budaya lokal yang meningkatkan visibilitas desa wisata melalui *online presence*.
3.	Kampanye media sosial	Mensosialisasikan penggunaan platform media sosial lain seperti Instagram, Facebook, atau YouTube untuk mempromosikan desa wisata secara langsung kepada audiens yang lebih luas.
4.	Diskusi dengan warga untuk meningkatkan keterampilan digital warga	Sosialiasi ini juga memberikan pelatihan untuk pengelola wisata, hal ini penting untuk memberikan pelatihan keterampilan digital dasar kepada warga desa agar mereka bisa mendukung inisiatif online ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini adalah kegiatan pengabdian Universitas Mercubuana, peserta sosialisasi dibagi menjadi dua kelompok, yaitu 30 orang untuk kegiatan hari pertama dan 30 orang untuk kegiatan hari kedua. Pada kegiatan sosialisasi pemanfaatan web berbasis lokasi untuk menunjang desa wisata, peserta bisa mendapatkan berbagai pencapaian pembelajaran yang bermanfaat. Berikut adalah beberapa pencapaian pembelajaran yang bisa dicapai peserta:

3.1 *Focus Discussion Group* (FGD) indentifikasi kebutuhan web wisata desa

Kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) sebagai upaya strategis mengidentifikasi kebutuhan dan harapan masyarakat serta para pemangku kepentingan terhadap pengembangan situs web pariwisata Desa Ciputri. FGD ini bertujuan mengklasifikasikan berbagai ide dan masukan peserta ke dalam kategori-kategori tematis, seperti jenis informasi yang diperlukan, fitur-fitur fungsional yang diharapkan, rancangan tampilan antarmuka, serta strategi pengelolaan konten yang akan dimuat dalam laman tersebut. Diskusi dilakukan dalam format kelompok kecil beranggotakan 5 hingga 10 orang, guna memastikan setiap peserta memiliki ruang yang cukup untuk menyampaikan pandangannya. Sasaran peserta mencakup perangkat desa, warga, pengelola destinasi wisata, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta tim perancang dan pengembang web.

Selama proses diskusi, peserta diarahkan untuk mengidentifikasi target utama pengguna situs (baik wisatawan lokal, nasional, maupun internasional), menentukan jenis informasi yang wajib tersedia seperti rute perjalanan, harga tiket, daya tarik wisata, serta potensi kuliner lokal, dan merumuskan prioritas pengembangan terkait aspek visual, kemudahan navigasi, serta pemilihan bahasa yang sesuai. Pelibatan langsung masyarakat dalam tahap perencanaan ini dinilai sangat penting, karena tidak hanya meningkatkan relevansi situs terhadap kebutuhan nyata di lapangan, tetapi juga mendorong tingkat penerimaan dan partisipasi warga terhadap penggunaan teknologi digital sebagai media promosi pariwisata desa.

Copyright © 2023 the author, Page 39
This Journal is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

JPM: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Vol 6, No 1, Juli 2025, Hal 36−44
ISSN 2723-4118 (Media Online)
DOI: 10.47065/jpm.v6i1.2470
https://djournals.com/jpm

3.2 *Workshop Website* Desa Wisata Ciputri berbasis Lokasi

Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman praktis dan keterampilan teknis kepada warga desa serta para pengelola wisata lokal mengenai pemanfaatan situs web sebagai sarana strategis dalam mempromosikan potensi desa wisata secara lebih luas. Dalam kegiatan ini, peserta yang terdiri atas pengelola desa wisata, anggota karang taruna, pelaku UMKM, dan relawan digital lokal diberikan pembekalan mengenai pentingnya keberadaan *website* sebagai pusat informasi yang menampilkan daya tarik utama desa, mulai dari atraksi wisata, pilihan penginapan, jadwal kegiatan, hingga layanan yang tersedia.

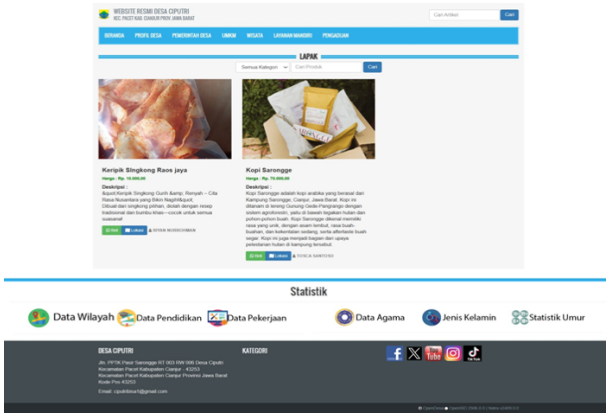
Workshop dilaksanakan secara aplikatif melalui penyampaian modul pelatihan yang disertai simulasi penggunaan situs web dan demonstrasi integrasi dengan peta digital seperti Google *Maps*. Materi pelatihan juga mencakup keterampilan mengelola konten, mengunggah foto, menyusun deskripsi destinasi secara menarik, serta memperbarui agenda kegiatan desa secara berkala. Dengan pendekatan yang partisipatif dan berorientasi pada praktik langsung, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas literasi digital warga, tetapi juga memastikan keberlanjutan pengelolaan situs web secara mandiri oleh komunitas lokal, sehingga teknologi informasi benar-benar menjadi alat pemberdayaan masyarakat desa.

3.3 Pembuatan Website Desa Wisata

Kegiatan pelatihan pengelolaan website desa wisata di Desa Ciputri dirancang sebagai ruang belajar yang aplikatif dan partisipatif bagi warga, dengan tujuan utama meningkatkan literasi digital masyarakat dalam konteks pengembangan pariwisata lokal. Program ini memberikan kesempatan kepada warga dan pengelola wisata desa untuk memahami konsep dasar pengelolaan situs web, mulai dari struktur konten hingga keterampilan teknis yang dibutuhkan dalam memperbarui dan memelihara platform daring secara mandiri. Peserta pelatihan, yang terdiri atas perwakilan perangkat desa, pengelola destinasi wisata, pelaku UMKM, serta pemuda desa, dibimbing secara langsung oleh tim pengabdian yang terdiri atas desainer web, *programmer*, dan penulis konten.

Materi pelatihan mencakup pembuatan halaman web sederhana dengan konten utama seperti galeri foto destinasi, artikel informatif tentang potensi desa, jadwal kegiatan pariwisata, serta promosi produk lokal. Kegiatan ini juga menekankan pentingnya konsistensi dalam penyajian informasi yang akurat, menarik, dan mudah diakses oleh pengguna. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah membangun sebuah platform digital resmi Desa Ciputri yang tidak hanya menampilkan destinasi wisata, tetapi juga memperkuat citra desa sebagai kawasan unggulan berbasis ekowisata dan budaya. Platform ini dirancang sebagai pusat informasi terpadu yang menampilkan menu seperti *Beranda, Informasi Wisata, Produk UMKM, Kuliner, Agenda, Galeri, dan Kontak*. Dalam proses pengembangan, dilakukan analisis kebutuhan bersama perangkat desa, perancangan desain antarmuka yang ramah pengguna (*user-friendly*), penyesuaian isi konten agar sesuai dengan karakteristik lokal, hingga uji coba teknis terkait kecepatan akses, kompatibilitas perangkat, dan responsivitas antarmuka. Setelah website selesai dibangun, dilakukan peluncuran resmi yang disertai dengan promosi melalui berbagai kanal digital seperti media sosial dan grup komunitas lokal.

Website ini diharapkan menjadi identitas digital Desa Ciputri yang representatif, sekaligus sebagai sarana promosi efektif yang dapat menjangkau wisatawan secara lebih luas, baik di tingkat regional maupun nasional. Lebih jauh, kehadiran website ini juga diharapkan mampu meningkatkan daya saing pariwisata desa, memperkuat branding lokal, serta mendukung pemberdayaan ekonomi melalui eksposur terhadap produk UMKM dan kegiatan budaya yang menjadi keunikan desa. Gambar 1 dan 2 berikut ini adalah desain website desa Ciputri untuk mendukung wisata desa.



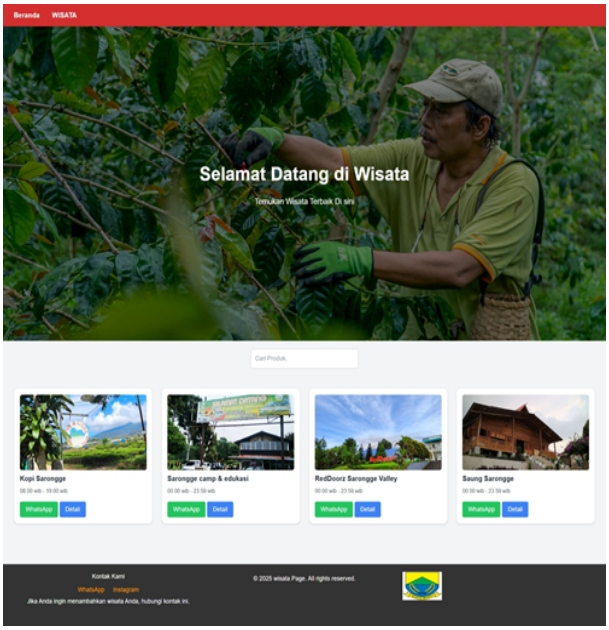
Gambar 1. Tampilan Website Desa Wisata

Gambar 1 menampilkan tampilan antarmuka website resmi Desa Ciputri sebagai hasil kegiatan pengabdian masyarakat. Dalam gambar tersebut ditampilkan fitur *Lapak Desa*, yang memuat produk unggulan lokal seperti

Copyright © 2023 the author, Page 40
This Journal is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

JPM: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Vol 6, No 1, Juli 2025, Hal 36−44
ISSN 2723-4118 (Media Online)
DOI: 10.47065/jpm.v6i1.2470
https://djournals.com/jpm

Keripik Singkong dan Kopi Sarongge, lengkap dengan deskripsi dan harga. Selain itu, tampak pula bagian *Statistik Desa* yang mencakup data wilayah, pendidikan, pekerjaan, agama, jenis kelamin, dan umur. Website ini dirancang untuk mendukung promosi potensi desa serta menyediakan informasi terintegrasi secara digital dan berbasis lokasi.



Gambar 2. Tampilan Detil Informasi Tempat Wisata

Gambar 2 memperlihatkan halaman destinasi wisata pada website Desa Ciputri yang menampilkan informasi berbagai lokasi wisata unggulan desa. Tampak pada bagian utama adalah visualisasi promosi bertema agrowisata kopi, yang menjadi daya tarik lokal. Di bagian bawah, ditampilkan empat destinasi wisata yaitu *Kopi Sarongge*, *Sarongge Camp & Edukasi*, *RedDoorz Sarongge Valley*, dan *Saung Sarongge*, masing-masing dilengkapi dengan jadwal kunjungan, tombol akses ke WhatsApp, serta tautan detail informasi. Halaman ini dirancang untuk memudahkan pengunjung mengakses informasi wisata secara cepat dan interaktif melalui teknologi digital.

3.4 Kampanye media sosial

Melalui kegiatan pelatihan media sosial, warga Desa Ciputri yang menjadi peserta semakin memahami bagaimana platform digital seperti Instagram, Facebook, dan YouTube dapat dimanfaatkan secara efektif untuk mempromosikan potensi desa wisata secara lebih luas dan menjangkau audiensi yang beragam. Peserta tidak hanya memperoleh wawasan teoretis, tetapi juga dilatih secara praktis untuk membuat konten yang menarik baik berupa foto, video, maupun narasi singkat yang mencerminkan kekayaan budaya dan keindahan alam desa. Tujuan dari kegiatan ini adalah memperluas jangkauan promosi wisata desa melalui media sosial yang populer dan mudah diakses, sehingga informasi mengenai destinasi wisata, agenda budaya, dan produk lokal dapat tersebar secara lebih merata.

Pelaksanaan program dilakukan secara bertahap, dimulai dari pembuatan akun resmi desa wisata di berbagai platform, perancangan kalender konten promosi yang memuat lokasi wisata tertentu, testimoni pengunjung, dan agenda kegiatan lokal, hingga pelibatan aktif warga sebagai kreator konten lokal. Program ini juga menjalin kolaborasi dengan *influencer* daerah dan komunitas fotografi guna memperkuat daya sebar konten yang dihasilkan. Secara strategis, kampanye digital ini tidak hanya menciptakan efek viral yang berdampak positif terhadap visibilitas desa, tetapi juga membangun keterhubungan yang lebih erat antara masyarakat lokal dan audiens global, dengan biaya yang relatif terjangkau namun menghasilkan jangkauan promosi yang luas dan berkelanjutan.

3.5 Diskusi dan Pelatihan Digital untuk Warga

Kegiatan pelatihan literasi digital yang diselenggarakan di Desa Ciputri memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan keterampilan teknologi informasi warga, khususnya para pengelola wisata dan pelaku UMKM. Peserta yang hadir memperoleh bekal pengetahuan dan kemampuan praktis, mulai dari penggunaan perangkat lunak dasar untuk mengedit gambar dan video, navigasi situs web dan aplikasi pariwisata, hingga pengelolaan konten visual yang mendukung promosi destinasi desa. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah membangun kemandirian digital masyarakat, agar mereka mampu mengelola informasi secara mandiri dan berdaya dalam ekosistem digital yang semakin berkembang.

Copyright © 2023 the author, Page 41
This Journal is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

JPM: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Vol 6, No 1, Juli 2025, Hal 36−44
ISSN 2723-4118 (Media Online)
DOI: 10.47065/jpm.v6i1.2470
https://djournals.com/jpm

Proses pelatihan dilakukan melalui diskusi interaktif mengenai peran teknologi dalam mendukung sektor pariwisata dan ekonomi lokal, diikuti dengan sesi praktik dasar seperti penggunaan email, media sosial, pencarian informasi daring, serta pembuatan konten sederhana. Selain itu, diselenggarakan pula simulasi yang mendorong warga untuk turut mengisi dan mengelola konten di website maupun akun media sosial resmi desa. Secara strategis, pelatihan ini tidak semata-mata menekankan pada penguasaan alat, melainkan juga pada penguatan kapasitas sumber daya manusia sebagai aktor utama dalam transformasi digital desa. Dengan pendekatan yang inklusif dan berbasis kebutuhan lokal, keberlanjutan inovasi digital diharapkan dapat terjaga karena ditopang oleh peningkatan kompetensi masyarakat secara menyeluruh.

3.6 Dokumentasi Kegiatan

Berikut ini adalah dokumentasi kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Ciputri. Gambar 3 menunjukkan dokumentasi FGD dengan warga dan pemerintah Desa Ciputri untuk menentukan kebutuhan informasi dan konten apa yang perlu ditampilkan di web Desa wisata Desa Ciputri. Gambar 4 menunjukkan dokumentasi pembukaan kegiatan acara sosialisasi yang dibuka oleh Ibu Kepala Desa Ciputri.

Gambar 5 menunjukkan dokumentasi kegiatan sebagai narasumber yang memberikan materi sosialisasi website desa yang terdiri dari menu profil desa, pemerintah desa, UMKM, wisata, layanan mandiri, dan pengaduan, sedangkan Gambar 6 menunjukkan dokumentasi peserta yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat.

Gambar 3. *Focus Discussion Group* (FGD) Identifikasi Kebutuhan untuk mendesain Web Wisata Desa

Gambar 3 menunjukkan kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) yang merupakan bagian dari rangkaian awal pelaksanaan program pengabdian masyarakat di Desa Ciputri. Kegiatan ini melibatkan tim pengabdian dari Universitas Mercubuana bersama perangkat desa dan warga untuk mengidentifikasi kebutuhan sistem informasi desa. Diskusi ini menjadi dasar dalam merancang solusi digital yang tepat guna, termasuk pengembangan website desa wisata berbasis lokasi.

Gambar 4. Pembukaan Kegiatan

Gambar 4 menunjukkan kegiatan Pembukaan Kegiatan yang merupakan kegiatan simbolis pelaksanaan program pengabdian masyarakat di Desa Ciputri. Pada pembukaan kegiatan, perangkat desa hadir memberikan sambutan sekaligus menjelaskan kepada warga yang menjadi peserta kegiatan tentang kegiatan pengabdian masyarakat yang kali ini fokus pada inisiasi rancangan website desa untuk mendukung desa wisata.

Copyright © 2023 the author, Page 42
This Journal is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

JPM: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
Vol 6, No 1, Juli 2025, Hal 36–44
ISSN 2723-4118 (Media Online)
DOI: 10.47065/jpm.v6i1.2470
https://djournals.com/jpm

Gambar 5. Narasumber Sosialisasi

Gambar 5 menunjukkan narasumber utama memberikan materi pelatihan dan sosialisasi kepada warga desa peserta pelatihan. Mengenalkan teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk merancang website desa.

Gambar 6. Peserta Pengabdian Kepada Masyarakat

Gambar 6 menunjukkan penutupan kegiatan pelatihan. Tim pengabdian dari Universitas Mercubuana, perangkat desa, dan peserta pelatihan hadir dan menyelesaikan kegiatan pengabdian masyarakat sesuai dengan jadwal yang telah disepakati sebelumnya.

4. KESIMPULAN

Hasil konkrit dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Ciputri adalah terbentuknya sebuah website desa wisata berbasis lokasi yang dirancang secara partisipatif dengan melibatkan perangkat desa dan warga, serta meningkatnya kapasitas masyarakat dalam mengelola dan memanfaatkan teknologi informasi untuk promosi potensi wisata dan program desa lainnya. Melalui pelatihan dan sosialisasi yang diberikan oleh tim pengabdian dari Universitas Mercubuana, warga desa kini memiliki pemahaman dasar tentang pengelolaan website, penggunaan fitur berbasis lokasi, serta pemanfaatan web untuk menunjang sektor pariwisata, transparansi informasi, dan mendukung program strategis seperti pendukung pariwisata lain seperti dukungan UMKM lokal. Website ini menjadi titik awal transformasi digital desa, sekaligus membangun ekosistem informasi yang inklusif dan berkelanjutan untuk mendukung kemajuan desa secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

Ambara, I. G. Y. A., Paramitha, A. A. I. I., & Putri, I. G. A. P. D. (2024). Pengembangan Website Desa Wisata Sebagai Media Informasi Wisatawan Pada Desa Temesi. *AJAD : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(2), 408–414. https://doi.org/10.59431/ajad.v4i2.354

Ananda, I., & Dirgahayu, T. (2021). Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Desa Wisata di Indonesia: A Systematic Literature Review. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi* , *8*(4), 2991–2302. http://jurnal.mdp.ac.idjatisi@mdp.ac.idrei

Andika, K., Putra, A., Paramitha, A. A. I. I., Juliana, I. G., & Putra, E. (2024). Pengembangan Website Dan Media Sosial Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Desa Wisata Bedulu. *Mitra Mahajana: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *5*(2), 215–223.

Ariasa, I. M. A., Paramitha, A. A. I. I., & Anggara, I. N. Y. (2024). Website Desa Wisata Sebagai Inovasi Media Promosi Desa Wisata Lodtunduh. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, *5*(3), 731–745. https://doi.org/10.38048/jailcb.v5i3.3896

Darmi, Y., Putri, D., & Nabila, P. (2025). Pemanfaatan Teknologi E-Tourism untuk Mendukung Pengembangan Desa Wisata dan Peningkatan Ekonomi Lokal di Kabupaten Seluma. *Jurnal Media Infotama Vol.21*, *21*(1), 222–228.

Fajri, A. (2024). Digitalisasi Desa Wisata sebagai Peningkatan Perekonomian Desa Wonolopo Semarang. *Social Engagement*,

Copyright © 2023 the author, Page 43
This Journal is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Vol 6, No 1, Juli 2025, Hal 36−44
ISSN 2723-4118 (Media Online)
DOI: 10.47065/jpm.v6i1.2470
https://djournals.com/jpm

2(3), 131–135. https://doi.org/10.37253/se.v2i03.9143

Fatman, Y., Srimurni, R. R., Nur, S., Mardiansyah, M. R., Utami, A. F., Bojongsari, D., & Bandung, K. (2024). Pembuatan Aplikasi Wisata Desa Berbasis Web Sebagai. *Communnity Development Journal*, *5*(5), 9894–9900.

Hardika, B. D., Solikin, I., Majid, Y. A., Yikwa, T., Ariansyah, D., Vega, A., Lestari, P. D., Hefringgo, R., Bimantara, F., Chantika, B., & Maulana, E. (2024). Pembuatan Website Desa Sebagai Sarana Digitalisasi. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, *8*(4), 4053–8158.

Isnidayu, A. V., Sukartiko, A. C., & Ainuri, M. (2020). Indikator Atribut Sensori Kopi Specialty Asal Jawa Barat Berbasis Komponen Biokimia. *Jurnal Tanaman Industri Dan Penyegar*, *7*(1), 1. https://doi.org/10.21082/jtidp.v7n1.2020.p1-8

Kanha, I. G. N., Yudi, I. N., Wijaya, A., Juliana, I. G., & Putra, E. (2024). Pembuatan Website Desa Wisata Sebagai Media Promosi Potensi Wisata di Desa Sebatu Abstrak Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, *5*(3), 658–667.

Keputusan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 55 Tahun 2024 tentang Panduan Umum Pengembangan Desa Cerdas, 1 (2024).

Monica, E., Frendiana, V., & Utami, D. B. (2023). Perancangan Website Desa Wisata Megamendung Sebagai Bentuk Digitalisasi Pariwisata. *Seminar Nasional Inovasi Vokasi*, *2*(1), 486–495.

Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2021). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, *1*(1), 1. https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790

Nurwanda, M. D., & Gustalika, M. A. (2025). *Implementasi Sistem Pariwisata Desa Serayu Larangan Sebagai Langkah Digitalisasi Wisata Berbasis Website Design of Tourism System in Serayu Larangan Village Using Website-Based R & D Methods*. *5*(4), 935–954.

Verza Aldirindra Nugraha, Medina, F. D., & Malihah, E. (2024). Pemetaan Komponen Website Desa Wisata Lebakmuncang Sebagai Media Promosi Elektronik (E-Tourism). *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, *14*(2), 273–294. https://doi.org/10.22334/jihm.v14i2.274

Widiastuti, N. L. A., Utami, N. W., & Putra, I. G. J. E. (2024). Pengembangan Webiste Desa Wisata Sebagai Sarana Promosi Pariwisata dan Produk UMKM Kreatif di Desa Singapadu Tengah. *AJAD : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *4*(2), 375–383. https://doi.org/10.59431/ajad.v4i2.349

Wijonarko, P., Cahya, R. D., Purnomo, B. A., Iswanto, W., Burhanudin, B., Akbar, R., Informatika, T., Teknik, F., Sipil, T., Teknik, F., Mesin, T., & Teknik, F. (2024). MENGABDI : Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat Pengenalan Website sebagai Media Informasi dan Promosi Desa Introduction to Websites as Village Information and Promotion Media Teknik Elektro , Fakultas Teknik & Informatika , Universitas 17 Agustus 194. *MENGABDI: Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat*, *2*(4).

Yuditama, A. P., Go, C., Rachman, F., Saliman, K., Ziyan Agrily, M., & Suryandaru, R. (2020). Analisa Pengembangan Bisnis Sektor Pariwisata Di Desa Ciputri. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*, *2*(1), 58–93. https://doi.org/10.21632/jpmi.2.1.58-93

Copyright © 2023 the author, Page 44
This Journal is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License