



## Optimalisasi Website Osanna Beach Resort sebagai Fondasi Digital untuk Meningkatkan Promosi melalui Digital Marketing

### Optimizing the Osanna Beach Resort Website as a Digital Foundation to Enhance Promotional through Digital Marketing

Dwi Ariani Finda Yuniarti <sup>1</sup>, Agus Prianggono <sup>2</sup>, Anwar Fu'adi<sup>3</sup>, Bagus Hikmahwan<sup>4</sup>, Fajar Abadi<sup>5</sup>

Pemeliharaan Kendaraan Ringan/Akademi Komunitas Negeri Pacitan<sup>1,2,4</sup>, Pemeliharaan Komputer dan Jaringan/Akademi Komunitas Negeri Pacitan<sup>3</sup>, Tata Laksana Studio Produksi/Akademi Komunitas Negeri Pacitan<sup>4</sup>

finda@aknpacitan.ac.id<sup>1</sup>, agus@aknpacitan.ac.id<sup>2</sup>, anwar@aknpacitan.ac.id<sup>3</sup>, bagus@aknpacitan.ac.id<sup>4</sup>, fajar@aknpacitan.ac.id<sup>5</sup>

---

**Kata Kunci:**

pariwisata; digital marketing; website; WDLC; Osanna Beach Resort

---

**ABSTRAK**

Osanna Beach Resort yang merupakan destinasi unggulan di Kabupaten Pacitan tidak memiliki website resmi, sehingga hal ini menyebabkan Osanna Beach Resort belum memiliki pondasi digital yang kuat untuk mendukung pemasaran berkelanjutan. Kegiatan PKM ini bertujuan untuk mengembangkan website resmi Osanna Beach Resort sebagai media promosi digital. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif yang dipadukan dengan WDLC, melalui tahapan analisis kebutuhan, perancangan desain, implementasi dengan CMS WordPress, pengujian, peluncuran, pemeliharaan serta sosialisasi dan pelatihan pengelolaan konten kepada pengelola resort. Hasil implementasi menunjukkan bahwa website [www.osannabeach.com](http://www.osannabeach.com) telah memenuhi kebutuhan mitra dalam menyediakan informasi destinasi, fasilitas, reservasi dan integrasi dengan media sosial. Analisis kuesioner terhadap 6 indikator penilaian memperoleh rata-rata 95,35% dengan rincian aspek warna (98,69%), tipografi (95,74%), tata letak (90,49%), kualitas gambar (97,05%), kemudahan navigasi (97,05%) dan kenyamanan pengguna (93,11%). Temuan ini menegaskan bahwa desain website yang dikembangkan mampu memberikan pengalaman pengguna yang baik sekaligus meningkatkan citra profesional resort.

---

**Keywords:**

tourism; digital marketing; website; WDLC; Osanna Beach Resort

---

**ABSTRACT**

Osanna Beach Resort, one of the most tourist destinations in Pacitan Regency, does not yet have an official website. This condition results in the resort lacking a strong digital foundation to support sustainable marketing efforts. This Community Service Program (PKM) activity aims to develop the official Osanna Beach Resort website as a digital promotional medium. The

---

*implementation method uses a participatory approach combined with WDLC, through the stages of needs analysis, design, implementation with CMS WordPress, testing, launch, maintenance, socialization, and content management training for resort managers. The implementation results show that the website [www.osannabeach.com](http://www.osannabeach.com) has met partners' needs in providing destination information, facilities, reservations, and integration with social media. The questionnaire analysis of six assessment indicators obtained an average score of 95.35%, with details of color (98.69%), typography (95.74%), layout (90.49%), image quality (97.05%), ease of navigation (97.05%), and user comfort (93.11%). These findings confirm that the developed website design is able to provide a good user experience while enhancing the resort's professional image.*

---

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, baik ditingkat nasional maupun daerah (Suheri et al., 2023). Pada tahun 2018 sampai dengan 2022, sektor pariwisata menyumbang 3,6% - 5,2% dari Produk Domestik Buto (PDB) nasional, serta memberikan kontribusi nyata terhadap pendapatan devisa dan tenaga kerja nasional (Hasibuan et al., 2023). Di era digital seperti sekarang ini, persaingan dalam industri pariwisata tidak hanya ditentukan oleh kualitas layanan dan keindahan destinasi, akan tetapi juga harus didukung dengan kemampuan pengelola dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Teknologi informasi dalam konsep *e-Tourism* memungkinkan akses informasi produk pariwisata kapan pun dan dimana pun, meningkatkan visibilitas, aksesibilitas dan kenyamanan bagi wisatawan (Komalasari et al., 2020). Selain itu, salah satu instrumen yang utama dalam digital marketing adalah website, yang berfungsi sebagai pusat informasi, branding dan interaksi dengan calon pengunjung objek wisata. Digital marketing telah terbukti menjadi salah satu metode yang efektif dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing bisnis di pasar global (Smith & Storrs, 2023). Studi kasus di destinasi Three Nusa (Nusa Penida, Nusa Lembongan, Nusa Ceningan) juga menunjukkan bahwa penggunaan website dan media sosial sebagai sarana pemasaran elektronik (e-Commerce) terbukti lebih efektif dalam menarik kunjungan wisatawan dibanding metode promosi konvensional (Ni Putu Eka Kurnia Dew, 2018) karena keberadaan website resmi sebagai media informasi dan promosi yang dapat diakses oleh calon pelanggan dimanapun berada merupakan bentuk digital marketing yang paling fundamental.

Osanna Beach Resort merupakan destinasi wisata pantai yang memiliki potensi besar untuk menarik wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Terletak di Kabupaten Pacitan, Jawa Timur, Osanna Beach Resort ini menawarkan keindahan alam yang memukau dengan pantai berpasir putih, air laut yang jernih, serta panorama alam yang masih alami.



**Gambar 1.** Osanna Beach Resort

Selain itu, Osanna Beach Resort juga menyediakan berbagai fasilitas seperti tempat beristirahat yang nyaman, restoran dengan sajian khas nusantara khususnya Pacitan. Sebagai salah satu destinasi wisata

unggulan di Pacitan, Osanna Beach Resort tidak hanya menawarkan keindahan alam, tetapi juga pengalaman wisata yang lengkap bagi pengunjung. Dengan adanya layanan yang ramah dan fasilitas yang terus dikembangkan, resort ini menjadi pilihan ideal bagi wisatawan yang mencari ketenangan dan kenyamanan di tepi pantai. Keindahan sunset yang dapat dinikmati dari resort ini menjadi daya tarik tersendiri, menjadikannya tempat yang cocok bagi pasangan, keluarga, maupun wisatawan yang ingin bersantai dan menikmati suasana pantai yang eksotis. Selama ini, promosi yang dilakukan masih cenderung terbatas pada media sosial yaitu instagram, sehingga jangkauan informasinya kurang optimal.



**Gambar 2.** Instagram Osanna Beach Resort

Kelemahan utamanya adalah belum tersedianya website resmi yang dapat menjadi platform utama dalam memperkenalkan keunggulan dan fasilitas yang ditawarkan oleh resort ini. Ketiadaan website resmi yang dikelola dengan baik membuat Osanna Beach Resort belum memiliki pondasi digital yang kuat mendukung strategi pemasaran pariwisata secara berkelanjutan.

Website berperan penting dalam membangun kredibilitas, memperkuat citra destinasi, serta menjadi media komunikasi yang efektif antara pengelola dan calon wisatawan (Kaur, 2017). Selain itu, keberadaan website juga memungkinkan integrasi dengan berbagai kanal digital lainnya, seperti media sosial, mesin pencari dan platform pemesanan daring (online travel agent), sehingga dapat meningkatkan peluang resort untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Kotoua & Ilkan, 2017). Seperti (Siri, 2022) yang juga menyatakan bahwa pemasaran secara digital akan membantu pemasaran dan pelayanan secara lebih efektif. Selain berfungsi sebagai media promosi, website juga berperan penting dalam membangun kepercayaan dan citra profesional dari sebuah destinasi wisata. Calon wisatawan cenderung merasa lebih yakin ketika sebuah resort atau destinasi memiliki website resmi yang menampilkan informasi lengkap, mulai dari deskripsi fasilitas, harga, galeri foto hingga kontak layanan. Website yang dikelola secara baik akan memberikan kredibilitas dan menunjukkan keseriusan pengelola dalam melayani wisatawan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa website merupakan salah satu elemen paling krusial dalam strategi digital marketing karena menjadi titik sentral bagi seluruh aktivitas pemasaran daring (Siri, 2022; Vrdoljak, 2023).

Dengan demikian, pengembangan website resmi untuk Osanna Beach Resort menjadi langkah strategis dalam menghadapi tantangan persaingan di era digital. Website tidak hanya berfungsi sebagai etalase informasi, namun juga sebagai media interaktif yang dapat memberikan pengalaman awal bagi calon wisatawan sebelum mereka berkunjung secara langsung. Melalui website, pengelola dapat menyajikan konten yang menarik dan relevan, seperti profil resort, galeri visual, informasi harga, ketersediaan kamar serta testimoni pengunjung. Namun demikian, masih terdapat permasalahan yang perlu diidentifikasi, diantaranya yang pertama yaitu keterbatasan promosi yang hanya mengandalkan media sosial sehingga menjadikan penyebaran informasi kurang merata dan sulit menjangkau wisatawan internasional. Kedua, belum adanya sistem informasi terpusat yang dapat diakses kapan saja sehingga membuat calon pengunjung kesulitan dalam memperoleh informasi yang akurat dan terkini. Ketiga, ketiadaan website resmi juga mengurangi kepercayaan calon wisatawan, terutama wisatawan mancanegara yang umumnya

menjadikan website resmi sebagai sumber utama informasi dan referensi sebelum memutuskan untuk berkunjung. Jelas hal tersebut akan sangat disayangkan, melihat potensi besar yang dimiliki Osanna Beach Resort sebagai destinasi wisata di Pacitan.

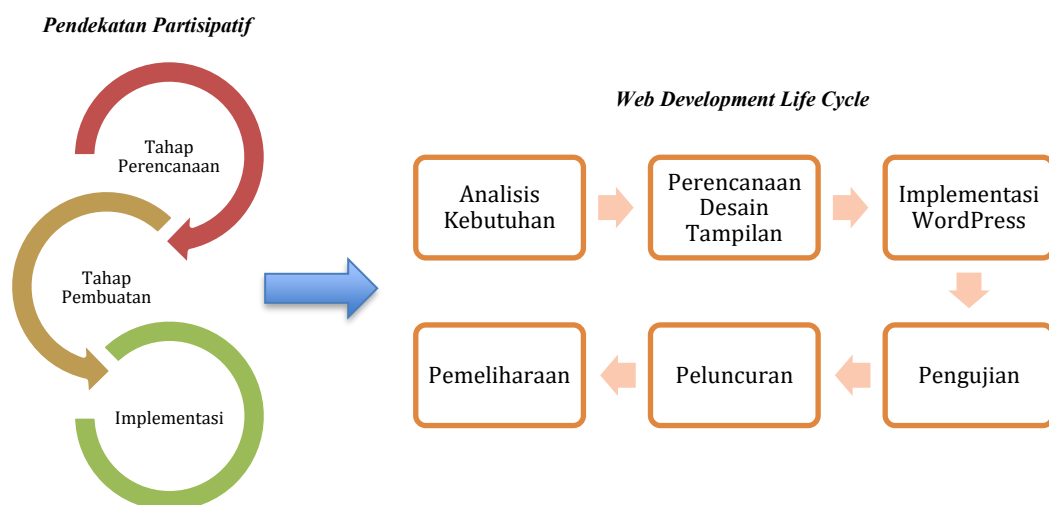
Solusi yang ditawarkan adalah pengembangan website resmi Osanna Beach Resort yang dirancang tidak hanya sebagai media promosi, tetapi juga sebagai platform integratif yang mendukung strategi pemasaran pariwisata secara berkelanjutan. Website ini akan dibangun dengan desain yang user friendly, informatif dan responsif agar dapat diakses dengan mudah melalui berbagai perangkat. Selain itu, fitur-fitur penting seperti reservasi online yang langsung terhubung dengan whatsapp admin, galeri interaktif hingga integrasi dengan media sosial akan turut dikembangkan guna meningkatkan kenyamanan calon wisatawan dalam mengakses informasi. Adapun target yang ingin dicapai dari pengembangan website ini adalah:

1. Mengembangkan website resmi Osanna Beach Resort sebagai media promosi digital.
2. Mengukur tingkat kelayakan dan kepuasan pengguna terhadap website yang dikembangkan melalui analisis enam indikator penilaian yang meliputi warna, tipografi, tata letak, kualitas gambar, kemudahan navigasi dan kenyamanan pengguna.
3. Meningkatkan kapasitas pengelola resort dalam mengelola dan memperbarui konten website.
4. Memperkuat citra profesional dan visibilitas Osanna Beach Resort.

Dengan adanya pengembangan website resmi ini, diharapkan Osanna Beach Resort dapat bersaing secara lebih efektif dalam industri pariwisata, sekaligus mendukung program pemerintah dalam meningkatkan digitalisasi sektor pariwisata. Website resmi ini akan menjadi pondasi utama strategi digital marketing yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perkembangan teknologi serta kebutuhan pasar wisata global.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan bersama mitra Osanna Beach Resort yang berlokasi di Kabupaten Pacitan, Jawa Timur. Kegiatan berlangsung dari bulan Maret hingga bulan Juli 2025, diawali dengan pembahasan strategi digital melalui website yang kemudian dilanjutkan dengan tahapan pembangunan website hingga disosialisasikan kepada pegawai Osanna Beach resort yang nantinya bertindak sebagai admin dan publikasi kepada pengguna. Metode pelaksanaannya menggunakan pendekatan partisipatif yang dikolaborasikan dengan metode *Web Development Life Cycle* (WDLC) pada tahap pengembangan websitenya. Secara detail dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



**Gambar 3.** Metode Pelaksanaan PKM

Dari gambar di atas dapat dijelaskan bahwa pada tahap pertama tim PKM melakukan observasi lapangan dan wawancara dengan pemilik atau pengelola resort untuk mengidentifikasi permasalahan utama

terkait keterbatasan media promosi yang terbatas hanya menggunakan media sosial, maka dibutuhkan website sebagai media promosi resmi yang mendukung profesionalisme dan dapat menjangkau promosi secara lebih luas. Selanjutnya adalah tahap pengembangan, dalam tahapan ini dikembangkan sebuah website dengan menggunakan metode WDLC. Adapun beberapa tahapan dalam metode WDLC (Hisham, 2021) adalah

1. Analisis kebutuhan  
Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan pengelola serta observasi yang dilakukan maka diperoleh kebutuhan konten utama dan fitur dasar yang diperlukan dalam pembangunan website yang akan dibuat.
2. Perancangan desain tampilan  
Desain dibuat dengan tampilan bersih dan warna-warna mencolok yang menggambarkan suasana resort serta wahana yang menyatu dengan pantai dan alam.
3. Implementasi WordPress  
Website dibangun menggunakan *CMS* WordPress, dengan tema wisata dan *plugin* tambahan seperti *Elementor*.
4. Pengujian dan evaluasi  
Pengujian dilakukan untuk memastikan kecepatan akses, responsibilitas dan navigasi antarmuka berjalan baik, selain itu jga dilaksanakan penilaian dengan menyebarkan kuesioner kepada para pengguna website Osanna Beach Resort untuk menilai sejauh mana website tersebut bermanfaat bagi pengguna untuk mengetahui informasi terkait Osanna Beach Resort. Hasil kuesioner tersebut dianalisis secara deskriptif kuantitatif. Hasil analisis dari penilaian website tersebut dijadikan dasar sebagai pengembangan selanjutnya. Adapun nilai persentase setiap indikator dapat diperoleh dengan perhitungan sebagai berikut.

$$P_i = \frac{\sum n_i}{\sum n} \times 100\%$$

Dimana,

$P_i$  = persentase indikator-*i*

$n_i$  = hasil penjumlahan dari nilai *i* indikator

$n$  = jumlah total nilai setiap indikator

Rumus ini digunakan untuk mengetahui tingkat keberhasilan setiap indikator yang disajikan dalam pelatihan ini. kategori persentase hasil penilaian setiap indikator dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 1.** Kategori Penilaian pada Kuesioner

Persentase	Katagori
$85\% \leq P_i < 100\%$	Baik Sekali
$75\% \leq P_i < 85\%$	Baik
$50\% \leq P_i < 75\%$	Cukup
$0\% \leq P_i < 50\%$	Kurang

5. Peluncuran  
Website dipublikasikan melalui domain osannabeach.com, dalam peluncuran ini juga diberikan kegiatan sosialisasi pendampingan dan pelatihan pengelolaan website kepada pegawai yang diamanahi untuk mengelola website osanna beach resort.
6. Pemeliharaan  
Setelah peluncuran, dilakukan pemantauan berkala terhadap performa website serta backup rutin dengan bantuan *plugin Backuply*. Dimana tim pengabdian juga memberi informasi kepada pengelola website untuk rutin melakukan backup sebagai upaya pemeliharaan website secara berkala.

Selanjutnya setelah seluruh tahapan dalam pembuatan website dengan menggunakan metode WDLC selesai dilaksanakan, tahapan terakhir adalah tahap implementasi yang merupakan penerapan website sebagai media digital marketing destinasi wisata Osanna Beach Resort.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini dilaksanakan bersama mitra Osanna Beach Resort, dimana sesuai dengan alur pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diawali dengan tahapan perencanaan dengan melakukan wawancara tim PKM bersama pemilik atau pengelola Osanna Beach Resort berkoordinasi, dari hasil analisis kebutuhan Osanna Beach Resort adalah belum adanya website resmi Osanna Beach Resort, sehingga tim PKM berencana mengembangkan sebuah website untuk Osanna Beach Resort. Tim PKM AKN Pacitan yang juga terdiri atas mahasiswa magang dari Prodi Pemeliharaan Komputer dan Jaringan melakukan analisis kebutuhan website bersama pemilik Osanna Beach Resort.



**Gambar 4.** Koordinasi Tim PKM dan Pemilik Osanna

Setelah berkoordinasi dengan pemilik/pengelola Osanna Beach Resort, selanjutnya dilakukan tahap pembuatan website dengan menggunakan metode WDLC mulai dari analisis kebutuhan website, perencanaan desain tampilan website, implementasi dengan WordPress, pengujian dan evaluasi, peluncuran hingga pemeliharaan. Dari hasil analisis kebutuhan dalam pembuatan website diperoleh hasil bahwa website dibutuhkan untuk:

1. Menyediakan informasi utama secara online (lokasi, harga, fasilitas).
2. Menampilkan foto dan daya tarik visual secara menarik.
3. Menyediakan sarana komunikasi (kontak, *email*, dan *WhatsApp* pengelola).
4. Memberikan kesan profesional terhadap pengunjung. Website Osanna Beach bukan hanya sebagai media informasi, tetapi juga sebagai wajah digital yang mencerminkan identitas dan profesionalitas resort. Melalui desain yang menarik, informasi yang lengkap, komunikasi yang responsif, dan pengelolaan konten yang baik, website diharapkan mampu membangun kepercayaan dan memberikan kesan bahwa Osanna Beach adalah destinasi wisata yang terpercaya, terkelola dengan baik, dan layak dikunjungi.

Tahap selanjutnya adalah perencanaan desain tampilan website, dimana tahapan ini bertujuan untuk membuat desain antarmuka dan alur pengalaman pengguna yang sesuai dengan karakteristik Osanna Beach Resort dan target pengunjung, dalam tahap perancangan desain ini tampilan visual tidak hanya menarik, tapi juga fungsional. Salah satu keputusan desain yang diterapkan adalah penggunaan latar belakang berwarna hitam sebagai background utama tampilan website. Pemilihan warna ini bertujuan untuk menampilkan kesan eksklusif, modern, dan bersih, sehingga mendukung citra profesional Osanna Beach. Latar belakang gelap juga membuat elemen visual seperti foto pantai, langit biru, fasilitas, serta wahana yang ditampilkan menjadi lebih hidup dan mencolok. Selain itu, warna hitam membantu memudahkan fokus mata pengguna terhadap konten utama di layar, karena kontras yang dihasilkan dengan elemen cerah membuat informasi lebih mudah dibaca dan dipahami. Hal ini diperkuat oleh penelitian Gazit yang menunjukkan bahwa penggunaan mode gelap pada antarmuka digital dapat meningkatkan fokus visual, kenyamanan mata, serta preferensi pengguna dibandingkan mode terang

(Dornauer et al., 2024). Dengan demikian, kombinasi background gelap dan elemen cerah bukan hanya memiliki nilai estetis, tetapi juga didukung oleh temuan terkini yang relevan dengan desain website modern.

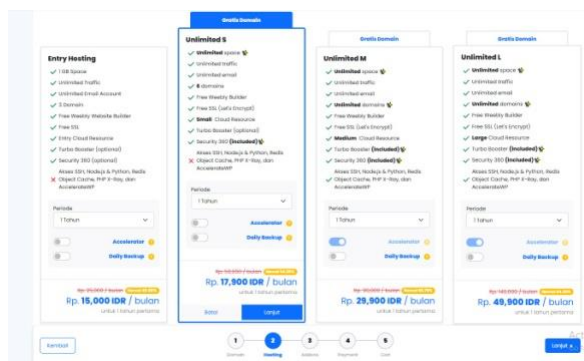
Dalam merancang tampilan visual website *osannabeach.com*, pemilihan warna dan tipografi memiliki peran penting untuk menciptakan kesan profesional sekaligus tetap nyaman dipandang. Skema warna digunakan untuk memperkuat identitas visual dan membangun suasana elegan, sedangkan tipografi dipilih untuk memastikan teks mudah dibaca di berbagai perangkat. Warna hitam pekat diterapkan sebagai latar belakang utama halaman untuk memberikan kesan modern dan eksklusif, sedangkan putih terang digunakan pada teks dan ikon utama agar tercipta kontras yang jelas. Merah dan putih difungsikan sebagai warna aksen pada tombol maupun elemen navigasi sehingga memperkuat daya tarik visual. Sementara itu, foto-foto berwarna cerah dari panorama Osanna Beach dipasang untuk menjadi pusat perhatian dan menghadirkan nuansa alami yang menyegarkan. Dari sisi tipografi, jenis font yang digunakan adalah sans-serif modern seperti Poppins dan Roboto, yang terbukti mudah dibaca di berbagai ukuran layar sekaligus memberikan kesan bersih, teratur, dan terstruktur. Bahkan, penelitian terbaru menunjukkan bahwa penggunaan font sans-serif modern seperti Roboto mampu meningkatkan kecepatan baca tanpa menurunkan pemahaman, sehingga mendukung keterbacaan dan kenyamanan pengguna dalam membaca konten digital (Espada et al., 2023).

Struktur navigasi website dirancang untuk memudahkan pengunjung dalam menemukan informasi dengan cepat, dimana menu navigasi utama dari website yang dibuat ini terdiri dari:

1. Home
2. Tentang Kami (Osanna Beach)
3. Galeri
4. Tempat Wisata Terdekat
5. Pusat Oleh-oleh Terdekat
6. Lokasi dan Kontak WhatsApp

Setiap menu diarahkan ke halaman khusus dengan konten yang padat dan jelas. Tata letak halaman menggunakan model *one-column* layout dan dibuat centre agar lebih fokus dan mudah dipahami diperangkat mobile.

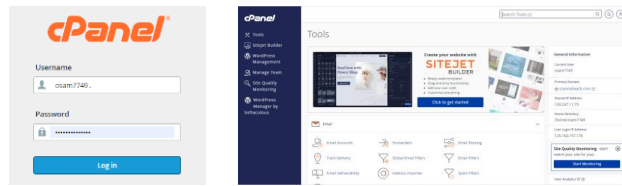
Tahapan selanjutnya dalam metode WDLC adalah tahap implementasi dengan menggunakan WordPress. WordPress dipilih karena fleksibilitasnya, kemudahan penggunaan dan dukungan komunitas, plugin serta tema yang luas dan selalu update. Pembelian domain dan hosting di rumahweb.com kemudian melakukan instalasi WordPress, hingga instalasi dan konfigurasi plugin serta pembuatan halaman (*page*).



**Gambar 5.** Pembelian Domain dan Hosting

Langkah-langkahnya dimulai dari (1) pemilihan paket hosting, (2) digunakan paket shared hosting standar yang mendukung PHP dan MySQL, (3) Pemilihan domain, dimana domain dipilih sesuai dengan nama destinasi wisata, setelah berdiskusi dengan pengelola akhirnya memilih nama [www.osannabeach.com](http://www.osannabeach.com) sebagai nama alamat website yang digunakan, (4) selanjutnya proses

pembayaran dan aktivasi. Akses ke cPanel yaitu setelah aktif, login dilakukan ke control panel untuk mengelola file website dan database didalamnya.



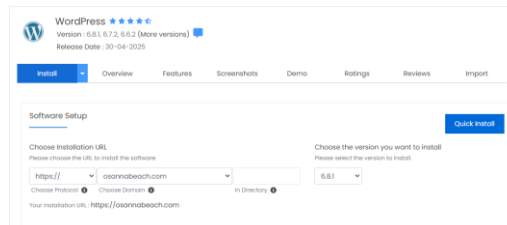
Gambar 6. cPanel Login

Selanjutnya setelah hosting siap, proses instalasi WordPress dilakukan melalui fitur Softaculous di cPanel.



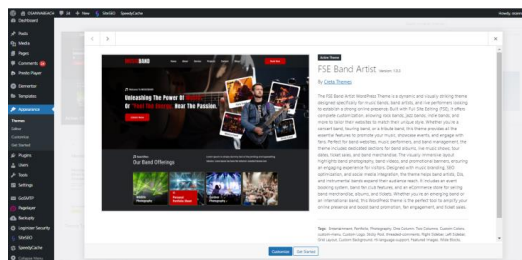
Gambar 7. Softaculous Wordpress Management

Instalasi WordPress otomatis yaitu Softaculus digunakan untuk menginstal WordPress dengan beberapa klik tanpa perlu upload manual seperti gambar di bawah.



Gambar 8. Install WordPress

Pengaturan akun admin yaitu dengan membuat akun admin utama untuk mengakses dashboard WordPress, setelah WordPress berhasil terinstal, dilakukan tahap selanjutnya. Tema website dipilih dengan mempertimbangkan tampilan visual yang mencerminkan suasana pantai dan *resort*. Tema yang digunakan bernama “*SFE Band Artist*” yang tersedia di WordPress.



Gambar 9. Tema Install

Untuk mendukung fitur tambahan dan meningkatkan pengalaman pengguna, digunakan beberapa plugin berikut yang dapat dilihat pada tabel 2.

**Tabel 2. Daftar Plugin**

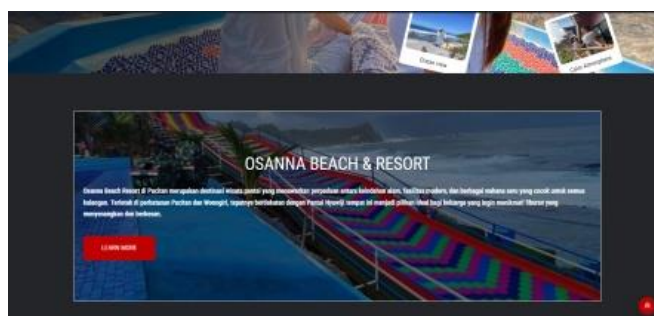
No	Nama Plugin	Fungsi
1.	Backuply / Backuply Pro	Mencadangkan ( <i>backup</i> ) data dan file website secara berkala dan aman. Versi <i>Pro</i> mendukung backup otomatis dan pemulihan cepat.
2.	Elementor / Elementor Pro	Membuat dan mengedit halaman secara visual dengan metode <i>drag and drop</i> . Versi <i>Pro</i> menyediakan <i>widget</i> dan fitur desain tambahan.
3.	Gmail SMTP / Gmail SMTP Pro	Mengatur pengiriman email website melalui <i>SMTP</i> (misalnya <i>Gmail</i> , <i>Outlook</i> ). Versi <i>Pro</i> mendukung lebih banyak <i>provider SMTP</i> .
4.	Loginizer	Melindungi website dari serangan <i>brute force login</i> dan mencatat aktivitas <i>login</i> .
5.	Privacy Policy	Menyediakan template halaman kebijakan privasi sesuai standar regulasi.
6.	SpeedyCache / SpeedyCache Pro	Meningkatkan kecepatan website melalui metode <i>caching</i> dan optimasi. Versi <i>Pro</i> memiliki fitur tambahan seperti optimasi gambar dan minifikasi.
7.	Yoast SEO	Mengoptimalkan konten website agar lebih mudah ditemukan di mesin pencari seperti <i>Google</i> .

Plugin-plugin tersebut dipilih karena dapat membantu mempercepat proses pengembangan, menambah fungsi penting yang tidak tersedia secara default di WordPress, serta memastikan website lebih optimal dari sisi performa, keamanan dan tampilan. Setelah tema dan plugin selesai dikonfigurasi, tahap selanjutnya adalah pembuatan halaman-halaman utama website menggunakan *Pagelayer*, *Wordpress Editor*, dan *Elementor* sebagai *builder utama*, yang memungkinkan pembuatan halaman secara visual dan interaktif dengan fitur *drag-and-drop*, sehingga tidak memerlukan pengkodean. Halaman-halaman utama yang dibuat dengan *Wordpress Editor* dan *Elementor* antara lain:



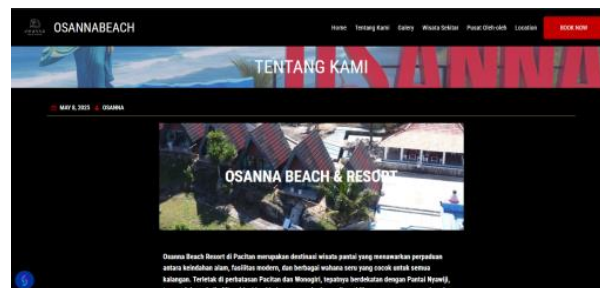
**Gambar 10. Homepage**

Beranda menampilkan banner utama dengan foto pemandangan sunset Osanna Beach dan juga terdapat kalimat pembuka, slogan serta deskripsi singkat Osanna Beach Resort seperti pada gambar 11.

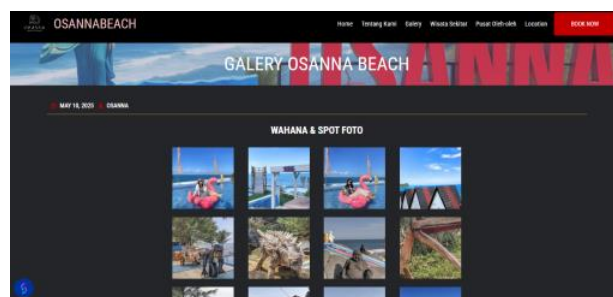


**Gambar 11. Deskripsi**

Pada website juga terdapat halaman tentang (about) dari Osanna Beach Resort yang berisi tentang latar belakang, sejarah singkat dan profil singkat destinasi wisata Osanna Beach, selain itu website juga menampilkan halaman Galeri, dimana halaman ini menampilkan dokumentasi-dokumentasi foto dan video dari Osanna Beach Resort. Laman ini disusun dalam format grid dan slider agar pengguna bisa melihat visualisasi secara menarik dan responsif.

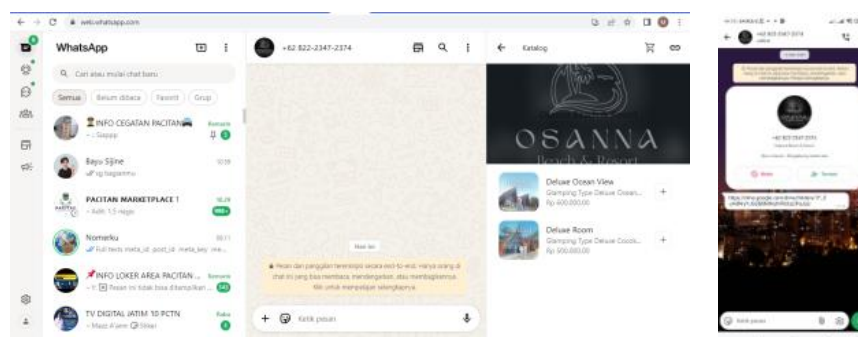


**Gambar 12.** Halaman Tentang (About)



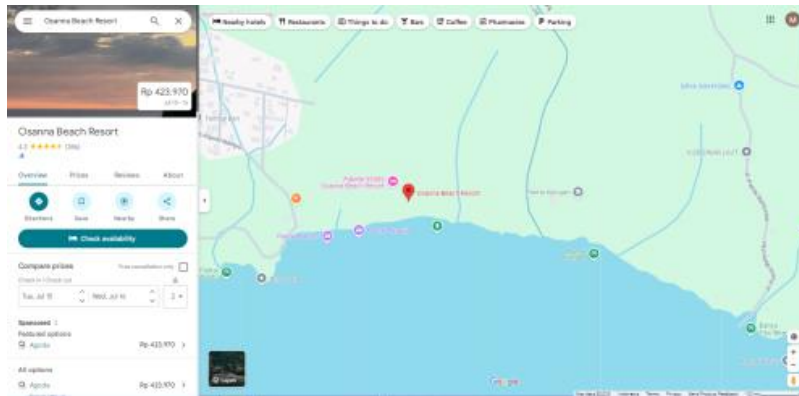
**Gambar 13.** Halaman Galeri

Selanjutnya, selain berfokus pada destinasi Osanna Beach Resort, website juga menampilkan wisata sekitar dan pusat oleh-oleh terdekat pada laman Wisata Sekitar dan Pusat Oleh-oleh. Hal ini dilakukan untuk menampilkan wisata dan tempat kunjungan yang bisa dijadikan rekomendasi juga ketika mengunjungi Osanna Beach, pada laman ini nanti akan terintegrasi dengan google maps. Selain itu, informasi kontak dan lokasi Osanna Beach ditampilkan secara jelas dan mudah diakses. Di bagian header, tersedia tombol yang terhubung langsung ke WhatsApp admin Osanna Beach Resort. Fitur ini memungkinkan pengunjung melakukan chat langsung dengan pihak pengelola untuk menanyakan ketersediaan kamar, harga paket wisata, maupun informasi layanan lainnya tanpa perlu menyimpan nomor telepon terlebih dahulu.



**Gambar 14.** Fitur Website terhubung WhatsApp Admin

Selain itu, tautan *Google Maps* juga telah disematkan agar pengunjung dapat langsung melihat lokasi Osanna Beach secara akurat. Pengguna bisa membuka peta, menampilkan rute perjalanan, serta memilih opsi transportasi tercepat menuju lokasi resort. Setiap halaman dirancang dengan konsistensi warna, *tipografi*, dan *navigasi* agar memberikan pengalaman pengguna (*user experience*) yang baik.

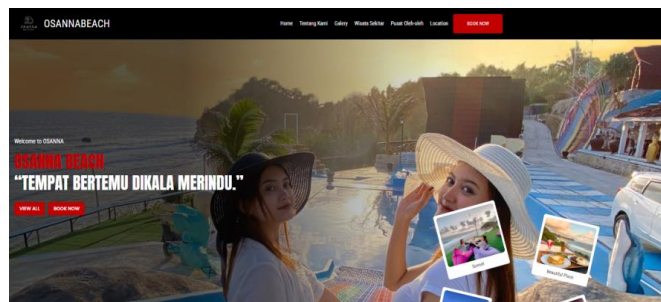


**Gambar 15.** Google Maps

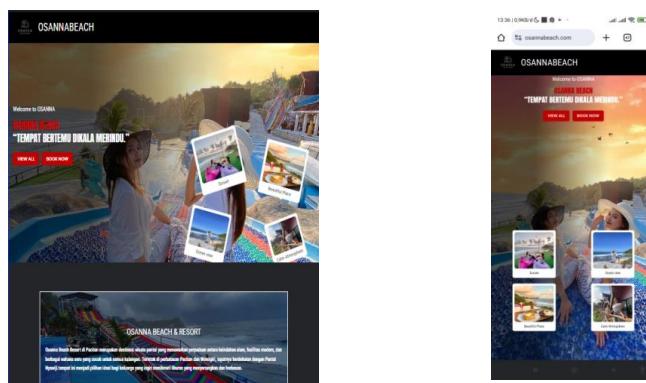
Tahapan selanjutnya dalam pembuatan website menggunakan metode WDLC adalah tahap pengujian (testing) dan evaluasi. Dalam tahapan ini dilakukan 2 kegiatan yaitu pengujian dan evaluasi. Yang pertama adalah tahap pengujian, dalam tahap pengujian yang dilakukan bertujuan untuk memastikan bahwa website *osannabeach.com* telah berjalan sesuai dengan rancangan, baik dari sisi performa, fungsionalitas, maupun tampilan visual. Melalui pengujian, dapat diketahui jika masih terdapat kekurangan sehingga dapat segera diperbaiki sebelum website dipublikasikan secara penuh kepada pengguna. Pengujian dilakukan dengan uji teknis dan uji kelayakan visual. Pengujian teknis dilakukan untuk memastikan bahwa setiap elemen website dapat berfungsi sebagaimana mestinya. Aspek yang diuji meliputi beberapa hal, sebagai berikut.

1. Responsivitas

Website diuji di berbagai ukuran layar (desktop, tablet, smartphone), adapun hasil uji dapat dilihat pada Gambar 16 dan 17, dimana terlihat bahwa tampilan website terbukti dapat menyesuaikan diberbagai ukuran layar baik itu pada desktop, layar tablet maupun layar smartphone.



**Gambar 16.** Tampilan Website pada Desktop



**Gambar 17.** Tampilan Website pada Tablet dan Smartphone

2. Kecepatan Akses

Pada uji teknis kecepatan akses, website diuji menggunakan Gtmetrik, dimana ini dilakukan untuk memastikan bahwa website tidak berjalan lambat. Adapun hasil pengujiannya terlihat pada Gambar

18. Dimana terlihat bahwa skor performa dan ringkasan kecepatan website yaitu dengan predikat C, lebih khusus ditunjukkan pada Gambar 19, yang menampilkan detail hasil uji, seperti kecepatan menampilkan konten utama sebesar 2,4 s, indeks kecepatan dan waktu respon website sama sebesar 2,7 s. artinya dari data ini dapat dipastikan bahwa website tetap cepat dan nyaman diakses oleh pengunjung.



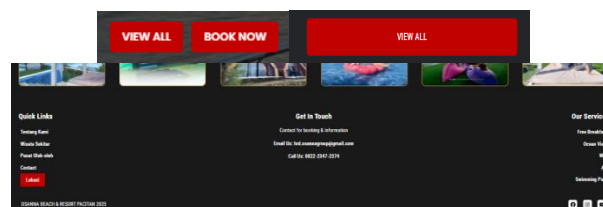
Gambar 18. Gtmetrik



Gambar 19. Performance Website

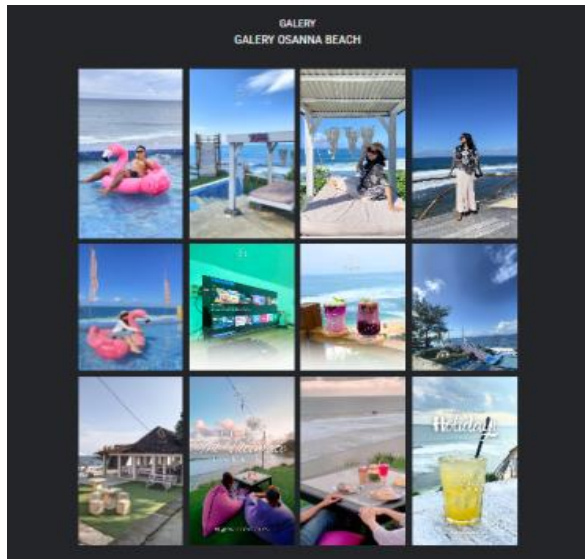
### 3. Fungsi Navigasi

Pada uji teknis fungsi navigasi, semua menu, tombol dan link dicek fungsinya. Setelah dilakukan uji fungsi navigasi pada setiap tombol maupun link navigasi pada website, hasilnya adalah semua berfungsi dengan baik.



Gambar 20. Tombol dan Link Navigasi Website

Setelah uji teknis selesai dilakukan, maka selanjutnya perlu dilakukan uji kelayakan visual. Uji kelayakan visual dilakukan untuk memastikan bahwa tampilan antarmuka (*user interface*) website Osannabeach.com memenuhi standar estetika, keterbacaan, dan kenyamanan pengguna. Pengujian ini mencakup evaluasi terhadap komposisi warna, ketajaman gambar, keterbacaan teks, serta keseimbangan penempatan elemen visual. Tujuan utamanya adalah menciptakan pengalaman pengguna (*user experience*) yang optimal sehingga pengunjung merasa nyaman, tertarik, dan terdorong untuk berinteraksi lebih lanjut dengan konten *website*.

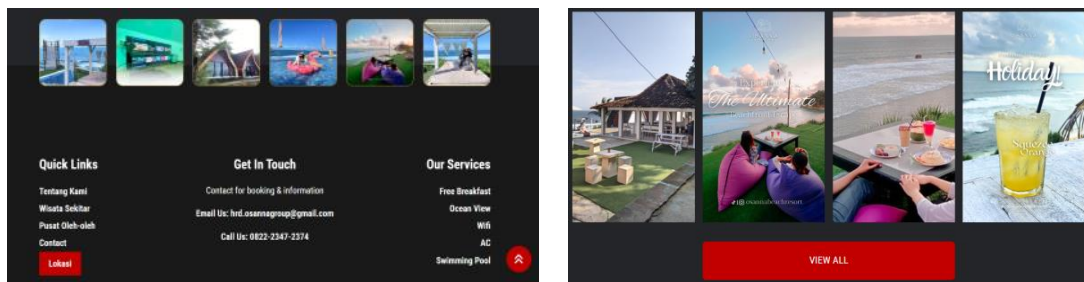


**Gambar 21.** Uji Warna Gambar

Uji Warna Gambar pada tahap ini foto dan elemen warna dicek ulang agar tetap tajam di atas latar belakang hitam. Selain itu, teks diperiksa agar tidak terlalu terang dan tetap nyaman saat dibaca. Penempatan tombol dan gambar dicek dan diatur agar seimbang secara *visual*.



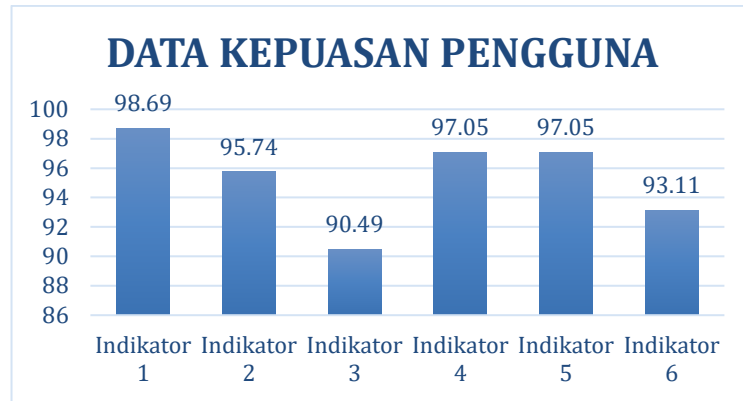
**Gambar 22.** Cek Keterbacaan Teks



**Gambar 23.** Uji Tampilan Visual Gambar dan Tombol

Dari hasil uji teknis yang dilakukan secara keseluruhan, hasil ini sejalan dengan studi-studi terdahulu yang menekankan desain visual, navigasi dan konten berkualitas dalam membangun kredibilitas serta meningkatkan kepercayaan wisatawan terhadap destinasi wisata.

Setelah website teruji secara teknis, selanjutnya dilakukan tahap evaluasi, dimana evaluasi dilakukan dengan mensosialisasikan website osanabeach.com kepada pengguna dan meminta evaluasi dari pengguna dengan mengisi kuesioner. Dari hasil kuesioner tersebut kemudian dilakukan analisis data. Adapun analisis data digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna terhadap aspek visual website meliputi aspek warna, tipografi, tata letak, kualitas gambar, kemudahan navigasi dan kenyamanan pengguna. Adapun hasil untuk setiap aspek/indikator seperti pada Gambar 24.



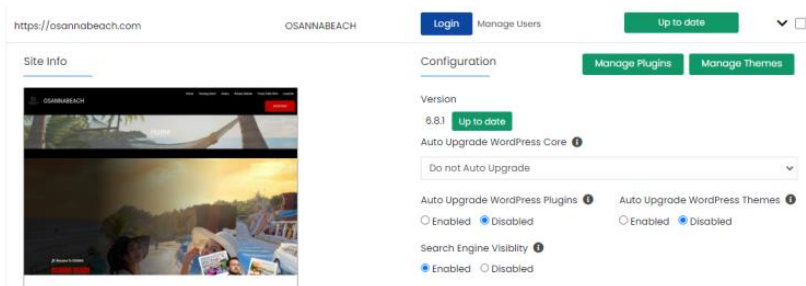
**Gambar 24.** Diagram Batang Hasil Kepuasan Pengguna

Dari hasil analisis data terlihat bahwa semua indikator memperoleh skor di atas 90%. Indikator dengan skor tertinggi adalah warna (98,69%), diikuti oleh kualitas gambar dan kemudahan navigasi (97,05%), sementara indikator dengan skor terendah adalah tata letak (90,49%), meskipun angka ini tetap menunjukkan penilaian yang sangat baik. Sehingga hasil analisis kuesioner menunjukkan secara umum website Osana Beach Resort ([www.osannabeach.com](http://www.osannabeach.com)) memperoleh penilaian sangat baik dari responden, dengan skor rata-rata 95,35%. Tentunya ini menegaskan bahwa desain websiet yang dikembangkan telah memenuhi harapan pengguna, baik dari sisi estetika maupun fungsionalitas.

Aspek warna (98,69%) merupakan skor tertinggi, hal ini menunjukkan bahwa pemilihan palet warna websiet dianggap sesuai, menarik dan mampu merepresentasikan nuansa resort pantai yang menyenangkan dan alami. Hal ini sesuai dengan teori desain web yang menyatakan bahwa warna memiliki peran penting dalam membangun identitas visual dan emosi pengguna (Kurniasih & Setianti, 2024). Selanjutnya adalah aspek tipografi (95,74%) yang juga mendapatkan apresiasi tinggi karena penggunaan font yang terbaca dengan jelas serta konsistensi ukuran huruf yang mendukung kenyamanan dalam membaca. Menurut (Rosita, 2022), keterbacaan tipografi sangat menentukan pengalaman pengguna dalam mengakses informasi pada website pariwisata. Sedangkan pada indikator/aspek ketiga yaitu tata letak/layout sebesar 90,49% yang memperoleh skor terendah dibandingkan indikator yang lain, meskipun tetap dalam kategori penilaian yang sangat baik. Beberapa responden memberikan masukan terkait pengaturan posisi menu dan proporsi ruang kosong (white space). Temuan ini sejalan dengan (Kusuma et al., 2022), yang menyatakan bahwa layout yang efektif harus memadukan estetika dengan kemudahan akses informasi yang jelas. Indikator keempat yaitu kualitas gambar dengan hasil penilaian sebesar 97,05%, yang artinya kualitas gambar dinilai sangat baik terutama karena penggunaan foto panorama pantai, sunset dan fasilitas resort yang tajam dan menarik. Hal ini mendukung teori bahwa visualisasi berkualitas tinggi mampu meningkatkan daya tarik destinasi wisata secara signifikan (Makawoka et al., 2022). Indikator kelima yaitu kemudahan navigasi juga mendapatkan penilaian sebesar 97,05% yang artinya navigasi website dianggap mudah dipahami, dengan menu yang jelas dan akses cepat ke setiap halaman. Kemudahan navigasi ini sangat krusial dalam menciptakan pengalaman pengguna yang positif, sebagaimana ditegaskan dalam penelitian (Afifah et al., 2023). Indikator terakhir yaitu aspek kenyamanan pengguna memperoleh penilaian sebesar 93,11%, dimana kenyamanan pengguna ini mencerminkan kombinasi dari semua aspek desain yang ada. Skor tinggi pada indikator ini menegaskan bahwa website berhasil memberikan pengalaman penggunaan yang menyenangkan, sekaligus memperkuat citra profesional websiet (Afifah et al., 2023; Kusuma et al., 2022; Makawoka et al., 2022).

Selanjutnya, setelah website teruji secara teknis dan terevaluasi melalui penilaian pengguna, maka dalam tahapan selanjutnya yaitu tahap peluncuran, dimana dalam tahapan ini artinya website siap untuk diserahkan kepada pihak pengelola Osanna Beach Resort. Tahap pemeliharaan (maintenance) dilakukan secara rutin, tujuannya adalah untuk memastikan website selalu relevan dan tetap berjalan dengan baik dalam jangka waktu panjang. Kegiatan yang bisa dilaksanakan antara lain pembaruan konten secara berkala (harga tiket dan kamar, fasilitas, foto, wahana). Pembaruan konten dilakukan secara berkala untuk memastikan informasi terkait harga, deskripsi fasilitas dan penawaran khusus selalu akurat.

Pembaruan ini penting guna menjaga kepercayaan pengguna serta mendukung pengambilan keputusan calon pengunjung berdasarkan data yang valid dan terkini. Update berkala untuk tema dan plugin guna mencegah kerentanan keamanan. Gambar 25 di bawah ini menunjukkan proses pembaruan (update) tema dan plugin melalui dashboard WordPress. Kegiatan ini merupakan bagian dari pemeliharaan teknis untuk mengoptimalkan performa website, memperbaiki bug, serta mencegah potensi kerentanan keamanan. Pembaruan rutin juga memastikan kompatibilitas websiet dengan versi perangkat lunak terbaru.



Gambar 25. Update Berkala

Membuat backup juga menjadi salah satu tahap pemeliharaan, dengan pembuatan backup untuk mencegah apabila sewaktu-waktu kehilangan data. Backup dilakukan secara terjadwal untuk mengantisipasi risiko kehilangan data akibat kesalahan teknis, serangan siber, maupun kegagalan sistem. Dengan adanya backup yang terkelola dengan baik, proses pemulihan data (data recovery) dapat dilakukan secara cepat dan efektif apabila terjadi gangguan.

Serangkaian tahapan kegiatan yang telah dilaksanakan dalam tahap pembuatan website dengan metode WDLC (Website Development Life Cycle), dimana tahapan selanjutnya yang merupakan tahapan terakhir adalah implementasi, dimana tahapan implementasi yang dimaksud disini adalah penerapan sepenuhnya website osanna beach resort ([www.osannabeach.com](http://www.osannabeach.com)) sebagai media promosi digital atau digital marketing yang digunakan untuk meningkatkan citra profesionalisme dari Osanna Beach Resort sebagai destinasi wisata unggulan di Kabupaten Pacitan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan bersama mitra Osanna Beach Resort berhasil mengembangkan sebuah website resmi yang berfungsi sebagai media promosi digital dan sarana komunikasi dengan calon wisatawan. Website ini dirancang dengan memperhatikan aspek desain visual, kemudahan navigasi, serta konten informatif yang dapat diakses secara global. Hasil analisis kuesioner terhadap enam indikator penilaian menunjukkan skor rata-rata 95,35% dengan rincian, aspek warna (98,69%), tipografi (95,74%), tata letak (90,49%), kualitas gambar (97,05%), kemudahan navigasi (97,05%) dan kenyamanan pengguna (93,11%). Hal ini tentu menunjukkan bahwa website yang dikembangkan telah memenuhi harapan pengguna, baik dari segi estetika maupun fungsionalitas. Selain itu, pelatihan yang diberikan kepada pengelola berhasil meningkatkan kapasitas para pengelola dalam mengelola dan memperbarui konten secara mandiri, sehingga mendukung keberlanjutan pemanfaatan website sebagai instrumen digital marketing. Keberadaan websiet resmi ini juga memperkuat citra profesional resort, meningkatkan visibilitas di pasar wisata digital, serta menjadi fondasi strategis dalam upaya memperluas jangkauan pemasaran pariwisata di Pacitan.

### Saran

Pada pengembangan selanjutnya website perlu terus dioptimalkan dengan strategi Search Engine Optimization (SEO) dan pengayaan konten (artikel wisata, blog, ulasan budaya lokal) agar lebih mudah ditemukan di mesin pencari dan meningkatkan interaksi pengguna. Selanjutnya, website juga sebaiknya diintegrasikan dengan Online Travel Agent (OTA) dan sistem pembayaran online untuk mempermudah

proses reservasi wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Selain itu juga perlu adanya pembaruan konten secara berkala, dimana pengelola diharapkan melakukan pembaruan konten secara konsisten, khususnya informasi harga, promo, agenda event serta dokumentasi terbaru agar website tetap relevan dan menarik bagi calon pengunjung. Pengembangan fitur interaktif dengan penambahan fitur seperti chatbot layanan pelanggan, testimoni wisatawan atau virtual tour 360<sup>0</sup> dapat meningkatkan pengalaman pengguna serta memberikan nilai tambah dalam promosi digital. Evaluasi dan monitoring berkelanjutan juga perlu dilakukan untuk memastikan efektivitas website dalam mendukung strategi digital marketing, sekaligus sebagai dasar pengembangan lebih lanjut.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih untuk Akademi Komunitas Negeri Pacitan, khususnya Program Studi Pemeliharaan Kendaraan Ringan dan Pemeliharaan Komputer dan Jaringan serta Osanna Beach Resort yang sudah menjadi mitra dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, H., Jasmien, L., Qisthi, M., Ihsan, R., & Syti Sarah Maesaroh. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital dan Kemudahan Penggunaan Platform Marketplace Shopee terhadap Minat Beli Mahasiswa Bisnis Digital. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1). <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1.1148>
- Dornauer, B., Vigl, W., & Felderer, M. (2024). On the Role of Font Formats in Building Efficient Web Applications. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 14483 LNCS. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-49266-2\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-031-49266-2_8)
- Espada, S., Teixeira, A., Antunes, M., & Brito-Costa, S. (2023). Natural and artificial lighting: Influence on readability. *Human Dynamics and Design for the Development of Contemporary Societies*, 81. <https://doi.org/10.54941/ahfe1003538>
- Hasibuan, I. M., Mutthaqin, S., Erianto, R., & Harahap, I. (2023). Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Nasional. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2).
- Hisham, M. R. (2021). Implementasi Website pada Lanang Kreatif Menggunakan Metode WDLC. *Conference on Business, Social, Sciences, and Technology*, 1(1).
- Kaur, G. (2017). THE IMPORTANCE OF DIGITAL MARKETING IN THE TOURISM INDUSTRY. *International Journal of Research -GRANTHAALAYAH*, 5(6). <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v5.i6.2017.1998>
- Komalasari, R., Pramesti, P., & Harto, B. (2020). Teknologi Informasi E-Tourism Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(2). <https://doi.org/10.37253/altasia.v2i2.559>
- Kotoua, S., & Ilkan, M. (2017). Tourism destination marketing and information technology in Ghana. *Journal of Destination Marketing and Management*, 6(2). <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.04.007>
- Kurniasih, E., & Setianti, Y. (2024). Strategi Personal Branding Anies Baswedan dalam Membangun Komunikasi Politik Melalui Instagram. *EKSPRESI DAN PERSEPSI: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 7(1). <https://doi.org/10.33822/jep.v7i1.6074>
- Kusuma, R. B. I., Suyatno, S., & Prajitno, G. (2022). Analisis dan Simulasi Optimasi Parameter Akustik Ruang pada Smart Classroom Departemen Fisika ITS. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 10(2). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v10i2.76148>
- Makawoka, C. D. P., Soepeno, D., & Loindong, S. S. R. (2022). DAYA TARIK WISATA, CITRA DESTINASI DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBJEK WISATA PANTAI KENZO DESA KOMBI. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.40645>

- Ni Putu Eka Kurnia Dew. (2018). Strategi Pemasaran Pariwisata Tiga Nusa Terhadap Peningkatan Pengunjung Melalui E-Commerce. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Rosita, D. Q. (2022). Analisis Tipografi pada Logotype dan Konten Instagram @Souri.Bkk Signature Box. *Jurnal Desain*, 9(3). <https://doi.org/10.30998/jd.v9i3.11983>
- Siri, R. (2022). Peningkatan daya saing global melalui marketing. *Journal of Management*, 5(1).
- Smith, E. E., & Storrs, H. (2023). Digital literacies, social media, and undergraduate learning: what do students think they need to know? *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 20(1). <https://doi.org/10.1186/s41239-023-00398-2>
- Suheri, A., Widaningsih, S., & Refiyana, H. (2023). Sistem Informasi Pariwisata Berbasis Website Studi Kasus Sindangbarang Cianjur Selatan. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 17(4). <https://doi.org/10.35969/interkom.v17i4.278>
- Vrdoljak, I. (2023). Lifelong Education in Economics, Business and Management Research: Literature Review. In *Business Systems Research* (Vol. 14, Issue 1). <https://doi.org/10.2478/bsrj-2023-0008>