

Pengembangan Kampung Keren Berbasis Website Sebagai Media Branding Dan Promosi Wisata Kampung Tani Jamsaren Kota Kediri

Juwita Aulia Deswita Nadhila, Mafulatul Faida, Erlina Nasrinatun Nimah, Adela Putri Narinda, Alfina Wulandari, Dewi Rismayanti, Dheriska Ima Rossynanda, Luna Rahma Nur Laili, Anton Wijaya, Dwi Muhamad Nurfiyanto, Dhika Nugroho, Anggoro Bayu Pratama, Zulfikri Barabas, Soni Setiawan, Nosi Arip Mahmudi, Muhammad Krishna Luthfi, Budi Darmawan, Fatchan Tsani Mubarak Al-Islami, Fauzi Ahmad Zulkarnain, Adi Bayu Irawan, Ifvan Ferdianto, Muhannas Abdi Wardhana, Dwi Yusuf Darmawan A.P, Patmi Kasih
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Abstrak— bahwa pengembangan Kampung Keren berbasis website sebagai media branding dan promosi wisata Kampung Tani Jamsaren di Kota Kediri merupakan langkah yang penting dalam mempercepat pembangunan desa secara menyeluruh. Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan website, desa-desa wisata dapat meningkatkan citra, menarik minat wisatawan, serta memberikan informasi yang dibutuhkan secara efektif. Selain itu, penerapan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa juga memberikan dorongan bagi desa-desa untuk mengembangkan potensi wisata mereka. Dengan adanya website, diharapkan desa-desa wisata dapat mencapai tujuan yang lebih baik dalam hal pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, pelestarian alam, dan pengembangan budaya.

Kata Kunci— Kampung tani, website, kampung keren.

Abstract— *that the development of a website-based Kampung Keren as a media for branding and tourism promotion of Jamsaren Farmer Village in Kediri City is an important step in accelerating overall village development. By utilizing information technology and websites, tourist villages can improve their image, attract tourists, and provide the information needed effectively. In addition, the implementation of Law Number 6 of 2014 concerning Villages also provides encouragement for villages to develop their tourism potential. With the website, it is hoped that tourism villages can achieve better goals in terms of economic growth, community welfare.*

Keywords— *Farmers village, website, cool village*

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Corresponding Author:

Juwita Aulia Deswita Putri,
Akuntansi,
Universitas Nusantara PGRI Kediri,



I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang cepat telah membawa manfaat yang signifikan bagi masyarakat dalam berbagai aspek sosial. Perkembangan teknologi informasi yang makin pesat telah membawa dunia memasuki era digital. Era digital sebagai suatu istilah yang digunakan dalam kemunculan teknologi digital, jaringan internet khususnya teknologi informasi. Internet merupakan salah satu sarana yang mendukung bagi masyarakat untuk mencari atau mengetahui segala informasi yang dibutuhkan. Termasuk juga website yang saat ini sedang populer. Dengan

menggunakan Website, kita dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan. Selain itu layanan website tersebut dapat diterapkan pada perusahaan-perusahaan, instansi-instansi pemerintahan, pendidikan dan sebagainya.

Pemerintah Indonesia terus berusaha mengubah sistem politik dari otoriter dan terpusat ke arah yang lebih demokratis dan terdesentralisasi dengan memperkuat otonomi daerah. Otonomi daerah diperluas hingga ke tingkat desa dengan tujuan untuk mempercepat penyebaran kesejahteraan masyarakat. Penerapan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa bertujuan untuk menggalakkan partisipasi masyarakat dalam mengembangkan potensi dan aset desa untuk meningkatkan kesejahteraan bersama. Salah satu fokus utama pembangunan di tingkat desa adalah sektor pariwisata. Desa-desa yang memiliki potensi wisata diharapkan dapat mengembangkan diri menjadi desa wisata, yang mana hal ini diharapkan dapat mencapai beberapa tujuan sekaligus, seperti meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, mengurangi kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam dan lingkungan, serta memajukan kebudayaan. Pengembangan desa wisata juga dianggap dapat mempercepat pembangunan desa secara menyeluruh dan pada akhirnya mengarahkan masyarakat pada perubahan sosial, budaya, dan ekonomi yang lebih baik.

Peluang pengembangan desa wisata ini juga disadari oleh Desa Jamsaren, Kecamatan Pesantren, Kota Kediri. Dorongan untuk menjadi desa wisata ini diambil dan diimplementasikan dengan pembangunan Kampung Tani Kleco Jamsaren. Kampung Tani merupakan sebuah wisata yang berbasis pertanian dan pekebunan. Kampung Tani Kleco Jamsaren ini dikelola oleh Pokdarwias (Kelompok Sadar Wisata). Upaya membangun Desa Wisata didukung penuh oleh kepala desa beserta perangkatnya, dan juga dengan melibatkan masyarakat setempat. Beberapa sarana dan prasarana pendukung juga telah dibangun. Upaya promosi telah dilakukan melalui media sosial Instagram, facebook dan tiktok. Meskipun demikian, pemerintah desa masih belum memiliki situs website yang secara khusus digunakan untuk *branding* dan mempromosikan desa wisata mereka. Terkadang, kekurangan ini menjadi hambatan ketika desa ingin memasarkan paket wisata serta menjelaskan kepada calon wisatawan tentang Kampung Tani Kleco Jamsaren.

Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa memiliki sebuah situs website dapat menjadi alat yang efektif untuk membangun *branding* dan mempromosikan suatu tempat. Dalam penelitian yang meneliti penggunaan situs website di Desa Wisata Gabugan, diungkapkan bahwa situs website memiliki keunggulan fleksibilitas dibandingkan dengan media sosial dalam hal promosi kawasan wisata, karena tidak terbatas dalam penyajian informasi. Misalnya, informasi paket wisata yang disajikan dapat lebih mendetail dibanding di media sosial (Adhanisa & Fatchiya, 2017: 458). Pemanfaatan website untuk media promosi dan branding memang sangat luas.

Menyadari pentingnya *branding* dan promosi dengan menggunakan media digital marketing seperti website, kegiatan pengabdian serupa pun banyak dilakukan. secara spesifik pada sektor desa wisata, dukungan pembuatan pemanfaatan situs website untuk promosi desa wisata juga pernah dilakukan untuk Desa Wisata Songbanyu (Muntoha et al., 2015), juga bagi Desa Kresek Madiun untuk optimalisasi potensi wisata alamnya (Riyanto & Kurniawati, 2018). Kegiatan-kegiatan ini menguatkan bahwa eksistensi website dianggap mampu mendukung upaya *branding* dan promosi secara efektif. Namun, tentu saja, untuk meningkatkan efektivitas website, penataan tampilan dan konten website perlu memperhatikan aspek tampilan yang menarik perhatian (*attention*), dan menarik keingintahuan (*interest*), menarik keinginan (*desire*) dan juga tindakan (*action*) (Adhanisa & Fatchiya, 2017). Penyajian informasi pada website harus mendetail dan user friendly untuk memastikan interaksi yang baik dengan konsumen (Dharmappa, 2018).

Kampung Tani Kleco Jamsaren pun dapat memanfaatkan website sebagai solusi untuk branding dan promosi. Website dapat menguatkan branding untuk menumbuhkan citra Kampung Tani Kleco Jamsaren yang atraktif untuk dikunjungi. Namun, keterbatasan SDM Desa Jamsaren menjadi tantangan tersendiri. Tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan pengabdian ini adalah membangun website untuk menguatkan branding dan promosi Kampung Tani Kleco Jamsaren, serta memberikan pelatihan pengelolaan website bagi Pokdarwis agar website dapat eksis dengan pengelolaan mandiri. Kegiatan dilakukan dengan pendampingan dan pelatihan pengelolaan website bagi Pokdarwis Jamsaren, untuk memberi bekal pengetahuan dan keterampilan website bagi pengelola agar dapat bekerja secara mandiri dan dinamis guna secara konsisten dan berkelanjutan mempromosikan desa wisata yang dikembangkannya. Eksistensi website dapat menjadi laman informatif bagi masyarakat luas serta menunjukkan profesionalitas Kampung Tani Kleco Jamsaren.

II. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan yang bertujuan untuk penguatan branding dan promosi Kampung Tani Kleco Jamsaren melalui eksistensi website ini dilakukan dengan survey, pembuatan, peluncuran, dan pendampingan. Kegiatan survey dan pembuatan dilakukan oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata, sedangkan kegiatan peluncuran dan pendampingan secara khusus ditujukan oleh pokdarwis, perangkat kelurahan, dan pengelola Kampung Tani Kleco Jamsaren. Secara lebih rinci, berikut adalah kegiatan yang dilaksanakan.

Tabel 1. Rincian Kegiatan Pengabdian

No	Kegiatan	Pelaksana	Waktu Kegiatan	Peserta Kegiatan
1	Pra Kegiatan			
	Koordinasi	Tim KKN	Minggu Kegiatan	Ke-1 Pokdarwis dan pengelola kampung tani
	Survei	Tim KKN	Minggu Kegiatan	Ke-1 Pokdarwis dan pengelola kampung tani
2	Pelaksanaan			
	Pembuatan	Tim KKN dan Dosen Pengabdian UNP Kediri	Minggu sampai Kegiatan	Ke-2 ke-4 Mahasiswa KKN dan dosen pembimbing
	Peluncuran Website	Tim KKN dan Dosen Pengabdian UNP Kediri	Minggu Kegiatan (satu hari)	Ke-4 Perangkat kelurahan, Pokdarwis, KWT, Kelompok Tani, Pengelola Kampung Tani
	Pendampingan	Tim KKN	Minggu Kegiatan	Ke-4 Pengelola Kampung Tani

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Survey pembuatan Website kampung tani

Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata melakukan koordinasi kepada pengelola kampung tani dan pokdarwis di kampung tani. Hal yang dilakukan adalah mensurvey apa saja yang diperlukan di dalam website tersebut. Berdasarkan survey yang telah dilakukan di dapatkan kesimpulan dari apa saja isi dari website, yaitu informasi mengenai kawasan yang ada pada kampung tani, kegiatan yang ada di kampung tani, tips and trik mengenai tumbuhan yang di tanam, dan profil kampung tani yang terdiri dari sejarah, visi dan misi, lokasi, dan kontak kampung tani. Tahapan survey ini dilakukan pada tanggal 6 Februari 2024.



Gambar 1. Kegiatan Survei dan Koordinasi

b. Pembuatan website kampung tani

Pada tahap pembuatan website ini mahasiswa bidang website mulai mengerjakan website dari tanggal 7 Februari. Pada pembuatan website dibagi 2 opsi yaitu *Front End* dan *Back End*. Untuk data-data mengenai kampung tani diperoleh dari pengelola kampung tani dan Pokdarwis. Mahasiswa secara rutin melakukan koordinasi mengenai website yang sudah dibuat kepada pengelola IT wisata kampung tani untuk mendapatkan saran. Website tersebut selesai pada tanggal 27 Februari 2024.



Gambar 2. Kegiatan Pembuatan Website

c. Peluncuran Website serta penutupan KKN Tematik 2024

Pada tahap ini website diluncurkan pada saat penutupan KKN. Website *Branding* merupakan kegiatan branding secara online yang bertujuan untuk memberikan informasi melalui media online, membangun interaktivitas online, serta menunjukkan keunggulan. Peluncuran Website ini dihadiri oleh beberapa tamu undangan seperti kepala kelurahan, perangkat kelurahan, pokdarwis, pengelola kampung tani, KWT, dosen UNP Kediri, serta mahasiswa KKN 44.

Kegiatan ini dimulai dengan pembukaan MC dari salah satu mahasiswa KKN 2024 dari UNP Kediri dengan susunan acara pembukaan, sambutan-sambutan, peluncuran website, pelepasan atribut KKN, penyerahan simbolis peluncuran website kampung tani, dan penutup. Dimana pada saat peluncuran website ini dilakukan oleh dosen teknik informatika UNP Kediri Bapak Wahyu Cahyo Utomo, S.Kom., M.Cs. untuk memberikan materi mengenai website branding kampung tani.



Gambar 3. Kegiatan Peluncuran Website

d. Pendampingan pasca peluncuran Website Kampung Tani

Pendampingan pasca peluncuran website dilakukan untuk memberikan akses yang lebih leluasa bagi para pengelola kampung tani untuk bertanya dan berkonsultasi tentang pengelolaan website. Penyampaian materi dalam pengelolaan website terkadang membuat para peserta menemui hal-hal baru yang mungkin sulit dipahami. Pada kondisi inilah, mereka dapat melakukan konsultasi kepada bidang website untuk dapat memperoleh jawaban atau solusi dari kendala yang dihadapi. Bidang website juga menyampaikan mengenai pengelolaan website seperti perawatan *hosting* yang dimana akan memerlukan biaya untuk aktivasi website dalam jangka panjang.



Gambar 3. *User Interface Website*

IV. KESIMPULAN

Pengembangan Kampung Keren berbasis website sebagai media branding dan promosi wisata Kampung Tani Jamsaren di Kota Kediri merupakan langkah strategis dalam memperkuat citra dan daya tarik desa wisata. Dengan memanfaatkan teknologi informasi, khususnya website, desa-desa wisata dapat lebih efektif dalam mempromosikan potensi wisata mereka kepada masyarakat luas. Melalui eksistensi website, desa wisata dapat menjangkau target pasar yang lebih luas, memberikan informasi yang detail dan menarik, serta meningkatkan profesionalitas dalam pengelolaan destinasi wisata.

Selain itu, pentingnya pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan website bagi pihak terkait, seperti Pokdarwis dan pengelola desa. Dengan adanya dukungan dan pemahaman yang baik terkait pengelolaan website, diharapkan desa wisata dapat terus berkembang secara mandiri dan berkelanjutan dalam upaya branding dan promosi destinasi wisata mereka. Eksistensi website juga diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai laman informatif bagi masyarakat serta menunjukkan profesionalitas desa wisata dalam menarik minat wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhanisa, C., & Fatchiya, A. (2017). Efektivitas Website dan Instagram sebagai Sarana Promosi Kawasan Wisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 1(4), 451–466. <https://ejournal.skpm.ipb.ac.id/index.php/jskpm/article/view/119>
- Dharmappa, S. K. (2018). Study of the effectiveness of online marketing on integrated marketing communication. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 3(11), 536–620.
- UU No 6 Tahun 2014 tentang Desa, Pub. L. No. UU No.6, Menteri Hukum dan HAM RI (2014). <https://doi.org/10.1145/2904081.2904088>
- Muntoha, Jamroni, & Tantria, H. (2015). Pemanfaatan Situs Web sebagai Sarana Promosi Desa Songbanyu, Kecamatan Giri Subo, Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Inovasi Dan Kewirausahaan*, 4(September), 172–176. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/download/7921/6931>
- Rismawati, E., Abidin, Y. Z., & Dulwahab, E. (2020). Pengelolaan Cyber Public Realations dalam Membentuk Corporate Branding. *Reputation: Jurnal Hubungan Masyarakat*, 2(3), 241–260. <https://doi.org/10.15575/reputation.v2i3.420>
- Riyanto, S., & Kurniawati, I. D. (2018). Rancang Bangun Website Desa Kresek Madiun untuk Media Informasi Potensi Wisata Alam dan Kuliner. *JUSIKOM PRIMA (Jurnal Sistem Informasi Ilmu Komputer Prima)*, 1(2), 43–48.
- Sari, D. M., Fitriani, N., & Arfiani, M. (2021). Penerapan Marketing Branding Strategy pada Unit Usaha Mikro Kecil Pondok Yatim Binaan Human. *Jurnal Batoboh*, 6(2), 119–135.
- Wanda, S. S. (2017). Efektivitas Pemanfaatan Website dalam Rangka Promosi Produk dan Peningkatan Penjualan Studi Kasus PT Amonindo Utama. *PROSISKO (Jurnal Pengembangan Riset Dan Observasi Sistem Komputer)*, 4(2), 107–117. <https://repository.nusamandiri.ac.id/index.php/repo/viewitem/14763>
- Widyanto, M., & Athanasius, S. S. (2021). Efektifitas Media Digital dalam Komunikasi Pemasaran Menurut Konsumen di Semarang (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNIKA Soegijapranata). *JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 4(1), 52–72. <https://doi.org/10.24167/jemap.v3i2.2834>
- Wirytinoyo, M., Budiyo, H., Akhyaruddin, Setyonegoro, A., & Priyanto. (2020). Pemanfaatan Website sebagai Media Promosi dan Sumber Belajar di Sekolah Menengah. *Jurnal Abdi Pendidikan*, 01(1), 1–5