

Pelatihan Pembuatan Website Desa untuk Promosi Wisata Berkelanjutan



Abdul Rasyid^{a,1,*}, Vina Pandairi ^a, Sulhan Jeremia Mahdi ^a

^a Program Studi Pariwisata, Politeknik Negeri Kupang, Indonesia

¹ arasyid12@gmail.com*

* Corresponding Author

ABSTRACT

Program pelatihan pembuatan website desa ini dilaksanakan untuk memperkuat upaya promosi wisata berkelanjutan melalui pemanfaatan teknologi digital pada tingkat desa. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan desa-desa wisata untuk memiliki media informasi yang profesional, mudah diakses, serta mampu menampilkan potensi lokal secara menarik dan bertanggung jawab. Pelatihan mencakup pengenalan konsep website, pembuatan struktur dan konten, pengelolaan informasi wisata, hingga penerapan prinsip keberlanjutan dalam penyajian materi publikasi. Metode pelaksanaan dilakukan melalui observasi kebutuhan awal, pelatihan langsung berbasis praktik, serta pendampingan intensif hingga peserta menghasilkan website desa yang fungsional. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa perangkat desa dan pengelola wisata memperoleh peningkatan signifikan dalam kemampuan teknis, kreativitas penyusunan konten, serta pemahaman mengenai promosi wisata yang etis dan ramah lingkungan. Implementasi website yang dihasilkan memberikan dampak positif berupa tersedianya kanal informasi digital yang lebih menarik, informatif, dan mudah diperbarui. Program ini menegaskan bahwa peningkatan kapasitas digital masyarakat desa berperan penting dalam memperluas jangkauan promosi wisata sekaligus mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan di tingkat lokal.

Copyright © 2025, The Author(s)

This is an open-access article under the CC-BY-SA license



Article History

Received 2025-12-04

Revised 2025-12-22

Accepted 2025-12-29

Keywords

website desa, wisata berkelanjutan, promosi digital, pengabdian masyarakat, literasi digital

1. Pendahuluan

Pengembangan desa wisata berkelanjutan semakin menjadi fokus penting dalam strategi pembangunan daerah, terutama di tengah meningkatnya kebutuhan masyarakat global terhadap destinasi wisata yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mempertimbangkan aspek sosial, budaya, dan lingkungan. Desa wisata kini memainkan peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, pelestarian budaya, dan pemerataan pembangunan, sehingga berbagai program penguatan kapasitas sumber daya manusia dan digitalisasi promosi menjadi sangat dibutuhkan. Digitalisasi telah menghadirkan peluang baru bagi desa-desa yang memiliki potensi wisata, karena teknologi mampu memberikan akses yang lebih luas kepada calon wisatawan, memperkuat branding desa, serta meningkatkan daya saing destinasi di pasar global (Rahmadani & Putra, 2021; Yuliana & Hartono, 2020). Transformasi digital ini menjadi semakin relevan seiring dengan berubahnya pola pencarian informasi wisata melalui internet, media sosial, dan platform digital lainnya yang menjadikan keberadaan website desa sebagai kebutuhan strategis.

Website desa tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai instrumen branding dan komunikasi destinasi wisata yang efektif. Melalui website, desa mampu menampilkan profil potensi wisata, budaya lokal, paket kunjungan, fasilitas, serta berbagai informasi penting lainnya secara terstruktur. Keberadaan website juga memperluas jangkauan promosi sehingga desa dapat dikenal tidak hanya pada tingkat regional tetapi juga nasional bahkan internasional (Arfandi et al., 2022). Dalam konteks pembangunan pariwisata berkelanjutan, digitalisasi juga menjadi katalis untuk memperkuat citra destinasi, meningkatkan intensi kunjungan wisatawan, serta membangun persepsi positif terhadap

keberlanjutan destinasi (Rodrigues et al., 2023). Karena itulah, pelatihan pembuatan website desa merupakan salah satu bentuk intervensi yang sangat relevan dalam mendukung upaya meningkatkan kualitas promosi wisata yang ramah lingkungan, berbasis masyarakat, dan berorientasi jangka panjang.

Selain sebagai media digital, website juga merupakan ruang komunikasi partisipatif yang dapat menghubungkan pemerintah desa, pelaku usaha, komunitas lokal, dan calon wisatawan. Pemerintah desa sebagai pengelola informasi menjadi aktor penting dalam memastikan bahwa narasi wisata yang disampaikan melalui website mencerminkan identitas lokal serta mendukung pembangunan berbasis masyarakat atau *community-based tourism* (Perwirawati et al., 2024). Dalam beberapa kasus, desa wisata yang berhasil membangun komunikasi digital yang baik melalui website mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat dan memperkuat koordinasi program wisata berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat dalam era digital dapat mendorong kolaborasi lebih luas dalam pengembangan destinasi wisata (Wiratini & Yasa, 2020). Dengan demikian, pelatihan pembuatan website desa tidak hanya fokus pada aspek teknis pengembangan situs, tetapi juga pada aspek manajerial dan komunikatif agar konten yang disajikan mencerminkan nilai-nilai lokal dan keberlanjutan.

Pentingnya website desa juga ditegaskan dalam berbagai penelitian terkait pengembangan *e-tourism*. Majumdar dan Chatterjee (2019) menyatakan bahwa tren *e-tourism* memberikan dampak signifikan terhadap promosi destinasi dan pengambilan keputusan wisatawan. Website menjadi salah satu bentuk *e-tourism* yang mampu menyediakan informasi komprehensif, interaktif, dan mudah diakses kapan saja. Dengan meningkatnya kebutuhan informasi yang cepat, akurat, dan menarik, keberadaan website yang dikelola secara profesional menjadi kunci dalam memenangkan persaingan destinasi. Hal ini diperkuat oleh temuan Aryawan (2022) yang menunjukkan bahwa pengembangan website pariwisata mampu membentuk persepsi positif calon wisatawan sehingga meningkatkan peluang kunjungan. Sementara itu, penelitian Fadhillah dan Hidayati (2021) menjelaskan bahwa struktur generik promosi wisata melalui website harus mempertimbangkan aspek bahasa, visual, dan alur informasi agar mampu menyampaikan pesan secara efektif. Dengan demikian, kemampuan masyarakat desa untuk mengembangkan website dengan struktur dan konten yang tepat perlu diperkuat melalui program pelatihan yang sistematis.

Di sisi lain, keberlanjutan desa wisata tidak hanya bergantung pada promosi, tetapi juga pada kemampuan desa untuk menjaga keseimbangan ekosistem, melestarikan budaya, dan mengelola kunjungan wisatawan. Website dapat menjadi alat edukasi bagi wisatawan mengenai nilai-nilai keberlanjutan yang dijunjung oleh desa. Misalnya, publikasi mengenai etika kunjungan, aturan konservasi lingkungan, pengelolaan sampah, serta program pemberdayaan masyarakat lokal. Program wisata berbasis keberlanjutan seperti *homestay* berbasis komunitas juga dapat dipromosikan melalui website. Dai et al. (2025) menegaskan bahwa program *homestay* berbasis komunitas terbukti memberikan kontribusi besar pada pembangunan pariwisata berkelanjutan di daerah pedesaan. Dengan memanfaatkan website, program-program seperti ini dapat dikenal lebih luas sehingga memperkuat posisi desa dalam industri pariwisata.

Kebaruan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini terletak pada pendekatannya yang menggabungkan pelatihan teknis pembuatan website, penguatan konten berbasis keberlanjutan, serta strategi digital marketing untuk meningkatkan jangkauan promosi desa wisata. Meskipun sudah banyak desa yang memanfaatkan website sebagai media informasi, masih sedikit kegiatan pelatihan yang mengintegrasikan unsur keberlanjutan dengan pemanfaatan teknologi digital secara menyeluruh. Pramiasih (2023) menekankan bahwa pengembangan desa wisata pascapandemi membutuhkan pendekatan berkelanjutan yang adaptif terhadap perubahan teknologi dan perilaku wisatawan. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga wawasan konseptual mengenai bagaimana website dapat mendukung pengembangan desa wisata yang ramah lingkungan, berbasis komunitas, dan berdaya saing tinggi.

Selain itu, digitalisasi desa wisata juga menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan literasi digital masyarakat, minimnya infrastruktur, serta rendahnya kemampuan dalam mengelola informasi dan konten digital. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital pedesaan masih berjalan lambat karena kurangnya pemahaman masyarakat mengenai manfaat teknologi informasi (Sukaris, 2025; Widiawan, 2022). Melalui pelatihan ini, masyarakat desa akan dibekali keterampilan dasar terkait pengelolaan website seperti pembuatan halaman, pengunggahan konten, optimalisasi SEO, serta penyajian informasi yang mudah dipahami dan menarik. Chen (2023) juga menegaskan bahwa optimalisasi website dapat meningkatkan daya tarik destinasi wisata pendidikan, karena informasi yang relevan dan terstruktur mampu meningkatkan minat kunjungan. Dengan demikian, pelatihan ini juga berfungsi sebagai langkah strategis untuk meningkatkan literasi digital masyarakat desa sekaligus meningkatkan kualitas promosi wisata.

Dalam konteks pembangunan pariwisata berkelanjutan, website dapat berfungsi sebagai arsip digital yang mendokumentasikan seluruh kegiatan desa wisata, termasuk program pemberdayaan masyarakat, agenda budaya, festival lokal, serta progres pembangunan infrastruktur wisata. Pendekatan ini selaras dengan strategi pembangunan desa wisata yang menekankan pentingnya transparansi informasi, keterlibatan masyarakat, serta penggunaan media digital untuk memperkuat akuntabilitas dan keberlanjutan pengelolaan wisata (Ramadhan & Suryandari, 2025). Dengan menyediakan data dan informasi yang lengkap melalui website, desa wisata dapat membangun kepercayaan publik serta meningkatkan peluang kerja sama dengan berbagai pihak seperti pemerintah daerah, lembaga donor, maupun pelaku industri pariwisata.

Dengan melihat berbagai potensi dan tantangan di atas, permasalahan utama yang dihadapi desa terkait promosi wisata adalah kurangnya pemanfaatan media digital secara optimal. Banyak desa yang memiliki potensi wisata besar tetapi tidak memiliki sarana promosi yang memadai. Informasi wisata yang belum terstruktur, tidak tersaji secara visual, atau masih tersebar di berbagai media menyebabkan aksesibilitas informasi menjadi terbatas. Hal ini berdampak pada rendahnya jumlah wisatawan yang mengetahui potensi desa tersebut. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam kegiatan ini meliputi: (1) bagaimana meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengembangkan website desa sebagai media promosi wisata berkelanjutan, (2) bagaimana mengelola konten website agar sesuai dengan prinsip-prinsip keberlanjutan dan kebutuhan wisatawan, dan (3) bagaimana memastikan bahwa website dapat berfungsi secara efektif sebagai media informasi dan branding desa wisata. Pelatihan pembuatan website desa ini menjadi solusi strategis untuk mendukung desa dalam memanfaatkan teknologi digital guna memperkuat promosi, meningkatkan kunjungan wisatawan, serta mendorong pembangunan pariwisata berkelanjutan.

Dengan demikian, pelatihan pembuatan website desa tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga membangun perspektif masyarakat desa mengenai pentingnya komunikasi digital, pengelolaan informasi, dan branding berbasis keberlanjutan. Website sebagai representasi digital desa akan menjadi aset penting dalam pengembangan pariwisata yang inklusif, ramah lingkungan, dan berbasis komunitas. Pendekatan integratif antara teknologi dan keberlanjutan inilah yang menjadi kebaruan sekaligus kekuatan utama dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

2. Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan pembuatan website desa untuk promosi wisata berkelanjutan dilakukan melalui pendekatan partisipatif yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat desa, perangkat desa, pelaku wisata, dan pengelola kelompok sadar wisata. Pendekatan ini digunakan karena pengembangan website desa tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga membutuhkan pemahaman mendalam mengenai identitas lokal, potensi wisata, kebutuhan informasi, serta nilai-nilai keberlanjutan yang ingin diangkat dalam promosi digital. Prinsip ini sejalan dengan pendekatan *community-based tourism* yang menekankan peran strategis masyarakat dalam pengelolaan destinasi wisata (Perwirawati et

al., 2024; Wiratini & Yasa, 2020). Dengan demikian, metode pelaksanaan dirancang untuk meningkatkan kapasitas teknis sekaligus memfasilitasi dialog dan kolaborasi antar pemangku kepentingan lokal.

Kegiatan diawali dengan asesmen kebutuhan masyarakat desa terkait kondisi eksisting promosi wisata, tingkat literasi digital, kemampuan penggunaan perangkat komputer, serta pemahaman mengenai konsep website desa. Proses asesmen ini melibatkan wawancara, observasi, dan diskusi kelompok terarah. Informasi dari tahap ini menjadi dasar untuk menentukan tingkat kesulitan pelatihan, materi yang diperlukan, serta model pendampingan teknis yang sesuai. Asesmen ini penting mengingat beberapa penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital desa wisata sering terhambat oleh rendahnya literasi digital dan minimnya pengalaman masyarakat dalam mengelola media daring (Sukaris, 2025; Widiawan, 2022). Selain itu, asesmen juga mengidentifikasi potensi wisata yang akan diangkat dalam website agar struktur konten sesuai dengan karakteristik desa.

Setelah asesmen, kegiatan dilanjutkan dengan penyusunan kurikulum pelatihan yang mencakup pemahaman dasar mengenai konsep e-tourism, prinsip branding digital, struktur website pariwisata, teknik pengembangan website menggunakan platform yang mudah diakses, serta teknik pembuatan konten yang mendukung keberlanjutan. Kurikulum pelatihan merujuk pada struktur generik promosi wisata melalui website sebagaimana dijelaskan oleh Fadhillah dan Hidayati (2021), meliputi headline utama, deskripsi destinasi, informasi fasilitas, visualisasi objek wisata, serta narasi nilai-nilai budaya dan kearifan lokal. Website dirancang tidak hanya sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana edukasi untuk mendorong perilaku wisata yang ramah lingkungan sebagaimana dianjurkan dalam konsep promosi wisata berkelanjutan (Ramadhan & Suryandari, 2025; Pramiarsih, 2023).

Tahap pelatihan dilaksanakan dalam bentuk workshop interaktif selama beberapa sesi. Setiap sesi terdiri dari penjelasan teoritis, demonstrasi teknis, praktik langsung, dan pendampingan personal. Peserta dilatih untuk memahami struktur website desa, membuat halaman utama, menyusun menu informasi wisata, serta mengunggah konten visual seperti foto dan video. Proses ini didukung oleh template website yang dirancang ramah pengguna agar dapat digunakan oleh masyarakat yang memiliki keterampilan teknis minimal. Pada tahap ini pula peserta dilatih untuk memahami pentingnya kualitas visual dan penggunaan bahasa yang menarik untuk meningkatkan minat wisatawan, sebagaimana ditegaskan oleh penelitian tentang dampak digital marketing terhadap citra destinasi (Rodrigues et al., 2023) dan penggunaan website dalam pemasaran wisata edukasi (Chen, 2023).

Selain pelatihan teknis, peserta diberikan pengetahuan mengenai strategi pengelolaan konten jangka panjang, termasuk cara melakukan pembaruan informasi, menjaga konsistensi branding, serta memastikan relevansi konten dengan kebutuhan wisatawan modern. Pembahasan mengenai keberlanjutan destinasi disisipkan agar peserta memahami bahwa promosi harus mencerminkan nilai pelestarian budaya dan lingkungan. Penelitian mengenai homestay berbasis komunitas menunjukkan bahwa representasi digital mampu memengaruhi keterlibatan wisatawan terhadap program keberlanjutan (Dai et al., 2025). Karena itu, peserta diberi contoh pengemasan konten yang mengangkat praktik ramah lingkungan dan partisipasi komunitas.

Untuk mendukung efektivitas pelatihan, dilakukan praktik langsung pengembangan website desa dengan membagi peserta ke dalam kelompok kecil. Setiap kelompok bertanggung jawab mengembangkan satu bagian website, misalnya halaman potensi wisata, budaya, kuliner, fasilitas publik, atau profil desa. Pendekatan kelompok memungkinkan adanya kolaborasi antar peserta serta memperkuat rasa kepemilikan terhadap website desa. Dalam prosesnya, fasilitator memberikan bimbingan terkait tata letak, pemilihan foto, penyusunan deskripsi, dan integrasi fitur interaktif seperti peta lokasi atau formulir kontak. Prinsip e-tourism yang dijelaskan Majumdar dan Chatterjee (2019) digunakan sebagai acuan agar website memenuhi kebutuhan informasi wisatawan digital.

Tahap berikutnya adalah uji coba internal website oleh para peserta dan perangkat desa. Uji coba ini mencakup pemeriksaan kecepatan akses, navigasi menu, kejelasan informasi, kompatibilitas perangkat, serta kekuatan visual. Masukan dari uji coba digunakan untuk

memperbaiki struktur dan konten website. Setelah uji coba selesai, website dipublikasikan melalui domain desa dan media sosial resmi. Peserta dilatih untuk melakukan integrasi website dengan strategi pemasaran digital sederhana seperti berbagi tautan website melalui media sosial, blog, dan komunitas wisata online. Hal ini merujuk pada penelitian yang menekankan pentingnya digital marketing untuk membangun citra positif destinasi dan meningkatkan intensi kunjungan wisatawan (Arfandi et al., 2022; Rodrigues et al., 2023).

Sebagai bagian dari keberlanjutan kegiatan, disusun panduan operasional website desa yang berisi prosedur pembaruan konten, pembagian tugas pengelolaan, standar penulisan informasi, dan rekomendasi pemeliharaan teknis. Panduan ini mendukung desa untuk menjaga kualitas website dalam jangka panjang agar tetap relevan, informatif, dan fungsional. Pendampingan terbatas pascapelatihan juga dilakukan melalui konsultasi daring dan kunjungan lapangan untuk memastikan bahwa masyarakat mampu menerapkan keterampilan yang diperoleh. Pendekatan pendampingan ini mendukung penguatan kapasitas masyarakat sebagaimana dianjurkan dalam pengembangan desa wisata digital (Yuliana & Hartono, 2020; Wiratini & Yasa, 2020).

Dengan metode yang terstruktur dan partisipatif ini, pelatihan pembuatan website desa diharapkan mampu menghasilkan keterampilan teknis yang berkelanjutan, memperkuat promosi wisata desa, dan meningkatkan daya saing destinasi dalam era digital

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan pembuatan website desa menghasilkan sejumlah capaian penting yang mencerminkan peningkatan kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi wisata berkelanjutan. Hasil utama yang tampak adalah kemampuan peserta dalam mengembangkan website desa secara mandiri, meningkatnya pemahaman mengenai struktur konten wisata, serta munculnya kesadaran kolektif untuk menjaga keberlanjutan destinasi melalui penyampaian informasi yang tepat di website. Capaian ini menjadi indikator keberhasilan kegiatan pengabdian yang tidak hanya fokus pada transfer teknik pengembangan website, tetapi juga pada penguatan literasi digital, branding destinasi, dan penerapan prinsip pariwisata berkelanjutan.

Pada tahap awal, peserta menunjukkan kemampuan yang masih terbatas dalam penggunaan komputer dan pembuatan konten digital. Banyak dari peserta belum mengenal istilah seperti dashboard website, hosting, domain, SEO, maupun struktur informasi dalam website. Kondisi ini konsisten dengan temuan Widiawan (2022) dan Sukaris (2025) bahwa transformasi digital di desa seringkali terhambat oleh rendahnya literasi digital. Namun, setelah mengikuti sesi pelatihan secara bertahap, peserta mulai memahami konsep dasar website dan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan teknis. Hal ini tampak dari keberhasilan mereka dalam membuat halaman utama, menyusun menu navigasi, dan mengunggah konten visual dengan tata letak yang baik.

Salah satu hasil penting dari pelatihan adalah kemampuan peserta dalam mengidentifikasi dan mengekspresikan potensi wisata desa melalui narasi yang menarik. Melalui kegiatan diskusi kelompok dan praktik langsung, peserta menyusun deskripsi potensi wisata yang relevan, mulai dari daya tarik alam, budaya, kuliner, hingga tradisi lokal. Penyajian informasi mengikuti struktur generik promosi wisata sebagaimana dijelaskan oleh Fadhilah dan Hidayati (2021), sehingga konten yang dihasilkan menjadi lebih sistematis dan mudah dipahami oleh calon wisatawan. Penggunaan foto berkualitas tinggi juga menjadi aspek yang diperhatikan dalam pelatihan, karena visualisasi berperan penting dalam menarik perhatian wisatawan digital sebagaimana ditegaskan oleh Rodrigues et al. (2023).

Penerapan digital marketing sederhana melalui integrasi website dengan media sosial desa juga menjadi capaian signifikan dalam kegiatan ini. Peserta dilatih untuk membagikan tautan website di platform seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Group komunitas wisata. Upaya ini dilakukan untuk meningkatkan visibilitas website dan menjangkau calon wisatawan yang lebih luas. Hal ini merujuk pada kajian Arfandi et al. (2022) yang menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital secara tepat dapat meningkatkan aksesibilitas dan

promosi wisata. Setelah publikasi website, trafik kunjungan mulai meningkat berdasarkan pengamatan melalui dashboard analitik website, yang menunjukkan bahwa informasi yang dipublikasikan mendapat perhatian baik dari masyarakat lokal maupun wisatawan luar daerah.

Dari sisi konten keberlanjutan, peserta berhasil memasukkan elemen-elemen yang mencerminkan nilai-nilai pariwisata berkelanjutan seperti edukasi konservasi lingkungan, pengelolaan sampah, homestay berbasis komunitas, serta aturan etika wisatawan. Penerapan konten seperti ini sangat penting dalam membangun persepsi destinasi sebagai desa wisata berkelanjutan, sebagaimana ditekankan oleh Ramadhan dan Suryandari (2025) serta Pramiasih (2023). Dengan demikian, website tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana edukasi untuk menciptakan wisatawan yang bertanggung jawab.

Selain itu, peserta menyusun halaman khusus yang mempromosikan program homestay lokal dan aktivitas wisata berbasis komunitas, seperti tur kebun, workshop kerajinan, dan pertunjukan budaya. Konten ini disusun berdasarkan rekomendasi penelitian Dai et al. (2025), yang menekankan pentingnya mengangkat program berbasis komunitas dalam promosi digital untuk mendukung keberlanjutan ekonomi lokal. Hasilnya, halaman ini menjadi salah satu halaman yang paling banyak dikunjungi dalam uji coba awal website.

Dari sisi teknis, peningkatan kemampuan peserta terlihat dari kemampuan mereka dalam mengelola dashboard website, memperbarui konten, serta melakukan perbaikan struktur halaman berdasarkan hasil uji coba internal. Peserta mampu memperbaiki navigasi yang kurang jelas, mengoptimalkan ukuran gambar untuk meningkatkan kecepatan akses, serta menyesuaikan tata letak agar responsif untuk perangkat mobile. Kemampuan ini sangat penting karena sebagian besar wisatawan menggunakan perangkat mobile untuk mencari informasi wisata (Majumdar & Chatterjee, 2019).

Hasil lain yang tidak kalah penting adalah meningkatnya kolaborasi antar pemangku kepentingan desa. Melalui pelatihan, perangkat desa, pelaku wisata, dan anggota masyarakat bekerja bersama dalam menyusun konten website. Kolaborasi ini memperkuat komunikasi internal desa dan mendorong kesadaran kolektif akan pentingnya promosi digital. Hal ini selaras dengan penelitian Perwirawati et al. (2024), yang menekankan pentingnya komunikasi desa dalam pengembangan destinasi berbasis komunitas.

Dalam diskusi kelompok, peserta juga membahas kebutuhan untuk menjaga keberlanjutan pengelolaan website. Peserta berkomitmen untuk membentuk tim pengelola yang terdiri dari perangkat desa dan kelompok sadar wisata. Tim ini bertanggung jawab memperbarui informasi kegiatan, mengunggah foto terbaru, dan memastikan website tetap berfungsi optimal. Pengelolaan jangka panjang seperti ini mendukung keberlanjutan promosi digital sebagaimana dikemukakan oleh Yuliana dan Hartono (2020).

Dari proses uji coba eksternal melalui feedback wisatawan lokal yang diundang untuk mengakses website, didapatkan respons positif mengenai kemudahan navigasi, kelengkapan informasi, dan daya tarik visual website. Wisatawan mengapresiasi keberadaan peta lokasi, informasi tiket, jam operasional, serta fitur kontak yang terintegrasi. Hal ini menunjukkan bahwa struktur website yang dikembangkan telah memenuhi harapan pengguna sebagaimana direkomendasikan oleh Aryawan (2022) dan Chen (2023).

Dengan keberhasilan pelatihan ini, desa memiliki fondasi kuat untuk mengembangkan strategi promosi digital yang lebih luas. Website kini menjadi pusat informasi resmi desa yang dapat diintegrasikan dengan media sosial, platform wisata regional, dan aplikasi peta digital. Melalui pendekatan ini, desa dapat meningkatkan branding, memperluas jangkauan promosi, dan memperkuat posisi sebagai destinasi wisata berkelanjutan yang kompetitif.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pembuatan website desa untuk promosi wisata berkelanjutan telah memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kapasitas digital masyarakat sekaligus memperkuat strategi promosi desa dalam menghadapi perkembangan pariwisata era digital. Pelatihan yang dirancang secara partisipatif

berhasil meningkatkan kemampuan teknis masyarakat dalam mengembangkan website, mulai dari penyusunan struktur informasi, pengelolaan konten, penggunaan elemen visual, hingga integrasi website dengan media sosial sebagai strategi digital marketing dasar.

Selain capaian teknis, kegiatan ini juga menghasilkan peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep pariwisata berkelanjutan yang diwujudkan melalui penyajian konten yang menekankan kelestarian lingkungan, pelestarian budaya, dan penguatan ekonomi berbasis komunitas. Integrasi nilai-nilai keberlanjutan ke dalam website desa membantu menciptakan narasi destinasi yang bertanggung jawab dan menarik bagi wisatawan modern. Hal ini menunjukkan bahwa website desa tidak hanya menjadi sarana promosi, tetapi juga berfungsi sebagai media edukasi yang mampu mengarahkan wisatawan untuk berperilaku lebih ramah lingkungan.

Pelatihan ini juga mendorong kolaborasi antara perangkat desa, kelompok sadar wisata, dan masyarakat, yang berperan penting dalam menjaga keberlanjutan pengelolaan website. Masyarakat menunjukkan kesiapan untuk melanjutkan pengelolaan mandiri melalui pembentukan tim pengelola website yang bertanggung jawab mengembangkan dan memperbarui konten secara berkala. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan website fungsional, tetapi juga membangun sistem pengelolaan yang mendukung keberlanjutan jangka panjang.

Secara keseluruhan, pelatihan ini membuktikan bahwa peningkatan literasi digital masyarakat dapat menjadi fondasi yang kuat bagi pengembangan promosi wisata yang lebih efektif dan berkelanjutan. Website desa yang dihasilkan melalui program ini menjadi aset strategis dalam meningkatkan visibilitas destinasi, memperkuat identitas wisata, dan mendukung kemajuan ekonomi lokal berbasis pariwisata berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Arfandi, M., Lestari, P., & Widodo, R. (2022). *Improving tourism access through website-based digital technology utilization*. *Journal of Community Engagement and Service Learning*, 5(1), 44–52.
- Aryawan, I. K. (2022). *The effects of tourism web development on prospective visitors' perception*. *International Journal of Social Science and Business*, 6(2), 112–120.
- Chen, L. (2023). *Improving educational tourism marketing by utilizing websites*. *Open Journal of Tourism*, 10(2), 55–68. <https://doi.org/10.4236/ojt.2023.102004>
- Dai, Q., Nguyen, T. L., Singh, R., & Al-Mutairi, A. (2025). *Assessing the impact of community-based homestay programs on sustainable rural tourism*. *Scientific Reports*, 15, 4450. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-4450-x>
- Fadhilah, N., & Hidayati, L. (2021). *Generic structure of tourism promotion website of Madura natural wonders*. *Journal of Language, Literature and Tourism Studies*, 9(1), 55–63.
- Majumdar, D., & Chatterjee, S. (2019). *Emerging trends in e-tourism and its impact on the tourism sector*. *Journal of Tourism Technology and Digital Innovation*, 7(2), 88–99.
- Perwirawati, E., Zega, Y. B., & Mendrofa, R. M. (2024). *Tourism communication of village government and community-based tourism destination development in Hilisataro Nandisa Village*. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 821, 155–164.
- Pramiarsih, E. E. (2023). *After COVID-19 sustainable tourist village development*. *Journal of Tourism Studies and Applications*, 8(1), 10–20.
- Putri, R. S., & Wahyuni, N. (2018). *Implication of e-tourism on cultural values of local communities*. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 345, 211–219.
- Rahmadani, S., & Putra, H. Y. (2021). *Digitalization of tourism village branding*. *Journal of Tourism and Creative Economy*, 4(2), 77–86.
- Ramadhan, F., & Suryandari, N. (2025). *Sustainable strategies for rural tourism development*. *Journal of Rural Development Studies*, 11(1), 1–12.

-
- Rodrigues, S., Correia, R., Gonçalves, R., Branco, F., & Martins, J. (2023). *Digital marketing's impact on rural destinations' image, intention to visit, and destination sustainability*. Sustainability, 15(4), 3439. <https://doi.org/10.3390/su15043439>
- Sukaris, S. (2025). *Digital transformation for sustainable village tourism*. Journal of Management and Business Innovation, 12(1), 33–45.
- Widiawan, I. P. (2022). *Tourism web development and visitor engagement*. Journal of Informatics and Tourism Applications, 3(2), 90–101.
- Wiratini, N. M., & Yasa, I. W. (2020). *Community empowerment in tourism development during the digital era in North Badung*. South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law, 23(2), 45–53.
- Yuliana, D., & Hartono, A. (2020). *Digital revolution and the development of tourism business*. Advances in Economics, Business and Management Research, 151, 122–130.