

PENERAPAN *WEBSITE* PROMOSI WISATA AIR TLAGA PESONA DI DESA TLAGAYASA BERBASIS *WORDPRESS*

Jamrud Aminuddin*, Dian Rizqi Saputra, Ulil Azmi, Maskhiyatus Shokhib

Program Studi Fisika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Jenderal Soedirman
Jl. dr. Soeparno No.61, Karang Bawang, Purwokerto Utara, Banyumas, Jawa Tengah, Indonesia
jamrud.aminuddin@unsoed.ac.id*, dian.rizqi.s@mhs.unsoed.ac.id, ulil.azmi004@mhs.unsoed.ac.id,
maskhiyatus.shokhib@mhs.unsoed.ac.id

(*) Corresponding Author



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-NonKomersial 4.0 Internasional.

Abstract

Tlagayasa Village, located in Bobotsari Sub-district, Purbalingga Regency, Central Java, is situated about 30 km from the Department of Physics, Faculty of Mathematics and Natural Sciences, UNSOED. Based on interviews with village officials, a water tourism destination with various attractions is currently being developed. However, despite progress in physical facilities, plans for proper tourism promotional media remain unprepared. The village government, in coordination with the Faculty of Mathematics and Natural Sciences, UNSOED, identified limited knowledge of promotional strategies and the absence of a digital database as major challenges. To address this issue, village officials requested assistance in developing online promotional media. Considering the rapid advancement of information technology, digital platforms play a crucial role in supporting tourism promotion. Through community service activities, several stages were implemented, including socialization, training, mentoring, and evaluation. The initial stage involved data collection and website development using WordPress, followed by training for BUMDes Tlaga Pesona managers. Mentoring was then conducted to enable them to manage the website independently. Evaluation results showed that the website improved the managers' digital literacy, sense of ownership, and responsibility for sustainable tourism promotion. This program demonstrates the tangible benefits of academic-community collaboration and provides a replicable model for technology-based tourism development in rural areas.

Keywords: *assistance BUMDes; community service; tourism village; website; WordPress.*

Abstrak

Desa Tlagayasa di Kecamatan Bobotsari, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah, berjarak sekitar 30 km dari Jurusan Fisika, FMIPA UNSOED. Berdasarkan wawancara dengan perangkat desa, diketahui bahwa tengah dikembangkan destinasi wisata air dengan berbagai wahana. Namun, meskipun pembangunan fisik telah berjalan, perencanaan media promosi wisata belum disiapkan secara optimal. Pemerintah desa bersama Fakultas MIPA UNSOED mengidentifikasi kendala utama berupa keterbatasan pengetahuan tentang strategi promosi dan belum tersedianya basis data digital. Untuk mengatasi hal tersebut, perangkat desa mengajukan pendampingan dalam pengembangan media promosi daring. Seiring kemajuan teknologi informasi, platform digital menjadi sarana penting dalam mendukung promosi wisata. Kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi tahap sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Tahap awal dilakukan pengumpulan data dan perancangan website berbasis WordPress, dilanjutkan pelatihan bagi pengelola BUMDes Tlaga Pesona. Pendampingan dilakukan agar pengelola mampu mengelola website secara mandiri. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan keterampilan digital, rasa memiliki, dan tanggung jawab pengelola dalam memelihara promosi wisata berkelanjutan. Program ini membuktikan adanya dampak nyata kolaborasi perguruan tinggi dan masyarakat serta menjadi model yang dapat direplikasi untuk pengembangan promosi wisata berbasis teknologi di wilayah pedesaan.

Kata kunci: *pendampingan BUMDes; pengabdian kepada masyarakat; desa wisata; situs web; WordPress.*

PENDAHULUAN

Desa Tlagayasa, Kecamatan Bobot Sari, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah terletak sekitar 30 Km kearah timur laut dari Kampus Jurusan Fisika FMIPA UNSOED. Berdasarkan wawancara langsung dengan pemerintah desa setempat, diketahui bahwa di desa ini sedang dilaksanakan pembangunan wisata air dengan berbagai wahaya. Sejak dilaksanakannya pembangunan fisik fasilitas obyek wisata di Desa Tlagayasa, belum ada rencana pembuatan media promosi untuk komersialisasi potensi tersebut. Hal ini diketahui berdasarkan komunikasi antara perangkat desa setempat dengan Fakultas MIPA UNSOED. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya dukungan informasi terkait dengan metode pengembangan media promosi. Selain itu, data yang dibutuhkan untuk pengembangan media promosi dalam bentuk online belum tertata dalam bentuk data base. Dalam salah satu komunikasi langsung, beberapa perangkat Desa Tlagayasa mengusulkan kepada Fakultas MIPA sebagai salah satu lembaga pembinanya untuk mengembangkan media promosi dalam bentuk *online*.

Dalam era digital yang semakin berkembang pesat seperti saat ini, peran teknologi informasi menjadi sangat penting dalam mempromosikan dan mengembangkan sektor pariwisata [1]. Wisata air merupakan salah satu segmen yang menarik perhatian banyak wisatawan [2], terutama di daerah-daerah yang memiliki potensi alam yang indah seperti Tlagayasa [3]. Kemajuan teknologi telah mengubah cara wisatawan mencari informasi dan memilih destinasi perjalanan wisata [4]. Untuk itu, perlu adanya sarana promosi yang lebih efektif dan efisien untuk mengundang lebih banyak pengunjung ke destinasi wisata air Tlaga Pesona di Desa Tlagayasa, Kecamatan Bobot Sari, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah.

Dalam konteks ini, pengembangan website promosi wisata air Tlaga Pesona menjadi sebuah inovasi yang strategis [5]. *Website* tersebut bukan hanya akan mempermudah wisatawan dalam mengakses informasi terkait destinasi wisata air tersebut, tetapi juga akan menjadi media untuk mempromosikan potensi kepada calon pengunjung dan investor [6].

Website wisata adalah situs web yang didedikasikan untuk mempromosikan objek wisata tertentu, seperti destinasi wisata alam, taman hiburan, museum, atau tempat wisata lainnya [7]. Tujuan utama dari *website* wisata adalah untuk memberikan informasi lengkap kepada pengunjung potensial mengenai objek wisata tersebut, termasuk gambar, deskripsi, fasilitas, harga, dan informasi

penting lainnya [8]. *Website* ini juga dapat memuat ulasan dari pengunjung sebelumnya, petunjuk lokasi, dan seringkali fitur pemesanan atau pembelian tiket online [7]

Karya tulis ini akan membahas proses rancang bangun *website* promosi wisata air Tlagayasa, mulai dari perencanaan hingga implementasi. Melalui analisis mendalam, kita akan menjelajahi langkah-langkah yang diperlukan untuk menciptakan platform digital yang menarik dan informatif bagi calon pengunjung [9]. Selain itu, kita juga akan menggali potensi dampak positif dari *website* ini terhadap pertumbuhan sektor pariwisata di Tlagayasa, termasuk peningkatan jumlah wisatawan, pemberdayaan komunitas lokal, dan upaya pelestarian lingkungan [4].

Rancang bangun *website* merujuk pada proses perencanaan, desain, pengembangan, dan implementasi sebuah situs web [1]. Ini melibatkan pemilihan desain tampilan, navigasi, struktur konten, dan fitur-fitur yang diperlukan agar situs web berfungsi secara optimal [10]. Selain itu, aspek-aspek teknis seperti pemilihan teknologi pengembangan, bahasa pemrograman, dan kompatibilitas dengan berbagai perangkat dan *browser* juga menjadi bagian penting dalam proses rancang bangun website [11]. Tujuan utama adalah menciptakan pengalaman pengguna yang memikat dan efisien [12].

WordPress adalah salah satu platform manajemen konten (CMS) yang paling populer dan digunakan secara luas di seluruh dunia [13]. Ini merupakan perangkat lunak sumber terbuka yang digunakan untuk membangun dan mengelola situs web [13]. WordPress menyediakan berbagai alat dan plugin yang memudahkan pembuatan situs web, termasuk situs web promosi wisata [14]. Kelebihan WordPress termasuk kemudahan penggunaan, fleksibilitas, dan banyaknya tema dan plugin yang tersedia untuk menyesuaikan situs sesuai kebutuhan [13].

Hosting merujuk pada layanan yang disediakan oleh penyedia *hosting* web yang memungkinkan situs web Anda diakses di internet [15]. Ketika Anda membuat situs web, Anda perlu memilih penyedia hosting yang akan menyimpan semua file situs web Anda dan membuatnya dapat diakses oleh pengguna online [10]. *Hosting* memiliki berbagai jenis, seperti *hosting* bersama, *hosting* VPS, dan *hosting* cloud, dengan masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan sendiri [11]. Pemilihan *hosting* yang tepat penting untuk kinerja dan keamanan situs web [5].

Manfaat *website* wisata mencakup berbagai hal, termasuk meningkatkan eksposur destinasi wisata, mencapai audiens yang lebih luas secara

global, memungkinkan pengguna untuk merencanakan perjalanan dengan lebih baik [16], meningkatkan pemasaran dan *branding* destinasi wisata, serta meningkatkan potensi pendapatan melalui penjualan tiket atau produk wisata *online* [17]. Sebagai alat pemasaran digital, *website* wisata memiliki peran yang sangat penting dalam industri pariwisata modern [18]

Kegiatan *abdimas* ini hadir untuk memberdayakan masyarakat melalui pendampingan pembuatan *website*. Dengan memahami proses pengembangan *website* promosi wisata air Tlagayasa, diharapkan karya tulis ini dapat memberikan wawasan dan panduan bagi pihak-pihak yang tertarik untuk mengembangkan platform serupa dalam mendukung pertumbuhan sektor pariwisata lokal [15]. Lebih dari itu, pembahasan ini juga dapat menjadi inspirasi bagi daerah lain yang ingin memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana promosi yang efektif untuk memperkenalkan potensi alam dan budaya yang dimiliki oleh daerah mereka kepada dunia [6].

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

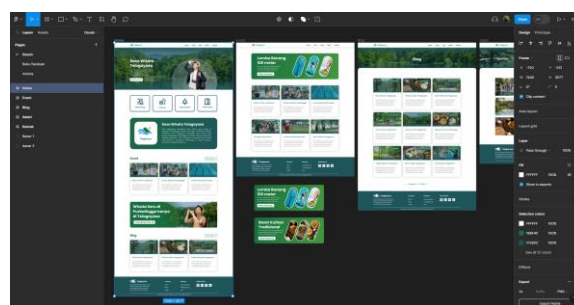
Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian ini meliputi Sosialisasi, Pelatihan, Pendampingan dan Evaluasi. Pada tahap sosialisasi dilakukan pengumpulan data, perencanaan konsep serta pembuatan *website* menggunakan *wordpress*. Dilanjutkan dengan kegiatan pelatihan bagi pengelola BUMDES Tlaga Pesona. Kegiatan berikutnya adalah pendampingan pengelola *website* untuk memastikan bahwa *website* ini mampu dikembangkan oleh BUMDES Tlaga Pesona. Pada bagian akhir, dilakukan evaluasi terhadap efek kegiatan dengan mengumpulkan testimony dari pengelola *website*.

Sosialisasi

Pada tahap pengumpulan data, tim pelaksana melakukan wawancara secara langsung dengan perwakilan pihak pengelola wisata air Tlagayasa. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang komprehensif terkait berbagai aspek destinasi wisata. Informasi yang dihimpun meliputi deskripsi umum mengenai sejarah, daya tarik utama, serta keunikan yang dimiliki oleh wisata air Tlagayasa sebagai salah satu destinasi potensial di wilayah tersebut. Selain itu, tim juga meminta dokumentasi visual berupa foto dan video yang dapat merepresentasikan suasana serta keindahan lokasi secara nyata, sehingga nantinya dapat mendukung proses publikasi maupun promosi digital.

Pada tahap perencanaan konsep, dilakukan proses pembuatan desain antarmuka atau *interface* tampilan *website* yang menjadi dasar visual dan interaksi pengguna ketika mengakses platform. Perencanaan ini mencakup penentuan tata letak menu utama dan submenu yang disusun secara sistematis agar memudahkan pengunjung dalam menemukan informasi yang dibutuhkan. Setiap menu dipetakan sesuai prioritas, misalnya menu beranda, profil destinasi, galeri foto dan video, peta lokasi, tarif, fasilitas, hingga kontak pengelola. Dengan penyusunan yang terarah, *website* diharapkan dapat menghadirkan pengalaman yang intuitif dan ramah pengguna.

Proses perencanaan konsep ini juga mencakup penerapan prinsip desain UI (*User Interface*) dan UX (*User Experience*), yang bertujuan untuk menggabungkan aspek keindahan visual dengan kemudahan penggunaan (gambar 1). Untuk mendukung proses tersebut, digunakan aplikasi Figma sebagai alat bantu perancangan. Figma dipilih karena memungkinkan perancangan secara kolaboratif, interaktif, dan fleksibel [19]. Melalui aplikasi ini, tim dapat membuat *wireframe* sebagai kerangka dasar, kemudian mengembangkannya menjadi mockup dengan detail tampilan yang lebih realistis. Setiap elemen dapat diuji dan diperbaiki secara langsung, sehingga mempercepat proses evaluasi dan menghasilkan rancangan akhir yang sesuai kebutuhan. Rancangan *website* ini dapat diakses melalui tautan <https://www.wisataairtlagayasa.com>.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 1. Pembuatan UI/UX *Website*

Pelatihan

Sebagai tindak lanjut dari proses pembuatan *website* promosi wisata, dilaksanakan kegiatan pelatihan dasar-dasar penggunaan *WordPress* bagi pengelola wisata air Tlaga Pesona di Desa Tlagayasa. Pelatihan ini bertujuan untuk membekali pengelola dengan keterampilan teknis dalam mengoperasikan dan memperbarui konten *website* secara mandiri, sehingga *website* dapat terus hidup, relevan, dan informatif bagi calon pengunjung.

Materi yang diberikan dalam pelatihan mencakup pengenalan antarmuka WordPress, cara menambahkan dan mengedit artikel tentang informasi wisata, mengunggah event atau kegiatan terbaru yang diselenggarakan di destinasi, serta mengelola galeri foto dan video agar tampilan website lebih menarik. Selain itu, peserta juga diajarkan bagaimana menambahkan tautan, menyisipkan peta lokasi, hingga mengatur menu navigasi sederhana sesuai kebutuhan.

Pendampingan

Pendekatan pendampingan dilakukan secara praktik langsung (*hands-on*), sehingga setiap peserta dapat mencoba langsung langkah-langkah yang dijelaskan oleh fasilitator. Dengan demikian, pengelola tidak hanya memahami teori, tetapi juga terbiasa melakukan pembaruan konten secara rutin. Hasil yang diharapkan adalah pengelola mampu menjaga website tetap aktif, misalnya dengan mempublikasikan kegiatan wisata mingguan, menyajikan informasi tarif terbaru, atau mengunggah dokumentasi acara sehingga menarik perhatian pengunjung daring.

Evaluasi

Evaluasi kegiatan sosialisasi website Tlaga Pesona dilakukan dengan pendekatan partisipatif melalui pengumpulan testimoni peserta. Metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran nyata tentang pemahaman, pengalaman, serta kesan langsung dari para pengelola wisata dan masyarakat yang terlibat dalam kegiatan. Testimoni dikumpulkan setelah sesi sosialisasi selesai melalui wawancara singkat, diskusi kelompok kecil, serta pengisian pernyataan tertulis dari peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi pengembangan *website* Tlaga Pesona menunjukkan capaian yang positif. Pada tahap sosialisasi, dilakukan pengumpulan data, perencanaan konsep, serta pembuatan website menggunakan WordPress sebagai media promosi digital wisata air Tlaga Pesona. Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan pelatihan yang diberikan kepada pengelola BUMDES Tlaga Pesona untuk membekali mereka dengan keterampilan dasar pengelolaan website, seperti mengunggah artikel, foto, video, dan informasi kegiatan. Tahap berikutnya adalah pendampingan, di mana tim memastikan bahwa pengelola mampu mengoperasikan *website* secara mandiri serta mengembangkan konten sesuai kebutuhan promosi wisata. Pada bagian akhir,

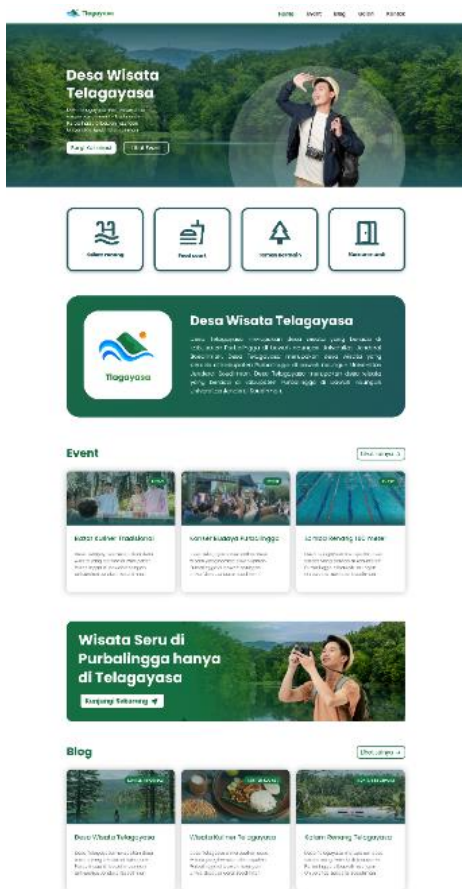
dilakukan evaluasi melalui pengumpulan testimoni dari pengelola, yang menunjukkan bahwa website ini sangat membantu dalam memperluas jangkauan promosi, meningkatkan keterampilan digital pengelola, sekaligus membuka peluang peningkatan kunjungan wisata ke Desa Tlagayasa.

Kegiatan sosialisasi dan perancangan *Website*

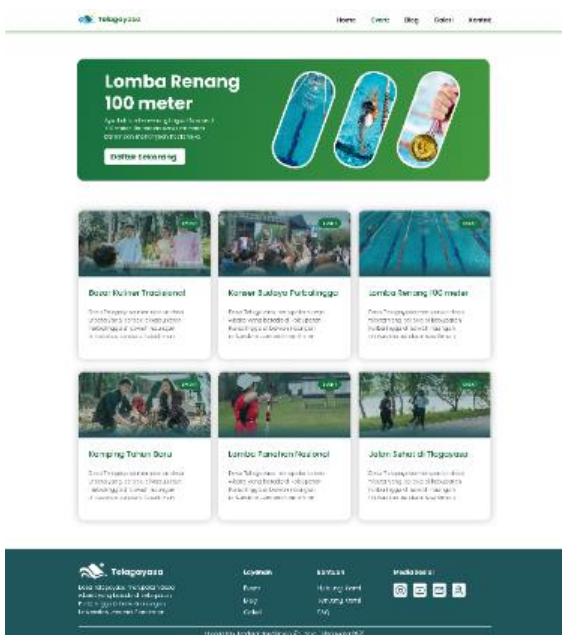
Pada tahap sosialisasi, kegiatan difokuskan pada proses perancangan dan pembuatan rancang bangun website promosi wisata air Tlaga Pesona. *Website* ini dibangun menggunakan platform WordPress yang dipilih karena kemudahan dalam pengelolaan, fleksibilitas desain, serta ketersediaan berbagai fitur pendukung. Hasil dari tahap ini adalah sebuah *website* resmi dengan alamat <https://www.wisataairtlagayasa.com>, yang menjadi media digital utama untuk memperkenalkan daya tarik wisata kepada masyarakat luas.

Website tersebut dirancang dengan tampilan sederhana namun tetap menarik, serta dilengkapi dengan berbagai menu utama yang disesuaikan dengan kebutuhan promosi. Menu *Home* berfungsi sebagai halaman depan yang menampilkan gambaran umum wisata [7]. Menu *Event* memuat informasi kegiatan terbaru yang diselenggarakan di kawasan wisata, sehingga pengunjung dapat mengikuti agenda yang berlangsung. Menu *Blog* berisi artikel atau tulisan ringan yang berkaitan dengan wisata maupun potensi lokal [8]. Menu Galeri menampilkan dokumentasi berupa foto dan video yang dapat memberikan kesan visual mengenai keindahan Tlaga Pesona. Sedangkan menu Kontak menyediakan informasi penting berupa alamat, nomor telepon, serta formulir yang dapat digunakan calon pengunjung untuk berkomunikasi langsung dengan pengelola.

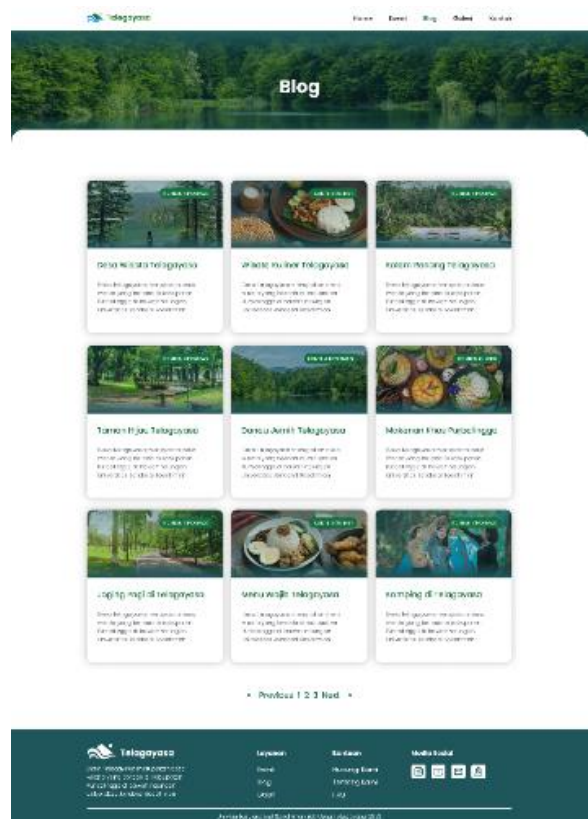
Sebagai dokumen pendukung, pada tahap sosialisasi ini juga dihasilkan sebuah buku panduan pengelolaan *website*. Buku panduan tersebut memuat penjelasan langkah-langkah teknis, mulai dari cara masuk ke dashboard WordPress, menambahkan artikel, memperbarui event, hingga mengunggah foto atau video baru ke galeri. Dengan adanya panduan ini, pengelola diharapkan mampu menjalankan website secara mandiri, menjaga konten agar selalu diperbarui, serta memastikan *website* tetap menjadi sarana promosi yang efektif dan berkelanjutan. Tampilan penjelasan tentang konten *website* serta buku panduan diperlihatkan mulai dari Gambar 2 sampai dengan Gambar 7



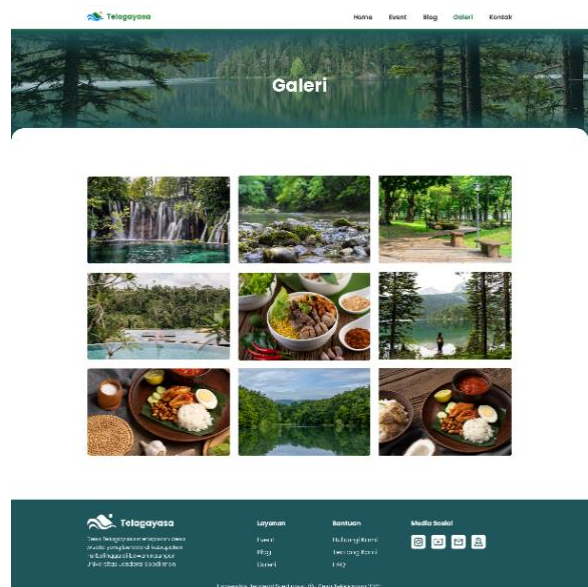
Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 2. Laman Home



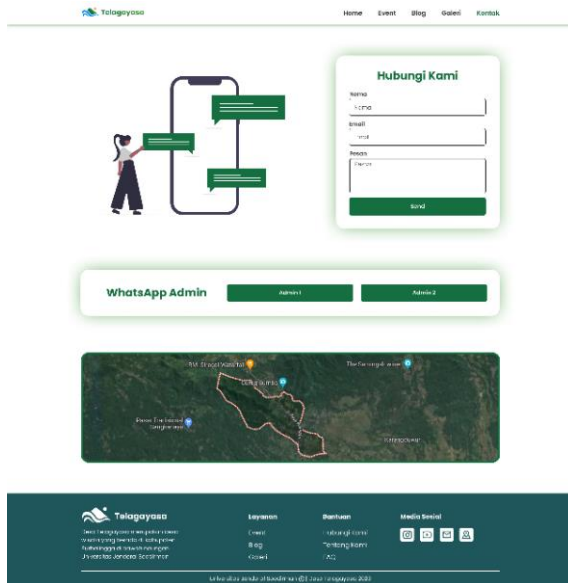
Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 3. Laman Event



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 4. Laman Blog



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 5. Laman Galeri



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 5. Laman Kontak



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 7. Buku Panduan

Pelatihan dan Pendampingan

Pelatihan pembuatan dan pengelolaan *Website* berbasis Wordpress memberikan dampak positif yang signifikan bagi para pengelola Wisata Air Tlaga Pesona Desa Tlagayasa. Melalui kegiatan ini, para pengelola tidak hanya memperoleh

keterampilan teknis dalam mengoperasikan Wordpress, tetapi juga memahami strategi memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan promosi wisata. *Website* yang dibangun menjadi sarana informasi resmi yang menampilkan profil destinasi, agenda kegiatan, galeri foto, hingga kontak layanan, sehingga memudahkan calon wisatawan untuk memperoleh informasi secara cepat, akurat, dan menarik. Pada Gambar 8 diperlihatkan kegiatan pelatihan dan pendampingan pembuatan *website*.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 8. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan

Selain itu, kehadiran *website* ini turut meningkatkan kepercayaan publik terhadap profesionalitas pengelolaan wisata, karena destinasi Tlaga Pesona kini hadir dalam ruang digital yang dapat diakses secara global. Dampak positif lainnya adalah terbukanya peluang kerjasama dengan pihak eksternal, baik dari agen perjalanan, komunitas wisata, maupun investor yang lebih mudah menemukan informasi tentang potensi Tlaga Pesona. Bagi masyarakat sekitar, pelatihan ini juga menumbuhkan kesadaran pentingnya literasi digital dalam mendukung keberlanjutan usaha wisata lokal, sekaligus

meningkatkan daya saing Desa Tlagayasa dalam sektor pariwisata berbasis teknologi.

Evaluasi Hasil Kegiatan

Sebagai bagian dari tahap evaluasi, tim pelaksana meminta kesan dan pendapat dari pengelola wisata air Tlaga Pesona di Desa Tlagayasa yang telah mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan pengelolaan website. Testimoni peserta menjadi bahan refleksi untuk mengetahui sejauh mana manfaat kegiatan dapat dirasakan langsung serta bagaimana peluang pengembangan di masa mendatang.

Salah satu pengelola menyampaikan, *"Sebelumnya kami kesulitan dalam memperkenalkan wisata Tlaga Pesona kepada masyarakat luas karena hanya mengandalkan informasi dari mulut ke mulut. Setelah adanya website ini, kami bisa menampilkan deskripsi wisata, tarif, fasilitas, hingga foto-foto terbaru dengan mudah. Website ini sangat membantu kami dalam promosi."*

Peserta lain menambahkan, *"Melalui pelatihan WordPress, kami belajar cara mengunggah artikel dan foto secara mandiri. Awalnya terasa sulit, tetapi setelah dicoba ternyata langkah-langkahnya sederhana. Sekarang kami lebih percaya diri untuk memperbarui informasi tanpa harus menunggu bantuan dari luar."*

Ada pula testimoni yang menekankan manfaat jangka panjang, *"Kami merasa kegiatan ini sangat bermanfaat karena bukan hanya menghasilkan website, tetapi juga memberi kami pengetahuan baru. Website Tlaga Pesona dapat menjadi media informasi resmi, sehingga wisatawan lebih mudah mendapatkan gambaran sebelum berkunjung. Kami berharap dengan adanya website ini, jumlah pengunjung bisa semakin meningkat."*

Dari hasil evaluasi melalui testimoni tersebut, dapat disimpulkan bahwa penerapan website Tlaga Pesona tidak hanya berhasil meningkatkan keterampilan digital pengelola, tetapi juga memberikan rasa memiliki dan tanggung jawab dalam menjaga keberlanjutan promosi wisata. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan yang dilaksanakan berdampak nyata serta membuka peluang pengembangan promosi berbasis teknologi informasi di Desa Tlagayasa.

KESIMPULAN

Rancang bangun *website* promosi wisata air Tlaga Pesona di Desa Tlagayasa berhasil dibuat menggunakan wordpress. Dimana wordpress sebagai aplikasi website gratis yang dapat mempermudah penulis dalam proses pembuatan *website* sehingga dapat digunakan sebagai media

untuk promosi wisata air Tlaga-pesona di Desa Tlagayasa Kecamatan Bobotsari Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi *Website* Wisata Air Tlaga Pesona berbasis Wordpress di Desa Tlagayasa berjalan dengan baik dan memberikan hasil yang positif. Melalui sosialisasi, para pengelola wisata memperoleh pemahaman mengenai pentingnya media digital sebagai sarana promosi dan pengembangan destinasi. Pada tahap pelatihan, mereka berhasil menguasai keterampilan dasar hingga menengah dalam mengelola *website* menggunakan Wordpress, sehingga mampu menampilkan informasi wisata secara menarik dan terstruktur. Pendampingan yang dilakukan secara intensif membantu pengelola untuk mengatasi kendala teknis sekaligus memperkuat konsistensi dalam memperbarui konten. Sementara itu, tahap evaluasi menunjukkan bahwa *website* yang telah dibangun sudah sesuai kebutuhan, mudah diakses, dan efektif dalam memperkenalkan Wisata Air Tlaga Pesona kepada masyarakat luas. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas digital pengelola wisata, memperkuat citra Desa Tlagayasa sebagai destinasi wisata unggulan, serta membuka peluang pengembangan ekonomi lokal berbasis teknologi informasi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Jenderal Soedirman atas dukungan dana dalam kegiatan ini pada skema PPM Desa Binaan yang dilaksanakan berdasarkan Keputusan Rektor UNSOED No: 931/UN23/PT.01.00/2023 dan Perjanjian Kontrak No: 25.549/UN23.37/PM.01.01/2023.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Y. Hutama, M. L. L. Usman, and B. M. Pratama, "Rancang Bangun Sistem Informasi Pariwisata Banjarnegara Berbasis Mobile," *Journal of Software Engineering and Multimedia (JASMED)*, vol. 1, no. 2, pp. 95–106, 2024, doi: 10.20895/jasmed.v1i2.1237.
- [2] F. S. Matulesy, H. S. M. Salakory, and Y. M. I. Saragih, "Analisi Persepsi Wisatawan Terhadap Infrastruktur Wisata dan Kenyamanan Objek Wisata Air Terjun Kermon Distrik Yawosi Biak Utara," *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata (JKTP)*, vol. 1, no. 1, pp. 58–73, 2020, doi: 10.53356/diparojs.v1i1.16.

- [3] A. Abdullah and R. Kurniawan, "Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Desa Wisata Pentingsari Menggunakan Metode Prototyping," *Automata*, vol. 2, no. 1, p. 7, 2021.
- [4] S. K. Fahrurozi and D. P. E. Andrian, "Dampak Teknologi Informasi Berbasis Artificial Intelligence terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan: Tinjauan Systematic Literature Review," *Jurnal Pendidikan dan Sains*, vol. 5, no. 2, pp. 684–698, 2025, doi: 10.58578/masaliq.v5i2.5040.
- [5] A. S. Bein, Y. I. Graha, and A. P. Pangestu, "Pandawan Website Design Based Content Management System As Media E-commerce Transaction," *Aptisi Transactions On Technopreneurship (ATT)*, vol. 2, no. 1, pp. 87–97, 2020, doi: 10.34306/att.v2i1.73.
- [6] V. J. Wulandari, D. G. Purnama, A. A. Khan, E. D. Juniar, and D. Islamiyati, "Pengembangan Sistem Informasi Pariwisata Wilayah Ciayumajakuning Berbasis Website," *Jurnal Teknologi Informatika dan Komputer*, vol. 10, no. 1, pp. 1–16, 2024, doi: 10.37012/jtik.v10i1.2019.
- [7] W. Yasindra, E. Adziral, and K. Kunci, "Sistem Informasi Pariwisata Kabupaten Kampar Berbasis Web (Analysis)," *Journal on Pustaka Cendekia Informatika*, vol. 1, no. 1, pp. 24–30, 2023, [Online]. Available: <http://pcinformatika.org/index.php/pcf/index>
- [8] R. R. Putra, U. L. S. Khadijah, and C. U. Rakhman, "Pemanfaatan Teknologi Informasi dan komunikasi dalam Penerapan Konsep Smart Tourism di Kabupaten Pangandaran" *Jumpa*, vol. 7, no. 1, pp. 257–279, 2020, doi: 10.24843/JUMPA.2020.v07.i01.p12.
- [9] G. T. Murti, D. Pratomo, and A. L. Farida, "Pengembangan Sistem Informasi Akuntansi Pemantauan dan Evaluasi Keuangan untuk Pembangunan Pariwisata yang Berkelanjutan," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, vol. 3, no. 2, pp. 89–97, 2024, doi: 10.54099/jpma.v3i2.1016.
- [10] E. Tantrisna and R. P. Hadjon, "Optimalisasi Potensi Wisata NTT dari Perspektif Google Trends dan Big Data Analytics," *Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*, vol. 7, no. 1, pp. 190–200, 2025, doi: 10.35746/jtim.v7i1.670.
- [11] F. Li, H. Lu, M. Hou, K. Cui, and M. Darbandi, "Customer satisfaction with bank services: The role of cloud services, security, e-learning and service quality," *Technol Soc*, vol. 64, no. October 2020, p. 101487, 2021, doi: 10.1016/j.techsoc.2020.101487.
- [12] Komariya and D. Misnawati, "Optimalisasi Branding Pariwisata Lokl Taman Asmara Melalui Strategi Media Sosial Tiktok @TAMANASMARA_," *Bersama Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 3, no. 1, pp. 01–09, 2025, doi: 10.61994/bersama.v3i2.885.
- [13] A. Q. A. Dwi, "Pembuatan Website Menggunakan Cms Wordpress," *Jurnal Aplikasi Bisnis*, vol. 3, no. 1, pp. 287–292, 2017, [Online]. Available: <http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/92/pdf>
- [14] N. R. Feta, N. Wiliani, and R. Hesananda, "Penggunaan dan Pemanfaatan WordPress Dalam Upaya Meningkatkan Daya Jual Untuk Pelaku UMKM Karang Taruna Bojongkulur," *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Nusa Mandiri*, vol. 3, no. 1, pp. 1–8, 2021, [Online]. Available: <https://jurnal.kharisma.ac.id/kharismatech/article/view/154/>
- [15] F. Hermawan and A. F. O. Pasaribu, "Implementasi Web Service Sebagai Penyedia Informasi Untuk Aplikasi Pengelolaan Jadwal Pemberian Pakan Ikan (Studi Kasus: Pokdakan Karya Bersama)," *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak*, vol. 4, no. 3, pp. 335–341, 2023, doi: 10.33365/jatika.v4i3.2720.
- [16] Y. Z. Surentu, D. M. D. Warouw, and M. Rembang, "Pentingnya Website Sebagai Media Informasi Destinasi Wisata Di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Minahasa," *Acta Diurna Komunikasi*, vol. 2, no. 4, pp. 1–17, 2020, [Online]. Available: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/31117/29843>
- [17] H. Fitriani and Verawati, "Sistem Informasi Akuntansi Pendapatan Jasa Pada Wisata Kimal Park Kotabumi Utara," *Onesismik*, vol. 1, no. 1, pp. 94–102, 2019, [Online]. Available: <https://jurnal.dcc.ac.id/index.php/onesismik/article/view/253>
- [18] S. Molinillo, R. Aguilar-Illescas, R. Anaya-Sánchez, and F. Liébana-Cabanillas, "Social commerce website design, perceived value and loyalty behavior intentions: The moderating roles of gender, age and frequency of use," *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 63, no. November, 2021, doi: 10.1016/j.jretconser.2020.102404.

- [19] Y. Yanfi and P. D. Nusantara, "UI/UX design prototype for mobile community-based course," *Procedia Comput Sci*, vol. 216, no. 2022, pp. 431-441, 2022, doi: 10.1016/j.procs.2022.12.155.