



PEMANFAATAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM PRODUKSI KONTEN WEBSITE DESA WISATA ALAMENDAH SEBAGAI STRATEGI PENGUATAN BRANDING DAN TRANSFORMASI DIGITAL DESA

Miftahul Rozaq¹, Yogie Alwaton¹,
Abdul Fadli Kalaloi¹, Maya
Angelina Lantau², Rizchika
Sakinah Octafia²

- ¹) Departemen Ilmu Komunikasi,
Universitas Telkom
²) Departemen Public Relation,
Universitas Telkom

Article history

Received : Juli 2026

Revised : Juli 2026

Accepted : Juli 2026

*Corresponding author

Miftahul Rozaq

Email : miftahulrozaq@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital mendorong desa wisata untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan penguatan branding destinasi. Website desa wisata berperan sebagai media utama dalam menyampaikan informasi destinasi, membangun citra desa, serta mengintegrasikan berbagai aktivitas promosi digital. Desa Wisata Alamendah yang dikelola oleh BUMDes Alenda memiliki potensi wisata alam, agrowisata, dan produk lokal yang beragam. Namun, pengelolaan website desa wisata masih menghadapi kendala pada aspek produksi konten yang informatif, menarik, dan berkelanjutan. Keterbatasan sumber daya manusia serta kemampuan teknis dalam produksi konten digital menjadi tantangan dalam optimalisasi website sebagai media promosi. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kapasitas pengelola BUMDes Alenda dalam memanfaatkan Artificial Intelligence (AI) untuk mendukung produksi konten website desa wisata. Metode pelaksanaan dilakukan melalui analisis kebutuhan mitra, penyusunan materi pelatihan, pelaksanaan pelatihan, pendampingan praktik produksi konten berbasis AI, dan evaluasi kegiatan. Materi pelatihan meliputi pemanfaatan AI untuk pembuatan teks promosi, visual pendukung, video pendek, serta penyusunan alur kerja produksi konten website. Melalui kegiatan ini diharapkan pengelola BUMDes mampu mengoptimalkan pemanfaatan AI dalam pengelolaan konten digital sehingga mendukung penguatan branding dan transformasi digital Desa Wisata Alamendah secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Artificial Intelligence, desa wisata, website, branding digital, transformasi digital.

Abstract

The rapid development of digital technology has encouraged tourism villages to utilize digital media as a means of promoting and strengthening destination branding. A tourism village website serves as the primary medium for providing destination information, building the village's image, and integrating various digital promotional activities. Alamendah Tourism Village, managed by BUMDes Alenda, possesses diverse potential in nature-based tourism, agrotourism, and local products. However, the management of the tourism village website still faces challenges in producing informative, engaging, and sustainable content. Limited human resources and technical capabilities in digital content production have become obstacles to optimizing the website as a promotional medium. This community service activity aims to enhance the capacity of BUMDes Alenda managers in utilizing Artificial Intelligence (AI) to support content production for the tourism village website. The implementation method consists of partner needs analysis, preparation of training materials, training implementation, hands-on mentoring in AI-based content production, and activity evaluation. The training materials cover the use of AI for creating promotional texts, supporting visuals, short videos, and developing a website content production workflow. Through this activity, BUMDes managers are expected to optimize the use of AI in digital content management, thereby supporting the strengthening of branding and the sustainable digital transformation of Alamendah Tourism Village.

Keywords: Artificial Intelligence, Tourism Village, Website, Digital Branding, Digital Transformation.

Copyright © 2026 Author. All rights reserved

PENDAHULUAN

Transformasi digital menjadi salah satu strategi penting dalam pengembangan desa wisata. Website desa wisata berfungsi sebagai media utama untuk menyampaikan informasi destinasi, membangun citra dan branding, serta mengintegrasikan berbagai bentuk promosi digital seperti konten media sosial, foto, video, dan informasi layanan wisata (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2024). Website yang dikelola dengan baik tidak hanya meningkatkan visibilitas destinasi, tetapi juga membangun kepercayaan wisatawan terhadap kualitas dan profesionalitas pengelolaan desa wisata (Luo et al., 2021). Desa Wisata Alamendah merupakan salah satu desa wisata yang berkembang pesat di Kabupaten Bandung. Desa ini memiliki potensi wisata alam dan agrowisata yang kuat, didukung oleh kondisi geografis dataran tinggi dengan komoditas unggulan seperti hortikultura, perkebunan, dan produk pertanian lokal. Pengelolaan desa wisata dilakukan oleh BUMDes Wisata Alamendah (BUMDes Alenda) yang dibentuk sejak tahun 2010 dan dilegalkan secara hukum pada tahun 2014. BUMDes Alenda mengelola berbagai unit usaha desa, antara lain pengelolaan air bersih, pasar desa, serta pengembangan wisata alam, yang secara nyata berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan desa dan penyerapan tenaga kerja lokal (Kolomdesa.com, 2023; Rachmaniar, 2024).



Gambar 1. Desa Wisata Alamendah, Ciwidey

Seiring meningkatnya persaingan antardestinasi wisata, penguatan branding dan kehadiran digital menjadi kebutuhan yang tidak dapat dihindari. Desa Wisata Alamendah juga telah menunjukkan komitmen terhadap pengembangan promosi digital, salah satunya melalui partisipasi dalam ajang Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) dan pengembangan media digital sebagai sarana promosi (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2024). Dalam konteks tersebut, pengembangan website desa wisata menjadi bagian penting dari strategi branding dan transformasi digital desa. Namun demikian, pengelolaan website desa wisata menghadapi tantangan pada aspek ketersediaan dan keberlanjutan konten digital (Arifin et al., 2023). Website membutuhkan konten yang informatif, menarik, dan diperbarui secara berkala agar tetap relevan bagi wisatawan. Keterbatasan sumber daya manusia, waktu, serta keterampilan teknis dalam produksi konten digital menjadi kendala yang dihadapi oleh pengelola BUMDes dalam mengoptimalkan fungsi website desa wisata (Luo et al., 2021; Statista, 2024; Dwivedi et al., 2021).

Perkembangan teknologi Artificial Intelligence (AI) membuka peluang baru dalam mendukung produksi konten digital secara lebih efisien dan kreatif. AI dapat dimanfaatkan untuk membantu pembuatan teks promosi, visual, dan video pendek yang relevan dengan karakter destinasi wisata, tanpa memerlukan keahlian teknis yang kompleks. Pemanfaatan AI dalam konteks ini dipandang sebagai solusi strategis untuk mendukung pengelolaan konten website desa wisata secara berkelanjutan (Gandomi & Haider, 2015). Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang sebagai program pendukung pengembangan website Desa Wisata Alamendah, dengan fokus pada pelatihan pemanfaatan Artificial Intelligence dalam produksi konten promosi digital yang terintegrasi dengan website desa wisata. Kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat peran BUMDes Alenda dalam pengelolaan branding digital desa serta mendorong transformasi digital desa secara berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara bertahap dan partisipatif agar sesuai dengan kebutuhan serta kapasitas BUMDes Wisata Alamendah. Pendekatan yang digunakan adalah pelatihan dan pendampingan berbasis praktik, sehingga mitra tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual, tetapi juga mampu mengaplikasikan keterampilan yang diperoleh secara langsung. Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi:

1. Tahap Penjajakan dan Analisis Kebutuhan Mitra

Tahap awal dilakukan untuk memperoleh gambaran kondisi eksisting pengelolaan website dan promosi digital oleh mitra. Kegiatan pada tahap ini meliputi: Diskusi awal dengan pengelola BUMDes terkait pengelolaan website desa wisata, Identifikasi kemampuan awal pengelola dalam produksi konten digital, Pemetaan kebutuhan konten website dan media promosi digital. Tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa kegiatan pengabdian yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas mitra.

2. Tahap Perumusan dan Penyusunan Materi Pelatihan

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, tim pengabdian menyusun materi pelatihan yang bersifat aplikatif dan mudah dipahami oleh mitra, meliputi: Pengenalan Artificial Intelligence dalam konteks komunikasi dan promosi desa wisata, Pemanfaatan AI untuk produksi teks promosi website desa wisata, Pemanfaatan AI untuk pembuatan visual dan konten pendukung website, Pemanfaatan AI untuk produksi video pendek sebagai konten promosi digital, Penyusunan alur kerja (workflow) produksi konten website berbasis AI. Materi disusun dengan menyesuaikan konteks lokal dan karakter Desa Wisata Alamendah, sehingga mudah diterapkan oleh mitra.

3. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka dengan metode: Penyampaian materi secara interaktif, Demonstrasi penggunaan AI dalam produksi konten website, Diskusi dan tanya jawab berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra. Tahap ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dasar serta meningkatkan kepercayaan diri mitra dalam memanfaatkan AI sebagai alat bantu produksi konten digital.

4. Tahap Pendampingan Produksi Konten Website

Setelah pelatihan, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan praktik, meliputi: Pendampingan produksi konten website desa wisata berbasis AI, Evaluasi dan penyempurnaan konten agar sesuai dengan strategi branding desa wisata, Pendampingan integrasi konten ke dalam website desa wisata, Pendampingan ini dilakukan untuk memastikan bahwa keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan secara nyata dan berkelanjutan oleh mitra.

5. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dengan kegiatan: Evaluasi pemahaman mitra sebelum dan sesudah pelatihan, Evaluasi kualitas konten website yang dihasilkan, Pengumpulan umpan balik mitra terkait manfaat kegiatan. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar perbaikan dan pengembangan program lanjutan.

HASIL PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam produksi konten website Desa Wisata Alamendah dilaksanakan pada tanggal 23 Juni 2026 di Desa Wisata Alamendah, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung. Kegiatan ini melibatkan tiga anggota tim pengabdian dan empat mahasiswa sebagai pendamping pelatihan. Peserta kegiatan berjumlah 30 orang yang terdiri atas pengelola BUMDes Alenda dan pihak yang terlibat dalam pengelolaan promosi Desa Wisata Alamendah.

Kegiatan diawali dengan pemaparan mengenai pentingnya transformasi digital dalam pengembangan desa wisata. Pada sesi ini peserta diberikan pemahaman mengenai peran website sebagai media komunikasi dan promosi yang mampu memperluas jangkauan informasi destinasi wisata kepada calon wisatawan. Website tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana penguatan branding yang dapat membangun citra positif Desa Wisata Alamendah.

Selanjutnya tim pengabdian menyampaikan materi mengenai pemanfaatan Artificial Intelligence dalam produksi konten digital. Materi yang diberikan meliputi pengenalan konsep dasar AI, pemanfaatan AI untuk menghasilkan artikel promosi destinasi wisata, penyusunan copywriting untuk website, pembuatan visual pendukung konten, serta pemanfaatan AI untuk menghasilkan ide-ide kreatif yang dapat digunakan dalam promosi digital desa wisata.

Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan sesi praktik dan pendampingan. Peserta diberikan kesempatan untuk mencoba secara langsung penggunaan berbagai platform AI dalam menghasilkan konten yang berkaitan dengan potensi Desa Wisata Alamendah. Dalam sesi ini peserta didampingi oleh tim pengabdian dan mahasiswa pendamping sehingga dapat memahami tahapan penggunaan AI mulai dari penyusunan instruksi (prompt), pengembangan konten, hingga proses penyuntingan hasil keluaran AI agar sesuai dengan kebutuhan promosi desa wisata.

Melalui sesi praktik, peserta berhasil menghasilkan beberapa contoh konten yang dapat dimanfaatkan dalam pengelolaan website Desa Wisata Alamendah. Konten yang dihasilkan meliputi draft artikel promosi destinasi wisata, deskripsi paket wisata, copywriting promosi produk lokal, serta ide visual yang dapat digunakan sebagai pendukung publikasi digital. Hasil praktik tersebut menunjukkan bahwa teknologi AI dapat dimanfaatkan sebagai alat bantu untuk mempercepat proses produksi konten sekaligus mendukung konsistensi penyampaian pesan branding desa wisata.

Salah satu peserta sekaligus pengurus BUMDes Alenda menyampaikan bahwa pelatihan ini memberikan wawasan baru mengenai pemanfaatan teknologi AI dalam mendukung promosi digital desa wisata. Menurutnya, penggunaan AI dapat membantu mempercepat proses penyusunan konten promosi sehingga pengelolaan website dapat dilakukan secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Pelaksanaan praktik menunjukkan bahwa pemanfaatan AI dapat menjadi alternatif solusi dalam mendukung proses produksi konten digital yang selama ini menjadi salah satu tantangan dalam pengelolaan website desa wisata. Teknologi AI memungkinkan proses pencarian ide dan penyusunan draf konten dilakukan dengan lebih cepat sehingga dapat membantu pengelola website dalam menyediakan konten yang lebih beragam dan berkelanjutan.

Selain aspek teknis penggunaan AI, kegiatan ini juga menekankan pentingnya kesesuaian konten dengan identitas dan karakteristik Desa Wisata Alamendah. Oleh karena itu, peserta diberikan pemahaman bahwa hasil yang dihasilkan oleh AI tetap memerlukan proses verifikasi, penyuntingan, dan penyesuaian agar informasi yang disampaikan akurat serta mencerminkan nilai-nilai yang ingin dibangun melalui branding desa wisata.



Gambar 2. Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Diskusi yang berlangsung selama kegiatan menunjukkan adanya ketertarikan peserta terhadap pemanfaatan AI sebagai alat bantu dalam pengelolaan promosi digital. Peserta aktif mengajukan pertanyaan terkait strategi pembuatan konten, pemanfaatan AI untuk promosi wisata, serta peluang integrasi antara website desa wisata dan media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan terhadap peningkatan kapasitas digital menjadi salah satu aspek penting dalam mendukung pengembangan promosi Desa Wisata Alamendah.



Gambar 3. Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan dan pendampingan berjalan dengan baik serta memberikan tambahan wawasan bagi peserta mengenai pemanfaatan Artificial Intelligence dalam produksi konten digital (Yascya & Widyowati, 2024). Kegiatan ini menjadi salah satu upaya untuk mendukung penguatan branding dan transformasi digital Desa Wisata Alamendah melalui peningkatan kapasitas pengelola BUMDes dalam mengelola konten website secara lebih efektif dan berkelanjutan (Dewi et al., 2024).

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam produksi konten website Desa Wisata Alamendah telah terlaksana dengan baik dan mendapat respons positif dari peserta. Melalui pelatihan dan pendampingan yang diberikan, peserta memperoleh pemahaman mengenai penggunaan AI untuk menghasilkan artikel promosi, copywriting, serta ide konten digital yang dapat dimanfaatkan dalam pengelolaan website desa wisata. Pemanfaatan AI berpotensi meningkatkan efektivitas produksi konten sekaligus mendukung penguatan branding dan transformasi digital Desa Wisata Alamendah secara berkelanjutan.

PUSTAKA

- Arifin, H. S., Hadisiwi, P., Wdiyowati, W., Fuady, I., & Adiputra, A. V. (2023). Sikap masyarakat tentang terbentuknya desa wisata di Jatigede (Analisis rapid rural apraisal dengan pendekatan survey). *JP2N: Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Nusantara*, 1(3), 199–206. <https://doi.org/10.62180/v37n3580>.
- Dewi, E. A. S., Prasanti, D., Aisha, S., Suminar, J. R., & Wibowo, K. A. (2024). Pengembangan potensi desa wisata dan gerakan sadar wisata di kawasan Jatigede. *JP2N: Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Nusantara*, 1(1), 85–94. <https://doi.org/10.62180/qrxaj641>.
- Dwivedi, Y. K., Hughes, D. L., Ismagilova, E., Aarts, G., Coombs, C., Crick, T., ... Williams, M. D. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *Information Systems Frontiers*, 23(1), 1–18. <https://doi.org/10.1007/s10796-020-10054-7>
- Gandomi, A., & Haider, M. (2015). Beyond the hype: Big data concepts, methods, and analytics. *International Journal of Information Management*, 35(2), 137–144. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.10.007>.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2024). *Pengembangan desa wisata dan transformasi digital pariwisata*. Jakarta: Kemenparekraf RI.
- Kolomdesa.com. (2023). *BUMDes Alenda sulap Desa Alamendah jadi desa wisata terindah di Jawa Barat*. <https://kolomdesa.com/bumdes-alenda-sulap-desa-alamendah-jadi-desa-wisata-terindah-di-jawa-barat-2273/>
- Luo, B., Pan, X., & Zhang, L. (2021). Impact of digital content and social media on tourism destination branding. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100813. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100813>
- Rachmaniar. (2024). Keberadaan desa wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 2(1), 95-101. <https://doi.org/10.62180/e1fyhv27>.
- Statista. (2024). *Social media usage and digital marketing trends worldwide*. <https://www.statista.com>.
- Yascya, M. N., & Widyowati, W. (2024). Pelatihan penyusunan konten media sosial bagi pemuda desa untuk promosi wisata Desa Wonokitri. *JP2N: Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Nusantara*, 1(2), 114–121. <https://doi.org/10.62180/4jacmq91>