Dharma Vritta Vokasional
Vol. 1 No. 2, 2025, pp. 94-99
E-ISSN 3090-322X
DOI: https://doi.org/10.21831/dvv.v1i2.2200

Optimalisasi Wisata Desa Semanu Gunung Kidul melalui Media Digital Berbasis Website

Septian Rahman Hakim[1*], Aris Nasuha[1], Dessy Irmawati[1], Moh Alif Hidayat Sofyan[1], Ahmad Taufiq Musaddid[1]

[1]Departemen Teknik Elektro dan Elektronika, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Yogyakarta, KulonProgo, Yogyakarta 55652, Indonesia
*e-mail korespondensi: septianrahmanhakim@uny.ac.id

Abstract
Limited access to information in Semanu Village, Gunungkidul Regency, Yogyakarta Special Region, has prevented the promotion of tourist destinations from reaching its full potential. The use of digital technology, particularly websites, was chosen as a solution to expand the dissemination of information. Through the website, the community can access and share information more conveniently. This community service activity focused on developing a web-based information system and transferring knowledge so that village officials could manage it independently. The website serves as a medium for publishing information on village tourist attractions and as a tool for promoting tourism potential quickly and accurately. The technology used is WordPress CMS with a MySQL database, and the site is hosted so that it can be accessed at any time. The implementation of the community service program includes two main activities: application development for three months and training on website utilization at the village office. The implementation of this website has proven to increase the visibility of local potential and encourage community involvement. The training ran smoothly and received positive responses from participants, including hamlet heads and managers, who now realize that the website not only serves as an information provider but also as a promotional medium. This activity also motivated village managers to be more active in managing and disseminating the village's tourism potential.
Keywords: *CMS; MySQL; Website; Workshop*

Abstrak
Terbatasnya akses informasi di Desa Semanu, Kabupaten Gunungkidul, D.I. Yogyakarta menyebabkan promosi destinasi wisata belum berjalan maksimal. Pemanfaatan teknologi digital, terutama website, dipilih sebagai solusi untuk memperluas sebaran informasi. Melalui website, masyarakat dapat mengakses sekaligus membagikan informasi dengan lebih praktis. Kegiatan pengabdian ini difokuskan pada pembangunan sistem informasi berbasis web serta transfer pengetahuan agar perangkat desa mampu mengelolanya secara mandiri. Website tersebut berfungsi sebagai media publikasi informasi objek wisata desa dan sebagai alat promosi potensi wisata secara cepat dan akurat. Teknologi yang digunakan adalah CMS WordPress dengan basis data MySQL, dan situs dihosting agar dapat diakses kapan saja. Pelaksanaan pengabdian meliputi dua aktivitas utama: pengembangan aplikasi selama tiga bulan dan pelatihan pemanfaatan website di kantor desa. Implementasi website ini terbukti meningkatkan visibilitas potensi lokal serta mendorong keterlibatan warga. Pelatihan berjalan lancar dan mendapat respons positif dari peserta, termasuk kepala dukuh dan pengelola, yang kini menyadari bahwa website tidak hanya berperan sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai media promosi. Kegiatan ini turut memotivasi pengelola desa untuk lebih aktif dalam mengelola dan menyebarluaskan potensi wisata desa.
Kata Kunci: CMS; MySQL; Website; Workshop

Received: 2025-10-15 **Revised:** 2015-11-20 **Accepted:** 2025-12-10

1. Pendahuluan

Pariwisata berbasis desa merupakan salah satu strategi yang efektif untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, pelestarian budaya, sekaligus pemberdayaan masyarakat (Kemenparekraf, 2023). Kabupaten Gunungkidul, termasuk Desa Semanu, memiliki potensi wisata alam dan budaya yang beragam. Namun demikian, sebagian destinasi belum terekspos secara optimal

karena promosi masih banyak mengandalkan media konvensional seperti spanduk, pamflet, atau informasi dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan informasinya terbatas (Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul, 2022).

Di era transformasi digital, kehadiran media informasi berbasis web menjadi kebutuhan penting bagi desa wisata karena mampu menyajikan informasi secara terstruktur, mudah diperbarui, dan dapat diakses kapan saja oleh calon wisatawan (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2022). Website memungkinkan pengelola desa menampilkan profil destinasi, lokasi, fasilitas, tarif, agenda kegiatan, hingga dokumentasi foto atau video sehingga pesan promosi menjadi lebih kredibel (Yuliani & Prasetyo, 2020). Dengan demikian, media digital dapat menjembatani kesenjangan informasi antara pengelola desa dan wisatawan.

Pemanfaatan teknologi informasi ini sejalan dengan pandangan bahwa pengembangan sistem berbasis komputer diperlukan untuk menghasilkan informasi yang cepat, efisien, dan efektif di tengah lingkungan yang terus berubah dan kompetitif (Suryawan & Udayana, 2024). Website desa wisata juga dapat dijadikan kanal resmi yang memusatkan seluruh informasi terkait objek wisata di Desa Semanu sehingga tidak tercecer di berbagai media tidak resmi. Selain itu, pengelolaan website dapat dilakukan secara mandiri oleh pemerintah desa atau pokdarwis setelah diberikan pelatihan pengelolaan konten.

Berdasarkan kondisi tersebut, optimalisasi wisata Desa Semanu melalui media digital berbasis website menjadi langkah strategis untuk memperkuat branding desa wisata, memperluas jangkauan promosi, dan meningkatkan kunjungan wisatawan (Putri & Nugroho, 2021; Kemenparekraf, 2023). Dengan adanya website, promosi wisata tidak lagi bergantung pada cara-cara manual, tetapi bertransformasi ke model promosi digital yang lebih profesional dan selaras dengan perilaku wisatawan masa kini yang serba online.

2. Metode

Penelitian/pengabdian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif yang didukung data kuantitatif sederhana. Pendekatan ini dipilih karena fokus kegiatan bukan hanya menghasilkan produk berupa website promosi wisata, tetapi juga melihat kesesuaian produk tersebut dengan kebutuhan pengguna (perangkat desa dan pengelola wisata) serta tingkat keterpakaian dalam konteks desa wisata (Creswell, 2018; Sugiyono, 2022). Lokasi penelitian adalah Desa Semanu, Kabupaten Gunungkidul, D.I. Yogyakarta dengan subjek utama: perangkat desa, pengelola/pokdarwis, dan perwakilan masyarakat.

Tahapan pelaksanaan terdiri atas lima langkah utama: (1) analisis kebutuhan, dilakukan melalui observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi potensi wisata, alur promosi yang berjalan, dan kendala informasi di desa; (2) perancangan sistem, yang mencakup perancangan struktur menu, kategori konten (profil desa, objek wisata, galeri, kontak), serta hak akses admin; (3) pengembangan website, yaitu implementasi CMS WordPress dengan basis data MySQL, penyesuaian tema, penambahan plugin keamanan dan galeri, serta hosting agar dapat diakses publik (Pressman & Maxim, 2020); (4) implementasi dan pengisian konten awal, berupa unggahan informasi objek wisata, lokasi, tarif, dan dokumentasi visual; serta (5) pelatihan/pengalihan pengetahuan kepada perangkat desa atau pokdarwis tentang cara mengelola konten, membuat posting baru, dan menjaga keamanan dasar website.

Pengumpulan data dilakukan dengan tiga teknik. Pertama, observasi untuk mencatat kondisi awal promosi wisata dan infrastruktur TIK desa. Kedua, wawancara terarah (semi-structured) dengan kepala desa/kepala dukuh/pokdarwis untuk menggali kebutuhan fitur dan pola pengelolaan informasi (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014). Ketiga, kuesioner evaluasi pelatihan menggunakan skala Likert 1–4 untuk menilai aspek kemudahan penggunaan, kebermanfaatan website bagi promosi wisata, dan kejelasan

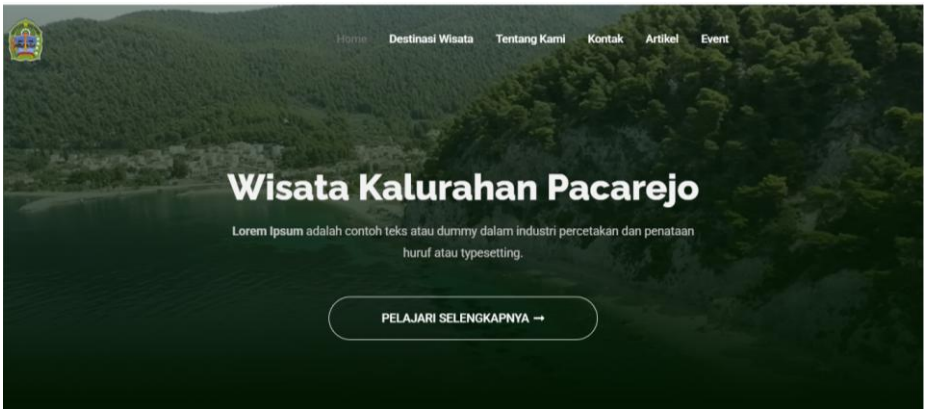
materi pelatihan. Data kuantitatif dari kuesioner digunakan sebagai indikator penerimaan pengguna (user acceptance).

Analisis data kualitatif dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk melihat ketercapaian tujuan pengembangan website serta kesesuaian fitur dengan kebutuhan desa (Miles et al., 2014). Sementara itu, data kuantitatif dari kuesioner diolah dalam bentuk persentase dan nilai rata-rata untuk menggambarkan tingkat kepuasan peserta dan kelayakan website sebagai media promosi digital. Hasil analisis ini selanjutnya menjadi dasar rekomendasi pengembangan, misalnya integrasi dengan media sosial desa atau penambahan fitur kalender event.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

Website wisata Desa Semanu telah berhasil dikembangkan dan dapat diakses melalui tautan https://wisatapacarejo.com/ sebagaimana terlihat pada Gambar 1. Situs ini memiliki beberapa menu dan halaman yang dapat dikelola, yaitu: (1) Beranda / Landing Page, yaitu halaman yang pertama kali muncul saat pengunjung mengakses website. Pada halaman ini ditampilkan slider/gambar berjalan yang memberi gambaran umum lokasi dan potensi desa, serta cuplikan berita atau aktivitas terbaru masyarakat. (2) Destinasi Wisata, berisi informasi tempat-tempat wisata yang berada di Desa Semanu. (3) Tentang Kami, memuat profil dan informasi pengelola wisata desa. (4) Kontak, berisi informasi kontak pemerintah/pengelola Desa Semanu. (5) Artikel, menampilkan penjelasan atau sejarah singkat terkait objek wisata. (6) Event/Kegiatan, berisi informasi agenda atau kegiatan yang diselenggarakan di destinasi wisata Desa Semanu.



Gambar 1. Hasil tangkapan halaman desa wisata Desa Semanu (https://wisatapacarejo.com/)

Workshop pelatihan digelar pada Kamis, 18 September 2025 di Balai Desa Pedukuhan Semanu, Gunungkidul, D.I. Yogyakarta. Kegiatan ini diikuti oleh perangkat desa, tim pengelola website, dan turut dihadiri langsung oleh Kepala Desa Semanu. Dokumentasi hasil pelatihan pengelolaan website ditampilkan pada Gambar 2.

Kehadiran para pemangku kepentingan tersebut menunjukkan bahwa dukungan terhadap pengembangan media digital desa wisata berbasis website sangat kuat. Selama kegiatan, workshop berlangsung tertib dan mendapat sambutan positif. Peserta antusias karena melihat bahwa website dapat menjadi sarana promosi yang efektif untuk wilayah mereka. Melalui pelatihan ini, mereka memahami bahwa website tidak hanya berfungsi sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai media untuk memperkenalkan potensi lokal ke audiens yang lebih luas. Hal ini sekaligus mendorong kepala dukuh dan tim pengelola agar lebih aktif mengembangkan konten yang relevan dan menarik.

Peserta juga menilai bahwa website dapat dimanfaatkan sebagai kanal informasi bagi masyarakat luar yang ingin mengenal lebih jauh wilayah seperti Dusun Serut dan Terbah. Dengan adanya website, informasi mengenai objek wisata, produk unggulan, kegiatan budaya, hingga aktivitas masyarakat dapat diakses kapan saja dan oleh siapa saja. Dampaknya, profil desa diharapkan meningkat, baik di tingkat regional maupun nasional, sekaligus membuka peluang kunjungan wisata dan kerja sama dengan pihak luar. Dukungan penuh dari kepala desa dan para kepala dukuh di wilayah tersebut semakin menegaskan komitmen untuk menjadikan website sebagai instrumen utama optimalisasi promosi dan keterbukaan informasi. Seluruh rangkaian kegiatan dapat dilihat pada laman berikut: https://d4te.fv.uny.ac.id/id/berita/inovasi-digital-peta-video-dan-website-di-Kalurahan-Pacarejo.



Gambar 2. Pelatihan pengelolaan Website

Kegiatan ditutup dengan penyerahan secara formal domain hosting maupun rumah website yang terbangun sementara ke kepala Desa Semanu seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3. Penyerahan dilanjutan dengan foto bersama baik tim penyuluh maupun peserta pelatihan yang ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 3. Penyerahan secara formal website desa wisata pengelolaan Website



Gambar 4. Penutupan dan Foto Bersama Kegiatan PKM

3.2 Pembahasan

Hasil pengembangan menunjukkan bahwa pemanfaatan website sebagai media promosi wisata di tingkat desa dapat diwujudkan tanpa harus membangun sistem dari nol, cukup dengan memanfaatkan CMS yang user-friendly. Temuan ini mendukung pendapat Pressman & Maxim (2020) bahwa pemilihan platform yang sesuai tingkat kemampuan pengguna akan mempercepat adopsi sistem. Dalam konteks Desa Semanu, mayoritas pengelola belum terbiasa dengan manajemen konten berbasis web; karena itu, pelatihan dan alih pengetahuan menjadi faktor kunci keberhasilan, sebagaimana ditekankan Creswell (2018) dan Sugiyono (2022) bahwa pada penelitian/pengabdian terapan, proses pendampingan sama pentingnya dengan produk.

Peningkatan keterlihatan (visibility) potensi wisata melalui website sejalan dengan literatur pengembangan desa wisata yang menempatkan media digital sebagai kanal utama promosi, terutama ketika sebelumnya promosi masih bergantung pada media konvensional (Putri & Nugroho, 2021; Yuliani & Prasetyo, 2020). Dengan website, informasi destinasi menjadi terpusat, formatnya seragam, dan dapat diperbarui kapan saja—ini menjawab masalah awal desa tentang informasi yang tercecer di WA, pamflet, atau akun pribadi. Hal ini juga mendukung target transformasi digital pemerintah daerah bahwa kanal resmi desa/kelurahan harus mampu menjadi rujukan informasi publik (Kominfo, 2022).

Hasil kuesioner yang menunjukkan sebagian peserta masih meminta fitur tambahan memperlihatkan bahwa kebutuhan pengguna bersifat bertahap. Pada fase awal, mereka membutuhkan struktur dasar (profil, destinasi, galeri); pada fase berikutnya, mereka mulai berpikir integrasi (kalender event, tautan IG/Facebook, form pemesanan). Ini tipikal pola maturity pemanfaatan TI di tingkat desa, di mana kemampuan teknis tumbuh setelah mereka melihat langsung manfaatnya. Karena itu, rekomendasi lanjutan dari kegiatan ini adalah: (1) menyiapkan SOP pengelolaan konten (siapa mengunggah, kapan diperbarui), (2) menambahkan modul keamanan dasar (backup dan update rutin), dan (3) mengintegrasikan website dengan media sosial agar jangkauan promosi lebih luas.

Secara keseluruhan, hasil menunjukkan bahwa tujuan penelitian/pengabdian—yaitu menyediakan platform informasi wisata yang terstruktur dan mendorong pengelola desa agar lebih aktif mempromosikan potensi lokal—tercapai. Faktor penentu keberhasilan bukan hanya teknologinya, tetapi juga keberlanjutan pengelolaan oleh desa. Dengan kata lain, website efektif sebagai media promosi apabila disertai peningkatan kapasitas pengelola dan adanya komitmen desa untuk terus memperbarui konten.

4. Kesimpulan

Pengembangan media digital berbasis website untuk wisata Desa Semanu berhasil diwujudkan dan terbukti mampu menjawab permasalahan utama desa, yaitu keterbatasan akses dan sebaran informasi wisata. Website yang dibangun mampu memusatkan informasi destinasi, profil desa, dokumentasi kegiatan, serta kontak pengelola dalam satu kanal resmi yang dapat diakses publik kapan saja. Dengan demikian, visibilitas potensi wisata desa meningkat dan promosi tidak lagi hanya bergantung pada media konvensional.

Pelatihan dan alih pengetahuan kepada perangkat desa/pokdarwis menjadi faktor penentu keberhasilan, karena membuat pengelola mampu memperbarui konten secara mandiri. Hasil evaluasi menunjukkan sebagian besar peserta menilai website mudah digunakan dan bermanfaat sebagai media promosi. Ini menandakan bahwa pendekatan pengabdian yang memadukan pengembangan sistem dan peningkatan kapasitas SDM desa sudah tepat.

Dengan adanya website ini, Desa Semanu memiliki fondasi awal untuk promosi wisata berbasis digital. Namun, keberlanjutan sangat ditentukan oleh konsistensi pengisian konten, penambahan fitur sesuai kebutuhan (misalnya kalender event dan integrasi media sosial), serta komitmen pemerintah desa/pokdarwis untuk menjadikan website sebagai kanal resmi informasi wisata.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Faultas Vokasi Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberi dukungan financial terhadap kegiatan pengabdian ini.

Daftar Pustaka

Creswell, J. W. (2018). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul. (2022). Statistik kunjungan wisata Kabupaten Gunungkidul tahun 2021–2022. Wonosari: Dispar Gunungkidul.

Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2022). Peta jalan transformasi digital Indonesia 2021–2024. Jakarta: Kominfo.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). Laporan kinerja pariwisata 2022. Jakarta: Kemenparekraf.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Pressman, R. S., & Maxim, B. R. (2020). Software engineering: A practitioner's approach (9th ed.). New York, NY: McGraw-Hill.

Putri, R. A., & Nugroho, S. (2021). Pengembangan website sebagai media promosi desa wisata. Jurnal Pariwisata Nusantara, 5(2), 101–110.

Sugiyono. (2022). Metode penelitian kombinasi (mixed methods). Bandung: Alfabeta.

Suryawan, T., & Udayana, A. E. D. (2024). Pemanfaatan teknologi informasi dalam peningkatan efektivitas penyampaian informasi publik. Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi, 12(1), 15–24.

Yuliani, D., & Prasetyo, B. (2020). Strategi digital marketing untuk destinasi wisata pedesaan. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 4(3), 45–53.

Yuliani, D., & Prasetyo, B. (2020). Strategi digital marketing untuk destinasi wisata pedesaan. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 4(3), 45–53.