



Desain dan Implementasi Website Sebagai Media Promosi Wisata Budaya di Kampung Adat Tarung Sumba Barat

Mardiana Tena Bolo^{1*}, Yulius Nahak Tetik², Maria Wilda Malo³

¹⁻³Teknik Informatika, Universitas Stella Maris Sumba, Indonesia

*Penulis Korespondensi: mardianatenabolo761@gmail.com

Abstract. *The development of digital technology affects tourism promotion strategies. Promotion of cultural tourism in remote areas. The Tarung Traditional Village (KA) is one of the trains located in West Sumba district that has cultural heritage and historical value but still cannot be promoted properly due to the lack of digital media. Therefore, the researcher created a website as a medium for promoting cultural tourism destinations for Tarung Train. The system development method applied is the waterfall model with phases of needs analysis, system design, implementation, and testing. Information collections are carried out through literature studies, observations with traditional and community managers, and direct interviews. The process of developing this system must be able to meet the community's information needs related to the profile of customary areas, customary houses, customary ceremonies, photo galleries and tour guides of the Tarung Train. The result of this research is to get promotional media for the Tarung Train in the form of an informative site about the potential of the Tarung Train containing train profiles, traditional houses, traditional ceremonies, photo galleries, and tourist guides. As well as promotion in the form of a website that is able to increase access to information from the general public and also introduce cultural image.*

Keywords: *Cultural Tourism; Digital Promotion; Local Culture; Tourism Development; West Sumba.*

Abstrak. Perkembangan teknologi digital mempengaruhi strategi promosi pariwisata. Promosi pariwisata budaya kawasan terpencil. Kampung Adat (KA) Tarung adalah salah satu KA yang terletak di kabupaten Sumba Barat memiliki warisan budaya dan nilai sejarah namun masih belum dapat di promosikan dengan baik karena minim media digital. Oleh karena itu peneliti membuat situs web sebagai media promosi destinasi pariwisata budaya KA Tarung. Metode pengembangan sistem yang diterapkan adalah model waterfall dengan fase analisis kebutuhan, perancangan sistem, implementasi, dan pengujian. Information collections dilakukan melalui studi pustaka, observasi kepada pengelola tradisi dan masyarakat, dan wawancara langsung. Proses pengembangan sistem ini harus dapat memenuhi kebutuhan informasi masyarakat terkait profil daerah adat, rumah adat, upacara adat, foto galeri dan panduan wisata KA Tarung. Hasil dari penelitian ini adalah mendapatkan media promosi KA Tarung berupa situs informatif tentang potensi KA Tarung berisikan profil KA, rumah adat, upacara adat, foto galeri, panduan wisata. Serta promosi berupa situs web mampu meningkatkan akses informasi masyarakat umum dan posisional turut memperkenalkan citra budaya.

Kata kunci: Budaya Lokal; Pariwisata Budaya; Pengembangan Wisata; Promosi Digital; Sumba Barat.

1. LATAR BELAKANG

Pariwisata budaya merupakan salah satu sektor wisata yang memiliki peran penting dalam menjaga identitas budaya lokal sekaligus meningkatkan perekonomian masyarakat. Putri et al. (2024) menyatakan bahwa wisata budaya adalah jenis pariwisata yang menjadikan warisan budaya, tradisi, seni, adat, dan karya manusia sebagai daya tarik utama untuk dipelajari dan dinikmati oleh para pengunjung.

Hendraningrum et al. (2025) menyebutkan bahwa kegiatan pariwisata berbasis budaya, wisatawan dapat memperoleh pengalaman budaya yang autentik, sementara masyarakat lokal memperoleh manfaat ekonomi dari pengembangan ekonomi kreatif dan pariwisata berkelanjutan. Seiring perkembangan teknologi digital, Floričić et al. (2023) mengungkapkan bahwa strategi promosi pariwisata juga mengalami perubahan dari penggunaan media

konvensional seperti brosur atau media cetak menuju pemanfaatan platform digital. Media sosial, website, dan berbagai teknologi internet kini menjadi sarana yang efektif untuk memperluas jangkauan promosi serta meningkatkan daya tarik destinasi wisata budaya di kalangan wisatawan.

Berbagai kajian terkini mengungkapkan bahwa media digital, terutama situs web, memiliki peranan penting dalam menciptakan citra destinasi wisata budaya dan merangsang ketertarikan pengunjung. Melalui visualisasi yang menarik, cerita interaktif, dan informasi autentik, website mampu membangun persepsi positif, meningkatkan emosi calon wisatawan, serta mempermudah akses informasi yang pada akhirnya mendorong keputusan untuk berkunjung (Putra dan Lestari, 2023).

Melalui situs web, pengelola destinasi dapat menyajikan narasi visual dan tekstual yang komprehensif mengenai sejarah, adat istiadat, serta keunikan seni pertunjukan lokal yang tidak sepenuhnya dapat disampaikan melalui media konvensional seperti brosur. Fitur interaktif seperti tur virtual 360 derajat, galeri foto beresolusi tinggi, dan ulasan pengunjung memungkinkan calon wisatawan memperoleh gambaran pengalaman budaya sebelum melakukan kunjungan langsung. Pemanfaatan teknologi digital dalam promosi pariwisata terbukti mampu meningkatkan daya tarik destinasi serta membangun ekspektasi positif wisatawan melalui pengalaman pra-kunjungan berbasis digital (González-Rodríguez et al., 2023).

Selain itu, penyediaan informasi logistik secara daring juga mempermudah perencanaan perjalanan dan meningkatkan keputusan berkunjung (Hassan dan Soliman, 2024). Kampung Adat Tarung yang terletak di Kabupaten Sumba Barat adalah salah satu tempat wisata budaya yang mencerminkan tradisi megalitik, rumah adat khas Sumba, serta upacara adat yang masih dijaga hingga kini. Akan tetapi, potensi itu belum didukung oleh strategi promosi digital yang maksimal. Data terkait Kampung Adat Tarung masih terdistribusi dan tidak dikelola secara terpadu, sehingga menjadi sulit dijangkau oleh pengunjung dari luar daerah maupun internasional. Karena itu, diperlukan platform promosi berbasis web yang dapat menyajikan informasi kebudayaan secara terstruktur, menarik, dan mudah diakses.

Studi ini menghadirkan inovasi dalam penggunaan situs web sebagai alat promosi yang menitikberatkan pada pelestarian nilai-nilai budaya lokal dengan melibatkan pendekatan partisipatif dari masyarakat adat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang dan mengimplementasikan situs web promosi wisata budaya Kampung Adat Tarung serta menganalisis kegunaannya dalam mendukung promosi dan pelestarian budaya.

2. KAJIAN TEORITIS

Sari et al. (2024) mendefinisikan Promosi digital dalam pariwisata sebagai pemanfaatan teknologi informasi untuk menyebarkan informasi destinasi wisata secara interaktif dan berkelanjutan. Website menjadi salah satu media utama karena mampu menampilkan konten multimedia, informasi terstruktur, dan integrasi dengan platform digital lainnya. Dalam konteks wisata budaya, website tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media edukasi dan dokumentasi budaya.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengembangan media digital berbasis website memberikan dampak positif terhadap promosi dan pelestarian wisata budaya. Putra dan Lestari (2023) menegaskan bahwa website pariwisata berperan penting dalam membangun citra destinasi budaya melalui penyajian informasi yang konsisten dan visual yang representatif. Hasil penelitiannya menunjukkan peningkatan minat kunjungan wisatawan setelah implementasi media promosi digital.

Wijaya dan Rahman (2022) dalam penelitiannya mengenai pelestarian warisan budaya berbasis digital menyimpulkan bahwa website mampu menjadi media dokumentasi budaya yang efektif, sekaligus sarana edukasi bagi generasi muda. Penelitian ini menekankan pentingnya konten budaya yang autentik dan mudah dipahami.

Lestari dan Pratama (2023) pada penelitian selanjutnya mengkaji persepsi pengguna terhadap website pariwisata di Indonesia dan menemukan bahwa kemudahan navigasi, kejelasan informasi, serta desain responsif berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan ketertarikan wisatawan. Temuan ini relevan sebagai dasar perancangan antarmuka website Kampung Adat Tarung.

Penelitian oleh Nugroho et al. (2024) menyatakan bahwa promosi wisata berbasis kearifan lokal melalui media digital dapat memperkuat identitas budaya daerah serta mendorong pariwisata berkelanjutan. Keterlibatan masyarakat lokal dalam penyediaan konten menjadi faktor kunci keberhasilan promosi digital.

Sari et al. (2024) dalam studinya mengenai sistem informasi pariwisata berbasis website menyimpulkan bahwa integrasi informasi destinasi, galeri visual, dan panduan wisata dalam satu platform mampu meningkatkan aksesibilitas informasi dan pengalaman pengguna. Penelitian ini menegaskan efektivitas website sebagai media promosi yang efisien dan berbiaya relatif rendah.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengembangan website promosi wisata budaya Kampung Adat Tarung memiliki landasan teoritis yang kuat serta relevan dengan tren promosi pariwisata digital saat ini.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Research and Development (R&D) yang bertujuan menghasilkan produk berupa website promosi wisata budaya sekaligus menguji efektivitasnya. Metode R&D dipilih karena sesuai untuk penelitian yang berorientasi pada pengembangan dan validasi produk berbasis teknologi informasi (Sugiyono, 2021). Penelitian dan Pengembangan (*Research and Development/R&D*) merupakan suatu pendekatan sistematis yang bertujuan untuk menghasilkan produk baru maupun menyempurnakan produk yang telah ada melalui serangkaian tahapan yang terstruktur. Metode ini tidak hanya berfokus pada proses penciptaan inovasi, tetapi juga pada validasi dan penyempurnaan produk agar sesuai dengan kebutuhan pengguna. Selain itu, penelitian pengembangan dikategorikan sebagai jenis penelitian yang berperan sebagai penghubung antara penelitian dasar (*basic research*) dan penelitian terapan (*applied research*), sehingga mampu menjembatani kesenjangan antara pengembangan teori dan implementasi praktis di lapangan (Borg & Gall, 2003; Sugiyono, 2019)

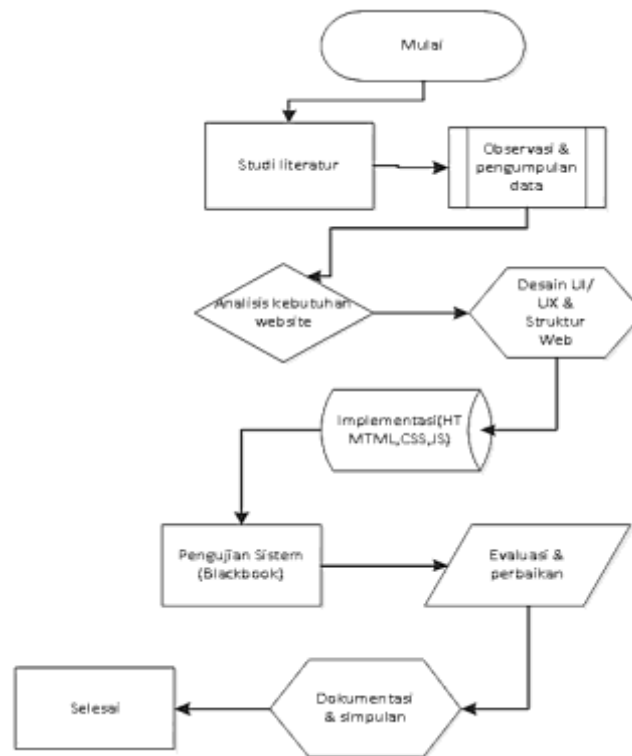
Model pengembangan yang digunakan adalah model waterfall, yang terdiri atas tahapan analisis kebutuhan, perancangan sistem, implementasi, dan pengujian. Model waterfall dipilih karena memiliki alur kerja yang sistematis dan terstruktur, sehingga memudahkan pengendalian setiap tahapan pengembangan sistem (Pressman dan Maxim, 2020)

Tahap analisis kebutuhan dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara dengan pengelola serta masyarakat Kampung Adat Tarung untuk mengidentifikasi kebutuhan informasi dan fitur website. Teknik pengumpulan data kualitatif seperti observasi dan wawancara dinilai efektif dalam menggali kebutuhan pengguna pada pengembangan sistem informasi berbasis web (Creswell dan Poth, 2018)

Tahap perancangan sistem meliputi perancangan struktur navigasi, desain antarmuka pengguna, serta pemodelan alur sistem. Perancangan antarmuka yang berfokus pada kemudahan penggunaan dan aksesibilitas informasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan kualitas website pariwisata (Lestari dan Pratama, 2023)

Tahap implementasi menurut Sommerville (2020) dilakukan dengan mengembangkan website menggunakan teknologi web yang bersifat responsif agar dapat diakses melalui berbagai perangkat. Selanjutnya, tahap pengujian dilakukan menggunakan pengujian fungsional (*black box testing*) untuk memastikan seluruh fitur berjalan sesuai dengan kebutuhan pengguna, sebagaimana direkomendasikan dalam pengujian perangkat lunak berbasis web.

Diagram Alir Penelitian



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Identifikasi Permasalahan dan Kebutuhan Sistem

Berdasarkan hasil observasi awal, wawancara dengan penduduk sekitar, serta analisis dokumentasi mengenai potensi wisata budaya di Kampung Adat Tarung, Kabupaten Sumba Barat, teridentifikasi beberapa masalah utama yang menjadi alasan perlunya pengembangan situs web sebagai media promosi wisata budaya. Kampung Adat Tarung menyimpan warisan budaya yang khas, termasuk rumah tradisional, upacara adat, kain tenun Sumba yang terkenal, serta beragam peninggalan budaya dengan nilai yang tinggi. Namun, potensi itu belum didukung oleh sistem pemasaran digital yang cukup baik.

Hasil analisis Kebutuhan Sistem

Tabel 1. Kebutuhan Fungsional Sistem.

No Kebutuhan Fungsional	Deskripsi
1 Halaman Beranda	Sistem menampilkan halaman utama yang berisi gambaran umum Kampung Adat Tarung dan informasi singkat wisata budaya.
2 Informasi Profil Kampung Adat	Sistem menyediakan informasi sejarah, budaya, dan keunikan Kampung Adat Tarung.

No	Kebutuhan Fungsional	Deskripsi
3	Galeri Foto dan Video	Sistem menampilkan dokumentasi visual berupa foto dan video kegiatan adat serta objek wisata budaya.
4	Berita dan Artikel Budaya	Sistem menyajikan berita terbaru, agenda acara adat, serta artikel budaya yang berkaitan dengan kampung adat.
5	Form Kontak dan Testimoni	Sistem menyediakan fitur bagi pengunjung untuk menghubungi pengelola atau memberikan pesan dan saran.
6	Login Admin	Sistem menyediakan autentikasi admin untuk mengelola konten website.
7	Manajemen Konten (CRUD)	Admin dapat menambah, mengubah, dan menghapus data seperti berita, galeri, dan informasi wisata.
8	Responsif di Berbagai Perangkat	Website dapat diakses dengan baik melalui komputer, tablet, maupun smartphone.

Tabel 2. Kebutuhan Non - Fungsional Sistem.

No	Kebutuhan Non-Fungsional	Deskripsi
1	Kemudahan (Usability) Penggunaan	Website harus mudah digunakan oleh wisatawan maupun admin dengan tampilan antarmuka yang sederhana dan informatif.
2	Keamanan Sistem (Security)	Sistem harus memiliki mekanisme login yang aman untuk admin agar tidak mudah diakses pihak tidak bertanggung jawab.
3	Kinerja (Performance)	Website harus mampu menampilkan halaman dengan cepat meskipun memuat banyak gambar dan konten budaya.
4	Kompatibilitas (Compatibility)	Website dapat berjalan di berbagai browser seperti Chrome, Firefox, dan Edge.
5	Skalabilitas (Scalability)	Sistem dapat dikembangkan di masa depan untuk menambah fitur seperti reservasi online atau multi bahasa.
6	Aksesibilitas (Accessibility)	Website dapat diakses kapan saja melalui jaringan internet oleh pengguna dari berbagai daerah.
7	Reliability (Keandalan)	Website harus dapat berjalan stabil tanpa sering mengalami error atau downtime.
8	Maintainability (Pemeliharaan)	Sistem mudah diperbarui oleh admin dalam menambah informasi terbaru mengenai wisata budaya.

Pembahasan sistem

a. Implementasi Halaman Beranda



Gambar 2. Halaman Beranda.

Halaman ini merupakan halaman awal pada saat *website* diakses, terdiri dari beberapa menu yaitu home, tentang, dokumentasi, kata pengunjung, dan contact

b. Halaman Tentang



Gambar 3. Halaman Tentang.

Pada halaman ini, menampilkan informasi tentang sejarah kampung tarung, Pengunjung/hari. Untuk mengakses halaman ini, pengguna harus memilih dan klik pada menu tentang pada navigasi bar.

c. Halaman Dokumentasi



Gambar 4. Halalman Dokumentasi.

Pada halaman ini, menampilkan foto dokumentasi pengunjung di kampung adat tarung, Pengunjung/hari. Untuk mengakses halaman ini, pengguna harus memilih dan klik pada menu dokumentasi pada navigasi bar. Dan untuk melihat semua postingan dokumentasi gambar atau foto, pilih dan klik pada tombol Lihat Semua Postingan yang di tunjukan pada Gambar 4.

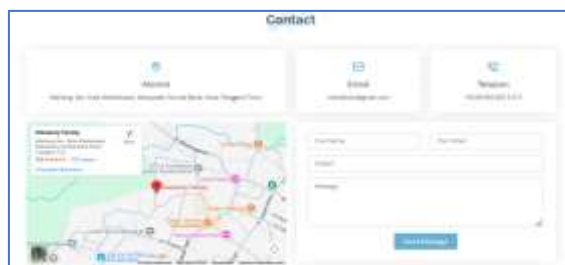
d. Halaman Kata Pengunjung



Gambar 5. Kata Pengunjung (testimoni).

Pada halaman ini, menampilkan testimoni pengunjung tentang kampung adat Tarung. Untuk mengakses halaman ini, pengguna harus memilih dan klik pada menu Kata Pengunjung pada navigasi bar.

e. Halaman Kontak



Gambar 6. Halaman Kontak.

Pada halaman ini, menampilkan informasi kontak Pengelola Website Kampung Tarung. Untuk mengakses halaman ini, pengguna harus memilih dan klik pada menu *Contact* pada navigasi bar.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai desain dan implementasi website sebagai media promosi wisata budaya di Kampung Adat Tarung, Sumba Barat, dapat disimpulkan bahwa pengembangan website ini mampu menjadi solusi efektif dalam meningkatkan penyebaran informasi dan promosi destinasi wisata budaya secara digital. Website yang dirancang menyediakan berbagai fitur seperti profil kampung adat, galeri budaya, informasi kegiatan adat, peta lokasi, serta layanan kontak yang memudahkan wisatawan dalam memperoleh informasi secara cepat dan akurat. Dengan adanya website ini, potensi budaya lokal Kampung Adat Tarung dapat lebih dikenal luas, tidak hanya oleh masyarakat sekitar tetapi juga oleh wisatawan nasional maupun internasional. Selain itu, penerapan teknologi informasi dalam promosi wisata turut mendukung pelestarian budaya lokal melalui dokumentasi digital yang terstruktur dan mudah diakses.

Adapun saran yang dapat diberikan untuk pengembangan lebih lanjut adalah agar website promosi wisata budaya Kampung Adat Tarung dapat terus diperbarui secara berkala dengan konten terbaru mengenai kegiatan adat, agenda wisata, serta informasi layanan pengunjung. Selain itu, pengembangan fitur tambahan seperti sistem reservasi kunjungan, dukungan multi bahasa, serta integrasi dengan media sosial dapat meningkatkan daya tarik dan jangkauan promosi secara lebih optimal. Diharapkan juga adanya dukungan dari pemerintah daerah dan pengelola wisata setempat dalam pemeliharaan sistem agar website dapat digunakan secara berkelanjutan sebagai sarana promosi dan pelestarian budaya Kampung Adat Tarung di era digital.

DAFTAR REFERENSI

- Borg, W. R., & Gall, M. D. (2003). *Educational research: An introduction* (7th ed.). Allyn & Bacon.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Floričić, T., et al. (2023). Enhancing digital promotion of cultural attractions: Assessing websites, online marketing tools, and smart technologies. *Business Systems Research Journal*, 14(1), 72–92. <https://doi.org/10.2478/bsrj-2023-0004>
- González-Rodríguez, M. R., Díaz-Fernández, M. C., & Pino-Mejías, R. (2023). The impact of virtual tours and digital content on destination image and travel intention. *Journal of Destination Marketing & Management*, 27, 100755. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100755>
- Hassan, S. B., & Soliman, M. (2024). Digital tourism platforms and online information quality: Effects on travel planning and visit intention. *Tourism Management Perspectives*, 49, 101175. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.101175>
- Hendraningrum, R. A., Narimawati, U., Indriani, J. D., Kuswandi, D., Suratman, D., & Suhardiman, S. (2025). The impact of digital marketing and brand image on revisit intention in cultural tourism villages: A study in Bandung, Indonesia. *Journal of Posthumanism*, 5(5), 1565–1583. <https://doi.org/10.63332/joph.v5i5.1533>
- Lestari, R., & Pratama, Y. (2023). User perception of tourism websites in Indonesia. *Journal of Digital Media Studies*, 7(2), 60–72.
- Nugroho, A., Santoso, B., & Hidayat, R. (2024). Digital tourism promotion based on local wisdom. *Journal of Tourism and Culture*, 6(1), 45–56.
- Pressman, R. S., & Maxim, B. R. (2020). *Software engineering: A practitioner's approach* (9th ed.). McGraw-Hill Education.
- Putra, I. G., & Lestari, N. P. (2023). Digital branding for cultural tourism destinations. *Journal of Sustainable Tourism Development*, 5(2), 112–123.
- Putri, N. E., Fahmi, M. A., Hanif, R. R., & Junid, K. A. (2024). The era of modernization: Digital technology marketing strategies in tourist attraction development. *Indonesian Tourism Journal*, 2(3). <https://doi.org/10.69812/itj.v2i3.177>

- Sari, D. P., Ramadhan, F., & Utami, S. (2024). Website-based information systems for tourism promotion. *Journal of Information Systems Research*, 8(1), 21–32.
- Sommerville, I. (2020). *Software engineering* (10th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian dan pengembangan (research and development/R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian dan pengembangan (research and development)*. Alfabeta.
- Wijaya, M., & Rahman, A. (2022). Cultural heritage preservation through digital media. *International Journal of Cultural Studies*, 10(3), 89–101.