

“Tilik Dewi Domas”: Strategi Promosi Desa Wisata Silado Melalui Website

Sulasih Nurhayati¹, Titik Wahyuningsih², Ambar Pujiyatno³, Fitri Rakhmawati⁴, Khristianto⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Budaya dan Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Purwokerto
⁵khristianto@ump.ac.id

Received: 9 Agustus 2024; Revised: 23 Mei 2024; Accepted: 17 Juni 2024

Abstract

Silado village is a prospective village for tourism development due to its strategic location, sufficient human resources, and social and cultural aspects. These factors are essential yet need huge investments, particularly financial aid. The village cannot allocate such assistance, which eventually hinders its progress. The team hence takes this opportunity to solve the problem by facilitating the villagers a focused-group discussion to dig, discuss, classify, and promote the tourism potencies through a website. The villagers involved in the programme are 16 members of the tourism awareness group of Silado. The programme runs for six months and is divided into three main activities: (1) a presentation by the team about the importance of tourism village development and that of branding and promoting the tourism village in the globalisation era; (2) a focused-group discussion to collect and classify the data of the tourism recourses of Silado; and (3) web design by the team for the tourism promotion. The programme's outcomes show that the village has three promising tourism objects: nature, culture, and education. On the other hand, the website design is proposed to promote the uniqueness and iconic element of Silado as a tourism village. Visitors of the website can easily find this element in the logo and tagline of Silado tourism village that writes "Tilik Dewi Domas: Desa Wisata Silado Banyumas". This tagline mainly aims to invite visitors to see, explore, and enjoy the tourist destinations in Silado.

Keywords: promotion; Silado; strategy; tourism; website

Abstrak

Desa Silado merupakan desa yang prospektif untuk pengembangan pariwisata karena letaknya yang strategis, sumber daya manusia yang memadai, dan aspek sosial budaya. Faktor-faktor ini sangat penting namun membutuhkan investasi besar, terutama dari sisi pendanaan. Desa tidak dapat mengalokasikan bantuan dana tersebut, yang pada akhirnya menghambat kemajuannya. Oleh karena itu, tim memanfaatkan kesempatan ini untuk memecahkan masalah dengan memfasilitasi warga desa melalui kegiatan diskusi kelompok yang bertujuan untuk menggali, mendiskusikan, mengklasifikasikan, dan mempromosikan potensi wisata melalui situs web. Penduduk desa yang terlibat dalam program ini adalah 16 anggota Kelompok Sadar Wisata Silado. Program berlangsung selama enam bulan dan terbagi dalam tiga kegiatan utama: (1) presentasi oleh tim pelaksana tentang pentingnya pengembangan desa wisata dan *branding* serta promosi desa wisata di era globalisasi; (2) diskusi kelompok untuk mendapatkan dan mengklasifikasikan data sumber daya pariwisata Silado; dan (3) desain web oleh tim pelaksana sebagai media promosi pariwisata. Hasil program menunjukkan bahwa Desa Silado ternyata memiliki tiga objek wisata yang menjanjikan: alam, budaya, dan pendidikan. Di sisi lain, perancangan website diusulkan untuk mempromosikan keunikan dan elemen ikonik Silado sebagai desa wisata. Pengunjung website dapat dengan mudah

menemukan elemen ini pada logo dan tagline Desa Wisata Silado yang bertuliskan "Tilik Dewi Domas: Desa Wisata Silado Banyumas". Tagline ini terutama bertujuan untuk mengajak pengunjung melihat, menjelajah, dan menikmati destinasi wisata di Silado.

Kata Kunci: promosi; Silado; strategi; website; wisata

A. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, kemunculan desa wisata di Indonesia sangat banyak dan meningkat pesat. Terdapat 1.383 desa wisata di seluruh nusantara (Ramadhian, 2021). Jumlah ini dipastikan akan terus meningkat seiring semangat warga desa mengembangkan potensi desa mereka dan adanya dukungan pendanaan dari pemerintah melalui dana desa. Kemunculan desa wisata ini tentunya sangat membanggakan karena dapat membantu perekonomian masyarakat desa atas kunjungan para wisatawan.

Dalam konteks pariwisata, wisata desa atau wisata pedesaan (*rural tourism*) adalah suatu kegiatan mengunjungi, melihat, dan mempelajari berbagai obyek wisata desa dengan segala keunikan dan keasliannya (Sudibya, 2018: 21). Keunikan dan keaslian menjadi aspek penting dalam pengembangan desa wisata untuk menarik minat pengunjung yang dapat berupa pengalaman pedesaan, aspek alam, tradisi, dan unsur-unsur unik lainnya (Joshi, 2012). Secara sederhana, ada tiga aspek penting dari desa wisata, yaitu atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang terintegrasi dan disajikan dalam struktur tata kehidupan masyarakat yang memiliki tata cara dan tradisi tertentu (Nuryanti, 1993). Atraksi yang dimaksud dapat berupa alam, sosial budaya, sosial ekonomi, gaya bangunan dan tata ruang desa yang unik. Sedangkan akomodasi dan fasilitas pendukung dapat berupa aksesibilitas, dukungan dari aparat dan warga desa, jaminan keamanan bagi wisatawan, sarana akomodasi, telekomunikasi, dan tenaga kerja yang memadai serta relasi dengan objek wisata lain yang sudah dikenal juga merupakan aspek-aspek penting dari desa wisata (Hadiwijoyo, 2012).

Berdasarkan pengertian desa wisata tersebut, Desa Silado juga memiliki potensi

keunikan dan keunggulan yang dapat menarik minat pengunjung. Dari aspek geografis, Desa Silado terhubung dengan empat kabupaten besar dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat, yakni kabupaten Purbalingga, Kabupaten Banjarnegara, Kabupaten Semarang, dan Kabupaten Wonosobo. Dari aspek sosial budaya, warga Desa Silado memiliki tradisi unik, yakni ziarah yang dilakukan ke makam-makam kyai atau ulama yang berperan besar dalam syiar agama Islam di Desa Silado. Ada pula sanggar pendidikan berbasis budaya lokal yang dikembangkan dan industri kreatif seni bambu yang sangat unik dan menarik. Dari aspek alam, Desa Silado memiliki atraksi alam yang indah dan iklim yang sejuk.

Aspek penting lainnya adalah sumber daya manusia Desa Silado. Hampir 20% warga Desa Silado memiliki pendidikan tinggi berkisar antara SMA sampai dengan sarjana. Keberadaan SDM yang cukup handal tentunya mampu menjadi motor penggerak dalam upaya pengembangan Desa Wisata Silado. Hal ini terbukti dengan terbentuknya kelompok sadar wisata (Pokdarwis) yang bekerja melakukan identifikasi dan inisiasi program Desa Wisata Silado.

Namun demikian, terdapat kendala pendanaan dalam program tersebut. Oleh karena itu, untuk mendukung keberhasilan program, pengembangan strategi promosi Desa Wisata Silado berbasis website ditawarkan dengan mitra program, yaitu Pokdarwis Desa Silado. Selain sebagai wujud sinergitas antara perguruan tinggi dan masyarakat, pengembangan website dapat menjadi langkah awal yang mudah, efektif, dan cepat bagi upaya perwujudan Desa Wisata Silado.

Dalam era informasi dewasa ini, keberadaan internet dengan segala produk

layanannya sangat berperan penting bagi kemudahan dan kelancaran segala aktivitas yang dilakukan oleh manusia. Hal ini dapat dipahami mengingat internet (*interconnected network*) adalah jaringan perangkat komputer yang menghubungkan antar jaringan secara global sehingga dapat juga disebut sebagai jaringan dalam jaringan yang luas (Sibero, 2013: 10 dalam Supriyanta dan Nisa, 2015: 35). Layanan yang diberikan oleh internet dalam menghubungkan segala aktifitas global dan tanpa batas dari manusia dapat dilihat dari keberadaan website yang menyediakan berbagai macam informasi yang dibutuhkan dan dibagikan, baik berupa gambar, teks, animasi, video, suara, dan dapat berupa gabungan dari semuanya. Adanya koneksi internet memberikan kemudahan bagi siapapun untuk mengaksesnya. (Sibero, 2013:11 dalam Supriyanta dan Nisa, 2015: 35 dan 36).

Sebagai media promosi, website berfungsi sebagai alat untuk mengembangkan atau meningkatkan (Rangkuti, 2009: 49). Dalam bidang penjualan, website menjadi media promosi yang berarti sebagai alat untuk meningkatkan penjualan. Dalam bidang pariwisata, website berfungsi sebagai alat untuk mengembangkan dan meningkatkan kunjungan wisatawan ke destinasi yang hendak dituju. Pada intinya, promosi menjadi bagian dari manajemen atau tata kelola suatu produk atau layanan jasa tertentu untuk diketahui konsumen atau pengguna jasa. Dalam kegiatan promosi terjalin komunikasi yang sifatnya membujuk (Kotler dalam Rangkuti, 2009: 49).

Sejalan dengan perkembangan teknologi informasi yang pesat, pengelolaan desa wisata juga berkembang cepat dan modern. Hal ini berhubungan dengan upaya penyebaran informasi objek wisata desa ke masyarakat luas yang harus cepat, tepat, dan akurat guna meningkatkan kunjungan wisatawan ke desa. Pada beberapa studi sebelumnya, website sangat penting dalam pengelolaan desa wisata dalam berbagai bentuk kegiatan dan fungsi, antara lain informasi *homestay* (Rusnandi dan Resmanah,

2020), *virtual tour* (Setianto, dkk, 2020), *smart village* (Subekti dan Damayanti, 2019), toko online, media promosi, dan pusat data (Supriyadi, Wijaya, dan Mayopu, 2016), dan media informasi dan promosi (Adhaniya dan Fatchiya, 2017; Supriyanta dan Nisa, 2015). Di sisi lain, website sangat bermanfaat untuk mengelola dan mempromosikan data potensi wisata desa berupa kearifan lokal (Widyastuty, Rukmana, dan Tribhuwaneswari, 2020; Komariah, Saepudin, dan Yusup, 2018) dan budaya (Priyanto dan Safitri, 2016). Potensi wisata yang berbasis kearifan lokal dan budaya sangat diminati wisatawan, terutama wisatawan asing karena kedua potensi tersebut mengandung keaslian (*authenticity*) yang membuat suatu tujuan wisata menjadi unik dan menarik untuk dikunjungi.

Dengan demikian, sangat jelas bahwa ketersediaan website desa wisata sangat penting untuk mempublikasikan potensi wisata desa kepada calon pengunjung sehingga akan dapat menarik minat pengunjung dan meningkatkan kesejahteraan warga Desa Silado. Dalam hal ini, Desa Silado menjadi mitra program pengembangan desa wisata berbasis website. Adapun target luaran dari program kemitraan yang dimaksud adalah tersedianya website Desa Wisata Silado yang berisi berbagai informasi penting tentang atraksi wisata, akomodasi, dan fasilitas pendukung.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Program pengabdian kepada masyarakat ini merupakan sinergitas perguruan tinggi, dalam hal ini Fakultas Ilmu Budaya dan Komunikasi Universitas Muhammadiyah Purwokerto, bersama dengan masyarakat Desa Silado dalam upaya pengembangan Desa Wisata Silado melalui media website. Program kegiatan menggunakan metode penyuluhan, *focused-group discussion* (FGD), dan pembuatan sistem website sebagai alat media promosi produk-produk wisata desa.

Metode penyuluhan bertujuan memberikan pengetahuan kepada mitra tentang hal-hal penting dari usulan program.

Manfaat dari kegiatan ini adalah mengembangkan kesadaran mitra dan warga desa pada umumnya tentang pentingnya program pemberdayaan Desa Silado sebagai desa wisata. Tema penyuluhan yang diberikan adalah tentang “Pentingnya Pengembangan Desa Wisata Silado di Era Globalisasi” dan “Strategi dan *Branding* Desa Wisata di Era Globalisasi”. Setelah tahap penyuluhan, dilakukan diskusi kelompok yang bertujuan untuk mengajak mitra berpartisipasi aktif dalam menggali, mengembangkan, dan mempublikasikan produk-produk wisata desa. Jumlah mitra yang terlibat dalam tahap penyuluhan dan diskusi kelompok ini sejumlah 16 orang, sedangkan anggota tim pelaksana sejumlah 9 orang. Selanjutnya, hasil diskusi kelompok digunakan sebagai bahan materi pembuatan website oleh tim pelaksana.

Pada tahap pembuatan website, terdapat empat proses penting, yakni penyusunan materi website tentang potensi Desa Wisata Silado, pembuatan logo desa wisata, pembuatan domain website, dan pengunggahan materi ke website. Keseluruhan proses pada tahap ini membutuhkan waktu selama empat bulan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan dari kegiatan pengabdian mitra desa ini dapat dibagi ke dalam tiga hal penting, yakni, potensi wisata Desa Silado; logo website Desa Wisata Silado; menu website Desa Wisata Silado.

Potensi wisata Desa Silado merupakan hasil dari kegiatan penyuluhan dan diskusi kelompok dengan mitra. Adapun logo website perlu dibuat sebagai bagian dari upaya *branding* Desa Silado sebagai desa wisata. Setelah itu, pembuatan menu website dilakukan sebagai sumber informasi bagi calon pengunjung tentang potensi wisata Desa Silado.

1. Potensi Wisata Desa Silado

Dari hasil diskusi kelompok dengan mitra, terdapat tiga potensi wisata penting yang dapat dikembangkan. Ketiga potensi tersebut dapat dikelompokkan ke dalam wisata alam, wisata budaya, dan wisata edukasi. Penjelasan

terhadap ketiga potensi ini adalah sebagai berikut.

a. Wisata Alam

Wisata alam merupakan salah satu atraksi yang banyak diminati para pengunjung. Sebagai tujuan ekowisata, wisata alam menawarkan berbagai objek yang bermanfaat bagi kelestarian atau konservasi alam, ekonomi dan budaya masyarakat di sekitarnya (Fandeli, 2005). Contoh objek wisata alam antara lain gunung, lembah, sungai, pesisir, laut, pulau, dan sebagainya (Ko, 2001).

Desa Silado memiliki kontur geografis yang mampu menawarkan objek wisata alam menarik bagi calon pengunjung. Objek wisata tersebut adalah berupa bentang sawah yang berada di Dukuh Kikiran. Bentang sawah ini merupakan lahan hijau yang mengarah ke Gunung Slamet dan memiliki pemandangan langit (*sky view*) yang menarik. Objek alam ini sangat sesuai untuk berfoto dan ditargetkan untuk anak-anak muda milenial dan keluarga.

Selain itu, terdapat saung yang berfungsi sebagai ruang berkesenian di mana pengunjung bisa belajar seni gamelan dan atraksi-atraksi seni lainnya. Area ini juga bisa dikembangkan untuk permainan tradisional *egrang* yang sangat menarik bagi anak-anak dan kalangan muda (Gambar 1).



Gambar 1. Bentang Sawah sebagai Wisata Alam Desa Silado

Tantangan dari pengembangan wisata ini adalah pembangunan akses jalan yang memerlukan sejumlah biaya besar. Penyempurnaan akses jalan ini merupakan upaya penting mendukung promosi wisata yang akan bermanfaat bagi kemudahan kunjungan calon wisatawan ke destinasi. Sementara para pengunjung lokal dan warga Desa Silado memanfaatkan akses jalan yang ada untuk menikmati atraksi wisata berupa keindahan alam dari bentang sawah dengan pemandangan Gunung Slamet dan langit biru (*mountain and sky view*) yang ada.

b. Wisata Budaya

Petilasan Ki Gado atau Situs Makam Dawa dan kesenian kuda lumping merupakan dua atraksi wisata budaya yang dapat ditawarkan oleh Desa Silado. Petilasan Ki Gado menyajikan narasi tentang sejarah berdirinya desa dan tokoh pendirinya, yaitu Ki Gado. Narasi tersebut menjadi bagian dari keyakinan warga tentang awal mula berdirinya Desa Silado yang diambil dari nama tokoh Ki Gado.

Dari cerita yang berkembang, Ki Gado merupakan seorang pendatang yang sedang mencari tempat bermukim seperti kebanyakan orang yang dianggap memiliki kelebihan pada zaman itu yang gemar melakukan petualangan atas perintah gurunya ataupun melakukan tanggung jawab tertentu atas amanat yang diberikan oleh atasan baik seorang raja pandita, atau kyai. Dalam pengembaraan tersebut, lambat laun seorang seperti Ki Gado dan orang-orang zaman dahulu memilih tempat bermukim secara bergerombol untuk tinggal selamanya dan bahkan turun-temurun. Dalam cerita rakyat tentang Ki Gado, warga Desa Silado mempercayai keberadaan Ki Gado sebagai pendiri desa. Hal ini nampak pada keberadaan mitos tersebut sebagai sastra lisan yang terus tersebar dari mulut ke mulut.

Dalam PRJM Desa Silado 2020, ada penjelasan tentang situs makam dawa yang diyakini sebagai makam Ki Gado (Gambar 2). Walaupun kebenarannya masih perlu dibuktikan, makam Ki Gado diyakini berada di di bawah pohon Wungu di pemakaman umum Grumbul Karangjati. Keberadaan makam ini bisa menjadi situs atau petilasan penting untuk menjadi atraksi wisata dan sumber data autentik bagi para generasi muda tentang sejarah berdirinya Desa Silado sehingga sejarah penting tersebut tidak terputus.



Gambar 2. Petilasan Ki Gado sebagai Pendiri Desa Silado

Selain itu, warga Desa Silado juga memiliki tradisi seni budaya kuda lumping (Gambar 3). Seni ini sangat terkenal di kalangan warga desa dan berpotensi menjadi atraksi wisata budaya yang menarik. Hal yang perlu dilakukan adalah menghilangkan stigma negatif tentang seni tersebut yang lekat dengan minuman beralkohol dan mitos kerasukan kekuatan ghaib.



Gambar 3. Salah Satu Atraksi Kesenian Tari Kuda Lumpung Desa Silado

c. Wisata Edukasi

Salah satu potensi wisata yang dapat dikembangkan oleh Desa Silado adalah wisata edukasi yang bertujuan memberikan pengalaman pembelajaran secara langsung kepada para wisatawan tentang suatu produk wisata di objek wisata (Bodger, 1998 dalam Petrova, 2020: 187-188). Wisata ini dikembangkan melalui keberadaan unit produksi seni kerajinan bambu yang dapat menarik minat pengunjung dalam mempelajari dan menikmati seni kerajinan tersebut yang dapat berupa seni bangunan berkonsep ramah lingkungan dengan memanfaatkan bahan baku bambu.

Pengembangan objek wisata seni bambu ini dianggap penting. Selain sebagai wisata edukasi berupa *Bambu Learning Center*, seni kerajinan bamboo ini juga akan dikembangkan sebagai ikon wisata Desa Silado dengan nama objek wisatanya adalah *Umah Pring*. Objek wisata ini diharapkan dapat menarik minat wisatawan dari dalam dan luar negeri melalui strategi promosi website Desa Wisata Silado (Gambar 4).



Gambar 4. Potensi Wisata Edukasi *Umah Pring* Desa Silado.

2. Logo Desa Wisata Silado

Sesuai dengan tujuan, program pengembangan desa mitra yang dilakukan oleh tim pelaksana adalah membantu mendesain strategi promosi potensi wisata Desa Silado melalui website. Hal ini penting sebagai langkah awal memotivasi warga desa untuk perlahan-lahan menyadari potensi wisata desa dan bergerak memberdayakannya.

Pembuatan website dimulai dari bulan Maret 2022 sampai dengan Juli 2022, dengan

Tabel 1. Langkah-Langkah Pembuatan Website Desa Wisata Silado

No	Jenis Kegiatan	Durasi Waktu	Hasil
1	Penggalian dan pendataan potensi wisata Desa Silado.	Februari s.d. Maret 2022	Terdapat tiga potensi wisata desa, yakni alam, budaya, dan edukasi.
2	Pembelian domain website Desa Wisata Silado.	Maret 2022	Alamat website Desa Wisata Silado: https://desawisatasilado.com .
3	Penggalian data untuk konten website.	Maret s.d. April 2022	Informasi tentang sejarah, potensi wisata, dan dokumentasi objek wisata.
4	Pembuatan logo dan tagline Desa Wisata Silado.	April 2022	Logo dan tagline Desa Wisata Silado: “Tilik Dewi Domas”.
5	Penulisan konten website.	April s.d. Juni 2022	Konten website tentang sejarah, potensi wisata, dan dokumentasi wisata Desa Silado.

Pembuatan logo dan *tagline* Desa Wisata Silado sendiri menjadi bagian penting dari pelaksanaan program karena berhubungan dengan tampilan wajah website yang harus menarik dan mudah diingat oleh calon pengunjung dan masyarakat luas (Gambar 5). “*Tilik Dewi Domas*” dipilih sebagai *tagline* desa wisata dengan alasan sebagai berikut. Pertama, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata “*tilik*” sebagai kata benda memiliki makna memiliki penglihatan yang teliti. Jika sebagai kata kerja “*menilik*”, dapat berarti melihat dengan sungguh-sungguh atau mengamati-amati. Kedua, kata “*Dewi Domas*” merupakan singkatan dari “Desa Wisata Silado Banyumas”. Dengan demikian, “*tilik Dewi Domas*”, menurut makna kamus, dapat diartikan memiliki penglihatan yang teliti untuk mengamati dengan sungguh-sungguh Desa Wisata Silado di Kabupaten Banyumas. Dalam konteks program pengembangan desa mitra melalui pengembangan desa wisata,

rincian langkah-langkah yang mudah dilakukan dan diikuti oleh mitra. Langkah-langkah tersebut dari mulai penggalian dan pendataan sumber potensi wisata, pembuatan domain website, pembuatan konten dan logo serta tagline Desa Wisata Silado. Tabel 1 menjelaskan tahapan kegiatan yang dimaksud beserta waktu pelaksanaan dan hasil kegiatan yang dicapai.

tagline tersebut memiliki makna sebagai suatu kunjungan yang dilakukan untuk melihat dengan teliti, mengamati dengan seksama, dan menikmati semua potensi wisata yang ditawarkan oleh Desa Wisata Silado.



Gambar 5. Logo dan Tagline Desa Wisata Silado Banyumas

Adapun logo dari *tagline* tersebut terdiri dari tulisan “*tilik Dewi Domas*” dan “Desa Wisata Silado banyumas” di bawahnya warna hijau segar yang melambangkan kesuburan dan keasrian Desa Silado; huruf d dalam kata “*dewi*” dan “*domas*” dengan aksent bambu dan potongan gambar daun bambu di samping huruf s pada kata “*domas*” berwarna kuning emas yang bermakna kemakmuran dan kesejahteraan; dan matahari di tengah-tengah kata “*dewi domas*” berwarna kuning emas

yang melambangkan kehangatan dan kebahagiaan. Dengan demikian, logo tersebut melambangkan Desa Wisata Silado yang alami dan asri dengan penduduknya yang hidup sejahtera dan makmur penuh kehangatan dan kebahagiaan.

3. Menu Website Desa Wisata Silado

Website Desa Wisata Silado secara umum berfungsi sebagai media promosi dan informasi tentang potensi wisata yang ada di Desa Silado. Oleh karenanya, menu website meliputi beberapa hal, yaitu beranda, tentang kami, info wisata, info terkini, galeri, dan kontak.

Pada menu beranda, terdapat logo dan *tagline* Desa Wisata Silado untuk menyambut pengunjung website. Menu ini dibuat semenarik mungkin dengan menampilkan *tagline* khas “Tilik Dewi Domas” dan ikon wisata Desa Silado, yakni *umah pring*, sebagai wisata edukasi. Selain itu, kelima menu lainnya, yakni tentang kami, info wisata, info terkini, galeri, dan kontak, juga ditampilkan di menu beranda. Namun demikian, masing-masing menu menyajikan informasi yang berbeda. Secara detail, menu beranda pada website tersebut tersaji pada Gambar 6.

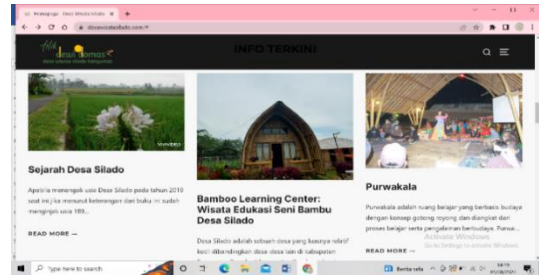


Gambar 6. Tampilan Menu Beranda pada Website Desa Wisata Silado.

Selanjutnya menu “tentang kami” berisi tentang sejarah asal usul Desa Silado; menu info wisata berisi potensi wisata yang ada di Desa Silado; dan menu galeri yang berisi koleksi dokumentasi berupa gambar dan video potensi dan kegiatan wisata di Desa Silado. Selengkapnya, tampilan masing-masing menu pada website dapat dilihat pada rangkaian Gambar 7 - Gambar 11.

Sebagai upaya promosi, website Desa Wisata Silado yang dibuat diharapkan mampu menyebarkan informasi potensi wisata Desa Silado ke berbagai khalayak. Informasi

terbaru tentang wisata desa di website selanjutnya menjadi wewenang dan tanggung jawab Pokdarwis sebagai mitra program untuk selalu mengelola dan mengembangkannya. Di sinilah letak keberlanjutan dari program kemitraan ini yang sesungguhnya. Bahwa program ini dilakukan sebagai bentuk kerjasama dan pemberdayaan potensi desa mitra melalui pengembangan desa wisata berbasis website.



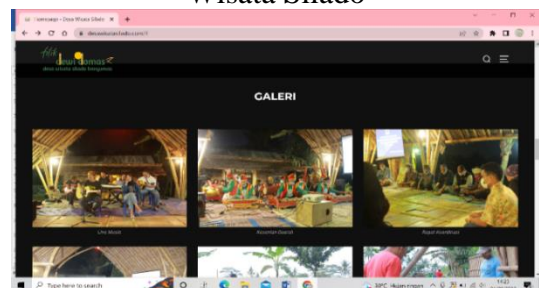
Gambar 7. Tampilan Info Wisata dan Info Terkini di Website Desa Wisata Silado



Gambar 8. Tampilan website Informasi Sejarah Desa Silado



Gambar 9. Tampilan Informasi Wisata Bamboo Learning Center di Website Desa Wisata Silado



Gambar 11. Tampilan Galeri Kegiatan Wisata di Website Desa Wisata Silado

D. PENUTUP

Simpulan

Desa Silado sesungguhnya memiliki potensi wisata yang menjanjikan dilihat dari faktor geografis, sosial budaya, alam, dan sumber daya manusia. Keempat faktor pendukung ini sangat penting bagi pengembangan Desa Wisata Silado. Namun demikian, terdapat kendala utama yang perlu mendapatkan solusi, yaitu aspek pendanaan. Untuk itulah tim pelaksana menawarkan solusi program pendampingan penyediaan website desa wisata untuk menginisiasi pengembangan potensi wisata Desa Silado.

Saran

Pengembangan Desa Wisata Silado berbasis website sangat memberikan solusi terbukti dengan antusiasme warga desa dalam berpartisipasi dan mendukung keberhasilan program. Untuk itu, diperlukan keberlanjutan program kerjasama yang intensif dan berkesinambungan antara pihak perguruan tinggi, yang diwakili oleh tim pelaksana, dan mitra Pokdarwis, untuk lebih menggali, mengelola dan mengembangkan sumber potensi wisata Desa Silado yang dapat dipublikasikan secara lebih luas dan menarik melalui website yang telah ada.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Kelompok Sadar Wisata, dan seluruh warga Desa Silado.

E. DAFTAR PUSTAKA

Adhanisa, C., & Anna Fatchiya. (2017). *Efektivitas Website dan Instagram Sebagai Sarana Promosi Kawasan Wisata Berbasis Masyarakat (The Effectiveness of the Website and Instagram as a Means of Promotion in Community Based Tourism Area)*. 1(4), 451–466.
<http://ejournal.skpm.ipb.ac.id/index.php/jskpm/article/view/119/76>

Agung, A., Alit Widyastuty, S., Rukmana, S. N., & Tribhuwaneswari, A. B. (2020). Penguatan Promosi Desa Wisata Berbasis Kearifan Di Desa Pujon

Kabupaten Malang. Penamas Adi Buana, 4(1), 5–12.
<https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/penamas/article/view/2426/2132>

- Bodger, D. (1998) Leisure, Learning and Travel. *Journal of Psychology Education, Recreation & Dance*, 69, 28–31.
<http://dx.doi.org/10.1080/07303084.1998.10605532>
- Fandeli, C. (2005). Pengembangan Ekowisata Berbasis Konservasi di Taman Nasional. Yogyakarta: Fakultas Kehutanan UGM.
- Hadiwijoyo, S. S. (2012). Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Joshi, P. (2012). “A Stakeholder Networking for Sustainable Rural Tourism Development in Konkan Region of Maharashtra State (India)”. Vol 1. Issue IX.
<https://www.yumpu.com/en/document/read/11990242/paresh-vidyadhar-joshi-golden-research-thoughts>
- Ko, R. K. T. (2001). Obyek Wisata Alam: Pedoman Identifikasi, Pengembangan, Pengelolaan, Pemeliharaan dan Pemasarannya. Bogor: Yayasan Buena Vista.
- Komariah, N., Saepudin, E., & Yusup, P. M. (2018). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(2). <https://doi.org/10.26905/jpp.v3i2.2340>
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2005). *Principles of Marketing*. Edinburg: Pearson Education Limited.
- Nuryanti, W. (1993). Concept, Perspective and Challenges. Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Hal.11.
- Priyanto, & Safitri, D. (2016). Pengembangan Potensi Desa Wisata Berbasis Budaya Tinjauan Terhadap Desa Wisata Di Jawa Tengah (Vol. 4).

- <http://jvi.ui.ac.id/index.php/jvi/article/view/53/51>
- Ramadhian, N. (2021, August 1). “Berapa Jumlah Desa Wisata di Indonesia?” 1–4. <https://travel.kompas.com/read/2021/08/01/180600927/berapa-jumlah-desa-wisata-di-indonesia-?page=all>
- Rangkuti, F. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rusnandi, E., & Resmanah, D. (2020). Sistem Informasi Homestay Berbasis Web Desa Bantaragung. *Infotech Journal*, 6(2), 49–52. <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/infotech/article/view/508/279>
- Setianto, W., Agung, H. B., & Erzy Purnama, E. (2020). Implementasi Virtual Tour Sebagai Media Informasi Deswita Pandansari Berbasis Web. In *RISTEK: Jurnal Riset, Inovasi dan Teknologi* (Vol. 4, Issue 2).
- Sibero, A. F. K. (2013). *Web Programming Power pack*. Yogyakarta: Mediakom.
- Subekti, T., & Damayanti, R. (2019). Penerapan Model Smart Village dalam Pengembangan Desa Wisata: Studi pada Desa Wisata Boon Pring Sanankerto Turen Kabupaten Malang. In *JPALG* (Vol. 3, Issue 1). <http://jurnal.untidar.ac.id/index.php/publicadmini>
- Sudibya, B. (2018). Bali Membangun Bali Jurnal Bappeda Litbang Wisata Desa dan Desa Wisata. <http://www.berdesa.com/apa-beda-desawisata-dan-wisata-desa>
- Suprihadi, S., Wijaya, A., & Mayopu, R. (2016). Perancangan Dan Implementasi Sistem Informasi Desa Wisata Kandri Berbasis Web. *CCIT (Creative Communication and Innovative Technology) Journal*, 9(3), 276-289. <https://doi.org/https://doi.org/10.33050/ccit.v9i3.459>
- Supriyanta, & Nisa, K. (2015). Perancangan Website Desa Wisata Karangrejo Sebagai Media Informasi Dan Promosi. *Jurnal Bianglala Informatika*, 3(1), 35–40. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/Bianglala/article/view/575/466>
- Voleva-Petrova, I. (2020). Origin and Characteristics of Educational Tourism (Issue 2). <https://orcid.org/0000-0002-9242-7954>