

Pemanfaatan Media Digital Berbasis *Website* Interaktif dalam Promosi Objek Wisata Telaga Ngebel

Utilization of Interactive Website-Based Digital Media in Promoting the Telaga Ngebel Tourist Attraction

Rizky Anugrah¹, Eralangga Dwi Cahyo², Hikam Ibnu Khalid³, Firman Ardiansyah⁴

^{1,2,3,4}Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Darussalam Gontor
¹mubammadrizqianugrah42@student.cs.unida.gontor.ac.id, ²erlanggadwicahyo39@student.cs.unida.gontor.ac.id*,
³hikamibnukhalid35@student.cs.unida.gontor.ac.id*,
⁴firmannardiansyahputra70@student.cs.unida.gontor.ac.id*

Abstract

The development of information technology has encouraged the use of digital media as a strategic tool for tourism promotion. Websites not only function as information providers but also as interactive media capable of enhancing user engagement and experience. Telaga Ngebel is one of the leading tourist destinations in Ponorogo Regency with significant natural and cultural potential; however, the utilization of interactive digital media for tourism promotion remains suboptimal. This study aims to utilize an interactive website-based digital medium as a promotional tool for the Telaga Ngebel tourist destination. The research employs a system development methodology consisting of requirements analysis, system design, website development, and functional testing stages. The website is developed using front-end technologies, including HTML, CSS, and JavaScript, adopting a semi-dynamic static concept and is equipped with interactive features such as dynamic navigation, an interactive photo gallery, location maps, a trip planner, and simulated user reviews. The results indicate that the developed interactive website is able to present tourism information in a more engaging, informative, and accessible manner, thereby potentially increasing tourists' interest and engagement in exploring the Telaga Ngebel tourist destination. Thus, the utilization of interactive website-based digital media can serve as an effective solution to support local tourism promotion in the digital era.

Keywords — *Interactive Website, Digital Media, Tourism Promotion, Telaga Ngebel, Digital Tourism*

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong pemanfaatan media digital sebagai sarana strategis dalam promosi pariwisata. Website tidak hanya berperan sebagai media penyedia informasi, tetapi juga sebagai media interaktif yang mampu meningkatkan keterlibatan dan pengalaman pengguna. Telaga Ngebel merupakan salah satu objek wisata unggulan Kabupaten Ponorogo yang memiliki potensi alam dan budaya yang besar, namun pemanfaatan media digital interaktif dalam promosi wisata masih belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk memanfaatkan media digital berbasis website interaktif sebagai sarana promosi objek wisata Telaga Ngebel. Metode yang digunakan adalah metode pengembangan sistem yang meliputi tahap analisis kebutuhan, perancangan sistem, pengembangan website, serta pengujian fungsional. Website dikembangkan menggunakan teknologi front-end berupa HTML, CSS, dan JavaScript dengan konsep statis semi dinamis serta dilengkapi fitur interaktif seperti navigasi dinamis, galeri foto interaktif, peta lokasi, perencanaan perjalanan (trip planner), dan simulasi ulasan pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa website interaktif yang dikembangkan mampu menyajikan informasi wisata secara lebih menarik, informatif, dan mudah diakses, sehingga berpotensi meningkatkan minat serta keterlibatan wisatawan dalam mengenal objek wisata Telaga Ngebel. Dengan demikian, pemanfaatan media digital berbasis website interaktif dapat menjadi solusi efektif dalam mendukung promosi pariwisata lokal secara digital.

Kata Kunci — *Website Interaktif, Media Digital, Promosi Pariwisata, Telaga Ngebel, Pariwisata Digital*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam strategi promosi pariwisata[1], [2], [3]. Pemanfaatan media digital memungkinkan penyebaran informasi destinasi wisata secara lebih luas, cepat, dan interaktif dibandingkan dengan media konvensional[1], [2], [4]. Website pariwisata, khususnya yang bersifat interaktif, berperan penting sebagai pusat informasi digital yang mampu menyajikan konten wisata secara terstruktur, menarik, dan mudah diakses oleh calon wisatawan kapan saja dan dari mana saja. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penggunaan website interaktif dapat meningkatkan daya tarik destinasi, memperluas jangkauan promosi, serta mendorong minat kunjungan wisatawan secara signifikan[5], [6], [7], [8].

Sejumlah studi sebelumnya menegaskan bahwa media digital berbasis website memiliki peran strategis dalam promosi pariwisata daerah. Wulandari (2025) menyatakan bahwa digitalisasi promosi melalui website mampu meningkatkan daya saing destinasi wisata di era digital. Penelitian oleh Herlina (2025) menunjukkan bahwa website pariwisata dengan fitur interaktif seperti galeri foto, peta digital, dan informasi destinasi yang terintegrasi dapat berfungsi sebagai media promosi yang efektif dan informatif[5]. Selain itu, Augustine et al. (2025) membuktikan bahwa website interaktif mampu memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan citra positif destinasi wisata lokal. Temuan-temuan tersebut diperkuat oleh Safika et al. (2025) dan Rahayu et al. (2024) yang menekankan bahwa media digital interaktif, termasuk website dan virtual tour, memberikan pengalaman yang lebih menarik dan meningkatkan keterlibatan pengguna dalam eksplorasi destinasi wisata[5], [6], [9].

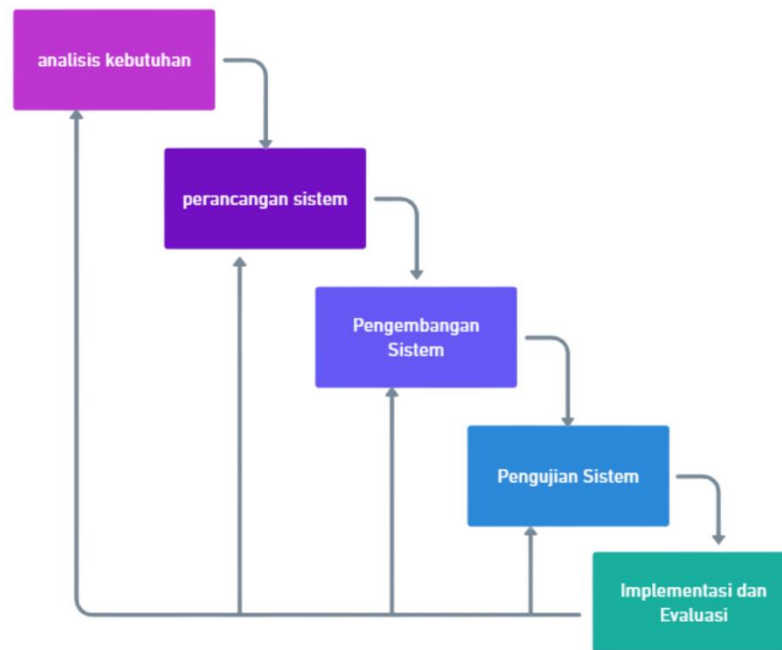
Telaga Ngebel merupakan salah satu destinasi wisata unggulan di Kabupaten Ponorogo yang memiliki potensi alam dan budaya yang besar. Keindahan danau alami yang dikelilingi perbukitan, serta keberagaman aktivitas wisata yang ditawarkan, menjadikan Telaga Ngebel sebagai tujuan wisata yang potensial untuk dikembangkan lebih lanjut. Namun demikian, promosi wisata Telaga Ngebel masih didominasi oleh media konvensional dan pemanfaatan media digital yang belum terintegrasi secara optimal. Informasi wisata yang tersedia cenderung tersebar, kurang interaktif, dan belum mampu memberikan pengalaman digital yang menarik bagi calon wisatawan.

Beberapa penelitian terkait promosi pariwisata daerah menunjukkan bahwa keterbatasan media digital yang interaktif menjadi salah satu faktor penghambat optimalisasi promosi wisata lokal[10], [11], [12]. Jailan dan Buamona (2025) mengungkapkan bahwa penggunaan website pariwisata yang tidak dikelola secara optimal menyebabkan rendahnya efektivitas promosi digital. Sementara itu, Bakade dan Iskandar (2024) menegaskan bahwa website promosi pariwisata yang dirancang dengan struktur informasi yang jelas dan fitur interaktif mampu membantu wisatawan dalam menentukan destinasi wisata secara lebih mudah. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan akan media promosi digital berbasis website yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga interaktif dan berorientasi pada pengalaman pengguna.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan pengembangan media promosi pariwisata berbasis website interaktif yang mampu menyajikan informasi wisata secara menarik, terstruktur, dan mudah diakses. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan media digital berbasis website interaktif sebagai sarana promosi destinasi wisata Telaga Ngebel. Website yang dikembangkan dilengkapi dengan fitur interaktif seperti navigasi dinamis, galeri foto interaktif, peta lokasi, perencanaan perjalanan, dan simulasi ulasan pengguna. Diharapkan, pengembangan website interaktif ini dapat menjadi solusi efektif dalam mendukung promosi pariwisata Telaga Ngebel serta meningkatkan minat dan keterlibatan wisatawan di era digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode **pengembangan sistem (System Development Method)** dengan pendekatan **Waterfall**[6], [13]. Metode Waterfall dipilih karena memiliki tahapan yang terstruktur, sistematis[6], [13], dan mudah diterapkan dalam pengembangan media digital berbasis website. Pendekatan ini sesuai untuk penelitian yang berfokus pada perancangan dan pengembangan website interaktif sebagai media promosi pariwisata. Alur tahapan penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Tahapan Penelitian

Analisis Kebutuhan

Tahap analisis kebutuhan bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan serta kebutuhan sistem yang akan dikembangkan. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan informasi terkait objek wisata Telaga Ngebel, kebutuhan pengguna (wisatawan), serta jenis konten dan fitur yang diperlukan dalam website promosi. data kebutuhan guna perancangan website ada di table 1.

Tabel 1. Data Kebutuhan Website Wisata

No	Kategori Data	Jenis Data	Deskripsi Data	Sumber Data	Metode Pengumpulan	Digunakan untuk Fitur
1	Profil Wisata	Nama Objek Wisata	Nama resmi objek wisata	Pengelola Wisata	Observasi & Studi Literatur	Halaman Beranda & Tentang
2	Profil Wisata	Deskripsi Wisata	Gambaran umum Telaga Ngebel	Dinas Pariwisata / Website Resmi	Studi Literatur	Halaman Tentang
3	Daya Tarik	Aktivitas Wisata	Daftar aktivitas wisata (perahu, foto, dll)	Observasi Lapangan	Observasi	Halaman Daya Tarik
4	Kuliner	Kuliner Khas	Makanan khas di kawasan wisata	UMKM / Warga Lokal	Wawancara	Halaman Kuliner
5	Fasilitas	Fasilitas Umum	Parkir, toilet, mushola	Pengelola Wisata	Observasi	Peta & Fasilitas
6	Lokasi	Peta Lokasi	Koordinat & rute menuju lokasi	Google Maps	Studi Literatur	Halaman Lokasi
7	Pengguna	Kebutuhan Pengguna	Informasi yang dibutuhkan wisatawan	Wisatawan	Kuesioner	Perancangan UI/UX
8	Media	Foto & Gambar	Foto Telaga Ngebel dan aktivitas	Dokumentasi Pribadi	Observasi	Galeri Interaktif
9	Interaksi	Preferensi Pengguna	Minat & aktivitas favorit	Wisatawan	Kuesioner	Trip Planner

Perancangan Sistem

Tahap perancangan sistem dilakukan setelah proses analisis kebutuhan untuk menerjemahkan kebutuhan pengguna ke dalam bentuk rancangan website yang akan dikembangkan. Website “Go To Ngebel” dirancang sebagai website statis semi dinamis yang berfungsi sebagai media promosi pariwisata Telaga Ngebel dengan menekankan aspek interaktivitas dan kemudahan akses informasi.

Website menggunakan arsitektur client-side, di mana seluruh proses interaksi pengguna dijalankan pada sisi browser tanpa melibatkan server backend. Konten utama disajikan secara statis menggunakan HTML, sedangkan fitur interaktif seperti navigasi dinamis, galeri foto interaktif, penyaringan konten, dan simulasi perencanaan perjalanan (trip planner) diimplementasikan menggunakan JavaScript. Data sementara seperti preferensi pengguna disimpan menggunakan *local storage*.

Struktur website dirancang menggunakan pendekatan single page website dengan menu utama yang terdiri dari Beranda, Tentang Telaga Ngebel, Daya Tarik Wisata, Kuliner dan Fasilitas, Galeri, Lokasi dan Akses, serta Kontak dan Ulasan. Struktur ini bertujuan untuk memudahkan pengguna dalam menjelajahi informasi wisata secara cepat dan terstruktur.

Perancangan alur interaksi pengguna difokuskan pada pengalaman pengguna (user experience). Pengguna dapat berpindah antarbagian melalui navigasi *smooth scrolling*, melihat detail informasi melalui elemen kartu (card), serta berinteraksi dengan galeri foto melalui tampilan *popup* atau *modal*. Fitur perencanaan perjalanan dirancang untuk memberikan rekomendasi aktivitas wisata berdasarkan preferensi pengguna secara simulatif.

Dari sisi antarmuka pengguna, website dirancang dengan tema visual yang merepresentasikan alam dan wisata, menggunakan kombinasi warna hijau dan biru. Tata letak dirancang responsif agar dapat diakses dengan baik pada berbagai perangkat. Perancangan sistem juga mempertimbangkan aspek aksesibilitas dan kemudahan penggunaan dengan menampilkan informasi secara ringkas dan jelas.

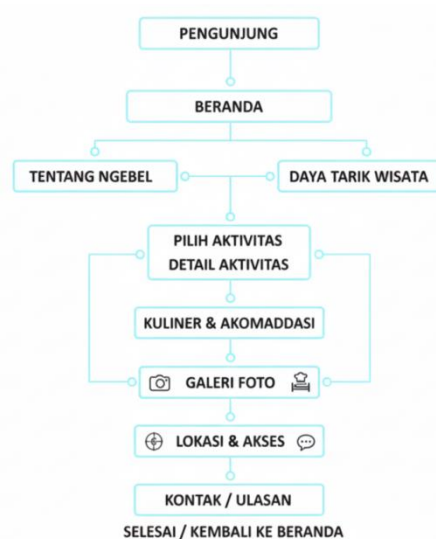
yang digunakan dalam perancangan sistem meliputi HTML sebagai struktur halaman, CSS untuk pengaturan tampilan, dan JavaScript untuk interaktivitas. Seluruh rancangan sistem ini disesuaikan dengan tujuan penelitian, yaitu memanfaatkan media digital berbasis website interaktif sebagai sarana promosi objek wisata Telaga Ngebel yang informatif, menarik, dan mudah diakses oleh wisatawan.

Pengembangan Sistem

Sistem yang dibangun berupa website pariwisata interaktif dengan konsep statis semi dinamis yang dikembangkan menggunakan teknologi front-end. Website dirancang untuk mendukung promosi objek wisata Telaga Ngebel melalui penyajian informasi yang interaktif dan mudah diakses. Pengembangan sistem dilakukan dengan mengimplementasikan rancangan sistem yang telah disusun pada tahap sebelumnya.

Pengembangan website dilakukan dengan memanfaatkan teknologi front-end. HTML (HyperText Markup Language) digunakan sebagai struktur utama dalam menyusun halaman website, meliputi halaman beranda, informasi objek wisata, deskripsi Telaga Ngebel, serta struktur navigasi. CSS (Cascading Style Sheets) digunakan untuk mengatur tampilan visual website, termasuk tata letak halaman, kombinasi warna, tipografi, dan desain responsif agar website dapat diakses dengan baik pada berbagai perangkat. Sementara itu, JavaScript digunakan untuk menambahkan interaktivitas pada website, seperti navigasi dinamis, galeri foto interaktif, penyaringan konten, serta simulasi perencanaan perjalanan (trip planner)..

Seluruh proses interaksi pengguna dijalankan pada sisi klien (*client-side*), tanpa melibatkan server backend atau basis data. Pendekatan ini dipilih untuk menjaga efisiensi sistem serta memastikan website dapat diakses secara ringan dan cepat.



Gambar 2. Flowchart Web Go To Ngebel

Evaluasi Model

Website interaktif “Go To Ngebel” diimplementasikan sebagai media promosi pariwisata berbasis web yang dapat diakses melalui peramban tanpa instalasi tambahan. Seluruh fitur dijalankan pada sisi klien (*client-side*) menggunakan teknologi HTML, CSS, dan JavaScript.

Evaluasi sistem dilakukan untuk memastikan website interaktif “Go To Ngebel” berjalan sesuai dengan tujuan pengembangan. Evaluasi mencakup pengujian fungsionalitas menggunakan metode Black Box Testing untuk memastikan seluruh fitur, seperti navigasi menu, galeri interaktif, penyaringan konten, trip planner, dan fitur ulasan, dapat berfungsi dengan baik. Selain itu, dilakukan pengujian aksesibilitas dan responsivitas pada beberapa peramban dan ukuran layar guna memastikan tampilan website tetap konsisten dan mudah digunakan oleh pengguna pada berbagai perangkat.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa website berfungsi dengan baik dan layak digunakan sebagai media promosi objek wisata Telaga Ngebel

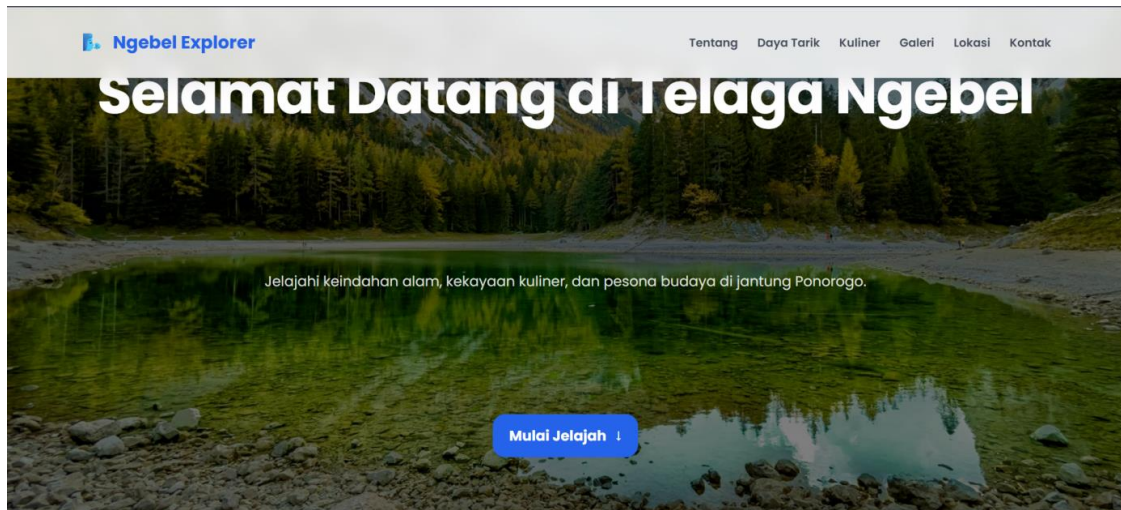
Hasil dan Pembahasan

Bab ini membahas hasil implementasi website interaktif “Go To Ngebel”, hasil pengujian sistem, serta pembahasan mengenai efektivitas website sebagai media promosi pariwisata digital berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.

Hasil Implementasi Website

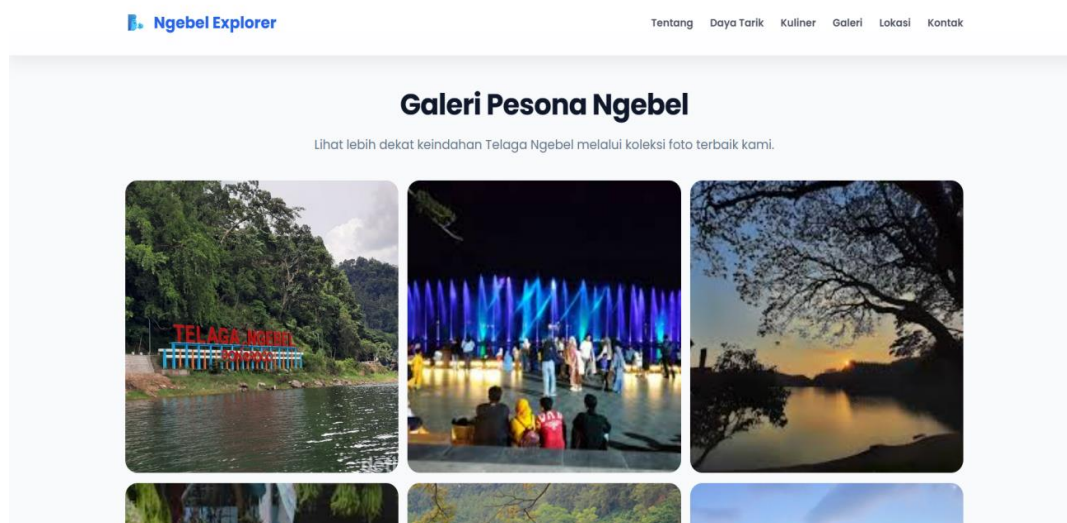
Hasil dari penelitian ini berupa sebuah website promosi pariwisata Telaga Ngebel yang dikembangkan sebagai media digital interaktif untuk menyajikan informasi wisata secara terstruktur dan mudah diakses. Website ini dirancang untuk menampilkan informasi utama mengenai destinasi wisata Telaga Ngebel, meliputi deskripsi objek wisata, daya tarik utama, serta fasilitas pendukung yang tersedia bagi wisatawan.

Tampilan halaman utama website menampilkan gambaran umum destinasi wisata Telaga Ngebel dengan visual yang menarik dan navigasi yang sederhana, sehingga memudahkan pengguna dalam mengakses informasi yang dibutuhkan. Tampilan halaman utama website ditunjukkan pada Gambar 3, yang memperlihatkan susunan menu navigasi dan konten utama sebagai pintu masuk informasi wisata. Desain antarmuka dibuat dengan memperhatikan kemudahan penggunaan (*user-friendly*) agar dapat diakses oleh berbagai kalangan pengguna.



Gambar 3. Halaman Beranda

Website juga dilengkapi dengan fitur galeri foto interaktif yang berfungsi untuk menampilkan dokumentasi visual objek wisata Telaga Ngebel. Melalui fitur ini, pengguna dapat melihat foto-foto destinasi wisata secara lebih detail, sehingga memperoleh gambaran visual mengenai kondisi dan daya tarik wisata sebelum melakukan kunjungan. Tampilan galeri foto interaktif pada website ditunjukkan pada Gambar 4. Keberadaan fitur ini diharapkan mampu meningkatkan ketertarikan pengguna terhadap destinasi wisata yang ditampilkan.



Gambar 4. Tampilan Galeri Interaktif

Website berhasil mengintegrasikan berbagai informasi wisata Telaga Ngebel secara terstruktur, meliputi profil destinasi, daya tarik wisata, kuliner dan fasilitas, galeri foto, serta informasi lokasi dan akses. Implementasi website ini sejalan dengan penelitian Djamaludin et al. yang menyatakan bahwa digitalisasi promosi wisata berbasis media digital mampu meningkatkan eksposur dan pemahaman wisatawan terhadap potensi lokal secara lebih luas dan berkelanjutan.

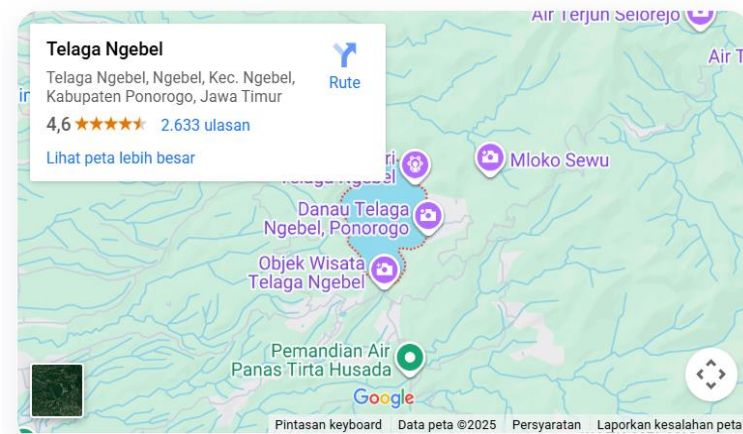
Website dapat diakses melalui peramban tanpa memerlukan instalasi aplikasi tambahan dan dapat berjalan dengan baik pada perangkat desktop maupun perangkat bergerak. Hal ini menunjukkan bahwa website telah berhasil diimplementasikan sebagai media promosi pariwisata digital yang ringan, mudah diakses, dan informatif.

Hasil Pengujian Sistem

Hasil pengujian sistem menunjukkan bahwa fitur navigasi menu berfungsi dengan baik dan mampu mengarahkan pengguna ke bagian halaman yang sesuai. Fitur galeri foto interaktif berhasil menampilkan dokumentasi wisata melalui tampilan popup atau modal. Selain itu, fitur perencanaan perjalanan (trip planner) mampu menampilkan simulasi rekomendasi aktivitas wisata berdasarkan preferensi pengguna, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 5. Website juga dilengkapi dengan peta lokasi objek wisata Telaga Ngebel yang terintegrasi dengan Google Maps untuk memudahkan pengguna dalam mengetahui rute dan akses menuju lokasi, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 6.



Gambar 5. Tampilan Galeri Trip Planer



Gambar 6. Tampilan Peta Lokasi Objek Wisata Ngebel

Hasil pengujian menunjukkan bahwa fitur navigasi menu berfungsi dengan baik dan mampu mengarahkan pengguna ke bagian halaman yang sesuai. Fitur galeri foto interaktif mampu menampilkan dokumentasi wisata melalui tampilan *popup* atau *modal*. Selain itu, fitur penyaringan konten berhasil menampilkan informasi daya tarik wisata dan kuliner berdasarkan kategori yang dipilih pengguna.

Website juga dilengkapi dengan fitur **perencanaan perjalanan (trip planner)** yang mampu menampilkan simulasi rekomendasi aktivitas wisata berdasarkan preferensi pengguna. Pengujian responsivitas menunjukkan bahwa tampilan website tetap konsisten dan dapat diakses dengan baik pada berbagai ukuran layar. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa website layak digunakan sebagai media promosi wisata digital Telaga Ngebel.

Pembahasan

Pengembangan website promosi pariwisata Telaga Ngebel pada penelitian ini menunjukkan bahwa media digital berbasis website interaktif mampu menjadi sarana promosi yang efektif dalam menyajikan informasi wisata secara terstruktur dan menarik [2], [7], [8]. Website yang dikembangkan tidak hanya berfungsi sebagai media penyedia informasi, tetapi juga sebagai media interaktif yang mendorong keterlibatan pengguna melalui fitur-fitur visual dan navigasi yang mudah digunakan. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa website pariwisata berperan sebagai pusat informasi digital yang dapat meningkatkan daya tarik destinasi wisata di era digital.

Hasil implementasi website menunjukkan bahwa fitur navigasi dinamis dan tampilan antarmuka yang sederhana namun informatif mampu memudahkan pengguna dalam mengakses berbagai informasi wisata [5], [6]. Tampilan halaman utama website yang ditunjukkan pada **Gambar 3** memperlihatkan penyajian informasi destinasi secara ringkas dan visual, sehingga pengguna dapat dengan cepat memahami gambaran umum objek wisata Telaga Ngebel. Temuan ini mendukung penelitian Wulandari (2025) dan Augustine et al. (2025) yang menyatakan bahwa tampilan website yang terstruktur dan user-friendly dapat meningkatkan ketertarikan wisatawan terhadap destinasi wisata lokal.

Selain itu, keberadaan galeri foto interaktif memberikan pengalaman visual yang lebih mendalam bagi pengguna dalam mengeksplorasi potensi wisata Telaga Ngebel. Galeri foto yang ditampilkan pada **Gambar 4** memungkinkan pengguna melihat dokumentasi objek wisata secara lebih detail, sehingga dapat membangun persepsi positif terhadap destinasi wisata sebelum melakukan kunjungan. Hal ini sejalan dengan temuan Herlina (2025) dan Bakade & Iskandar (2024) yang menyebutkan bahwa visualisasi destinasi melalui media digital berperan penting dalam meningkatkan daya tarik dan citra pariwisata.

Fitur perencanaan perjalanan (*trip planner*) yang diimplementasikan dalam website memberikan nilai tambah dibandingkan media promosi konvensional. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk melakukan simulasi perencanaan kunjungan berdasarkan preferensi tertentu, seperti durasi perjalanan dan aktivitas wisata. Tampilan fitur perencanaan perjalanan ditunjukkan pada **Gambar 5**. Keberadaan fitur ini mendukung penelitian Safika et al. (2025) dan Rahayu et al. (2025) yang menegaskan bahwa media digital interaktif, termasuk fitur simulasi perjalanan dan virtual tour, mampu meningkatkan keterlibatan pengguna serta membantu wisatawan dalam mengambil keputusan perjalanan [14], [15].

Integrasi peta lokasi digital pada website juga memberikan kemudahan bagi pengguna dalam mengetahui letak dan akses menuju Telaga Ngebel [8], [10]. Peta lokasi yang ditampilkan pada **Gambar 6** memudahkan wisatawan dalam merencanakan rute perjalanan secara mandiri. Temuan ini sejalan dengan penelitian Jailan dan Buamona (2025) yang menyatakan bahwa penyediaan informasi lokasi dan aksesibilitas melalui website pariwisata dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan dalam merencanakan kunjungan.

Berdasarkan hasil pengujian fungsional, seluruh fitur website dapat berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan pengembangan. Website mampu menyajikan informasi wisata secara informatif, interaktif, dan mudah diakses oleh pengguna. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan penelitian

sebelumnya yang menyatakan bahwa pemanfaatan website sebagai media promosi pariwisata digital dapat menjadi solusi efektif dalam meningkatkan daya tarik destinasi wisata lokal. Website promosi pariwisata Telaga Ngebel yang dikembangkan diharapkan dapat mendukung upaya promosi wisata daerah secara berkelanjutan di era digital.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan, pengembangan, pengujian, dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa media digital berbasis website interaktif “Go To Ngebel” berhasil dikembangkan sebagai sarana promosi objek wisata Telaga Ngebel. Website ini dirancang menggunakan konsep statis semi dinamis dengan memanfaatkan teknologi HTML, CSS, dan JavaScript untuk menyajikan informasi wisata secara terstruktur, informatif, dan interaktif.

Website “Go To Ngebel” mampu mengintegrasikan berbagai informasi penting terkait objek wisata Telaga Ngebel, meliputi profil destinasi, daya tarik wisata, kuliner dan fasilitas, galeri foto, informasi lokasi, serta fitur perencanaan perjalanan. Hasil pengujian sistem menggunakan metode Black Box Testing menunjukkan bahwa seluruh fitur website berjalan dengan baik dan dapat diakses pada berbagai perangkat dan peramban.

Dengan demikian, pemanfaatan media digital berbasis website interaktif berpotensi mendukung promosi pariwisata Telaga Ngebel secara digital serta melengkapi peran media sosial dalam penyampaian informasi wisata yang terintegrasi dan berkelanjutan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pengembangan website selanjutnya dapat dilakukan dengan menambahkan basis data dan backend agar pengelolaan konten menjadi lebih dinamis. Selain itu, pengujian lanjutan yang melibatkan pengguna secara langsung perlu dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan dan efektivitas website dalam meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Integrasi dengan media sosial serta penambahan fitur agenda wisata dan reservasi online juga dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan fungsi website sebagai pusat informasi wisata digital.

Daftar Pustaka

- [1] D. P. Wulandari, “Tourism Promotion Strategy Analysis: Increasing Destination Attractiveness in the Digital Era,” *MSJ: Majority Science Journal*, vol. 3, no. 1, pp. 163–173, Feb. 2025, doi: 10.61942/msj.v3i1.330.
- [2] R. Yulita, S. Ali, F. Saptiani, I. A. Bisnis, and U. Lampung, “PERAN MEDIA DIGITAL DALAM PROMOSI PARIWISATA OLEH PEMERINTAH INDONESIA (STUDI PADA BEBERAPA WEBSITE PEMERINTAH INDONESIA) THE ROLE OF DIGITAL MEDIA IN TOURISM PROMOTION (STUDY AT SEVERAL INDONESIAN GOVERNMENT WEBSITES).”
- [3] M. Danyal, T. Damayanti, and H. K. Liestiandre, “Digital Marketing Approaches For Tourism Growth: A Study of Puncak Bila, Sidrap,” *Journal of Islamic Economic and Business*, vol. 7, no. 4, p. 2025, [Online]. Available: <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/alkharaj>
- [4] M. Taali *et al.*, “Digitalisasi Booklet Interaktif: Inovasi Promosi untuk Meningkatkan Popularitas Pariwisata Daerah,” *Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH)*, vol. 5, no. 11, 2025.
- [5] H. Herlina and R. Rhamadan, “Merajut Pesona Sumur Kumbang di Dunia Maya: Perancangan website Pariwisata sebagai Strategi Promosi Digital,” *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, vol. 6, no. 02, pp. 262–270, Nov. 2025, doi: 10.24967/jams.v6i02.4527.
- [6] A. Fajri Bakade and E. Iskandar, “PERANCANGAN WEBSITE PROMOSI PARIWISATA BERBASIS WORDPRESS DI KABUPATEN BANGGAI KEPULAUAN DESIGN OF TOURISM PROMOTION WEBSITE BASED ON WORDPRESS IN BANGGAI ISLANDS REGENCY,” *Journal of Information Technology and Computer Science (INTECOMS)*, vol. 8, no. 3, p. 2025.
- [7] H. Santoso and L. Hakim, “Website Promosi Pariwisata: Solusi Digital untuk Eksplorasi Potensi Desa,” *JPM: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, vol. 6, no. 1, 2025, doi: 10.47065/jpm.v6i1.2470.

- [8] P. C. Agustine, J. Adistya, R. A. Fatwa, A. Monalisa, F. A. Muzadi, and A. Mauliza, "PEMANFAATAN WEBSITE INTERAKTIF SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN DAYA TARIK BATU BELIMBING MELALUI PROGRAM KKN KEDISINIAN DI DESA KELABAT", doi: 10.31604/jpm.v8i10.3933-3938.
- [9] R. Z. Alhamri *et al.*, "Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Mengembangkan Promosi Wisata Kampung Lele Kediri," vol. 6, no. 1, p. 2021, [Online]. Available: <https://kampunglelekediri.com>,
- [10] U. Bumi and H. T. Abstract, "Pemanfaatan Media Digital Oleh Dinas Pariwisata Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Provinsi Maluku Utara Putri Nurdiana Jailan, Rahima Buamona," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, vol. 11, no. 9, pp. 298–307, 2025.
- [11] N. Komang Ary Dharma Pertiwi, N. Wayan Sukerti, L. Masdarini, and F. Teknik dan Kejuruan, "STRATEGI PROMOSI DESA WISATA SUDAJI BERBASIS PLATFORM DIGITAL," *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, vol. 21, no. 1, 2024, [Online]. Available: <https://www.sudajitourism.com>,
- [12] R. Hidayatullah *et al.*, "Pelatihan Pemanfaatan Website Aplikasi Destinasi Wisata untuk Meningkatkan Daya Tarik dan Kinerja Dinas Pariwisata Rokan Hulu".
- [13] T. A. Syahrani, K. Audya, N. Amelia, R. A. Htb, and H. Kurniawan, "Pengembangan Website Media Promosi Pariwisata Super Prioritas Indonesia Berbasis Web," 2025.
- [14] A. Wahyuni Arsyad, K. Arum Sary, K. Molekandella Boer, I. Komunikasi, A. Bisnis, and Ilmu Komunikasi, "JURNAL MEDIA INFORMATIKA [JUMIN] Indonesia Virtual tour Sebagai Media Komunikasi Digital Untuk Mempromosikan Pariwisata Indonesia," 2025.
- [15] S. Rahayu, S. Yanuar, and Y. Bustomi, "Optimizing Tourism Promotion for Situ Bagendit Through Innovation in a Web-Based Virtual Tour Application," *Teknika*, vol. 13, no. 3, pp. 380–387, Sep. 2024, doi: 10.34148/teknika.v13i3.1037.