

## **PENERAPAN DIGITALISASI INFORMASI PANTAI SAWARNA SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PROMOSI DAN AKSES INFORMASI WISATAWAN**

**Joniwarta<sup>1</sup>, Asep Ramdhani Mahbub<sup>2</sup>, Agus Hidayat<sup>3</sup>, Muhammad Yasir<sup>4</sup>**

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

<sup>1</sup>joniwarta@dsn.ubharajaya.ac.id, <sup>2</sup>aseprm@dsn.ubharajaya.ac.id,

<sup>3</sup>agus.hidayat@dsn.ubharajaya.ac.id, muhammad.yasir@dsn.ubharajaya.ac.id<sup>4</sup>

---

Diterima: 12 Juni 2026

Disetujui: 22 Juni 2026

Dipublikasikan: 02 Juli 2026

---

### **Abstrak**

Pantai Sawarna di Kabupaten Lebak, Banten, merupakan salah satu destinasi wisata unggulan yang memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui sektor pariwisata. Namun, keterbatasan akses informasi wisata, akomodasi, fasilitas pendukung, serta media promosi yang masih konvensional menjadi tantangan dalam meningkatkan kualitas layanan dan daya tarik destinasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan digitalisasi informasi wisata sebagai upaya meningkatkan promosi destinasi dan kemudahan akses informasi bagi wisatawan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi lapangan, wawancara dengan pengelola wisata, pelaku usaha homestay, pemerintah desa, dan dokumentasi kegiatan. Implementasi digitalisasi dilakukan melalui beberapa kegiatan, yaitu pendataan homestay, pemanfaatan aplikasi SITAMANBUMI dan BATOUR, penyusunan serta pemasangan peta wisata (roadmap), pemasangan media informasi digital berupa running text pada gerbang kawasan wisata, serta pemasangan banner informasi yang dilengkapi QR Code untuk menghubungkan wisatawan dengan platform informasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan digitalisasi informasi mampu meningkatkan efektivitas penyebaran informasi wisata, mempermudah wisatawan dalam memperoleh informasi mengenai objek wisata, jalur akses, fasilitas pendukung, dan akomodasi yang tersedia. Integrasi media informasi fisik dan digital juga memberikan pengalaman wisata yang lebih interaktif, meningkatkan visibilitas destinasi melalui promosi berbasis teknologi, serta memperkuat keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan pariwisata. Dengan demikian, digitalisasi informasi di Pantai Sawarna menjadi strategi yang efektif dalam mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan, meningkatkan kualitas pelayanan wisata, dan memperluas jangkauan promosi destinasi di era digital.

**Kata kunci: Digitalisasi Informasi, Pariwisata Digital, Pantai Sawarna, QR Code, Promosi Wisata**

### **Abstract**

*Sawarna Beach in Lebak Regency, Banten Province, is one of Indonesia's promising tourism destinations with significant potential to support local economic growth through the tourism sector. However, limited access to tourism information, accommodation data, supporting facilities, and conventional promotional media remain challenges in improving visitor services*



*and destination attractiveness. This study aims to implement tourism information digitalization as an effort to enhance destination promotion and facilitate tourist access to information. A descriptive qualitative approach was employed through field observations, interviews with tourism managers, homestay operators, village authorities, and documentation of activities. The digitalization initiatives included homestay data collection, the utilization of the SITAMANBUMI and BATOUR applications, the development and installation of tourism maps (roadmaps), the installation of digital information media in the form of running text displays at the tourism entrance gate, and informational banners equipped with QR Codes linking visitors to digital tourism platforms. The results indicate that tourism information digitalization significantly improves the effectiveness of information dissemination and facilitates access to information regarding tourist attractions, routes, supporting facilities, and available accommodations. The integration of physical and digital information media also provides a more interactive tourism experience, increases destination visibility through technology-based promotion, and strengthens community participation in tourism management. Therefore, the implementation of information digitalization at Sawarna Beach can be considered an effective strategy for supporting sustainable tourism development, improving tourism services, and expanding destination promotion in the digital era.*

**Keyword: Information Digitalization, Digital Tourism, Sawarna Beach, QR Code, Touris. Promotion**

## PENDAHULUAN

Digitalisasi informasi telah menjadi salah satu strategi utama dalam pengembangan destinasi wisata modern. Menurut Buhalis dan Amaranggana (2015), penerapan teknologi informasi dalam pengelolaan destinasi wisata mampu meningkatkan pengalaman wisatawan melalui penyediaan informasi secara real-time dan interaktif. Penelitian Ivars-Baidal et al. (2019) juga menunjukkan bahwa konsep smart tourism destination dapat meningkatkan kualitas layanan dan daya saing destinasi melalui integrasi teknologi digital dengan kebutuhan wisatawan.

Dalam konteks desa wisata, keterlibatan masyarakat menjadi faktor penting dalam keberhasilan implementasi teknologi digital. Herdiana (2019) menjelaskan bahwa partisipasi masyarakat berkontribusi terhadap keberlanjutan pengelolaan desa wisata dan peningkatan manfaat ekonomi lokal. Sementara itu, penelitian Widawati (2020) menunjukkan bahwa digitalisasi promosi dan informasi homestay mampu memperluas jangkauan pemasaran serta meningkatkan aksesibilitas informasi bagi wisatawan.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas promosi digital dan pengembangan desa wisata, kajian mengenai integrasi media informasi fisik dan digital melalui peta wisata, QR Code, running text, serta aplikasi informasi wisata masih relatif terbatas, khususnya pada kawasan wisata pesisir. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian berbasis riset ini menawarkan pendekatan integratif melalui pemanfaatan aplikasi SITAMANBUMI dan BATOUR yang didukung pemasangan peta wisata digital, banner QR Code, dan media informasi running text untuk meningkatkan akses informasi dan promosi wisata Pantai Sawarna. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan kualitas layanan informasi wisata, memperkuat promosi destinasi, serta mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis teknologi dan partisipasi masyarakat.

Selain aspek promosi, keberadaan sistem informasi wisata yang terintegrasi juga berperan penting dalam meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan selama berada di destinasi. Informasi yang tersaji secara cepat, akurat, dan mudah diakses memungkinkan wisatawan memperoleh petunjuk lokasi objek wisata, fasilitas pendukung, rute perjalanan, serta informasi mengenai aktivitas dan layanan yang tersedia

## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat dan pemangku kepentingan dalam mengidentifikasi kebutuhan, merencanakan solusi, serta mengimplementasikan program yang sesuai dengan kondisi lapangan (Kemmis, McTaggart, & Nixon, 2014). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan terjadinya kolaborasi antara tim pelaksana, pemerintah desa, pengelola wisata, dan masyarakat dalam pengembangan sistem informasi wisata yang sesuai dengan kebutuhan kawasan Pantai Sawarna.

Kegiatan dilaksanakan di kawasan wisata Pantai Sawarna, Desa Sawarna, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Sasaran kegiatan meliputi Pemerintah Desa Sawarna, BUMDes Warna Jaya, pengelola wisata, pengelola homestay, pelaku UMKM, dan masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan destinasi wisata.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah identifikasi kebutuhan, yang dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara semi-terstruktur dengan pengelola wisata, perangkat desa, pengelola homestay, dan pengurus BUMDes. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi objek wisata unggulan, fasilitas pendukung, jalur akses wisata, serta menentukan lokasi strategis yang memerlukan media informasi wisata.

Tahap kedua adalah perencanaan program, yaitu penyusunan desain roadmap kawasan wisata, pendataan homestay dan fasilitas wisata, perancangan media informasi digital, serta integrasi informasi wisata ke dalam platform digital SITAMANBUMI dan BATOUR. Pada tahap ini dilakukan pula penentuan titik pemasangan running text dan banner informasi berdasarkan hasil observasi dan masukan dari para pemangku kepentingan.

Tahap ketiga adalah implementasi program, yang meliputi pembuatan dan pemasangan roadmap wisata, pemasangan running text pada pintu masuk kawasan wisata, pemasangan banner informasi yang dilengkapi QR Code, serta publikasi informasi destinasi wisata melalui platform digital yang telah disiapkan.

Data yang digunakan dalam kegiatan ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi kegiatan. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen profil desa, data destinasi wisata, data homestay, dan informasi pendukung lainnya yang dimiliki oleh pemerintah desa dan pengelola wisata.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan menginterpretasikan hasil observasi dan wawancara sebagai dasar penyusunan roadmap wisata dan penentuan media informasi yang dibutuhkan. Evaluasi keberhasilan program dilakukan berdasarkan ketercapaian luaran kegiatan, yaitu tersusunnya roadmap kawasan wisata, terpasangnya media running text, banner informasi berbasis QR Code, serta tersedianya informasi wisata yang lebih mudah diakses oleh wisatawan dan pengelola kawasan wisata.

Alur pelaksanaan kegiatan dapat diringkas sebagai berikut:



Gambar. alur kegiatan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Identifikasi Kebutuhan Informasi Wisata Pantai Sawarna

Hasil observasi dan wawancara dengan pengelola wisata, BUMDes Warna Jaya, perangkat desa, serta pelaku usaha homestay menunjukkan bahwa salah satu kendala utama dalam pengelolaan kawasan wisata Pantai Sawarna adalah belum tersedianya media informasi yang terintegrasi. Wisatawan umumnya memperoleh informasi melalui media sosial atau rekomendasi dari pengunjung lain sehingga informasi mengenai lokasi objek wisata, jalur akses, fasilitas pendukung, dan akomodasi sering kali tidak diperoleh secara lengkap.

Selain itu, belum terdapat media informasi yang mampu membantu wisatawan memahami sebaran destinasi wisata dalam satu kawasan secara cepat. Kondisi tersebut menyebabkan wisatawan kesulitan menentukan rute perjalanan dan memanfaatkan waktu kunjungan secara optimal. Temuan ini menunjukkan bahwa kebutuhan terhadap sistem informasi wisata yang mudah diakses menjadi salah satu prioritas dalam pengembangan kawasan wisata Pantai Sawarna.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Buhalis dan Amaranggana (2015) yang menyatakan bahwa penyediaan informasi digital yang terintegrasi merupakan komponen penting dalam pengembangan destinasi wisata cerdas (smart tourism destination). Informasi yang mudah diakses mampu meningkatkan pengalaman wisatawan serta mendukung promosi destinasi secara berkelanjutan.

### 3.2 Penyusunan Roadmap Kawasan Wisata Sawarna

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, disusun roadmap kawasan wisata yang memuat informasi lokasi objek wisata, jalur akses, area parkir, fasilitas umum, serta lokasi homestay yang tersedia di sekitar kawasan Pantai Sawarna.

Penyusunan roadmap dilakukan dengan mempertimbangkan hasil observasi lapangan dan masukan dari pengelola wisata sehingga informasi yang ditampilkan sesuai dengan kondisi aktual di lapangan. Keberadaan roadmap memberikan informasi visual yang memudahkan wisatawan dalam memahami tata letak kawasan wisata sebelum melakukan perjalanan menuju lokasi yang diinginkan.



**Gambar 1. Roadmap Kawasan Wisata Pantai Sawarna**

Roadmap yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai media petunjuk arah, tetapi juga menjadi sarana promosi destinasi wisata karena menampilkan berbagai objek wisata unggulan yang dapat dikunjungi wisatawan dalam satu kawasan.

### 3.3 Implementasi Media Informasi Digital

Program digitalisasi informasi wisata diwujudkan melalui pemasangan media informasi digital berupa running text, banner informasi berbasis QR Code, serta integrasi informasi wisata ke dalam platform SITAMANBUMI dan BATOUR.

Running text dipasang pada gerbang masuk kawasan wisata sebagai media penyampaian informasi secara dinamis. Informasi yang ditampilkan meliputi ucapan selamat datang, informasi destinasi wisata, pengumuman kegiatan, dan informasi layanan publik yang relevan bagi wisatawan.



**Gambar 2. Media Running Text pada Gerbang Masuk Kawasan Wisata**

Selain itu, banner informasi yang dilengkapi QR Code dipasang pada lokasi strategis untuk menghubungkan wisatawan dengan informasi digital mengenai objek wisata, fasilitas pendukung, dan akomodasi yang tersedia.



Gambar 3. Banner Informasi Digital Berbasis QR Code

Integrasi informasi ke dalam platform SITAMANBUMI dan BATOUR memungkinkan wisatawan memperoleh informasi secara mandiri melalui perangkat digital. Implementasi ini menunjukkan adanya transformasi dari media informasi konvensional menuju sistem informasi wisata yang lebih modern dan mudah diakses.

Menurut Ivars-Baidal et al. (2019), integrasi teknologi digital dalam pengelolaan destinasi wisata mampu meningkatkan kualitas layanan informasi sekaligus memperkuat daya saing destinasi wisata pada era digital.

### 3.4 Dampak Program terhadap Akses Informasi Wisata

Hasil observasi pascaimplementasi menunjukkan bahwa roadmap, running text, dan banner QR Code memberikan kemudahan bagi wisatawan dalam memperoleh informasi mengenai destinasi wisata yang tersedia di kawasan Pantai Sawarna. Pengelola wisata juga memperoleh media promosi yang dapat digunakan secara berkelanjutan untuk memperkenalkan potensi wisata kepada pengunjung.

Tabel 1 menunjukkan luaran utama yang berhasil dicapai melalui kegiatan pengabdian.

No	Luaran Program	Capaian
1	Pendataan objek wisata dan fasilitas pendukung wisata	Tercapai
2	Penyusunan roadmap kawasan wisata Pantai Sawarna	Tercapai
3	Pemasangan media informasi digital berupa running text	Tercapai
4	Pemasangan banner informasi berbasis QR Code	Tercapai
5	Integrasi informasi wisata ke platform SITAMANBUMI dan BATOUR	Tercapai

Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh luaran yang direncanakan dalam program digitalisasi informasi wisata Pantai Sawarna berhasil direalisasikan. Luaran tersebut meliputi pendataan objek wisata dan fasilitas pendukung, penyusunan roadmap kawasan wisata, pemasangan media informasi digital berupa running text, pemasangan banner informasi berbasis QR Code, serta integrasi informasi wisata ke dalam platform SITAMANBUMI dan BATOUR. Capaian tersebut menunjukkan bahwa program telah berhasil menyediakan media informasi yang lebih terstruktur, mudah diakses, dan mendukung promosi destinasi wisata Pantai Sawarna secara digital. Dengan tersedianya berbagai media informasi tersebut, wisatawan memperoleh kemudahan dalam mengakses informasi destinasi, sementara pengelola wisata memiliki sarana promosi yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan.

## PENUTUP

Kegiatan pengabdian berbasis riset yang dilakukan di kawasan wisata Pantai Sawarna berhasil mendukung peningkatan akses informasi wisata dan penguatan promosi destinasi melalui penerapan digitalisasi informasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pengembangan media informasi yang terintegrasi, baik dalam bentuk roadmap kawasan wisata, media informasi digital, maupun platform informasi berbasis teknologi, mampu menjawab kebutuhan wisatawan terhadap informasi yang lebih mudah diakses, akurat, dan informatif.

Penerapan digitalisasi informasi juga memperkuat pengelolaan destinasi wisata dengan menyediakan sarana promosi yang lebih efektif serta mendukung penyebaran informasi wisata secara lebih luas. Selain itu, keterlibatan pemerintah desa, BUMDes, pengelola wisata, dan masyarakat dalam proses perencanaan dan implementasi program menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif mampu menghasilkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan kawasan wisata. Dengan demikian, program digitalisasi informasi wisata Pantai Sawarna dapat menjadi salah satu strategi pendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis teknologi dan pemberdayaan masyarakat.

## Saran

Untuk meningkatkan keberlanjutan program, diperlukan pengelolaan dan pembaruan informasi secara berkala pada media digital yang telah dibangun agar informasi yang tersedia tetap akurat dan relevan dengan perkembangan destinasi wisata. Selain itu, pengembangan lebih lanjut dapat diarahkan pada integrasi sistem informasi wisata dengan teknologi berbasis lokasi (location-based services), pemetaan digital interaktif, serta pengembangan aplikasi wisata yang menyediakan informasi destinasi, layanan wisata, dan rekomendasi perjalanan secara real-time. Dukungan berkelanjutan dari pemerintah daerah, pengelola wisata, dan masyarakat juga diperlukan agar digitalisasi informasi dapat memberikan manfaat yang lebih luas bagi peningkatan kualitas layanan wisata dan daya saing destinasi Pantai Sawarna.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Apresiasi yang sebesar-besarnya disampaikan kepada Pemerintah Desa Sawarna, BUMDes Warna Jaya, pengelola kawasan wisata Pantai Sawarna, serta masyarakat Desa Sawarna yang

telah memberikan dukungan, partisipasi aktif, dan kerja sama selama proses identifikasi kebutuhan, perencanaan, hingga implementasi program digitalisasi informasi wisata.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan dukungan akademik dan fasilitas sehingga kegiatan pengabdian dapat terlaksana dengan baik. Penghargaan yang sama diberikan kepada seluruh anggota tim pelaksana yang telah menunjukkan dedikasi, komitmen, dan semangat kolaborasi dalam pelaksanaan kegiatan, pengolahan data, serta penyusunan artikel ilmiah ini.

Kegiatan pengabdian ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa dukungan dan sinergi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis berharap hasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan pariwisata Pantai Sawarna, khususnya dalam peningkatan akses informasi dan promosi destinasi berbasis teknologi digital. Semoga kolaborasi yang telah terjalin dapat terus berlanjut untuk mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan berbasis pemberdayaan masyarakat..

#### DAFTAR PUSTAKA

- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations: Enhancing tourism experience through personalization of services. In I. Tussyadiah & A. Inversini (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015* (pp. 377–389). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9\\_28](https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_28)
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196->
- Herdiana, D. (2019). Peran masyarakat dalam pengembangan desa wisata berbasis masyarakat. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 6(1), 63–86. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2019.v06.i01.p04>
- Ivars-Baidal, J. A., Celdrán-Bernabeu, M. A., Mazón, J. N., & Perles-Ivars, Á. F. (2019). Smart destinations and the evolution of ICTs: A new scenario for destination management? *Current Issues in Tourism*, 22(13), 1581–1600. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1388771>
- Kemmis, S., McTaggart, R., & Nixon, R. (2014). *The action research planner: Doing critical participatory action research*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-981-4560-67-2>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Pedoman desa wisata berkelanjutan*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- UN Tourism. (2023). *Tourism and digital transformation: Trends and opportunities for destinations*. United Nations World Tourism Organization.
- Widawati, I. A. P. (2020). Kebutuhan pelatihan pengelolaan informasi dan promosi digital bagi homestay. In *Homestay: Mozaik pariwisata berbasis kerakyatan* (Vol. 1, pp. 87–98). STP Bali Press.
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179–188. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.016>
- Yoeti, O. A. (2016). *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*. Balai Pustaka.