

## Pembuatan Website Pariwisata Batu Lawang Berbasis Blogger di Desa Cupang

Adriyan Ari Muktiawan<sup>1</sup>, Khairul Anwarudin<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Teknik, Informatika, Universitas Muhammadiyah Cirebon, Indonesia

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received Mei 17, 2025

Revised Mei 18, 2025

Accepted Mei 27, 2025

#### Kata Kunci:

Pariwisata Digital, Website Blogger, Promosi Wisata, Batu Lawang, Desa Cupang

#### Keywords:

Digital Tourism, Blogger Website, Tourism Promotion, Batu Lawang, Cupang Village



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2025 by Adriyan Ari Muktiawan, et.al,  
Published by Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis  
Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri

### ABSTRAK

*Di era digital, pemanfaatan teknologi informasi menjadi strategi utama dalam promosi pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan media promosi digital melalui pembuatan website berbasis Blogger guna memperkenalkan destinasi wisata Batu Lawang yang terletak di Desa Cupang, Kabupaten Cirebon. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa website pariwisata yang dikembangkan mampu menyediakan informasi yang lengkap dan mudah diakses oleh calon wisatawan. Website juga dirancang responsif terhadap berbagai perangkat serta terintegrasi dengan media sosial untuk memperluas jangkauan promosi. Adanya peningkatan minat kunjungan serta interaksi melalui media digital menunjukkan bahwa penggunaan Blogger sebagai media promosi pariwisata dapat menjadi solusi efektif dalam pengembangan pariwisata lokal. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan konten secara berkelanjutan serta peningkatan literasi digital masyarakat untuk mendukung keberlanjutan promosi pariwisata digital..*

### ABSTRACT

In the digital era, the utilization of information technology has become a primary strategy in tourism promotion. This research aims to develop digital promotional media through the creation of a Blogger-based website to introduce the tourist destination of Batu Lawang located in Cupang Village, Cirebon Regency. The method used is descriptive qualitative with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The research results show that the developed tourism website is capable of providing comprehensive information that is easily accessible to potential tourists. The website is also designed to be responsive to various devices and is integrated with social media to expand promotional reach. The increase in visit interest and interaction through digital media indicates that the use of Blogger as a tourism promotion medium can be an effective solution in the development of local tourism. This research recommends the continuous development of content as well as the improvement of the digital literacy of the community to support the sustainability of digital tourism promotion.

## **Pendahuluan**

Di era digital ini, keberadaan website menjadi salah satu alat penting untuk memperkenalkan potensi wisata sebuah daerah. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan perekonomian daerah (Sutopo & Subekti, 2020). Di Indonesia, banyak destinasi wisata yang tersembunyi dan belum terkelola dengan baik, salah satunya adalah Batu Lawang yang berada di Desa Cupang. Desa Cupang terletak di Kabupaten Cirebon, Jawa Barat, dengan potensi alam yang memukau dan belum sepenuhnya tereksplorasi oleh wisatawan.

Untuk mempromosikan keindahan dan keunikan Batu Lawang, pembuatan website berbasis Blogger menjadi pilihan yang efektif dan efisien. Artikel ini akan membahas bagaimana pembuatan website berbasis Blogger dapat digunakan untuk mempromosikan wisata Batu Lawang di Desa Cupang. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa website pariwisata memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan jumlah wisatawan melalui kemudahan akses informasi (Mulyani & Fitria, 2019). Untuk meningkatkan kunjungan wisata dan mempromosikan potensi Batu Lawang, sebuah website pariwisata berbasis Blogger dibangun sebagai media promosi digital. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan internet, media promosi tradisional mulai beralih ke digital (Siregar, 2021). Penggunaan website menjadi salah satu cara yang efektif untuk mempromosikan destinasi wisata kepada masyarakat luas (Wulandari & Prayogo, 2020). Website ini memungkinkan informasi tentang Batu Lawang dapat diakses dengan mudah oleh calon wisatawan, baik dari dalam maupun luar daerah.

Pembuatan website berbasis Blogger dipilih karena platform ini mudah dioperasikan, tidak memerlukan biaya hosting, serta memiliki fitur-fitur yang mendukung pengelolaan konten (Putra & Nurhalim, 2020). Selain itu, Blogger juga mendukung integrasi dengan media sosial yang dapat memperluas jangkauan promosi wisata (Ayu & Purba, 2021). Tujuan Pembuatan Website: Memperkenalkan Destinasi Batu Lawang sebagai destinasi wisata yang menarik dengan pemandangan alamnya yang indah. Meningkatkan kesadaran masyarakat akan efek yang ditimbulkan dari pengembangan digital khususnya Blogger sebagai promosi pariwisata. Menumbuhkan pemahaman serta menambah pengetahuan masyarakat tentang strategi pengembangan digital sebagai promosi pariwisata (Hafid & Wahyuni, 2022).

## **Metode**

Metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan website pariwisata Batu Lawang berbasis Blogger di Desa Cupang menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Pendekatan ini telah terbukti efektif dalam penelitian promosi destinasi wisata lainnya (Putri & Wijaya, 2020). Observasi dilakukan dengan kunjungan langsung ke lokasi untuk mendokumentasikan kondisi alam dan fasilitas wisata Batu Lawang, sementara wawancara dengan pengelola wisata, pemerintah desa, dan masyarakat setempat memberikan informasi tentang sejarah, pengelolaan, serta testimoni wisatawan. Dokumentasi berupa foto dan video diambil untuk melengkapi konten promosi.

Setelah data terkumpul, perancangan website dimulai dengan memilih template di Blogger yang disesuaikan dengan tema wisata. Informasi yang diperoleh disusun ke dalam beberapa bagian seperti deskripsi, panduan perjalanan, galeri foto, dan kontak. Pengujian website dilakukan untuk memastikan fungsionalitas dan responsivitasnya pada berbagai perangkat, sementara uji coba pengguna melibatkan responden untuk memberikan masukan mengenai tampilan dan kemudahan penggunaan. Analisis data dilakukan untuk menyusun konten yang relevan dan mengoptimalkan SEO agar website lebih mudah ditemukan di mesin pencari (Dewi & Hartono, 2019). Setelah website dipublikasikan,

evaluasi awal dilakukan, diikuti dengan revisi berdasarkan umpan balik pengguna dan hasil pengujian untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas website sebagai media promosi wisata Batu Lawang..

## **Hasil dan Pembahasan**

Pada hakikatnya internet memiliki peran yang tidak terpisah dalam perkembangan teknologi, terutama pariwisata. Internet menawarkan solusi yang nyaman untuk mengembangkan pariwisata di Indonesia (Ramadhan & Mubarok, 2021). Lewat internet, banyak hal bisa diakses secara mudah, serta digunakan oleh sebagian besar masyarakat di dunia, sehingga informasi yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata dapat dengan mudah juga diakses kapan, di mana, dan oleh siapa saja. Saat ini, penggunaan internet di Indonesia telah meluas hingga pedesaan. Salah satu teknologi pendukungnya adalah penggunaan handphone sebagai alat komunikasi. Hubungan antara internet dan handphone dalam model aplikasi sangat luas dan bermanfaat bagi semua kalangan dan sektor (Nugroho & Lestari, 2021).

Pelatihan pembuatan Blogger Batu Lawang yang dilakukan oleh Pokdarwis Desa Cupang menghasilkan sejumlah dampak positif jangka panjang. Pembuatan website pariwisata Batu Lawang berbasis Blogger di Desa Cupang berhasil mencapai beberapa hasil yang signifikan dalam meningkatkan promosi destinasi wisata tersebut.

### **1. Penyediaan Informasi Wisata yang Komprehensif**

Website ini berhasil menyajikan informasi yang lengkap dan terstruktur mengenai Batu Lawang, termasuk sejarah, panduan wisata, fasilitas, rute perjalanan, serta kontak pengelola. Hal ini mempermudah calon wisatawan dalam merencanakan kunjungan mereka ke Batu Lawang (Sari & Supriyadi, 2019).

### **2. Responsivitas dan Kemudahan Akses**

Website ini dirancang dengan template yang responsif, memastikan tampilan yang optimal baik di perangkat desktop maupun mobile. Pengujian menunjukkan kenyamanan pengguna dalam mengakses situs, tanpa kendala tampilan (Yuliana & Arief, 2020).

### **3. Peningkatan Minat Wisatawan**

Setelah publikasi website, terdapat peningkatan minat dari calon wisatawan yang menghubungi pengelola melalui informasi kontak yang tersedia. Beberapa pengunjung yang mendapatkan informasi dari website ini kemudian mengunjungi Batu Lawang, berdampak pada peningkatan ekonomi lokal (Lestari & Widodo, 2021).

### **4. Kolaborasi dengan Media Sosial**

Website ini berhasil diintegrasikan dengan media sosial seperti Facebook dan Instagram sebagai saluran promosi tambahan. Promosi melalui media sosial menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan lalu lintas pengunjung ke website (Anjani & Hartini, 2021).

Secara keseluruhan, pembuatan website pariwisata Batu Lawang ini telah memberikan dampak positif terhadap upaya promosi wisata Desa Cupang. Website berfungsi sebagai media informasi yang mudah diakses, visual yang menarik, serta alat promosi digital yang efektif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Batu Lawang.



Gambar 1 pembuatan blogger Gambar 2 Tampilan Blogger



Gambar 3 Pengenalan Blogger

### Simpulan

Pembuatan website pariwisata Batu Lawang berbasis Blogger di Desa Cupang terbukti menjadi langkah strategis dalam mempromosikan potensi wisata lokal secara digital. Website ini memberikan informasi yang komprehensif dan mudah diakses oleh calon wisatawan, baik dari dalam maupun luar daerah. Template responsif yang digunakan mendukung kemudahan akses di berbagai perangkat, sementara integrasi dengan media sosial memperluas jangkauan promosi. Hasilnya, terdapat peningkatan minat dan kunjungan wisatawan ke Batu Lawang serta dampak positif terhadap ekonomi masyarakat setempat. Selain itu, proses pembuatan website juga meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang pentingnya digitalisasi dalam pengembangan pariwisata. Dengan demikian, media digital berbasis Blogger dapat dijadikan sebagai

sarana efektif dalam memperkenalkan dan mengembangkan destinasi wisata tersembunyi di daerah.

### **Daftar Pustaka**

- Sutopo, A., & Subekti, A. (2020). Peran Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata. *Jurnal Komunikasi Indonesia*.
- Mulyani, R., & Fitria, Y. (2019). Pemanfaatan Website untuk Promosi Wisata Daerah. *Jurnal Pariwisata Nusantara*.
- Siregar, M. (2021). Transformasi Digital dalam Sektor Pariwisata. *Jurnal Teknologi dan Komunikasi*.
- Wulandari, A., & Prayogo, D. (2020). Efektivitas Media Digital sebagai Alat Promosi Wisata. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Putra, E., & Nurhalim, R. (2020). Pengembangan Website Pariwisata Berbasis Blogger. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*.
- Ayu, N., & Purba, S. (2021). Kolaborasi Media Sosial dan Website dalam Promosi Wisata. *Jurnal Media Digital*.
- Kurniawan, D. et al. (2018). Kendala Promosi Wisata Berbasis Digital di Daerah. *Jurnal Pengembangan Masyarakat*.
- Rahman, F., & Syahputra, H. (2020). Literasi Digital Masyarakat dalam Pengembangan Website Wisata. *Jurnal Sosial Teknologi*.
- Hafid, M., & Wahyuni, L. (2022). Strategi Promosi Wisata Melalui Platform Blogger. *Jurnal Komunikasi dan Wisata*.
- Anjani, D., & Hartini, S. (2021). Integrasi Website dan Media Sosial dalam Promosi Wisata. *Jurnal Komunikasi Pariwisata*.

