

## Revitalisasi Plang dan Digitalisasi Homestay Berbasis Google Sites dan QR-Code Sebagai Upaya Branding Desa Tanjong Tinggi

Rio Ferdiansyah<sup>1✉</sup>, Zikri Wahyuzi<sup>2</sup>, Suhendri<sup>3</sup>, Sri Widari Ainantia<sup>4</sup>, Perawati<sup>5</sup>, Alviola Mawar Tifani<sup>6</sup>, Nova Febriyanti<sup>7</sup>, Alya Rahmadea<sup>8</sup>, Abela Ayu Lusianty<sup>9</sup>

<sup>1-9</sup> Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung

✉<sup>1</sup>[riobelitung33@gmail.com](mailto:riobelitung33@gmail.com), <sup>2</sup>[zikri.wahyuzi@unmuhbabel.ac.id](mailto:zikri.wahyuzi@unmuhbabel.ac.id), <sup>3</sup>[suhendri040903@gmail.com](mailto:suhendri040903@gmail.com),  
<sup>4</sup>[widarisri86@gmail.com](mailto:widarisri86@gmail.com), <sup>5</sup>[watipera2003@gmail.com](mailto:watipera2003@gmail.com), <sup>6</sup>[lolitamaharani116@gmail.com](mailto:lolitamaharani116@gmail.com),  
<sup>7</sup>[novapetaling@gmail.com](mailto:novapetaling@gmail.com), <sup>8</sup>[rahmaalyadea@gmail.com](mailto:rahmaalyadea@gmail.com), <sup>9</sup>[belayu29@gmail.com](mailto:belayu29@gmail.com)

### ARTICLE INFO

#### Article History:

Submitted: 6 Feb. 2026

Revised: 21 Apr. 2026

Accepted: 10 Mei 2026

Published: 30 Mei 2026

#### Kata Kunci:

Branding Desa  
Wisata, Digitalisasi,  
Homestay, Google  
Sites, QR-Code

#### Keywords:

Tourism Village  
Branding,  
Digitalization,  
Homestay, Google  
Sites, QR Code

#### Doi:

[10.35931/ak.v6i2.6405](https://doi.org/10.35931/ak.v6i2.6405)

### ABSTRAK

Permasalahan keterbacaan plang homestay dan minimnya informasi digital menjadi hambatan dalam penguatan branding Desa Tanjong Tinggi sebagai destinasi wisata. Kondisi ini menyulitkan wisatawan dalam menemukan akomodasi dan memperoleh informasi yang dibutuhkan. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan pelaksanaan revitalisasi plang dan digitalisasi informasi homestay melalui Google Sites yang terintegrasi dengan QR-Code. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui observasi, pendataan, dokumentasi, dan sosialisasi kepada pemilik homestay, melibatkan delapan mahasiswa KKN dan masyarakat. Dari 22 homestay teridentifikasi, 14 di antaranya aktif dan layak ditindaklanjuti. Kegiatan menunjukkan peningkatan visibilitas dan keterbacaan plang melalui pengecatan ulang dan penebalan identitas visual. Digitalisasi melalui katalog daring memudahkan akses terhadap fasilitas, tarif, lokasi, dan kontak homestay. Sosialisasi pemilik homestay turut meningkatkan literasi digital dan kemampuan pemanfaatan teknologi untuk promosi. Temuan ini menegaskan bahwa intervensi partisipatif dan berbasis teknologi mampu memperkuat citra wisata desa serta mendorong kemandirian masyarakat, dan berpotensi direplikasi pada desa wisata lain yang memiliki kebutuhan serupa.

### ABSTRACT

Low readability of homestay signage and limited digital information hinder tourism branding in Tanjong Tinggi Village, making it difficult for visitors to locate accommodations and access needed information. This study describes the revitalization of homestay signage and the digitalization of information through Google Sites integrated with QR-Codes. Using a descriptive qualitative method, data were collected through observation, documentation, and socialization with homestay owners, involving eight KKN students and local residents. Of 22 identified homestays, 14 were active and eligible for follow-up. The activities improved signage visibility and clarity through repainting and enhancing visual identity, while the online catalog facilitated access to facilities, rates, locations, and contacts. Socialization also strengthened digital literacy and owners' ability to use technology for promotion. The findings show that simple, participatory, technology-based interventions can enhance village tourism branding and support community independence, with potential for replication in other tourism villages.



## PENDAHULUAN

Pengembangan desa wisata menjadi salah satu strategi penguatan ekonomi berbasis komunitas karena mampu mendorong partisipasi masyarakat, memperluas lapangan kerja, dan meningkatkan daya tarik suatu daerah. Desa wisata tidak hanya menawarkan pengalaman wisata alam, tetapi juga membuka peluang bagi wisatawan untuk terlibat dalam kehidupan sehari-hari masyarakat setempat. Oleh karena itu, strategi pengembangan desa wisata perlu mempertimbangkan aspek pelestarian lingkungan dan budaya agar pertumbuhan pariwisata tidak menyebabkan degradasi aset-aset berharga desa.<sup>1</sup> Dalam konteks tersebut, keberadaan homestay memegang peranan penting karena menyediakan layanan akomodasi yang dekat dengan kehidupan sosial masyarakat, sehingga memberikan pengalaman wisata yang lebih autentik.

Desa Tanjong Tinggi merupakan salah satu desa wisata yang terletak di Kecamatan Sijuk, Kabupaten Belitung, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Secara geografis, Desa Wisata Tanjong Tinggi terletak di bagian utara Pulau Belitung, dengan luas sekitar 2550 ha. Berjarak sekitar  $\pm$  35 km dari pusat Kota Tanjong Pandan dan  $\pm$  45 km dari Bandara Internasional H.A.S. Hananjoedin. Desa ini memiliki lanskap pesisir dengan keindahan pantai, hamparan batu granit dan sempat menjadi salah satu tempat shooting film “Laskar Pelangi”, sehingga menjadi daya tarik wisata nasional dan internasional. Selain keindahan alamnya, desa ini juga menyediakan sekitar 22 homestay yang memungkinkan wisatawan untuk bermalam dan merasakan suasana kekeluargaan khas masyarakat setempat.<sup>2</sup> Kombinasi dari kondisi geografis, potensi alam, dan keberadaan homestay menjadikan Desa Tanjong Tinggi memiliki posisi strategis dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat.

Namun, berdasarkan observasi lapangan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa sebagian plang homestay di Desa Tanjong Tinggi mengalami pemudaran warna dan kurang terbaca, sehingga mengurangi visibilitas, profesionalitas, dan kemudahan wisatawan dalam menemukan lokasi akomodasi. Selain itu, informasi mengenai homestay masih tersebar secara lisan dan belum terdokumentasi dalam bentuk digital yang mudah diakses. Padahal, para wisatawan kini lebih memilih merencanakan perjalanan secara mandiri dengan bantuan teknologi dibandingkan menggunakan jasa agen perjalanan konvensional.<sup>3</sup> Minimnya ketersediaan informasi terpusat dapat berdampak pada lemahnya promosi dan branding di desa wisata.

Google Sites merupakan platform pembuatan website yang terintegrasi dalam layanan Google Workspace dan dirancang untuk memudahkan pengguna membuat situs tanpa memerlukan kemampuan pemrograman. Melalui fitur editor seret dan lepas (*drag-and-drop*), pengguna dapat mengatur tata letak dan menyusun konten dengan cepat sehingga menghasilkan situs informasi yang sederhana namun

---

<sup>1</sup> Syntia R Paudi, Zainal Abidin Umar, and Idris Yanto Niode, “Strategi Pengembangan Desa Wisata Bubohu Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 8, no. 2 (2025).

<sup>2</sup> Kemenparekraf, “Desa Wisata Tanjong Tinggi Laskar Pelangi,” *Jadesta (Jejaring Desa Wisata)*, 2021, [https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/tanjong\\_tinggi\\_laskar\\_pelangi](https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/tanjong_tinggi_laskar_pelangi).

<sup>3</sup> Dita Larissa and Melisa Manurung, “Pengaruh Teknologi Terhadap Pola Dan Tren Perjalanan Wisatawan Indonesia Ke Korea Selatan,” *Pediaqu: Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora* 4, no. 3 (2025).

fungsional.<sup>4</sup> Google Sites sendiri dapat dijadikan sebagai platform yang inklusif, gratis, dan mudah dioperasikan masyarakat desa, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai katalog digital homestay yang memuat fasilitas, tarif, kontak, dan lokasi. Selain inovasi digital, penguatan branding destinasi juga memerlukan revitalisasi identitas visual fisik, termasuk melalui pengecatan ulang plang homestay sebagai elemen ruang yang merepresentasikan citra layanan wisata.

Oleh karena itu, penguatan branding Desa Tanjong Tinggi perlu dilakukan melalui dua strategi komplementer: (1) Revitalisasi plang homestay sebagai elemen visual branding untuk identitas fisik yang konsisten, dan (2) Digitalisasi informasi melalui Google Sites dan QR-Code sebagai strategi digital marketing untuk perluasan jangkauan. Kombinasi strategi fisik dan digital ini terbukti vital dalam pengembangan citra destinasi wisata yang komprehensif dan berkelanjutan.<sup>5</sup> Dengan pendekatan ini, diharapkan Desa Tanjong Tinggi dapat meningkatkan visibilitas dan daya saingnya di pasar pariwisata.

Berdasarkan urgensi tersebut, penelitian/pengabdian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pelaksanaan digitalisasi homestay dan revitalisasi plang sebagai upaya memperkuat branding Desa Tanjong Tinggi sebagai desa wisata.

## **METODE PENGABDIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dalam bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat berbasis partisipasi warga community-based tourism (CBT). Metode ini merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk memahami kejadian dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi.<sup>6</sup> Metode ini dipilih karena tujuan penelitian adalah mendeskripsikan proses, pelaksanaan, dan hasil inovasi revitalisasi plang serta digitalisasi homestay sebagai upaya penguatan branding Desa Tanjong Tinggi. Kegiatan dilaksanakan pada pertengahan bulan Oktober hingga awal November 2025 di Desa Tanjong Tinggi, Kecamatan Sijuk, Kabupaten Belitung, dengan melibatkan delapan mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung dan masyarakat setempat, termasuk pemilik homestay, kepala dusun, remaja, dan warga.

Proses penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis. Tahap pertama adalah observasi awal dengan mengunjungi seluruh homestay untuk mengidentifikasi kondisi plang, tingkat keterbacaan, kelayakan fisik, serta ketersediaan informasi digital. Tahap kedua adalah pendataan dan pemilahan homestay untuk menentukan unit akomodasi yang masih aktif dan layak ditindaklanjuti. Dari total 22 homestay, sebanyak 14 homestay dinyatakan relevan untuk direvitalisasi dan didigitalisasikan. Tahap

---

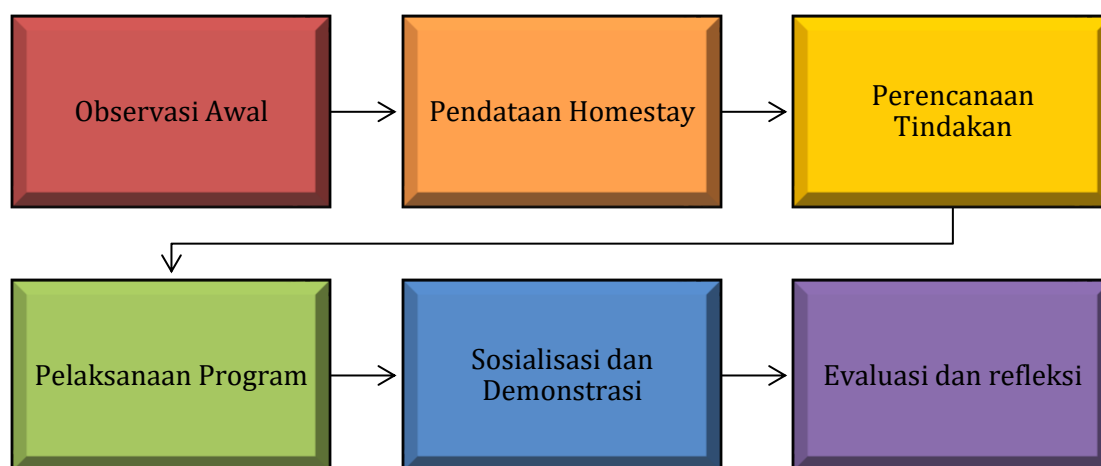
<sup>4</sup> Agista Sintia Dewi Adila, Ismun Nisa Nadhifah, and Auzan Fildzah Hakim, "Pelatihan Perancangan Dan Pengelolaan Website Mudah Dan Murah Dengan Google Sites Di Desa Candiretno," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa* 2, no. 12 (2025).

<sup>5</sup> Dwi Novita Cahyaningtyas Permatasari, "Perancangan Destination Branding Desa Wisata Bongan Melalui Visual Branding Dan Digital Marketing," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardi* 2, no. 1 (2022).

<sup>6</sup> Winarti Winarti and Lailul Mursyidah, "Levels of Community Participation in Managing the Sumringah Waste Bank in Ngampelsari Village: Tingkat Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Bank Sampah Sumringah Di Desa Ngampelsari," *Indonesian Journal of Cultural and Community Development* 16, no. 2 (2025).

ketiga adalah perencanaan tindakan, yang meliputi pembagian tugas tim, pengumpulan informasi homestay (nama, fasilitas, tarif, kontak, dan titik koordinat), serta perancangan kerangka website berbasis Google Sites. Tahap keempat adalah pelaksanaan program, mencakup pengecatan ulang dan penebalan tulisan plang homestay bersama warga, pembuatan katalog digital homestay melalui Google Sites, dilanjutkan dengan pembuatan QR-Code, serta pemasangan QR pada plang masing-masing homestay. Tahap kelima adalah sosialisasi dan demonstrasi penggunaan website dan QR-Code kepada pemilik homestay agar mampu mengelola dan memanfaatkannya secara mandiri. Tahap terakhir adalah refleksi dan dokumentasi kegiatan sebagai dasar penarikan kesimpulan.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, pencatatan lapangan, dokumentasi foto dan video, serta percakapan informal dengan pemilik homestay dan perangkat desa. Seluruh data dianalisis menggunakan teknik analisis kualitatif deskriptif, yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber, yakni membandingkan hasil observasi, dokumentasi kegiatan, serta informasi dari warga dan perangkat desa. Metode ini menghasilkan gambaran komprehensif mengenai proses revitalisasi plang dan digitalisasi homestay sebagai strategi branding desa wisata. Berikut merupakan gambaran alur tahapan kegiatan pengabdian.



**Gambar 1.** Alur Tahapan Kegiatan Pengabdian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan dalam program digitalisasi homestay dan revitalisasi plang di Desa Tanjung Tinggi berhasil dilaksanakan pada bulan Oktober–November 2025. Pelaksanaan program dilakukan melalui enam tahapan utama, yaitu: observasi awal, pendataan dan seleksi homestay, perencanaan tindakan, pelaksanaan program, sosialisasi dan demonstrasi penggunaan QR-Code, serta evaluasi dan refleksi. Berikut merupakan hasil dan pembahasan dari setiap tahapan yang telah dilakukan oleh tim pengabdian:

### **Observasi Awal Kondisi Homestay**

Kegiatan dimulai dengan observasi langsung terhadap 22 homestay yang terdapat di Desa Tanjong Tinggi. Hasil pengamatan menunjukkan variasi kondisi fisik plang, mulai dari cat yang memudar, huruf yang tidak terbaca jelas, hingga posisi plang yang kurang strategis. Temuan ini mengindikasikan perlunya perbaikan branding visual dan sistem informasi wisata terpadu. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan bahwa penciptaan elemen visual dalam sebuah perusahaan menjadi wajah bagi perusahaan dengan menekankan elemen-elemen visual yang spesifik sehingga dapat membangun personalitas identitas perusahaan atau “*branding*”.<sup>7</sup>

Selain itu, sebagian besar homestay masih belum memiliki akses informasi digital, sehingga wisatawan hanya dapat memperoleh informasi melalui rekomendasi lisan. Menurut penelitian Abidin, dkk, pemanfaatan media digital dapat memberikan dampak positif karena memperkuat pengetahuan kelembagaan lokal serta efektif dalam menjangkau dan meningkatkan kunjungan wisata.<sup>8</sup> Lebih lanjut, segala macam bentuk usaha yang dilakukan haruslah terintegrasi dengan digitalisasi agar dapat lebih efisien.<sup>9</sup>

### **Pendataan dan Seleksi Homestay**

Setelah tahap observasi selesai, kegiatan berlanjut pada proses pendataan untuk mengetahui kondisi aktual setiap homestay di Desa Tanjong Tinggi. Pendataan ini dilakukan dengan memeriksa status operasional, fasilitas yang tersedia, kisaran tarif, titik koordinat lokasi, hingga kontak aktif pemilik. Dari 22 homestay yang berhasil dihimpun datanya, hanya 14 yang masih beroperasi dan dapat diikutsertakan dalam program revitalisasi dan digitalisasi. Sementara itu, delapan homestay lainnya teridentifikasi tidak lagi aktif karena berbagai faktor, seperti tidak dihuni, fasilitas tidak layak, atau sudah berhenti menerima tamu.

Tahap pendataan ini bukan sekadar aktivitas pencatatan, tetapi menjadi proses kunci untuk membaca kebutuhan lapangan secara lebih objektif. Data yang terkumpul membantu tim memahami homestay mana yang perlu diprioritaskan, bagian apa saja yang memerlukan pembenahan, serta bagaimana strategi digitalisasi dan revitalisasi akan diterapkan. Sebagai contoh, homestay dengan fasilitas dasar yang masih berfungsi diutamakan untuk masuk dalam katalog digital, sedangkan unit dengan plang yang rusak atau memudar menjadi fokus penataan visual.

Pelaksanaan pendataan dilakukan melalui pendekatan kolaboratif dengan melibatkan pemilik homestay, perangkat desa, serta tokoh masyarakat. Keterlibatan warga ini penting untuk memastikan data yang diperoleh akurat sekaligus membangun rasa memiliki terhadap program. Pendekatan ini

---

<sup>7</sup> Nadiya Nurul Husna and Agus Juhana, “Peran Elemen Visual Dalam Upaya Meningkatkan Brand Identity Perusahaan: Tinjauan Literatur Yang Sistematis,” *Jurnal Tanra* 11, no. 2 (2024).

<sup>8</sup> Jenal Abidin, Rezka Fedrina, and Revi Agustin A, “Penguatan Kelembagaan Desa Wisata Melalui Promosi Digital Marketing Di Desa Cisaat, Kecamatan Ciater, Kabupaten Subang,” *Jurnal Abdimas Pariwisata* 3, no. 1 (2022).

<sup>9</sup> Andesta Granitio Irwan et al., “Pemanfaatan Teknologi Digital Dan Kecerdasan Buatan Dalam Menunjang Ekonomi Desa Melalui UMKM,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin* 5, no. 3 (2025).

mencerminkan prinsip *community-based tourism* (CBT), yaitu bahwa identifikasi masalah lokal dan partisipasi masyarakat merupakan pondasi utama dalam pengembangan desa wisata.<sup>10</sup> Dengan demikian, proses seleksi homestay tidak hanya memilah unit yang layak ditindaklanjuti, tetapi juga memperkuat peran komunitas dalam proses pengembangan wisata di desa.

Hasil pendataan tersebut kemudian disusun menjadi sumber informasi yang komprehensif untuk merancang katalog digital di Google Sites dan pembuatan QR-Code pada tahap berikutnya. Melalui proses ini, terlihat bahwa pendataan dan seleksi merupakan langkah strategis yang menentukan akurasi, relevansi, dan efektivitas program revitalisasi dan digitalisasi homestay.

### **Perencanaan Tindakan**

Tahap perencanaan tindakan dilakukan setelah tim menyelesaikan observasi awal dan pendataan kondisi homestay. Langkah ini bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh rangkaian program selaras dengan kebutuhan lapangan dan dapat dijalankan secara optimal. Pada tahap ini, tim KKN bersama perangkat desa menyiapkan rencana kerja terperinci, mulai dari pembagian peran, pengumpulan informasi penting terkait setiap homestay, hingga penyusunan desain awal digitalisasi dan pembaruan tampilan plang.

Proses perencanaan diawali dengan menghimpun data dasar homestay, seperti nama unit, fasilitas yang tersedia, perkiraan tarif, nomor kontak pemilik, serta koordinat lokasi. Data tersebut kemudian dirapikan menjadi basis informasi yang akan digunakan dalam penyusunan katalog digital melalui Google Sites. Selain itu, tim juga menentukan rancangan tampilan situs, yang mencakup uraian singkat, dokumentasi foto, daftar fasilitas, dan tautan lokasi untuk memudahkan wisatawan menemukan homestay.

Pada aspek revitalisasi plang, tim merumuskan standar tampilan visual, termasuk pilihan warna cat, ketegasan tulisan, dan teknik pengecatan agar seluruh plang memiliki kesan seragam dan lebih mudah dikenali. Persiapan bahan dan kebutuhan pengecatan juga dijadwalkan bersama pemilik homestay agar proses tidak mengganggu kegiatan mereka. Tahap perencanaan ini menjadi dasar penting dalam keseluruhan program, karena memastikan bahwa proses revitalisasi maupun digitalisasi berjalan lebih terarah, melibatkan masyarakat, dan sesuai dengan kebutuhan nyata Desa Tanjong Tinggi.

### **Revitalisasi Plang dan Digitalisasi Homestay**

Revitalisasi dilakukan melalui pengecatan ulang, pembersihan permukaan, dan penebalan tulisan pada plang setiap homestay. Proses ini melibatkan partisipasi pemilik homestay, kepala dusun, serta remaja desa untuk menumbuhkan rasa kepemilikan dan keberlanjutan program. Hasil revitalisasi memperlihatkan peningkatan keterbacaan, daya tarik visual, serta konsistensi identitas homestay. Hal tersebut dapat dikatakan sebagai upaya *rebranding* sederhana, namun dengan memberikan sentuhan pembaruan elemen fisik agar dapat meningkatkan daya tarik destinasi wisata dengan memberikan citra baru yang lebih relevan

---

<sup>10</sup> Debby Fifiyanti, Muhammad Luqman Taufiq, and Kris Cahyani Ermawati, "Penerapan Konsep Community Based Tourism Dalam Pengembangan Desa Wisata Burai," *Jurnal Industri* 5, no. 2 (2023).

Rio Ferdiansyah, Zikri Wahyu, Suhendri, Sri Widari Ainantia, Perawati, Alviola Mawar Tifani, Nova Febriyanti, Alya Rahmadea, Abela Ayu Lusianty: Revitalisasi Plang dan Digitalisasi Homestay Berbasis Google Sites dan QR-Code Sebagai Upaya Branding Desa Tanjung Tinggi

dan menarik bagi wisatawan.<sup>11</sup> Dokumentasi before dan after menunjukkan perubahan signifikan pada estetika dan visibilitas plang.



**Gambar 2.** Salah Satu Plang Homestay Sebelum dan Setelah di Revitalisasi

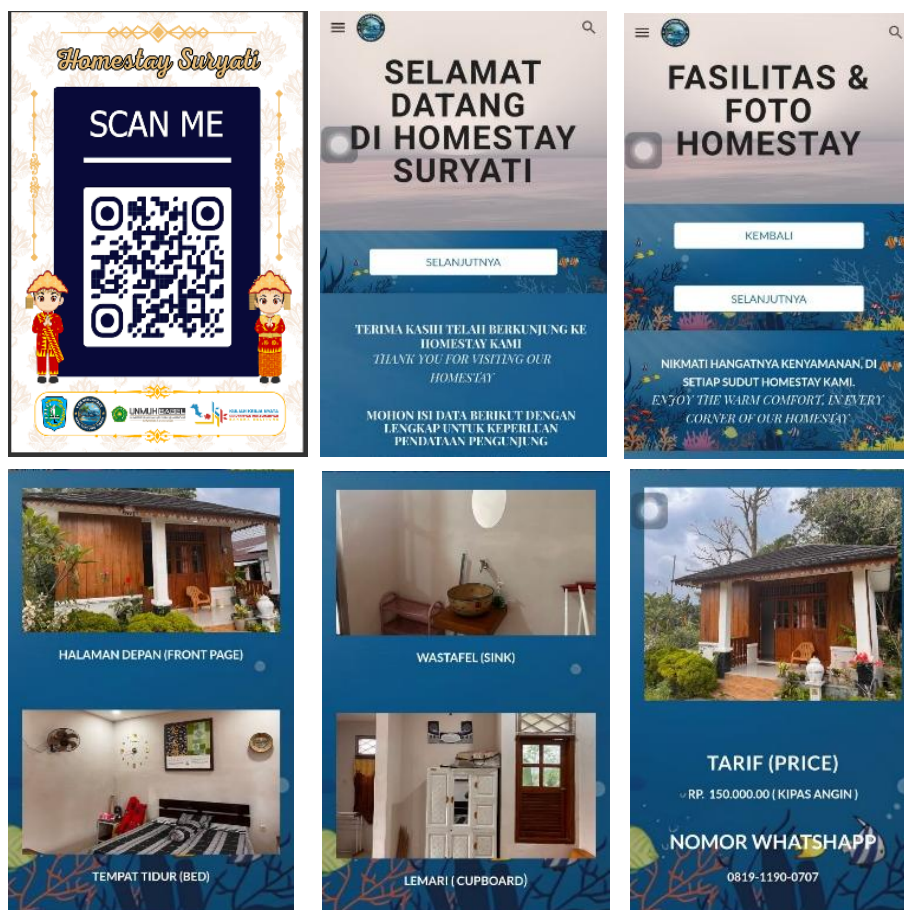
Sementara digitalisasi dilakukan dengan menyusun katalog homestay berbasis Google Sites yang memuat informasi fasilitas, foto, lokasi, kontak pemilik, dan estimasi tarif. Setiap tautan homestay kemudian dikonversi menjadi QR-Code untuk memudahkan akses wisatawan. Strategi tersebut terbukti efektif, dikarenakan Google Sites merupakan salah satu aplikasi gratis dari Google yang memungkinkan pengguna untuk membuat serta mendesain website tanpa memerlukan pengetahuan mendalam tentang pemrograman.<sup>12</sup> Berikut merupakan tampilan dari QR-Code dan Google Sites dari salah satu homestay.

---

<sup>11</sup> Candra Pramula Pinandita, Dwi Indriani Fidiastutik Wijaya, and Elmi Rakhma Aalin, "Dampak Rebranding Pada Industri Pariwisata Terhadap Citra Destinasi Dan Loyalitas Wisatawan," *Jurnal Usaha* 6, no. 1 (2025).

<sup>12</sup> Atikah Gusriani et al., "Pemanfaatan Google Sites Dalam Pembuatan Majalah Digital Oleh Siswa MAN 3 Solok," *Inovasi Sosial: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 2 (2025).

Rio Ferdiansyah, Zikri Wahyuzi, Suhendri, Sri Widari Ainantia, Perawati, Alviola Mawar Tifani, Nova Febriyanti, Alya Rahmadesa, Abela Ayu Lusianty: Revitalisasi Plang dan Digitalisasi Homestay Berbasis Google Sites dan QR-Code Sebagai Upaya Branding Desa Tanjung Tinggi



**Gambar 3.** Tampilan QR-Code dan Google Sites Salah Satu Homestay

Digitalisasi melalui Google Sites dan integrasi QR-Code pada katalog homestay juga sejalan dengan temuan bahwa pemanfaatan teknologi informasi berbasis web dapat mempercepat penyebaran informasi wisata dan menjadi solusi efektif dalam menyediakan data fasilitas, lokasi, dan layanan pendukung secara lebih terstruktur dan mudah diakses oleh pengunjung.<sup>13</sup>

Selain itu, digitalisasi homestay melalui Google Sites dan QR-Code berhasil menyajikan informasi akomodasi secara lebih praktis, terstruktur, dan mudah dijangkau wisatawan. Pembuatan katalog daring mempermudah pemilik homestay dalam menyampaikan data penting, sementara QR-Code mempercepat akses tanpa perlu pencarian manual. Efektivitas strategi ini didukung oleh kemudahan penggunaan Google Sites serta temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa platform berbasis web mampu meningkatkan jangkauan informasi wisata. Intervensi ini sejalan dengan temuan yang menegaskan bahwa penerapan QR-Code berbasis website tidak hanya meningkatkan efisiensi pengelolaan data, tetapi juga memperluas jangkauan promosi yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi lokal.<sup>14</sup> Secara keseluruhan,

<sup>13</sup> Agus Suheri, Sri Widaningsih, and Hesu Refiyana, "Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Website Studi Kasus Sindangbarang Cianjur Selatan," *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi* 17, no. 4 (2023).

<sup>14</sup> Melladia Melladia et al., "Digitalisasi Wisata Halal Melalui Penerapan QR Code Berbasis Website Pada Agrowisata Kelurahan Lambung Bukit," *PaKMas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)* 4, no. 2 (2024).

digitalisasi ini berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan informasi dan penguatan citra Desa Tanjong Tinggi sebagai destinasi ramah teknologi. Secara keseluruhan, digitalisasi ini berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan informasi dan penguatan citra Desa Tanjong Tinggi sebagai destinasi ramah teknologi.

### Sosialisasi dan Demonstrasi Pemanfaatan QR-Code Homestay

Seluruh plang dan QR-Code dipasang kembali pada lokasi masing-masing homestay sesuai titik koordinat yang telah ditentukan. Setelah tahap pemasangan, dilakukan sosialisasi dan demonstrasi penggunaan QR-Code serta akses website kepada pemilik homestay. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa pemilik homestay mampu memindai, membuka, membagikan, dan memanfaatkan informasi digital tersebut sebagai media promosi kepada calon wisatawan. Respons positif dari pemilik dan warga desa mengindikasikan peningkatan kesadaran akan pentingnya identitas visual dan akses informasi digital dalam pelayanan wisata. Kondisi ini sejalan dengan temuan bahwa pelatihan dan pendampingan digital berperan dalam meningkatkan literasi, kapasitas pemasaran, dan kemandirian pelaku wisata desa.<sup>15</sup> Melalui sosialisasi singkat ini, diharapkan seluruh pemilik homestay dapat mempraktikkan secara mandiri, terkhusus apabila terdapat pengunjung atau wisatawan yang hendak menginap, agar dapat memanfaatkan QR-Code tersebut dengan baik. Berikut merupakan salah satu homestay yang telah terpasang plang dan QR-Code.



**Gambar 4.** Salah satu homestay yang telah terpasang plang dan QR-Code

Secara keseluruhan, kegiatan revitalisasi plang dan digitalisasi homestay memberikan dampak positif terhadap keterbacaan identitas akomodasi, kemudahan akses informasi wisata, dan penguatan citra Desa Tanjong Tinggi sebagai destinasi ramah wisatawan. Keberhasilan program juga didorong oleh kolaborasi antara masyarakat, pemilik homestay, dan mahasiswa, yang menunjukkan bahwa partisipasi komunitas merupakan elemen utama dalam keberlanjutan pengembangan desa wisata. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan bahwa partisipasi masyarakat penting untuk keberlangsungan suatu tempat wisata,

---

<sup>15</sup> Irwan et al., "Pemanfaatan Teknologi Digital Dan Kecerdasan Buatan Dalam Menunjang Ekonomi Desa Melalui UMKM."

karena masyarakat lokal lah yang lebih tahu mengenai potensi wisata yang ada di daerahnya.<sup>16</sup> Temuan tersebut juga berimplikasi bahwa model penerapan serupa berpotensi direplikasi pada desa wisata lain yang menghadapi tantangan branding dan keterbatasan informasi digital.

### **Evaluasi dan Refleksi Program**

Evaluasi program revitalisasi plang dan digitalisasi homestay menunjukkan bahwa sebagian besar tujuan kegiatan telah tercapai, ditandai dengan meningkatnya keterbacaan plang, visual identitas yang lebih konsisten, dan tersedianya katalog digital homestay berbasis Google Sites yang dapat diakses melalui QR-Code. Evaluasi dalam program pengabdian menjadi penting untuk mengukur ketercapaian, efektivitas, serta arah perbaikan program, sebagaimana ditegaskan bahwasannya langkah penilaian sebelum dan sesudah implementasi sangat diperlukan dalam pendekatan *community-based tourism* (CBT) untuk memastikan kesesuaian program dengan kebutuhan masyarakat.<sup>17</sup>

Meskipun demikian, evaluasi juga mengidentifikasi sejumlah kendala, seperti perbedaan tingkat literasi digital antar pemilik homestay, keterbatasan jaringan internet di beberapa titik desa, serta terdapatnya homestay yang tidak lagi aktif sehingga tidak dapat dimasukkan ke dalam katalog digital. Temuan ini mengindikasikan bahwa digitalisasi tidak hanya memerlukan perangkat teknologi, tetapi juga kesiapan sumber daya penggunanya. Hal tersebut sejalan dengan pendapat yang menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital di desa hanya dapat optimal apabila diiringi peningkatan kapasitas pengguna dan pendampingan berkelanjutan.<sup>18</sup>

Refleksi kegiatan menunjukkan bahwa kolaborasi antara mahasiswa, perangkat desa, pemilik homestay, dan masyarakat merupakan faktor utama keberhasilan program. Pelibatan warga dalam proses pengecatan, pendataan, dan pemasangan plang memperkuat rasa kepemilikan (*sense of belonging*) yang penting dalam keberlanjutan program, sebagaimana disampaikan bahwa partisipasi masyarakat merupakan elemen krusial dalam keberlanjutan destinasi wisata berbasis komunitas.<sup>19</sup> Refleksi juga menunjukkan bahwa kegiatan digitalisasi memerlukan pendekatan bertahap (*scaffolded intervention*) agar masyarakat mampu mengelola dan memperbarui informasi secara mandiri.

Secara keseluruhan, refleksi kegiatan ini menggarisbawahi bahwa revitalisasi fisik dan digital harus dilakukan secara simultan untuk memperkuat branding Desa Tanjong Tinggi sebagai destinasi wisata yang informatif dan mudah diakses. Selain itu, model implementasi ini memiliki potensi replikasi pada desa wisata lain dengan karakteristik serupa, namun tetap memerlukan penyesuaian konteks dan kesiapan masyarakat setempat.

---

<sup>16</sup> Imanniyar Ayu Anggraeni and Farida Rahmawati, "Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism) Di Hutan Mangrove Pancer Cengkong , Trenggalek," *Jurnal Planoearth* 6, no. I (2021).

<sup>17</sup> Fifiyanti, Taufiq, and Ermawati, "Penerapan Konsep Community Based Tourism Dalam Pengembangan Desa Wisata Burai."

<sup>18</sup> Irwan et al., "Pemanfaatan Teknologi Digital Dan Kecerdasan Buatan Dalam Menunjang Ekonomi Desa Melalui UMKM."

<sup>19</sup> Anggraeni and Rahmawati, "Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism) Di Hutan Mangrove Pancer Cengkong , Trenggalek."

## KESIMPULAN

Program revitalisasi plang dan digitalisasi homestay melalui Google Sites yang diintegrasikan ke dalam QR Code membuktikan bahwa penguatan branding desa wisata dapat dilakukan melalui perbaikan identitas visual dan penyediaan informasi digital yang terstruktur. Pelaksanaan pendataan, pendampingan, dan sosialisasi turut meningkatkan kesadaran dan literasi digital pemilik homestay, terutama dalam memanfaatkan teknologi untuk promosi wisata. Keterlibatan warga, perangkat desa, dan mahasiswa menjadi faktor penting keberhasilan program karena menumbuhkan rasa memiliki dan keberlanjutan. Temuan ini menunjukkan bahwa intervensi sederhana, partisipatif, dan berbasis teknologi relevan diterapkan pada desa wisata lain yang menghadapi persoalan visibilitas dan akses informasi, sehingga revitalisasi fisik dan digital dapat menjadi strategi sinergis dalam memperkuat daya tarik destinasi.

Akan tetapi, penelitian/pengabdian ini belum menilai sejauh mana digitalisasi berdampak pada peningkatan kunjungan wisatawan, lama tinggal, atau pendapatan homestay sehingga diperlukan studi lanjutan berbasis evaluasi jangka panjang. Selain itu, sistem promosi digital yang dibangun masih bersifat informasional dan belum terhubung dengan fitur pemesanan, ulasan wisatawan, atau platform pariwisata resmi. Untuk penelitian berikutnya, disarankan agar katalog digital homestay dilengkapi pemetaan lokasi interaktif melalui Google Maps, sehingga wisatawan dapat menavigasi arah, memperkirakan jarak, dan mengakses informasi geospasial secara lebih akurat serta meningkatkan pengalaman perjalanan. Pengembangan integrasi dengan media sosial, SEO website, dan dashboard monitoring pemanfaatan QR-Code juga berpotensi memperkaya temuan dan memperluas dampak implementasi digitalisasi destinasi wisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Jenal, Rezka Fedrina, and Revi Agustin A. "Penguatan Kelembagaan Desa Wisata Melalui Promosi Digital Marketing Di Desa Cisaat, Kecamatan Ciater, Kabupaten Subang." *Jurnal Abdimas Pariwisata* 3, no. 1 (2022):.
- Adila, Agista Sintia Dewi, Ismun Nisa Nadhifah, and Auzan Fildzah Hakim. "Pelatihan Perancangan Dan Pengelolaan Website Mudah Dan Murah Dengan Google Sites Di Desa Candiretno." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa* 2, no. 12 (2025).
- Anggraeni, Imanniyar Ayu, and Farida Rahmawati. "Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism) Di Hutan Mangrove Pancer Cengkong, Trenggalek." *Jurnal Planoearth* 6, no. I (2021).
- Fifiyanti, Debby, Muhammad Luqman Taufiq, and Kris Cahyani Ermawati. "Penerapan Konsep Community Based Tourism Dalam Pengembangan Desa Wisata Burai." *Jurnal Industri* 5, no. 2 (2023).
- Gusriani, Atikah, Lisa Yuliarti, Ranti Karmila, Natasya Lady Munaroh, Angel Novita Ramadani, Grisma Yuliarta, and Rizka Frasa Kutia. "Pemanfaatan Google Sites Dalam Pembuatan Majalah Digital Oleh Siswa MAN 3 Solok." *Inovasi Sosial: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 2 (2025).
- Husna, Nadiya Nurul, and Agus Juhana. "Peran Elemen Visual Dalam Upaya Meningkatkan Brand Identity Perusahaan: Tinjauan Literatur Yang Sistematis." *Jurnal Tanra* 11, no. 2 (2024).
- Irwan, Andesta Granitio, Zikri Wahyuzi, Nurzaidah Putri Dalimunthe, Vika Martahayu, and Ari Juliansyah. "Pemanfaatan Teknologi Digital Dan Kecerdasan Buatan Dalam Menunjang Ekonomi Desa

Rio Ferdiansyah, Zikri Wahyuzi, Suhendri, Sri Widari Ainantia, Perawati, Alviola Mawar Tifani, Nova Febriyanti, Alya Rahmadea, Abela Ayu Lusianty: Revitalisasi Plang dan Digitalisasi Homestay Berbasis Google Sites dan QR-Code Sebagai Upaya Branding Desa Tanjung Tinggi

Melalui UMKM.” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin* 5, no. 3 (2025).

Kemenparekraf. “Desa Wisata Tanjung Tinggi Laskar Pelangi.” *Jadesta (Jejaring Desa Wisata)*, 2021. [https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/tanjung\\_tinggi\\_laskar\\_pelangi](https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/tanjung_tinggi_laskar_pelangi).

Larissa, Dita, and Melisa Manurung. “Pengaruh Teknologi Terhadap Pola Dan Tren Perjalanan Wisatawan Indonesia Ke Korea Selatan.” *Pediaqu: Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora* 4, no. 3 (2025).

Melladia, Melladia, Indah Febri Annisa, Dertha Mukhtar, and Leila Muhelni. “Digitalisasi Wisata Halal Melalui Penerapan QR Code Berbasis Website Pada Agrowisata Kelurahan Lambung Bukit.” *PaKMas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)* 4, no. 2 (2024).

Paudi, Syntia R, Zainal Abidin Umar, and Idris Yanto Niode. “Strategi Pengembangan Desa Wisata Bubohu Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Bongo Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 8, no. 2 (2025).

Permatasari, Dwi Novita Cahyaningtyas. “Perancangan Destination Branding Desa Wisata Bongan Melalui Visual Branding Dan Digital Marketing.” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardi* 2, no. 1 (2022).

Pinandita, Candra Pramula, Dwi Indriani Fidiastutik Wijaya, and Elmi Rakhma Aalin. “Dampak Rebranding Pada Industri Pariwisata Terhadap Citra Destinasi Dan Loyalitas Wisatawan.” *Jurnal Usaha* 6, no. 1 (2025).

Suheri, Agus, Sri Widaningsih, and Hesu Refiyana. “Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Website Studi Kasus Sindangbarang Cianjur Selatan.” *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi* 17, no. 4 (2023).

Winarti, Winarti, and Lailul Mursyidah. “Levels of Community Participation in Managing the Sumringah Waste Bank in Ngampelsari Village: Tingkat Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Bank Sampah Sumringah Di Desa Ngampelsari.” *Indonesian Journal of Cultural and Community Development* 16, no. 2 (2025).