

Kumawula, Vol. 5, No.2, Agustus 2022, Hal 268 – 277

DOI: <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i2.36889>

ISSN 2620-844X (online)

ISSN 2809-8498 (cetak)

Tersedia online di <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/index>

PENGEMBANGAN SITUS BADAN PROMOSI PARIWISATA KOTA YOGYAKARTA

Budi Susanto¹, Agata Filiana^{2*}, Kristian Oentoro³^{1,2}Program Studi Informatika, Universitas Kristen Duta Wacana³Program Studi Desain Produk, Universitas Kristen Duta Wacana*Korespondensi: afiliana@ti.ukdw.ac.id

ABSTRACT

Yogyakarta Tourism Promotion Board (BP2KY) was formed with the aim of developing tourism promotion in the city of Yogyakarta. An official website profile is crucial to fulfill its goals of providing information on tourism in the city of Yogyakarta as well as to enhance digital marketing and create a digital presence. This article discusses the development of the official website of BP2KY using Content Management System (CMS) Wordpress through six stages namely Focus Group Discussion (FGD), data gathering, design, implementation, evaluation, and training. The result is an official profile website of BP2KY which shows information regarding the goals and role of BP2KY, management of BP2KY, tourist attractions in Yogyakarta, and latest news. The website can be accessed through <https://bp2ky.or.id/>. We used User Experience Questionnaire (UEQ) to evaluate the user experience which showed an overall positive evaluation for attractiveness, perspicuity, efficiency, dependability, stimulation, and novelty with scores above 0.8. The results for UEQ benchmark displayed attractiveness, perspicuity, efficiency, and stimulation as “excellent”, as well as “good” for dependability, and novelty. We also conducted training for the members of BP2KY to ensure the continuity of the website content.

Keywords: Yogyakarta Tourism Promotion Board; CMS Wordpress; attractiveness; digital presence; tourism; site profile

ABSTRAK

Badan Promosi Pariwisata Kota Yogyakarta (BP2KY) dibentuk dengan tujuan mengembangkan promosi pariwisata di Kota Yogyakarta. Sebuah situs profil yang resmi dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat terkait promosi pariwisata di Kota Yogyakarta sekaligus untuk meningkatkan pemasaran digital dan pembentukan kehadiran digital atau *digital presence*. Artikel ini membahas pembangunan situs resmi BP2KY menggunakan *content management system* (CMS) Wordpress. *Website* dibangun melalui beberapa tahapan yaitu *focus group discussion* (FGD), *data gathering*, perancangan, implementasi, evaluasi, dan pelatihan. Hasil dari kegiatan pengabdian ini berupa sebuah situs profil yang mengandung informasi tujuan serta peran BP2KY, profil pengurus BP2KY, informasi tempat wisata di Yogyakarta, dan berita terkini. Situs tersebut dapat diakses pada <https://bp2ky.or.id/>. Pengujian situs dilakukan dengan *user experience questionnaire* (UEQ) yang disebar untuk melihat pengalaman pengunjung. Hasil pengujian menunjukkan evaluasi positif untuk daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan dengan nilai di atas 0.8. Sedangkan hasil *benchmarking* UEQ menunjukkan hasil “*excellent*” untuk daya tarik, kejelasan, efisiensi dan stimulasi, serta “*good*” untuk ketepatan dan kebaruan. Pelatihan untuk pengurus BP2KY juga dilakukan agar situs memiliki kontinuitas.

Kata Kunci: badan promosi pariwisata; CMS Wordpress; daya tarik; kehadiran digital; pariwisata; situs profil

PENDAHULUAN

Badan Promosi Pariwisata Kota Yogyakarta (BP2KY) dibentuk pada tahun

2010 sebagai upaya pengembangan promosi Kota Yogyakarta. Beberapa tugas yang sudah dilaksanakan oleh BP2KY termasuk *Jogjavananza* memiliki beberapa agenda

seperti Gowes Van Jogja (Oentoro & Wiyatiningsih, 2021), Table Top, dan City Tour (Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, 2021). Kegiatan-kegiatan tersebut dijalankan dengan dukungan dari pemerintah dan masyarakat, serta melibatkan semua pemangku pariwisata di Kota Yogyakarta (Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, 2021). BP2KY menyadari pentingnya kehadiran digital untuk instansi pemerintah. Sebagai badan yang berfokus pada promosi pariwisata dan berada di bawah Walikota Yogyakarta, BP2KY harus mampu mengikuti kebutuhan masyarakat yang semakin bergantung dengan informasi yang disebarluaskan secara *online*. Saat ini BP2KY belum memiliki *domain* dan web resmi yang dapat dipakai untuk mencerminkan statusnya sebagai organisasi resmi. Hal ini penting sebagai sarana komunikasi dengan masyarakat terkait program promosi pariwisata yang sudah, sedang, dan akan diselenggarakan. Informasi yang disajikan melalui *domain* dan web resmi akan memastikan penyaluran informasi secara cepat dan akurat. Untuk itu, web profil sifatnya krusial bagi BP2KY terutama untuk *digital marketing* dan sebagai jembatan antara instansi dengan masyarakat.

Menurut Tiago dan Veríssimo (Tiago & Veríssimo, 2014), apabila sebuah instansi menginginkan relasi yang kuat dengan pelanggan, maka dibutuhkan sebuah kehadiran berbasis web yang mengutamakan pengembangan relasi yang bersifat digital. *Digital presence* juga memiliki manfaat yang besar antara lain meningkatkan pengumpulan informasi serta umpan balik, meningkatkan pengetahuan, dan mempromosikan relasi secara internal dan eksternal (Tiago & Veríssimo, 2014). BP2KY sebagai instansi pemerintah dalam bidang promosi pariwisata seharusnya memiliki *digital presence* yang kuat sehingga dapat dikenal dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Apabila dilakukan pencarian dengan layanan pencarian Google dan penggunaan kata kunci “badan promosi kota yogyakarta”, maka hasil yang diperoleh menunjukkan tidak adanya situs resmi dari BP2KY. Meskipun demikian, kata kunci ini disebut pada berbagai situs lain yang berkaitan

dengan pariwisata Kota Yogyakarta. Selain itu, tidak ada rekomendasi kata kunci yang berkaitan dengan BP2KY. Bahkan berdasarkan layanan Keyword Tool (<https://keywordtool.io/>) tidak ada saran untuk kata kunci terkait “badan promosi kota yogyakarta”.

Pembuatan situs resmi sebagai upaya pembentukan kehadiran digital sudah dilakukan oleh beberapa instansi yang bergerak di bidang wisata. Kuryanti dan Indriani (Kuryanti & Indriani, 2018) merancang sebuah *website* yang digunakan untuk promosi wisata Pantai Jatimalang yang ada di Desa Purworejo. Situs ini memiliki tujuan dalam meningkatkan jumlah pengunjung serta memberikan informasi yang komprehensif tentang Pantai Jatimalang. Riyanto dan Kurniawati (2018) membangun sebuah *website* untuk Desa Kresek di Madiun yang digunakan untuk memperlihatkan potensi dari tempat ini. *Website* yang dibangun dipercaya memiliki beberapa keunggulan, antara lain membantu untuk mengelola sumber daya, mempromosikan informasi wisata, dan dapat dijangkau oleh banyak orang terutama pengunjung potensial (S. Riyanto & Kurniawati, 2018). Pembuatan situs untuk kebutuhan profil desa juga dilakukan untuk Desa Singoyudan, di Mirit, Kebumen yang digunakan sebagai wadah digital yang berisi informasi terkait pemerintah desa (Sakir, Astuti, Ishak, Walinegoro, & Novriando, 2021). Pada program pengabdian tersebut, situs digunakan agar aktivitas pemerintah desa menjadi lebih efektif, efisien, transparan, serta dapat diakses dengan mudah oleh pihak yang membutuhkannya.

Salah satu pertimbangan utama pengembang *website* adalah keberlanjutan pemeliharaan *website*. Konten *website* harus selalu diperbaharui agar pengunjung situs mendapatkan informasi terkini. Beberapa studi memanfaatkan *Content Management System* (CMS) dalam membangun sebuah *website*. CMS merupakan aplikasi yang membantu dalam pengelolaan dan publikasi konten digital (Cabot, 2018). Beberapa yang terkenal termasuk Drupal, Joomla, dan Shopify, namun

60% dari *website* yang berbasis CMS menggunakan Wordpress karena memiliki antarmuka yang tidak rumit sehingga membantu orang non-teknis untuk dapat membuat sebuah *website* profesional dengan kompleksitas tinggi (Cabot, 2018). Dalam penelitian Prawira dan Wardani (2017), Wordpress dipilih sebagai CMS untuk membangun situs Wisata Keramik Dinoyo Kota Malang yang digunakan sebagai media promosi. Salah satu alasan penggunaan Wordpress adalah kemudahan dalam melakukan modifikasi (Prawira & Wardani, 2017). Wordpress memang dikenal dengan fleksibilitas dalam modifikasi serta tersedianya ribuan *plug-ins* yang dapat digunakan untuk memperkaya *website* (Cabot, 2018; Rochman, Hanafri, & Wandira, 2020). Selain *plug-in*, terdapat banyak sekali Wordpress *themes* yang dapat digunakan dan dimodifikasi sesuai dengan tema *website*.

Adanya situs untuk mendukung *digital presence* tidak cukup, konten dari situs harus secara terus menerus diperbaharui. Sulaiman dan Setiawan (2021) melakukan pelatihan situs *senitembaga.com* yang dikembangkan dengan CMS Wordpress agar pengrajin seni tembaga Tumang Boyolali dapat menambahkan konten baru serta menggunakan *website* secara profesional. Pada program pengabdian tersebut, tim mengaku penggunaan Wordpress sangat membantu dalam pelatihan pembuatan konten karena dapat diakses oleh banyak pengguna dalam waktu yang bersamaan, serta adanya aplikasi Wordpress yang dapat diakses dari *handphone* (Sulaiman & Setiawan, 2021).

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah membangun sebuah layanan informasi berbasis web yang memiliki domain serta layanan kontak sebagai profil digital resmi untuk BP2KY. Berdasarkan tujuan tersebut serta studi literatur yang tersedia, dapat disimpulkan pentingnya sebuah kehadiran digital bagi sebuah lembaga ternama. Situs dan kontak resmi BP2KY akan membantu masyarakat dalam lebih mengenal keberadaan BP2KY, sekaligus memberikan informasi dan promosi terkini terkait kegiatan-kegiatan yang dilakukan. Selain itu situs ini

juga dapat berperan untuk mendukung penerapan *Search Engine Optimization* (SEO). Tim PKM juga akan melakukan pelatihan perawatan situs agar konten dari situs terus diperbaharui dengan kegiatan-kegiatan terbaru. Usulan ini juga didukung oleh generasi muda pengurus BP2KY yang ingin mengupayakan kegiatan-kegiatan digital.

METODE

Pembangunan situs resmi BP2KY dilakukan melalui beberapa tahapan seperti ditunjukkan pada Gambar 1. Metodologi ini dilaksanakan berdasarkan pembicaraan awal antara tim PKM dengan pengurus BP2KY.

a. *Focus Group Discussion* (FGD)

Program PKM ini dimulai dengan sebuah diskusi kelompok yang memiliki satu tujuan yaitu menentukan rancangan situs BP2KY. FGD biasanya terdiri atas 6-8 orang yang memiliki latar belakang yang mirip dan berdiskusi tentang sebuah topik untuk mengeksplorasi berbagai sudut pandang dan pendapat (Hennink, 2014). Biasanya FGD dipandu oleh seorang moderator yang ahli sehingga diskusi terarah (Hennink, 2014). FGD dilakukan dengan pengurus BP2KY serta tim PKM untuk menggali informasi kebutuhan situs. Secara spesifik, diskusi juga dilakukan untuk mendapatkan informasi konten situs yang menghasilkan *user requirements*.

b. *Data Gathering*

Setelah melakukan FGD, selanjutnya tim PKM harus melakukan pengumpulan data atau *data gathering*. Mengingat reputasi BP2KY sebagai instansi pemerintah yang terpercaya, maka data yang dikumpulkan harus terkini dan benar. Untuk itu, tim PKM melakukan pembagian tugas dalam pengumpulan data konten. Tim PKM juga mengumpulkan informasi terkait warna utama situs agar sesuai dengan *brand* BP2KY.

c. *Perancangan Situs*

Pada tahapan ini dibuat *mockup* situs agar ide yang diungkapkan pada *requirements* dapat ditranslasikan dalam

bentuk desain. Dengan adanya *mockup* juga memudahkan untuk mencari *template* Wordpress yang paling sesuai. Pada tahapan ini ditentukan juga yang sesuai dengan *brand* BP2KY.

d. Implementasi

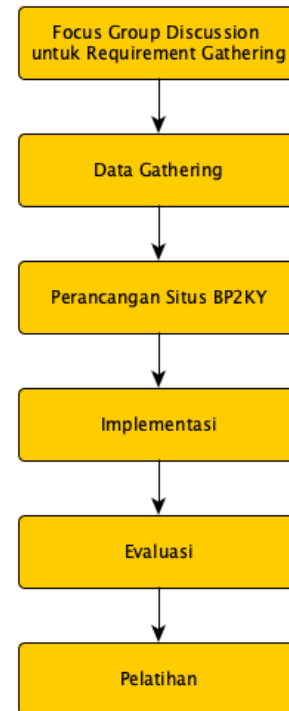
Untuk melakukan implementasi, tim PKM pertama-tama akan membeli sebuah domain untuk BP2KY. Mengikuti saran dari Riyanto (2015), nama domain menggunakan nama *brand* yaitu BP2YK. Selanjutnya tim PKM juga menentukan Wordpress *theme* yang cocok untuk *website* ini serta melakukan pengaturan warna yang sesuai dengan *brand*. Selain itu, tim PKM juga menyesuaikan tampilan *website* dengan setiap menu yang sudah disepakati di *requirements*.

e. Evaluasi

Pada tahapan ini tim PKM melakukan evaluasi dengan mengedarkan *User Experience Questionnaire* (UEQ) pada beberapa pengguna *website*. UEQ mengukur enam hal yaitu daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan melalui 26 pertanyaan dengan skala Likert (Schrepp, Hinderks, & Thomaschewski, 2014). Evaluasi juga akan digunakan pada kata kunci yang diterapkan pada situs melalui audit Search Engine Optimization (SEO).

f. Pelatihan

Pelatihan pengelolaan *website* sangat dibutuhkan agar situs tetap menyajikan informasi yang baru. Anggota BP2KY diberikan pelatihan khusus agar dapat menambahkan konten baru seperti berita dan informasi wisata di Kota Yogyakarta.



Gambar 1. Blok Diagram Metodologi

(Sumber: Olahan Penulis, 2021)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dari bulan Maret – Oktober 2021. Mengingat kondisi yang masih dilanda pandemi, semua diskusi dan kegiatan dilakukan secara *online* agar keselamatan masing-masing pihak terjaga. Pada bagian ini akan dilakukan pembahasan untuk setiap tahapan secara detail.

a. Focus Group Discussion (FGD)

Kegiatan pengabdian masyarakat dimulai dengan pertemuan *online* melalui Zoom yang dilakukan oleh tim PKM dengan pengurus BP2KY pada awal April 2021. Pertemuan *online* tersebut dihadiri oleh pengurus BP2KY serta tim PKM. Tujuan dari FGD ini adalah mendapatkan satu set *requirements* untuk menentukan konten *website*. Pada pertemuan ini dilakukan diskusi juga tentang *domain* yang akan dipakai, serta adanya permintaan khusus yaitu pembentukan email resmi bagi para pengurus BP2KY.

Keputusan yang diambil mengenai konten adalah dibutuhkan beberapa halaman utama pada situs yang dapat

memuat deskripsi tentang BP2KY, kegiatan yang dilakukan, informasi wisata di Kota Yogyakarta, serta pengurus BP2KY. Untuk itu, dibuat empat menu utama (untuk struktur informasi dapat dilihat pada Gambar 2), sebagai berikut:

1. **Home page**, sebagai halaman utama yang berisi deskripsi singkat BP2KY, peran BP2KY, agenda kegiatan yang berlangsung, serta rekanan BP2KY.
2. **Berita**, yang berisi tentang kegiatan yang dilakukan oleh BP2KY. Halaman ini dapat diperbaharui untuk mempromosikan kegiatan yang telah dilakukan oleh BP2KY.
3. **Wisata**, menu ini berfokus pada informasi tentang berbagai macam wisata yang ada di Kota Yogyakarta. Menu ini juga akan memiliki sub menu yang berisi kategori wisata seperti sejarah dan budaya, museum, kampung wisata, religi, Kotabaru, kuliner, Taman Pintar, dan wisata alam. Kategori dapat ditambahkan sesuai dengan kebutuhan.
4. **Tentang**, menu ini berisi informasi mengenai anggota BP2KY periode 2020-2024.

Pada *home page*, halaman berita dan wisata juga diberikan wadah untuk meletakkan iklan yang dapat dimanfaatkan oleh mitra BP2KY.

b. **Data Gathering**

Setelah menentukan konten yang ingin ditampilkan pada *website*, tim PKM melakukan proses pengumpulan data. Proses ini dilakukan selama bulan April hingga Mei 2021. Berdasarkan hasil FGD maka dibutuhkan konten untuk deskripsi BP2KY, berita, wisata dan anggota BP2KY. Data terkait susunan anggota, logo, peran, dan tujuan instansi disediakan secara langsung oleh pengurus BP2KY. Pada situs dibutuhkan juga data mengenai berita kegiatan BP2KY dan informasi wisata. Konten berita beserta foto kegiatan dan informasi wisata dikumpulkan oleh pengurus BP2KY pada dokumen Google Docs yang dibagikan kepada tim PKM.

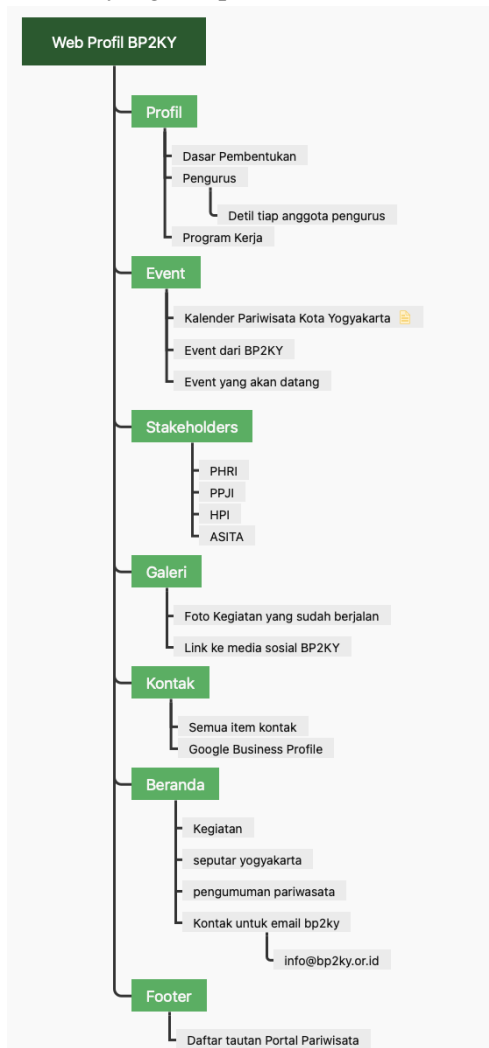
Pengurus diminta untuk memberikan beberapa sampel untuk konten awal. Berita dan informasi wisata lainnya akan dimasukkan secara mandiri oleh pengurus BP2KY melalui pelatihan yang akan diadakan setelah *website* selesai dibangun. Pada tahapan ini, pengurus BP2KY juga menginformasikan warna yang sesuai dengan citra BP2KY agar tampilan situs dapat menyesuaikan dengan palet warna yang sesuai. Semua proses pada tahapan ini dilakukan secara daring melalui aplikasi komunikasi Telegram serta memanfaatkan Google Drive.

c. **Perancangan Situs**

Tahapan perancangan situs dilakukan selama bulan Mei - Juni 2021 oleh tim PKM. Perancangan ini dilakukan agar situs yang dibuat sesuai dengan kebutuhan yang sudah ditentukan pada tahapan sebelumnya. Pertama-tama *mockup* halaman dibuat dengan aplikasi *draw.io* untuk mendapatkan gambaran besar antarmuka yang diinginkan. *Mockup* berguna sebagai alat visualisasi yang menjembatani antara kebutuhan pengguna, yaitu BP2KY, dengan tim PKM. Selain *mockup*, dibuat juga sebuah *Use Case Diagram* (UCD) yang memperlihatkan aktor utama yang ada pada situs ini serta untuk mengidentifikasi fungsi sistem untuk pengguna (Seidl, Scholz, Huemer, & Kappel, 2015). Pada situs ini terdapat tiga aktor utama yaitu Administrator, Penulis dan Pengunjung.

Administrator bertugas untuk mengelola situs secara keseluruhan, termasuk mengelola Wordpress *theme* serta pengguna yang akan membantu pengisian konten. Administrator juga berhak untuk menambahkan kategori baru, laman baru, mengganti tema situs, dan menambahkan atau menghapus *plug in* Wordpress. Penulis adalah pengguna yang memiliki tanggung jawab untuk mengisi konten situs seperti membuat pos dan kategori baru, serta membuat laman baru jika diperlukan. Sementara itu pengunjung merupakan orang yang akan berkunjung ke

situs ini. Pengunjung dapat melihat semua konten yang ada pada situs.



Gambar 2: Struktur Informasi Web BP2KY
(Sumber: Olahan Tim, 2021)

d. Implementasi

Implementasi rancangan dilakukan selama bulan Juni dan Juli 2021 oleh tim PKM. Kegiatan terkait implementasi dilakukan secara daring. Hal yang pertama yang dilakukan pada tahapan ini adalah membeli *domain* untuk situs. Alamat situs yang dipilih adalah nama dari instansi sendiri yaitu BP2KY dan *domain* yang dibeli adalah “.or.id” yang menunjukkan *domain* untuk sebuah organisasi. Situs profil BP2KY dapat dikunjungi pada alamat berikut ini: <https://bp2ky.or.id/>.

Selanjutnya dilakukan instalasi Wordpress dan pemilihan *theme* untuk *website* atau sering disebut juga sebagai *skin*. Themify.me merupakan salah satu

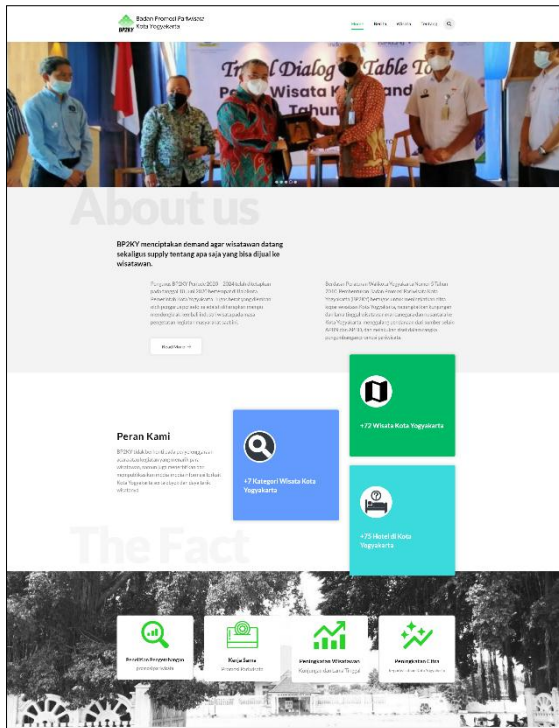
website yang menyediakan berbagai macam *template theme website* untuk Wordpress. Tim PKM memutuskan untuk mengambil *skin* Wordpress Ultra Foundation dengan palet warna dengan rincian dalam bentuk kode Hex: #45d42a, #000000, dan #155500 yang sesuai dengan warna palet BP2KY.

Setelah instalasi Wordpress dan *theme*, maka *dashboard* administrator dapat diakses. Sebelum mendelegasikan tugas ke penulis, tim PKM melakukan beberapa pengaturan mengenai menu serta halaman yang akan tampil pada situs ini sekaligus mendaftarkan pengurus BP2KY yang akan bertugas sebagai penulis.

Wordpress memiliki *dashboard* yang *user friendly* dan mudah untuk dipahami. Terdapat dua konsep utama untuk menambahkan halaman situs yaitu laman dan pos. Pos merupakan konten yang dapat ditambah dan bersifat kronologikal, sedangkan laman bersifat lebih statis dan jarang berubah atau disebut sebagai entitas timeless (WPBeginner.com, 2019). Dengan mempertimbangkan hal tersebut maka halaman utama serta pengurus menggunakan laman karena sifatnya jarang berubah. Sedangkan untuk halaman wisata dan berita akan menggunakan pos karena sifatnya yang terus bertambah dan kronologikal (terutama untuk berita). Untuk mendukung *Search Engine Optimization* (SEO) maka dilakukan juga instalasi *plug-in* AIOSEO (<https://aioseo.com/>).

Hasil dari halaman utama (Gambar 3), atau “Beranda” pada menu, terdiri dari beberapa bagian. Bagian pertama terlihat pada bagian atas yaitu logo BP2KY, *header* dan galeri foto yang berubah secara otomatis, seperti yang terlihat pada Gambar 3. Di bawah bagian *header*, terdapat sebuah cuplikan “About Us” yang berisi deskripsi singkat BP2KY. Apabila dilakukan *scroll* ke bawah, maka lanjutan dari halaman utama menyoroti tentang peran BP2KY dalam bagian “Peran Kami”, “Agenda Kegiatan”, dan “Rekanan

Kami” serta footer yang berisi logo serta alamat BP2KY.



Gambar 3: Halaman Utama: Header dan “About Us”

(Sumber: <https://bp2ky.or.id>, 2021)

Menu “Berita” berisi berita terkini tentang BP2KY. Halaman ini diurutkan secara kronologis dari yang terbaru dan apabila dilakukan *hover* pada salah satu gambar yang ada maka akan terlihat judul dan cuplikan berita. Apabila salah satu berita diklik maka akan masuk ke halaman detail berita tersebut.

Menu terakhir adalah “Tentang” yang memperlihatkan anggota BP2KY. Bagian atas adalah ketua, wakil ketua, dan sekretaris BP2KY, sedangkan bagian bawah menunjukkan anggota lainnya.

e. Evaluasi

Setelah proses implementasi dilakukan maka di bulan September dan Oktober 2021 dilakukan proses evaluasi situs kepada pengguna situs. Salah satu evaluasi yang penting adalah melihat pengalaman pengguna situs. Untuk melihat pengalaman pengguna atau *user experience* maka disebarakan UEQ. Kuesioner dibuat dengan

Google Form agar dapat disebarakan secara *online*. Tim PKM dan pengurus BP2KY selanjutnya berkolaborasi untuk menyebarkan survei ke beberapa orang yang akan memakai situs ini. Pada survei, responden diminta untuk mengunjungi situs <https://bp2ky.or.id/> lalu responden menjawab pertanyaan yang ada pada survei secara cepat dan jujur.

Kuesioner UEQ berisi 26 pertanyaan dengan skala Likert 7. Setiap pertanyaan mengacu pada satu dari enam skala yang diukur yaitu daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan. Tabel 1 menunjukkan pertanyaan yang diberikan pada pengguna situs.

Total responden yang mengisi kuesioner adalah 32 orang. Secara demografis, 56.3% adalah perempuan dan sisanya adalah laki-laki. Responden yang mengisi kuesioner paling banyak berada pada kisaran umur 15-24 tahun sebanyak 43.8% berada pada umur dan 34.4% berada pada umur 25-34 tahun.

Hasil yang didapatkan dari UEQ memperlihatkan hasil dengan evaluasi positif. Pada evaluasi ini angka -3 menunjukkan sangat buruk dan +3 menunjukkan sangat baik. *Positive evaluation* berada pada angka lebih dari 0.8. Gambar 4: Hasil Skala UEQ memperlihatkan hasil nilai rata-rata yang melebihi 0.8 untuk semua kriteria.

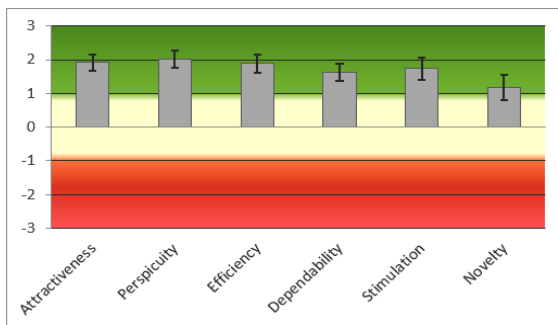
Tabel 1. Daftar Kuesioner UEQ

| Kiri | Kanan | Skala |
|----------------------|-------------------|------------|
| menyusahkan | menyenangkan | Daya tarik |
| tak dapat dipahami | dapat dipahami | Kejelasan |
| kreatif | monoton | Kebaruan |
| mudah dipelajari | sulit dipelajari | Kejelasan |
| bermanfaat | kurang bermanfaat | Stimulasi |
| membosankan | mengasyikkan | Stimulasi |
| tidak menarik | menarik | Stimulasi |
| tak dapat diprediksi | dapat diprediksi | Ketepatan |

| | | |
|---------------------|---------------------------|------------|
| cepat | lambat | Efisiensi |
| berdaya cipta | konvensional | Kebaruan |
| menghalangi | mendukung | Ketepatan |
| baik | buruk | Daya tarik |
| rumit | sederhana | Kejelasan |
| tidak disukai | menggembirakan | Daya tarik |
| lazim | terdepan | Kebaruan |
| tidak nyaman | nyaman | Daya tarik |
| aman | tidak aman | Ketepatan |
| memotivasi | tidak memotivasi | Stimulasi |
| memenuhi ekspektasi | tidak memenuhi ekspektasi | Ketepatan |
| tidak efisien | efisien | Efisiensi |
| jelas | mbingungkan | Kejelasan |
| tidak praktis | praktis | Efisiensi |
| terorganisasi | berantakan | Efisiensi |
| atraktif | tidak atraktif | Daya tarik |
| ramah pengguna | tidak ramah pengguna | Daya tarik |
| konservatif | inovatif | Kebaruan |

(Sumber: Schrepp et al., 2014)

Hasil *benchmark* situs BP2KY yang memperlihatkan daya tarik, kejelasan, efisiensi dan stimulasi memperlihatkan hasil “*Excellent*”, sedangkan untuk ketepatan dan kebaruan mendapatkan hasil “*Good*”.

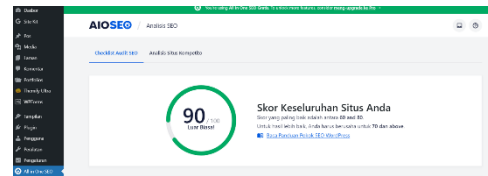


Gambar 4: Hasil Skala UEQ
(Sumber: Olahan Penulis, 2021)

Penerapan SEO melalui *plug-in* AIOSEO mendapatkan hasil 90% yang artinya memenuhi sebagian besar *checklist* audit SEO yang telah disediakan, seperti yang terlihat pada Gambar 5. Dikatakan bahwa skor yang disarankan adalah 70 ke atas yang sudah dipenuhi oleh situs ini. Hasil audit termasuk beberapa kata kunci seperti ‘kota’, ‘yogyakarta’, ‘pariwisata’,

‘wisata’, ‘dan’, ‘promosi’, ‘Indonesia’, ‘di’, ‘pada’, dan ‘dinas’.

Berdasarkan daftar pengecekan untuk kriteria SEO dasar dan SEO tingkat lanjut, situs ini sudah memenuhi sebagian besar dari *checklist* tersebut. Sedangkan *checklist* untuk sisi performa dan keamanan terlihat masih ada beberapa hal yang dapat ditingkatkan seperti berkas Javascript dan CSS yang masih bisa diperkecil dan adanya terlalu banyak permintaan yang mengakibatkan pemuatan halaman yang terlalu lama.



Gambar 5: Hasil Audit SEO
(Sumber: AIOSEO, 2021)

f. Pelatihan

Bagian terakhir dari program pengabdian ini adalah pelatihan bagi pengurus BP2KY yang akan mengelola situs. Pelatihan merupakan tahapan yang penting untuk *transfer knowledge* sekaligus memastikan adanya kontinuitas program. Kegiatan pelatihan dipandu oleh tim PKM secara daring dengan menggunakan layanan Zoom dan diikuti oleh beberapa pengurus BP2KY pada bulan Oktober. Pelatihan berlangsung selama dua jam.

Sebelum pelatihan dilakukan, tim PKM sudah menyiapkan hak akses kepada pengurus BP2KY sebagai penulis sehingga dapat *log in* ke dalam *dashboard* Wordpress dan menambahkan konten. Selain itu, tim PKM juga meminta pengurus untuk menyiapkan konten wisata atau berita yang hendak dipakai.

Pelatihan terdiri dari dua bagian yaitu teori dan *hands on training*. Bagian teori membahas pengertian CMS, mengenal ekosistem Wordpress termasuk memperlihatkan fasilitas yang ada di dalamnya, dan memberikan penjelasan perbedaan laman dan pos.

Selanjutnya, pada bagian *hands on training* peserta diajak untuk langsung mencoba Wordpress. Setiap anggota berlatih untuk menambahkan pos untuk wisata dan berita sesuai dengan artikel yang sudah disiapkan. Pada bagian ini, tim PKM memandu setiap anggota untuk memasukkan konten secara benar termasuk melakukan *setting* antarmuka, memberikan judul, kategori yang sesuai, serta kata kunci yang terkait dengan konten. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan anggota BP2KY dapat melakukan penambahan konten secara reguler.

SIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membangun sebuah situs profil untuk BP2KY. Situs profil akan membangun *digital presence* BP2KY sebagai instansi resmi pemerintah sekaligus untuk menerapkan *digital marketing* dan membangun relasi dengan masyarakat. Pembangunan situs ini dilakukan melalui enam tahapan yaitu FGD untuk menentukan *user requirements*, *data gathering* untuk mengumpulkan konten situs, perancangan situs yang menghasilkan *mockup* situs dan *use case diagram*, implementasi dengan CMS Wordpress, evaluasi menggunakan UEQ dan audit SEO, dan pelatihan untuk *transfer knowledge*. Setiap tahapan berhasil untuk dilakukan. Evaluasi situs melalui UEQ memberikan hasil positif dan *benchmark* yang memperlihatkan “*Excellent*” untuk daya tarik, kejelasan, efisiensi dan stimulasi, serta “*Good*” untuk ketepatan dan kebaruan. Situs juga memenuhi 90% dari audit SEO.

Untuk selanjutnya, diharapkan adanya penambahan halaman pada situs seperti halaman kontak maupun komen yang dapat dibuka untuk pengunjung secara umum. Hal ini akan meningkatkan relasi dengan masyarakat umum. Kegiatan dan berita harus secara reguler diperbaharui, disarankan adanya jadwal rutin untuk penambahan konten agar situs selalu *update*. Kegiatan lain yang juga

perlu untuk dilanjutkan adalah pelatihan untuk pemanfaatan layanan kolaborasi yang telah di-*setup* pada kegiatan pengabdian ini. Layanan kolaborasi yang telah di-*setup* menggunakan layanan Zoho, dan pelatihan tersebut menjadi penting untuk dilaksanakan karena akan mendorong penerapan teknologi informasi pada kepengurusan BP2KY periode ini dan juga periode selanjutnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PKM mengucapkan terima kasih atas dukungan dari Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) UKDW atas pendanaan yang telah ditetapkan dengan keputusan Ketua LPPM UKDW nomor 054/D.05/LPPM/2021 tertanggal 8 Maret 2021. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pengurus BP2KY periode 2020-2024 yang telah berkenan menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Cabot, J. (2018). Word press: A content management system to democratize publishing. *IEEE Software*, 35(3), 89–92. <https://doi.org/10.1109/MS.2018.2141016>
- Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. (2021). Rangkaian Events Jogjavaganza 2021. Diambil 9 Maret 2022, dari <https://pariwisata.jogjakota.go.id/detail/index/646>
- Hennink, M. M. (2014). *Focus group discussions*. Oxford University Press.
- Kuryanti, S. J., & Indriani, N. (2018). Pembuatan Website Sebagai Sarana Promosi Pariwisata. *Sinkron : jurnal dan penelitian teknik informatika*, 2(2), 37–46.
- Oentoro, K., & Wiyatiningsih. (2021). Evaluasi Kegiatan Gowes Van Jogja sebagai Upaya Promosi Kampung Wisata Kota Yogyakarta. *Sendimas 2021 - Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(1), 424–430. <https://doi.org/10.21460/SENDIMASV12021.V6I1.5>
- Prawira, J. J. C. Y., & Wardani, T. I. (2017). Aplikasi Cms Wordpress Untuk Pembuatan Website Sebagai Media Promosi Di Wisata Keramik Dinoyo Kota

- Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(2), 578–583.
- Riyanto, A. D. (2015). PEMBUATAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI YANG TERPERCAYA. *Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF)*, 1(1).
- Riyanto, S., & Kurniawati, I. D. (2018). RANCANG BANGUN WEBSITE DESA KRESEK-MADIUN UNTUK MEDIA INFORMASI POTENSI WISATA ALAM DAN KULINIER. *Jurnal Sistem Informasi dan Ilmu Komputer Prima (JUSIKOM PRIMA)*, 1(2), 2580–2879.
- Rochman, A., Hanafri, M. I., & Wandira, A. (2020). Implementasi Website Profil SMK Kartini Sebagai Media Promosi dan Informasi Berbasis Open Source. *Academic Journal of Computer Science Research*, 2(1). <https://doi.org/10.38101/AJCSR.V2I1.272>
- Sakir, Astuti, L., Ishak, A., Walinegoro, B. G., & Novriando, A. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Pendampingan Penyusunan Buku Profil Desa Singoyudan, Mirit, Kebumen Berbasis Sistem Informasi Dan Komunikasi Online (SISKON). *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 43–48. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.30570>
- Schrepp, M., Hinderks, A., & Thomaschewski, J. (2014). Applying the User Experience Questionnaire (UEQ) in Different Evaluation Scenarios. *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 8517 LNCS(PART 1), 383–392. https://doi.org/10.1007/978-3-319-07668-3_37
- Seidl, M., Scholz, M., Huemer, C., & Kappel, G. (2015). *UML @ Classroom: An Introduction to Object-Oriented Modeling*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-12742-2>
- Sulaiman, A. M., & Setiawan, A. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Situs Web Sebagai Media Promosi Bagi Pengrajin Tembaga Di Desa Tumang, Cepogo, Boyolali. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 234–241. <https://doi.org/10.24198/KUMAWULA.V4I2.32824>
- Viçosa, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother? *Business Horizons*, 57(6), 703–708. <https://doi.org/10.1016/J.BUSHOR.2014.07.002>