

Pengembangan Desa Wisata Berbasis *Website* dan *E-Brochure* di Kampung Wisata Edukatif Warungboto D.I. Yogyakarta

Cristian Asluki Maruanaya¹ dan Jati Paras Ayu ²

^{1,2} LSPR Institute of Communication & Business, Jakarta, Indonesia

ABSTRAK

Pariwisata merupakan suatu kegiatan yang dapat dilakukan secara berulang oleh wisatawan. Adapun kegiatan tersebut dapat mendukung perekonomian masyarakat sekitar melalui *Community Based Tourism* (CBT). Dalam kegiatan tersebut, yang menjadi salah satu lokasi wisatanya adalah desa wisata Warungboto yang telah memiliki Instagram aktif namun hanya menggunakan *Link Tree* sebagai tempat untuk menampung informasi. Selain Instagram, desa wisata tersebut juga menggunakan WhatsApp sebagai media komunikasi dengan wisatawan. Adapun tujuannya adalah mengidentifikasi kebutuhan sebagai dasar pembuatan *website* dan *e-brochure* yang dapat menjadi suatu daya tarik bagi wisatawan. Metode penelitian yang digunakan adalah wawancara dan observasi secara langsung di lokasi penelitian. Hasilnya adalah *website* yang dapat digunakan dalam promosi desa wisata secara lebih luas dan mudah untuk diakses oleh siapapun. Dari hal itu, semua informasi bisa tertampung di satu tempat yakni *website* yang di dalamnya juga terdapat brosur yang berisikan paket wisata, selain itu juga bisa lebih menarik wisatawan domestik dan mancanegara.

Kata kunci: Pariwisata; Desa Wisata; *Website*

ABSTRACT

Tourism is an activity that can be carried out repeatedly by tourists. These activities can support the economy of the surrounding community through Community Based Tourism (CBT). In this activity, one of the tourist locations was the Warungboto tourist village which already has an active Instagram but only uses Link Tree as a place to collect information. Apart from Instagram, the tourist village also uses WhatsApp as a medium of communication with tourists. The aim is to identify the needs as the basis of creating a website and e-brochure that can be an attraction for tourists. The research methods used were interviews and direct observation at the research location. The result of this work is a website that can be used to promote tourist villages more widely and is easy to access by anyone. From there, all information can be accommodated in one place, namely the website which also contains brochures containing tour packages, apart from that it can also attract more domestic and foreign tourists.

Keywords: *Tourism; Tourist village; Website*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan suatu kegiatan manusia dalam melakukan suatu kegiatan yang disebut dengan kepariwisataan, menurut Hasbi (2021), dalam buku Pengantar Ilmu Pariwisata, menyatakan bahwa 'Pariwisata (tourism) berasal dari dua suku kata, yaitu "pari" dan "wisata". Kata 'Pari' berarti banyak atau berkali-kali atau bolak-balik, dan 'Wisata' berarti perjalanan.

Jika digabungkan 'wisata' berarti perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang atau berkeliling. Ahli lain mengatakan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan yang di dalamnya terdapat partisipasi dari masyarakat secara langsung, dari hal tersebut ada dampak yang ditimbulkan bagi warga sekitar (Suwena & Widyatmaja, 2017).

Mengacu pada pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan suatu kegiatan yang dapat dilakukan secara berulang-ulang di mana wisatawan dapat mengunjungi beberapa destinasi dalam satu hari. Kegiatan wisata ini tidak akan berhenti di satu tempat saja, melainkan bisa di berbagai destinasi. Selain itu, peran serta masyarakat lokal sangat penting di dalamnya. Oleh karena, itu sebuah desa wisata perlu dikembangkan, hal ini bertujuan untuk menciptakan hubungan yang baik antara lingkungan, masyarakat, budaya, dan ekonomi untuk masa depan dan dapat diatasi oleh semua masyarakat dan sektor pariwisata.

Salah satu hal yang dapat dikembangkan adalah media digital seperti *website* dan juga brosur digital. Dalam pembuatan *website* dan brosur, peneliti akan menggunakan referensi dari *website* lain dan membuat desain yang sederhana namun tetap informatif. Pra survei akan dilakukan untuk mengajukan proyek ini kepada Bapak Purnomo sebelum Wisata di Warungboto dikelola. Setelah pengajuan, peneliti akan mendiskusikan konten *website* dan mendokumentasikan situs Warungboto untuk *website* dan brosur.

Setelah menerima dokumen tersebut, peneliti melakukan perencanaan yang komprehensif dari desain situs web, termasuk mengumpulkan gambar dan informasi tentang tujuan, termasuk nama, paket, dan nomor WhatsApp. Peneliti kemudian membuat situs web *front-end* menggunakan HTML untuk memastikan URL mudah dinavigasi dan dapat digunakan oleh semua pengguna. Mereka juga membuat teks, simbol, dan menu untuk membuat situs web lebih interaktif. Langkah terakhir adalah membuat situs web *back-end* untuk menyempurnakan situs web, yang diawasi oleh Tim Pandawi, seorang konsultan digital untuk Warungboto.

Adapun tujuan dari karya ini adalah pengembangan *website* dan brosur digital untuk meningkatkan daya tarik dan promosi wisata. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan pemahaman akan pentingnya pembuatan situs web dan *e-brochure* dalam pengajaran dan juga dapat digunakan sebagai referensi atau sumber literatur untuk proyek-proyek tertentu, serta penggunaan alat ini dapat membantu Taman Wisata Warungboto untuk mempromosikan kegiatannya, memudahkan pengunjung untuk mengetahui tentang taman tersebut, dan menggunakan bentuk visual seperti *e-brochure* untuk membuat informasi yang lebih relevan dengan lokasi.

Pariwisata

Pariwisata adalah sektor industri yang melibatkan perjalanan dan kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok ke tempat selain tempat tinggal utama untuk tujuan rekreasi, bisnis, atau tujuan lain yang bersifat sementara (WTO, 2021). Pariwisata mencakup berbagai kegiatan seperti kunjungan ke situs alam, budaya, serta berbagai atraksi yang disediakan oleh destinasi wisata. Industri ini tidak hanya melibatkan transportasi dan akomodasi, tetapi juga meliputi sektor makanan, minuman, hiburan, dan jasa lainnya yang mendukung pengalaman wisatawan (Maharani, 2022).

Pemahaman pariwisata juga dapat dilihat dalam perspektif ekonomi dan sosial. Secara ekonomi, pariwisata berperan dalam mendorong pertumbuhan sektor industri terkait dan meningkatkan pendapatan negara, sedangkan secara sosial, pariwisata membantu memperkenalkan budaya lokal dan mempromosikan pemahaman antarbudaya (Santoso, 2023). Namun, pengelolaan pariwisata yang tidak bertanggung jawab dapat menyebabkan dampak negatif seperti kerusakan lingkungan dan ketimpangan sosial. Untuk itu, penting bagi sektor pariwisata untuk mengedepankan prinsip keberlanjutan dan pelibatan masyarakat lokal dalam setiap tahap pengembangannya (Kurniawan, 2024).

Desa Wisata

Desa wisata adalah suatu konsep pengembangan wisata yang mengintegrasikan potensi budaya, alam, dan sosial masyarakat desa sebagai daya tarik utama. Desa ini menyuguhkan pengalaman autentik bagi wisatawan, yang ingin menikmati kehidupan pedesaan dengan segala kekayaan lokalnya, baik itu dalam bentuk adat, tradisi, produk-produk lokal, maupun pemandangan alam yang asri. Pengelolaan desa wisata melibatkan partisipasi aktif masyarakat setempat, yang diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi ekonomi, sosial, dan budaya mereka (Permana, 2023).

Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, desa wisata menjadi salah satu alternatif dalam memperkenalkan keanekaragaman budaya dan alam Indonesia, sekaligus memberdayakan masyarakat setempat. Desa wisata juga mendukung prinsip ekowisata dengan menjaga kelestarian lingkungan serta menghormati kearifan lokal (Suwarno, 2022). Oleh karena itu, penting untuk melakukan perencanaan yang matang dalam pengembangan desa wisata, termasuk aspek pengelolaan yang profesional dan pemasaran yang tepat sasaran. Pemahaman terhadap desa wisata juga mencakup peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) di desa, agar mereka dapat beradaptasi dengan perubahan zaman dan meningkatkan daya tarik desa wisata itu sendiri (Iskandar, 2024).

Website

Website desa wisata adalah platform digital yang berfungsi untuk mempromosikan dan menginformasikan berbagai potensi yang dimiliki oleh sebuah desa wisata. Melalui *website* ini, informasi tentang keindahan alam, kebudayaan, kegiatan wisata, dan fasilitas yang tersedia dapat diakses oleh wisatawan, baik domestik maupun internasional (Widodo, 2023). *Website* desa wisata menjadi sarana penting dalam memperkenalkan desa kepada dunia luar dan memberikan gambaran yang jelas tentang apa yang bisa dinikmati oleh pengunjung.

Pemahaman mengenai *website* desa wisata juga mencakup pengelolaan informasi secara efektif dan efisien untuk menarik perhatian wisatawan. *Website* ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi langsung antara pengelola desa wisata dengan wisatawan, sehingga memudahkan dalam hal reservasi, pemesanan, dan penawaran paket wisata (Santika, 2024). Pengembangan *website* desa wisata harus memperhatikan kemudahan akses, desain yang menarik, serta konten yang informatif agar pengunjung merasa tertarik dan ingin mengunjungi desa tersebut. Dengan adanya *website*, desa wisata dapat meningkatkan visibilitasnya di dunia digital, menjangkau audiens lebih luas, dan mengoptimalkan potensi ekonomi lokal (Putra, 2023).

E-brochure

E-brochure desa wisata adalah dokumen digital yang dirancang untuk mempromosikan

berbagai potensi yang dimiliki oleh desa wisata. *E-brochure* ini berfungsi sebagai alat pemasaran yang mudah diakses melalui perangkat elektronik seperti komputer, tablet, atau telepon seluler pintar. Berbeda dengan brosur konvensional, *e-brochure* menyediakan informasi yang lebih interaktif, termasuk gambar, video, dan *link* yang dapat mengarahkan pengunjung ke informasi lebih lanjut atau situs web terkait (Suryanto, 2023).

Pemahaman mengenai *e-brochure* desa wisata mencakup peranannya dalam memperkenalkan desa wisata kepada pasar yang lebih luas dengan cara yang efisien dan hemat biaya. *E-brochure* tidak hanya berisi informasi dasar seperti atraksi wisata, fasilitas, dan harga, tetapi juga mencakup elemen visual yang menarik, seperti foto-foto berkualitas tinggi dan desain yang *user-friendly* (Wahyu, 2024). Hal ini memungkinkan wisatawan untuk merasakan pengalaman yang lebih mendalam sebelum mereka mengunjungi desa wisata. Penggunaan *e-brochure* dalam promosi desa wisata menjadi semakin penting, mengingat perkembangan teknologi digital dan kebutuhan akan informasi yang cepat dan mudah diakses oleh calon wisatawan (Tari, 2023). Oleh karena itu, pengelola desa wisata perlu memanfaatkan *e-brochure* sebagai salah satu strategi pemasaran yang efektif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan dengan metodologi kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial, pengalaman, atau perilaku manusia secara mendalam dan komprehensif. Metodologi ini tidak berfokus pada pengukuran numerik atau statistik, melainkan lebih pada pengumpulan data yang bersifat naratif, deskriptif, dan kontekstual. Data yang dikumpulkan biasanya berupa wawancara mendalam, observasi, diskusi kelompok terfokus (*focus group discussion*), atau analisis dokumen.

Penelitian kualitatif sering kali digunakan dalam kajian sosial, budaya, pendidikan, dan psikologi, yang melibatkan pemahaman konteks yang lebih luas dan nuansa yang tidak dapat dipahami hanya dengan angka. Salah satu karakteristik utama penelitian kualitatif adalah fleksibilitasnya dalam merancang penelitian, yang memungkinkan peneliti untuk menyesuaikan instrumen dan pendekatan seiring dengan perkembangan temuan selama proses penelitian. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan aktif dalam proses pengumpulan data, dan subjektivitas peneliti dianggap sebagai bagian integral dari penelitian tersebut. Beberapa pendekatan yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif termasuk fenomenologi, studi kasus, *grounded theory*, dan etnografi. Misalnya, pendekatan fenomenologi berfokus pada pemahaman pengalaman subjektif individu, sementara studi kasus lebih mendalam menganalisis suatu fenomena dalam konteks yang spesifik.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan cara mengidentifikasi tema atau pola dari data yang dikumpulkan, lalu menyusunnya menjadi narasi yang menggambarkan temuan penelitian. Hasil penelitian kualitatif biasanya bersifat deskriptif dan eksploratif, memberikan wawasan yang lebih dalam tentang suatu fenomena. Menurut Creswell (2014), penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi "makna" dan "pengalaman" dari peserta, yang memberikan pandangan yang lebih kaya daripada hanya melihat data kuantitatif. Dalam penelitian kualitatif, validitas dan reliabilitas lebih difokuskan pada konsistensi dan kedalaman pengumpulan data daripada angka statistik. (Creswell, 2014)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari penelitian yang dilakukan ini, ditemukan bahwa Kampung Wisata Warungboto belum memiliki *website* dan *e-brochure*. Oleh sebab itu, diputuskan bahwa perlu adanya pembuatan *website* dan *e-brochure* untuk membantu dalam pemasaran kampung wisata ataupun produk dari UMKM yang dimiliki oleh desa wisata. Alasan dari pembuatan *website* dan *e-brochure* juga berdasarkan pembangunan dari sebuah desa wisata. Dalam pengembangannya salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan mengembangkan media digital yang bisa digunakan untuk sarana promosi. Dalam proses pelaksanaannya ini data yang dikumpulkan dibagi menjadi data primer dan data sekunder.

Data Primer

Data utama yang digunakan dalam proyek ini adalah hasil dari *interview* dan juga dokumen dari Kampung Wisata Warungboto yang sudah ada sebelumnya. Di bawah ini merupakan hasil dari *pre survey* dan *interview* dengan Pak Poernomo sebagai seorang narasumber. Melalui hasil wawancara tersebut diketahui bahwa Warungboto memiliki lembaga Pokdarwis yang bernama Namawisata dan lembaga tersebut mengelola pariwisata Kampung Warungboto di dalam struktur lembaga tersebut.

Dalam hasil wawancara tersebut juga narasumber mengemukakan bahwa di dalam struktur Kampung Wisata Warungboto itu, ada hadir pengurus kampung wisata dan kemudian pengelola kampung wisata. Melalui tim Pandawi ini yang bertugas mengelola manajemen kampung wisata. Dari segi promosi, dari segi UMKM, dan dari segi administrasi itu ditangani bersama dengan teman-teman tim Pandawi. Sementara yang menjadi pengurus wisata di dalamnya, sebagai bagian dari kegiatan sosial, terkadang hanya menjalankan yang ada saja. Sehingga, narasumber melakukan rekrutmen teman-teman muda untuk membantu dalam mengurus segala hal di kampung wisata Warungboto. Hasil rekrutmen tersebut dibentuk suatu kelompok dan diberi nama tim Pandawi. Selain dengan hasil *interview* dari *pre survey*, adapun juga dari dokumen kampung wisata Warungboto tersebut.

Data Sekunder

Data sekunder digunakan sebagai data tambahan dalam mendukung penelitian. Data ini dikumpulkan penulis menggunakan beberapa jurnal dan karya sebelumnya sebagai bentuk referensi terkait pembuatan *website* dan brosur digital. Selain itu juga penulis juga menggunakan buku sebagai landasan teori. Setelah data ditemukan, pembahasan dibagi dalam beberapa bagian kajian terkait pembuatan *website*, yakni dari segi desain situs, fungsi situs, dan nilai pelanggan.

Site design

Terkait penentuan *site design* untuk situs web yang dibutuhkan, dokumentasi dikumpulkan terlebih dahulu dari lokasi penelitian dan juga *interview* dengan Pak Poernomo sebagai ketua dari Pokdarwis dan juga tim Pandawi. Setelah dokumentasi dan hasil *interview* didapatkan, dilanjutkan dengan pembuatan akun untuk *hosting* dan juga WordPress. Sesudah akun dibuat, proses dilanjutkan dengan mendesain tampilan antarmuka yang nantinya akan digunakan dalam situs web tersebut. Warna yang digunakan dalam situs web ini mengambil warna *earth tone*, hal ini disebabkan karena mengikuti warna dari logo kampung wisata Warungboto dan juga menyelaraskan dengan warna dari situs bersejarah tersebut.

Site Functionality

Setelah pembuatan akun *hosting* dan WordPress, dilakukan penyuntingan tampilan dari *website*, yang juga dilanjutkan dengan memasukkan konten ke dalam *website* berupa informasi lisan dan hasil dokumentasi. Tata letak juga diatur setelah memasukan informasi dan gambar tersebut. Selanjutnya, dilakukan pengecekan apakah *website* bisa berfungsi dan dapat diakses melalui *smartphone* ataupun laptop serta apakah tampilan yang dibuat sudah muncul dan berfungsi dengan baik.

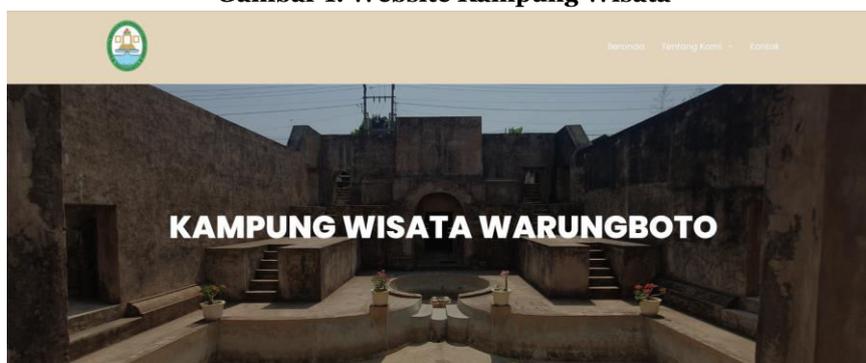
Customer Value

Kampung Wisata Warungboto merupakan sebuah desa wisata dengan potensi wisatanya berasal dari kebudayaan dan situs bersejarah. Hal yang terkensial dari kampung wisata ini adalah situs peninggalan bersejarah dari zaman kepemimpinan Hamengkubuwana II. Selain situs tersebut, ada juga hal lain yang menjadi daya tariknya. Contohnya, seperti kesenian dan budaya, selain itu juga pengunjung bisa mencoba untuk melakukan kerajinan berupa pewarnaan kain, kerajinan dari sampah daur ulang, dan kerajinan resin. Di kampung wisata ini juga terdapat *homestay* untuk wisatawan yang tertarik tinggal sementara dan ingin lebih dekat aktivitas di desa wisata tersebut. Sedangkan untuk target wisata dari kampung wisata ini, berdasarkan *interview*, target yang dituju adalah kelompok *study tour* pelajar atau wisatawan yang tertarik dengan kebudayaan dan sejarah.

Setelah *website* selesai dibuat, maka selanjutnya perlu ada sosialisasi dari situs web yang telah dibuat. Sosialisasi ini diadakan pada tanggal 25 Februari 2024 dan dilaksanakan secara *online* dikarenakan waktu dari tim Pandawi yang tidak memungkinkan untuk secara langsung atau *offline*. Peserta yang hadir pada saat itu terdapat 9 orang secara keseluruhan. Di dalam sosialisasi ini, disampaikan penjelasan terkait pengertian mengenai *hosting*, proses pembayarannya, dan cara pemakaiannya. Setelah itu, dilanjutkan dengan menjelaskan mengenai *website* yang dibuat melalui WordPress. Hal yang disosialisasikan adalah bagaimana menentukan tampilan antar muka, memasukan konten ke dalamnya, dan juga pengenalan *widget* dari WordPress.

Dalam proses sosialisasi ini tidak terlepas dari beberapa kendala karena dilaksanakan secara *online*. Meskipun semua hal sudah dipersiapkan secara baik namun kendala tetap muncul seperti jaringan yang secara tiba-tiba terganggu ataupun perangkat elektronik yang mengalami suatu kendala. Terlepas dari hal itu, kegiatan ini berjalan dengan lancar dan materi yang disampaikan sudah di pahami dengan baik melalui uji coba secara langsung oleh salah satu rekan tim Pandawi saat itu.

Gambar 1. Website Kampung Wisata



Sumber: Hasil Olahan Penulis (2024)

Gambar 2. Brosur Digital Kampung Wisata



Sumber: Hasil Olahan Penulis (2024)

SIMPULAN

Pengembangan desa wisata edukatif melalui pembuatan website dan e-brochure merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan jumlah pengunjung serta memperkuat branding desa tersebut. Website berfungsi sebagai platform informasi yang dapat diakses secara global, memberikan detail tentang potensi wisata, budaya, aktivitas edukatif, dan fasilitas yang tersedia di desa. Melalui desain yang menarik dan navigasi yang mudah, *website* mampu memberikan pengalaman digital yang memudahkan calon pengunjung untuk merencanakan kunjungan mereka, baik dalam hal jadwal, rute perjalanan, hingga informasi terkait akomodasi dan kegiatan edukasi. *E-brochure* yang dilengkapi dengan visual menarik dan informasi singkat yang jelas juga menjadi alat penting dalam memperkenalkan desa wisata edukatif. *E-brochure* ini memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan efektif melalui media sosial atau email, menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah. Dengan informasi yang tepat dan konsisten, baik di *website* maupun *e-brochure*, branding desa sebagai destinasi wisata edukatif akan semakin kuat. Secara keseluruhan, pengembangan digital ini berdampak langsung pada peningkatan jumlah pengunjung karena memberikan kemudahan akses, sekaligus memperkenalkan desa dengan cara yang lebih modern, menarik, dan informatif, yang pada gilirannya meningkatkan daya tarik dan kesadaran masyarakat terhadap desa tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Hasbi, I. (2021). *Karakteristik Produk Wisata*. In N. Rismawati (Ed.), *Pengantar Pariwisata* (pp. 149-160). Penerbit Widina.
- Iskandar, A. (2024). *Pengembangan desa wisata berbasis masyarakat*. Pustaka Abadi.
- Kurniawan, M. (2024). *Pariwisata berkelanjutan: Perspektif ekonomi dan sosial*. Penerbit Grafindo.
- Maharani, S. (2022). *Pengembangan industri pariwisata di Indonesia*. Alfabeta.
- Permana, D. (2023). *Desa wisata sebagai upaya pemberdayaan masyarakat*. Pustaka Ilmu.
- Putra, D. (2023). *Pengembangan website sebagai media promosi desa wisata*. Pustaka Mandiri.
- Santika, L. (2024). *Strategi pemasaran digital untuk desa wisata*. Andi Publisher.
- Santoso, R. (2023). *Pariwisata dan budaya: Dampak dan peluang*. Pustaka Pelajar.
- Suwarno, T. (2022). *Ekowisata dalam pengembangan desa wisata*. Mandiri Press.
- Suryanto, B. (2023). *Ebrochure dalam pemasaran pariwisata desa*. Penerbit Harapan.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Pustaka Larasan.
- Tari, M. (2023). *Inovasi digital untuk pengembangan desa wisata*. Pustaka Pelajar.
- Wahyu, D. (2024). *Desain dan pengelolaan ebrochure desa wisata*. Mandiri Press.
- Widodo, S. (2023). *Peran teknologi dalam pengembangan desa wisata*. Alfabeta.
- World Tourism Organization (WTO). (2021). *Tourism and sustainable development*. UNWTO. <https://www.unwto.org/sustainable-development>