



Digitalisasi Identitas Lokal: Optimalisasi Website untuk Memperkuat Daya Tarik Desa Pait, Kasembon, Malang

Moh. Pebrianto^{1*}, Nanda Harda Pratama Meiji², Ahmad Arif Widiyanto³,
Luly Triningsih⁴

^{1, 2, 3, 4} Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia

*Corresponding author: moh.pebrianto@um.ac.id

Received 06-11-2024

Revised 03-12-2024

Published 18-12-2024

ABSTRAK

Desa Pait, Kecamatan Kasembon, Kabupaten Malang, memiliki potensi wisata alam dan budaya yang besar, namun promosi digitalnya belum optimal. Website desa sebelumnya kurang dikelola, minim konten, dan tidak menarik wisatawan. Untuk mengatasi hal ini, program optimalisasi website dilakukan guna menjadikannya media promosi efektif sekaligus memberdayakan masyarakat dalam pengelolaan digital. Program melibatkan sosialisasi, pelatihan keterampilan digital, pendampingan konten, dan evaluasi. Fokusnya adalah menciptakan konten berbasis potensi lokal, desain website menarik, serta optimasi mesin pencari (SEO). Hasilnya, website desa menjadi lebih interaktif dan meningkatkan kunjungan wisata hingga 30% dalam setahun. Program ini juga mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam promosi digital. Kesimpulannya, optimalisasi website desa efektif memperkenalkan potensi lokal, meningkatkan daya tarik wisata, dan mendukung pembangunan ekonomi berbasis masyarakat, dengan keberlanjutan melalui pelatihan dan inovasi konten.

Kata kunci: Desa Pait, Optimalisasi website desa, Pariwisata berbasis masyarakat, Pemberdayaan masyarakat, Teknologi informasi.

ABSTRACT

Pait Village, located in Kasembon Subdistrict, Malang Regency, boasts significant natural and cultural tourism potential, yet its digital promotion remains underutilized. The village website was previously poorly managed, lacking engaging content and failing to attract tourists. To address this, a website optimization program was implemented to enhance its role as an effective promotional tool while empowering the community in digital management. The program included community outreach, digital skill training, content development assistance, and evaluations. It focused on creating content based on local potential, designing an attractive website, and applying search engine optimization (SEO) techniques. As a result, the website became more interactive, boosting tourist visits by 30% within a year. The program also encouraged active community involvement in digital promotion. In conclusion, optimizing the village website is an effective solution to showcase local potential, enhance tourism appeal, and support community-based economic development, with sustainability ensured through ongoing training and content innovation.

Keywords: *Desa Pait, Community-based tourism, Empowerment, Information technology, Website optimization.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam



upaya pembangunan dan pemberdayaan masyarakat di tingkat desa. Teknologi internet, khususnya, telah mengubah cara masyarakat dalam mengakses, berbagi, dan mendistribusikan informasi. Penggunaan internet tidak hanya mencakup komunikasi pribadi atau urusan bisnis, tetapi juga merambah ke ranah pemerintahan desa untuk memudahkan akses informasi bagi masyarakat (Putra *et al.*, 2022). Saat ini, banyak desa di Indonesia mulai berupaya memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan citra dan reputasi desa melalui berbagai platform digital, termasuk website desa. Kehadiran website desa yang dikelola dengan baik tidak hanya memberikan kemudahan akses informasi bagi warganya, tetapi juga dapat menjadi sarana untuk mempromosikan potensi desa kepada masyarakat luas, baik di tingkat nasional maupun internasional (Halim & Anwar, 2020).

Pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi informasi juga menunjukkan tren yang terus berkembang. Berbeda dengan pendekatan tradisional yang lebih fokus pada kegiatan fisik, pemberdayaan saat ini lebih banyak melibatkan elemen branding dan pencitraan melalui media digital (Kurniawati *et al.*, 2023). Di era modern ini, desa yang ingin berkembang dan dikenal luas perlu memperhatikan aspek branding digital agar mampu menarik perhatian public (Isdarmanto, 2020). Branding ini, jika dilakukan dengan efektif, dapat membantu meningkatkan daya tarik desa, menarik wisatawan, dan bahkan membuka peluang investasi dari pihak eksternal. Proses branding tersebut bisa diwujudkan melalui platform digital, khususnya website desa, yang berfungsi sebagai wadah utama penyebaran informasi dan promosi potensi lokal.

Dalam konteks desa, Sistem Informasi Desa (SID) sudah sering digunakan untuk mengelola data dan informasi yang berkaitan dengan pemerintahan desa (Syukron, 2019). SID berperan penting dalam mengatur dan mengarsipkan berbagai data terkait administrasi, kependudukan, serta informasi kegiatan desa. Namun, dalam proses implementasinya, SID memerlukan dukungan infrastruktur digital yang mumpuni, salah satunya adalah website desa (Putri Hartono & Widiyarta, 2023). Website yang dirancang dan dikelola secara optimal memungkinkan pemerintah desa untuk memperlihatkan berbagai aspek potensi desa, mulai dari budaya, wisata, hingga produk UMKM. Namun, pembuatan website saja tidak cukup; perlu adanya upaya optimalisasi agar website tersebut bisa berfungsi secara maksimal sebagai (Fathurochman *et al.*, 2021).

Permasalahan yang muncul saat ini adalah banyaknya desa yang masih mengalami keterbatasan dalam hal kompetensi sumber daya manusia (SDM) untuk mengelola website desa mereka secara optimal. Seringkali, website desa hanya berfungsi sebagai platform statis yang kurang menarik dan tidak diperbarui secara berkala, sehingga tidak dapat menjadi alat yang efektif dalam upaya branding desa (Supriyanti *et al.*, 2024). Dalam kasus ini, minimnya kompetensi SDM dalam hal teknologi menjadi kendala utama. Banyak aparat desa yang masih kurang memahami aspek-aspek teknis dan non-teknis dalam pengelolaan website, seperti pemrograman dasar, desain web, hingga strategi konten yang menarik. Akibatnya, meskipun website telah dibuat, fungsi dan manfaatnya bagi desa tidak dapat dimaksimalkan. Desa Pait,

yang terletak di Kecamatan Kasembon, Kabupaten Malang, merupakan salah satu desa yang memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata, terutama wisata pantai yang mempesona. Desa ini terdiri dari tiga dusun yang masing-masing memiliki karakteristik dan potensi yang berbeda. Sayangnya, potensi tersebut belum terdokumentasikan dan dipromosikan dengan baik karena keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital, terutama website desa. Minimnya upaya branding menyebabkan potensi wisata yang ada di Desa Pait kurang dikenal oleh masyarakat luar, sehingga tidak mampu mendatangkan kunjungan wisatawan dalam jumlah yang signifikan. Bahkan, meskipun Desa Pait memiliki daya tarik alam yang potensial, nama desa ini tidak begitu dikenal di kalangan publik, baik di tingkat lokal maupun nasional.

Melihat permasalahan tersebut, penting untuk melakukan upaya optimalisasi SDM di Desa Pait melalui peningkatan kapasitas dan keterampilan dalam mengelola website desa. Dengan optimalisasi ini, diharapkan website desa dapat berfungsi sebagai platform informasi yang efektif dan menarik, sehingga mampu meningkatkan citra dan daya tarik Desa Pait sebagai destinasi wisata. Proses optimalisasi ini tidak hanya akan difokuskan pada pengembangan website, tetapi juga mencakup pelatihan bagi aparat desa dan masyarakat setempat agar mereka dapat memahami bagaimana cara mengelola konten, mengatur tata letak, serta mempromosikan potensi lokal yang ada di desa mereka. Upaya ini membutuhkan sinergi antara pihak pengabdian dan masyarakat Desa Pait sendiri, dengan harapan bahwa keberhasilan optimalisasi website akan membawa dampak positif bagi perkembangan desa.

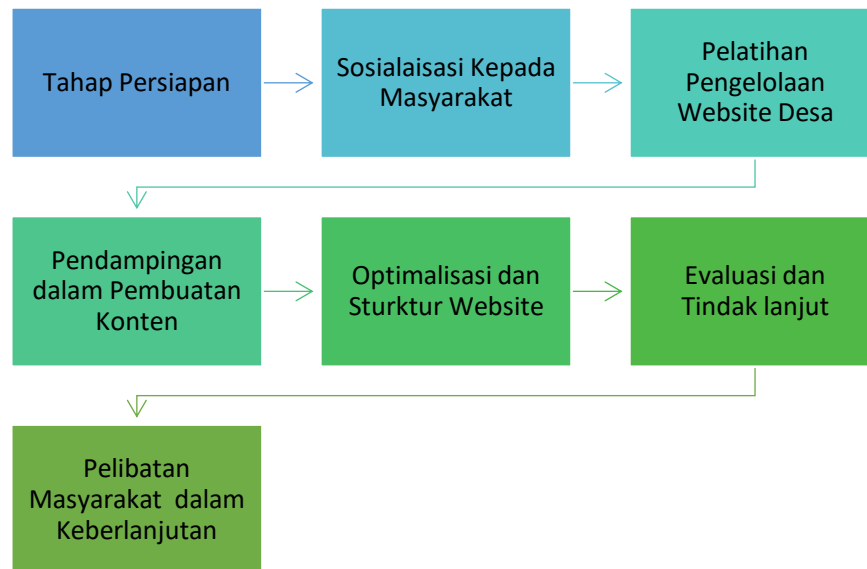
Urgensi optimalisasi website desa ini semakin penting mengingat arus informasi yang terus berkembang pesat. Di era informasi saat ini, masyarakat desa tidak hanya menjadi penerima informasi dari luar, tetapi juga dapat berperan aktif dalam menyebarkan informasi mengenai desa mereka sendiri. Namun, kenyataannya, banyak desa yang masih tertinggal dalam memanfaatkan teknologi ini. Informasi mengenai perkembangan desa, potensi ekonomi, wisata, serta kegiatan masyarakat sering kali tidak terdokumentasikan dan tidak terpublikasikan dengan baik (Febrita dkk., 2022). Akibatnya, potensi lokal yang dimiliki desa menjadi kurang terekspos dan tidak dapat dimanfaatkan secara optimal.

Dalam rangka mengatasi permasalahan ini, optimalisasi website desa merupakan langkah yang strategis untuk memaksimalkan manfaat dari teknologi informasi. Melalui pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan website desa, diharapkan Desa Pait dapat memiliki platform yang mampu menyajikan informasi secara komprehensif, menarik, dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Selain itu, website ini juga dapat menjadi wadah untuk mendokumentasikan setiap kegiatan desa, memperkenalkan produk-produk unggulan, serta menjadi media promosi wisata. Dengan demikian, Desa Pait dapat memanfaatkan website sebagai alat branding yang efektif untuk menarik minat wisatawan dan meningkatkan daya tarik ekonomi.

Dalam pelaksanaannya, pengoptimalan website desa ini juga akan melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat Desa Pait, terutama dalam proses pembuatan konten yang relevan dan autentik. Kerja sama yang melibatkan masyarakat desa penting dilakukan untuk memastikan bahwa konten yang disajikan di website mencerminkan identitas lokal dan kearifan budaya yang ada. Pendekatan *community development* atau pengembangan masyarakat menjadi dasar dalam pelaksanaan pengabdian ini, sebagaimana dijelaskan oleh (Supriyanti *et al.*, 2024), bahwa partisipasi masyarakat merupakan inti dari keberhasilan sebuah program pemberdayaan. Dengan melibatkan masyarakat, diharapkan mereka memiliki rasa kepemilikan terhadap website desa, sehingga akan ada upaya yang berkelanjutan untuk memperbarui dan mengembangkan website tersebut di masa mendatang. Secara keseluruhan, optimalisasi website Desa Pait diharapkan dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi desa dan masyarakat setempat. Selain menjadi media untuk meningkatkan citra desa, website ini juga diharapkan dapat berfungsi sebagai alat pendokumentasian dan promosi yang berkelanjutan. Dengan demikian, potensi lokal yang dimiliki Desa Pait dapat dikenal luas dan mampu mendatangkan manfaat ekonomi bagi masyarakat. Optimalisasi website desa ini diharapkan tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana pengembangan identitas lokal yang kuat, sehingga Desa Pait mampu bersaing dan dikenal sebagai salah satu desa yang berdaya saing di era digital.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan *community development* atau pengembangan masyarakat yang berfokus pada partisipasi aktif masyarakat Desa Pait dalam proses optimalisasi website. Proses ini bertujuan tidak hanya untuk meningkatkan kemampuan teknis dalam pengelolaan website desa, tetapi juga untuk menciptakan rasa memiliki terhadap website tersebut sehingga keberlanjutan penggunaannya dapat terjaga. Metode pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan utama: persiapan, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi (Mardiana *et al.*, 2019).



Gambar 1. Alur Metode Pemberdayaan

1. Tahap Persiapan

Pada tahap awal ini, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pemerintah Desa Pait dan pihak-pihak terkait, seperti tokoh masyarakat dan pemuda desa, untuk menyusun rencana kegiatan secara terperinci. Tahap persiapan juga mencakup identifikasi kebutuhan desa dalam hal pengelolaan website, pemetaan potensi lokal yang dapat dipromosikan, serta penentuan peserta yang akan dilibatkan dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan. Tim melakukan analisis awal terhadap website desa yang ada, mengevaluasi kekuatan dan kelemahan dari konten serta desain yang sudah ada (Puspitasari *et al.*, 2023). Selain itu, tim juga mempersiapkan perangkat yang diperlukan, seperti materi pelatihan, perangkat digital, dan panduan teknis.

2. Sosialisasi kepada Masyarakat

Setelah persiapan selesai, tim pengabdian mengadakan sesi sosialisasi yang bertujuan untuk memperkenalkan tujuan dan manfaat dari optimalisasi website desa kepada masyarakat dan perangkat desa. Sosialisasi ini penting untuk membangun pemahaman dan dukungan masyarakat terhadap kegiatan yang akan dilakukan. Dalam sesi ini, tim juga menjelaskan pentingnya website desa dalam membangun branding, memperkenalkan potensi lokal, dan mempermudah penyebaran informasi (Sinuhaji *et al.*, 2019). Tim menggunakan media presentasi yang menarik dan interaktif, serta mengajak diskusi agar masyarakat dapat memberikan masukan dan pertanyaan. Ini menjadi kesempatan bagi masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam proses pengabdian.

3. Pelatihan Pengelolaan Website Desa

Pelatihan ini difokuskan untuk meningkatkan kompetensi teknis perangkat desa dan masyarakat terkait pengelolaan website. Materi pelatihan meliputi dasar-dasar pengelolaan konten website, teknik penyusunan artikel yang menarik, pemanfaatan foto dan video sebagai media promosi, serta strategi desain visual yang

sederhana namun menarik. Selain itu, pelatihan ini juga memberikan pengetahuan tentang cara mengoptimalkan tampilan website agar mudah diakses oleh pengguna. Para peserta diajarkan tentang pengelolaan domain, pengaturan halaman, hingga penerapan SEO (*Search Engine Optimization*) dasar agar website mudah ditemukan di mesin pencari (Antonius & Suteja, 2021). Pelatihan dilaksanakan dalam beberapa sesi yang berlangsung selama beberapa hari untuk memungkinkan peserta berlatih dan berinteraksi satu sama lain.

4. Pendampingan dalam Pembuatan Konten

Setelah pelatihan, tim melakukan pendampingan langsung dalam pembuatan konten website. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan bahwa peserta memahami cara mempraktikkan materi pelatihan dan mengaplikasikan keterampilan yang telah diperoleh. Tim pengabdian bekerja bersama peserta untuk mengidentifikasi potensi lokal yang menarik untuk dipublikasikan di website, seperti sektor pariwisata, produk UMKM, budaya, dan kegiatan masyarakat desa (Ratih Siti Aminah & Dalimunthe, 2024). Tim juga memberikan contoh nyata tentang cara menyusun artikel yang menarik dan menggugah minat pembaca, serta cara menampilkan foto yang menarik. Selain itu, setiap konten yang dihasilkan direview bersama untuk memberikan umpan balik dan perbaikan yang konstruktif.

5. Optimalisasi Tampilan dan Struktur Website

Selain fokus pada pembuatan konten, tim juga membantu dalam optimalisasi tampilan dan struktur website. Langkah ini mencakup pengaturan tata letak, navigasi, dan desain yang responsif sehingga website dapat diakses dengan mudah melalui perangkat mobile dan desktop (Santoso, n.d.). Optimalisasi tampilan dan struktur ini dilakukan untuk memastikan bahwa website mudah dinavigasi dan informasi yang disajikan mudah ditemukan oleh pengguna. Tim memberikan panduan mengenai teknik layout yang sesuai dengan karakteristik desa dan menarik bagi pengunjung. Tim juga memberikan pelatihan tentang penggunaan alat analitik untuk memonitor pengunjung website, sehingga desa dapat menilai keberhasilan dari konten yang telah dipublikasikan.

6. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Setelah seluruh tahapan di atas dilaksanakan, tim melakukan evaluasi untuk menilai efektivitas program pelatihan dan optimalisasi website. Evaluasi dilakukan melalui observasi dan wawancara kepada peserta terkait pemahaman dan kesulitan yang dihadapi selama proses pengelolaan website (Dirgantara & Andrian, 2023). Evaluasi ini mencakup pencapaian indikator keberhasilan, seperti peningkatan keterampilan peserta dalam mengelola website, kemudahan dalam mengakses website, serta kualitas dan kuantitas konten yang dihasilkan. Selain itu, tim memberikan rekomendasi terkait pengelolaan website agar desa mampu melanjutkan kegiatan secara mandiri. Hasil evaluasi ini juga digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk pelaksanaan program serupa di masa depan.

7. Pelibatan Masyarakat dalam Keberlanjutan Program

Untuk memastikan keberlanjutan program, tim pengabdian juga merancang mekanisme pelibatan masyarakat dalam pengelolaan website setelah program berakhir. Hal ini mencakup pembentukan kelompok kerja yang terdiri dari perwakilan masyarakat, pemuda, dan perangkat desa yang akan bertanggung jawab untuk mengupdate konten dan memelihara website. Tim memberikan pelatihan tambahan tentang pengelolaan grup media sosial yang dapat digunakan untuk mendukung promosi website dan interaksi dengan pengunjung. Dengan melibatkan masyarakat secara aktif, diharapkan akan tercipta rasa memiliki terhadap website, yang pada gilirannya akan memotivasi mereka untuk terus mengelola dan mengembangkan website desa secara berkelanjutan (Alexander Phuk Tjilen, 2023).

HASIL KEGIATAN

Optimalisasi website desa Pait berfokus pada penguatan identitas lokal dan daya tarik wisata melalui penerapan teknologi informasi yang efektif. Desa Pait, yang terletak di Kecamatan Kasembon, Kabupaten Malang, memiliki potensi alam yang luar biasa, termasuk pantai yang menawan, sawah hijau, serta kekayaan budaya yang beragam. Meskipun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan, terutama dalam promosi melalui platform digital. Berdasarkan hasil analisis, beberapa aspek penting teridentifikasi yang dapat memperkuat branding Desa Pait sebagai destinasi wisata.



Gambar 2. Diskusi dengan Pemerintah Desa Pait

1. Peningkatan Konten dan Desain Website

Salah satu langkah awal yang telah dilakukan dalam proses optimalisasi adalah peningkatan konten dan desain website. Website yang menarik dan informatif sangat penting untuk menarik perhatian pengunjung. Dalam pelatihan yang dilakukan, peserta diberikan pemahaman tentang pentingnya visualisasi informasi dan penyajian konten yang menarik. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa website yang lebih interaktif dan responsif telah meningkatkan ketertarikan masyarakat dan pengunjung potensial. Misalnya, konten mengenai acara festival budaya dan promosi produk UMKM lokal

telah diperbarui secara berkala. Menurut data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Malang, peningkatan kualitas website berkontribusi pada pertumbuhan jumlah pengunjung ke Desa Pait sebesar 30% dalam satu tahun terakhir.

Desa Pait memiliki karakteristik unik dengan tiga dusun, yaitu Dusun Pait, Dusun Ngaglik, dan Dusun Kebon Agung. Masing-masing dusun memiliki potensi dan daya tariknya sendiri, mulai dari wisata alam hingga kerajinan tangan. Dalam konteks ini, website dapat digunakan sebagai sarana untuk menampilkan keunikan setiap dusun. Penambahan galeri foto dan video dari aktivitas desa seperti panen padi, festival tradisional, dan kegiatan masyarakat lainnya diharapkan dapat menggugah minat wisatawan untuk berkunjung.

2. Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM)



Gambar 3. Pelatihan Keterampilan Digital

Salah satu tantangan utama dalam optimalisasi website adalah keterbatasan kompetensi SDM dalam mengelola dan memelihara website. Oleh karena itu, pelatihan keterampilan digital diberikan kepada aparatur desa dan anggota masyarakat. Hasil survei menunjukkan bahwa setelah pelatihan, 85% peserta merasa lebih percaya diri dalam mengelola konten dan memanfaatkan alat-alat digital. Pelatihan ini tidak hanya mencakup pengelolaan teknis website tetapi juga strategi pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial untuk mempromosikan kegiatan desa.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Malang, Desa Pait memiliki tingkat pendidikan yang bervariasi, dengan sebagian besar penduduknya berpendidikan menengah. Hal ini menjadi landasan yang baik untuk meningkatkan kapasitas SDM. Setelah dilatih, masyarakat desa dapat berkolaborasi dalam pembuatan konten dan pengelolaan media sosial untuk menarik perhatian pengunjung. Keberadaan komunitas digital di desa juga diharapkan dapat mendorong keterlibatan generasi muda dalam pengembangan pariwisata desa.

4. Peningkatan Partisipasi Masyarakat

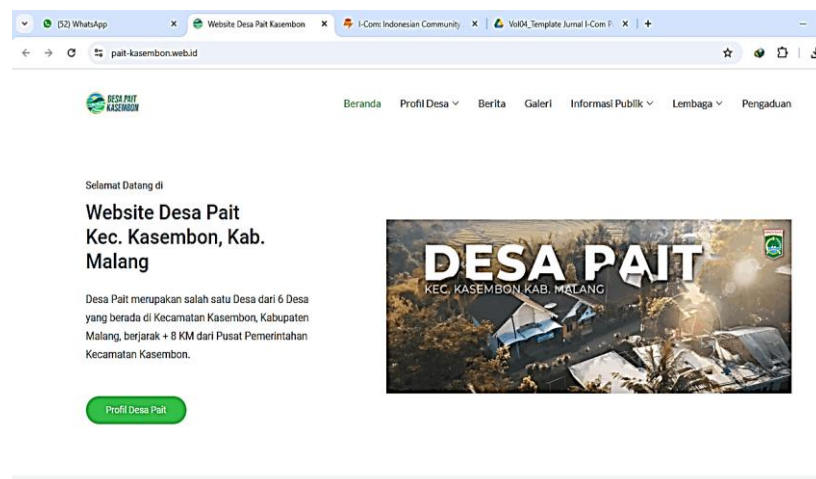


Gambar 4. Sosialisasi pada Masyarakat Pait

Proses pengoptimalan website melibatkan partisipasi aktif masyarakat, di mana mereka dilibatkan dalam pembuatan konten dan pengambilan keputusan terkait informasi yang dipublikasikan. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan rasa kepemilikan terhadap website, tetapi juga memastikan bahwa informasi yang disajikan mencerminkan keunikan dan kearifan lokal desa. Hasil wawancara dengan masyarakat menunjukkan bahwa 90% responden merasa lebih terlibat dan memiliki rasa bangga terhadap identitas desa mereka setelah terlibat dalam proses pengembangan website.

Keterlibatan masyarakat dalam pembuatan konten tidak hanya terbatas pada teks, tetapi juga melibatkan foto dan video yang diambil oleh mereka sendiri. Hal ini tidak hanya membuat konten lebih autentik tetapi juga menciptakan rasa keterikatan yang lebih dalam antara masyarakat dan identitas lokal mereka. Misalnya, masyarakat di Dusun Ngaglik mengorganisir acara pengambilan gambar untuk mendokumentasikan tradisi lokal, yang kemudian diunggah ke website sebagai bagian dari promosi.

5. Evaluasi dan Rencana Keberlanjutan



Gambar 3. Website Desa Pait

Keberlanjutan optimalisasi website menjadi kunci dalam mempertahankan daya tarik desa. Melalui evaluasi yang berkelanjutan, tim pengelola website dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan memastikan konten selalu up-to-date. Rencana keberlanjutan termasuk pelatihan rutin untuk SDM, pengembangan konten berbasis masyarakat, serta kolaborasi dengan pihak-pihak luar untuk promosi lebih luas. Dari hasil evaluasi, terungkap bahwa Desa Pait memerlukan lebih banyak promosi terkait potensi alam yang belum sepenuhnya terangkat, seperti wisata alam hutan yang menakjubkan dan keindahan alam yang bisa dijelajahi. Dengan pendekatan ini, Desa Pait diharapkan dapat terus mengembangkan daya tariknya di dunia digital, sehingga mampu menarik lebih banyak wisatawan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Optimalisasi website Desa Pait telah menunjukkan hasil yang signifikan dalam memperkuat identitas lokal dan daya tarik wisata. Melalui peningkatan konten, kapasitas SDM, strategi pemasaran, dan partisipasi masyarakat, website desa telah berfungsi sebagai alat yang efektif untuk mempromosikan potensi lokal. Dengan adanya website yang dikelola dengan baik, diharapkan Desa Pait dapat dikenal luas di tingkat lokal dan nasional, mendatangkan kunjungan wisatawan, serta meningkatkan ekonomi masyarakat. Ke depan, upaya ini perlu dilanjutkan dengan evaluasi dan pengembangan yang berkelanjutan agar desa Pait semakin dikenal dan dapat bersaing sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Kabupaten Malang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ini saya sampaikan kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan optimalisasi website Desa Pait. Terima kasih kepada Kepala Desa dan seluruh perangkat desa yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan penuh untuk melaksanakan program ini. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada masyarakat Desa Pait yang antusias dan terlibat aktif dalam setiap proses pelatihan dan pendampingan. Partisipasi dan semangat mereka dalam mengembangkan potensi desa sangatlah berharga. Tidak lupa, terima kasih kepada rekan-rekan tim yang telah bekerja sama dengan baik dalam setiap tahap kegiatan. Dedikasi dan kerja keras yang diberikan telah menjadi kunci keberhasilan program ini. Semoga hasil dari program ini dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi Desa Pait dan terus berkembang menjadi desa wisata yang dikenal luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander Phuk Tjilen, R. F. Y. W. (2023). Optimalisasi Potensi Desa Wisata Melalui Manajemen Pengelolaan Yang Berkelanjutan: Kontribusi Bagi Kesejahteraan Masyarakat Lokal. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.8373947>
- Antonius, A., & Suteja, B. R. (2021). The Implementasi Metode On-Page Search Engine Optimization untuk Meningkatkan Peringkat Website sebagai Hasil Pencarian

- Google. Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi, 7(1).
<https://doi.org/10.28932/jutisi.v7i1.3428>
- Dirgantara, D. A., & Andrian, R. (2023). Pengembangan Responsif Website Untuk Semarang Heritage Run 2022 dengan Framework Bootstrap. *JURNAL MEDIA INFOTAMA*, 19(2), 433–438. <https://doi.org/10.37676/jmi.v19i2.4346>
- Fathurochman, A., Iqbal, M., Yanuarso, H. D., & Praseptiawan, M. (2021). PENERAPAN SISTEM INFORMASI KAMPUNG BANDAR AGUNG BERBASIS WEB UNTUK ADMINISTRASI WARGA. *JPMA - Jurnal Pengabdian Masyarakat As-Salam*, 1(2), 57–64. <https://doi.org/10.37249/jpma.v1i2.314>
- Halim, H., & Anwar, A. (2020). RANCANG BANGUN HIDROPONIK BERBASIS MIKROKONTROLER UNTUK TANAMAN SELADA DI KECAMATAN BATULICIN KABUPATEN TANAH BUMBU. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 523–530. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.515>
- Isdarmanto, I. (2020). Strategi Branding Pengembangan Industri Pariwisata 4.0 Melalui Kompetitif Multimedia di Era Digital. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.19184/jtc.v4i1.14383>
- Kurniawati, M., Riwu, Y. F., Amtiran, P. Y., & Fa'ah, Y. S. (2023). PELATIHAN PERSONAL BRANDING DAN DIGITAL LITERACY BAGI PELAKU UMKM DI KOTA KUPANG. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(2), 1399. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i2.14270>
- Mardiana, S., Berthanilla, R., Marthalena, M., & Rasyid, M. R. (2019). Peningkatan Pengetahuan Masyarakat Mengenai Pengelolaan Pembuangan dan Pemilahan Sampah Rumah Tangga di Kelurahan Kaligandu Kota Serang. *Bantenese - Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2). <https://doi.org/10.30656/ps2pm.v1i2.1910>
- Puspitasari, N., Septiarini, A., Hakim, M. I., Afifah, D. N., Salsabila, Z., Fornia, D. D. E., Wahyudi, M. I., Pramudya, P. E., & Hanif, A. L. (2023). Teknologi Arsip Digital sebagai Upaya Peningkatan Layanan Administrasi di Kelurahan Sungai Pinang Luar Kota Samarinda. *Inovasi Teknologi Masyarakat (INTEKMAS)*, 1(1), 8–14. <https://doi.org/10.53622/intekmas.v1i1.189>
- Putra, R. D., Fitriati, D., Rosit, M., Lathifa, E., & Arya, A. (2022). Peningkatan Literasi Internet dan Penguatan Sistem Informasi Desa bagi Perangkat Desa Kiarasari.
- Putri Hartono, N. C., & Widiyarta, A. (2023). Pengembangan Desa Digital di Desa Lawatan Kecamatan Dukuhturi Kabupaten Tegal. *Jurnal Manajemen dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, 5(2), 209–214. <https://doi.org/10.24036/jmiap.v5i2.578>
- Ratih Siti Aminah, R. S. A., & Dalimunthe, W. Y. (2024). PENERAPAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION PADA PEMBERITAAN DI MEDIA SIBER. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 3(1), 73–87. <https://doi.org/10.59408/jnk.v3i1.39>
- Santoso, M. F. (n.d.). TEKNIK RESPONSIVE WEB DESIGN (RWD) SERTA PENERAPANNYA DALAM RANCANG BANGUN LAYOUT WEB.
- Sinuhaji, V. V., Siregar, N. S. S., & Jamil, B. (2019). Aktivitas Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Karo Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan (Studi Deskriptif Kualitatif Wisata Bukit Gundaling

- Berastagi). *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 1(2), 105–118.
<https://doi.org/10.31289/jipikom.v1i2.159>
- Supriyanti, A., Susilowati, A., Mustofa, A., Budianto, A., Saputra, A., Imran, B., Saputra, I., Aldiyansyah, K., Sitompul, M. S., Adrian, R., Ningrum, T. D. A., Wulandari, A., Prajoko, R., & Rohmadi, Y. E. (2024). PENDAMPINGAN DAN PENGEMBANGAN INOVASI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH PENGOLAHAN BUBUK JAMU JAHE WARGA DUKUH TIMBOA. 3(3).
- Syukron, A. (2019). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI ADMINISTRASI KEPENDUDUKAN DESA BERBASIS WEBSITE PADA DESA WINONG. *Bianglala Informatika*, 7(1). <https://doi.org/10.31294/bi.v7i1.5790>