

Implementation of the KLEB Website to Support Purwa Mask Art Cultural Tourism in Malang

Implementasi Website KLEB untuk Mendukung Wisata Budaya Seni Topeng Purwa di Malang

Sufiyanto*¹, Cahya Nova Kurniawan², Fitriya Earlike Anwar Sani³, Firnanda Al-Islama Achyunda Putra⁴, Sherly Lusiana Kusuma Wardani⁵, Patricia Elena Helsinky⁶, Abil Avila Firdaus⁷

^{1,2,3,4,5,6} Universitas Merdeka Malang

E-mail: sufiyanto@unmer.ac.id¹, cahya.nova@unmer.ac.id², fitriya.earlike@unmer.ac.id³, firnanda.putra@unmer.ac.id⁴, kusumasherly70@gmail.com⁵, patriciaelenahelsinky29@gmail.com⁶, abilfacehud@gmail.com⁷

Abstract

The development of community potential requires a participatory approach to ensure the sustainability of the development being implemented. The community of Lowok hamlet in Permanu village has the cultural art potential of 'Topeng Purwa' which is developed into a Literacy and Cultural Education Village tourism (KLEB). Pokdarwis Ngesti Pandawa, as the manager of the cultural art tourism 'Topeng Purwa', has not utilized Information Technology (IT) to promote the tourism potential of KLEB more widely in digital media through a website. This activity aims to empower Pokdarwis Ngesti Pandawa through the implementation of the KLEB website as a medium for literacy and promotion of Topeng Purwa culture. The activity methods include training, technical assistance, and the creation of cultural education content. The results of the activity show an increase in the partners' ability to manage the website, produce digital cultural content, and improve access to tourism information. This activity strengthens the community's capacity in managing sustainable, digitally-based cultural tourism.

Keywords: Digital branding; The Art of "Topeng Purwa"; KLEB Website; Cultural tourism

Abstrak

Pengembangan potensi masyarakat memerlukan pendekatan partisipatif untuk menjamin keberlanjutan pembangunan yang dilaksanakan. Masyarakat dusun Lowok desa Permanu memiliki potensi budaya seni "Topeng Purwa" yang dikembangkan menjadi wisata Kampung Literasi dan Edukasi Budaya (KLEB). Pokdarwis Ngesti Pandawa sebagai pengelola wisata budaya seni "Topeng Purwa" belum memanfaatkan Information Technology (IT) untuk mempromosikan potensi wisata KLEB secara lebih luas di media digital melalui website. Kegiatan ini bertujuan memberdayakan Pokdarwis Ngesti Pandawa melalui implementasi website KLEB sebagai media literasi dan promosi budaya Topeng Purwa. Metode kegiatan meliputi pelatihan, pendampingan teknis, dan pembuatan konten edukasi budaya. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan mitra mengelola website, produksi konten digital budaya, serta peningkatan akses informasi wisata. Kegiatan ini memperkuat kapasitas masyarakat dalam pengelolaan wisata budaya berbasis digital yang berkelanjutan.

Kata kunci: Digital branding; Seni "Topeng Purwa"; Website KLEB; Wisata budaya

1. PENDAHULUAN

Pembangunan dan pengembangan wilayah pedesaan bertujuan untuk mewujudkan pemerataan pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini memerlukan perencanaan yang mampu mengakomodasi potensi local melalui pendekatan partisipatif seluruh unsur masyarakat desa sehingga hasil-hasil perencanaan tersebut dapat menjamin proses pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*). Langkah strategis dalam pengembangan kawasan pedesaan adalah penggalian potensi wilayah desa dengan memperhatikan sosio-kultural, fisik, teknologi dan pengetahuan local (*indigenous knowledge*). Pendekatan partisipatif yang melibatkan segenap unsur masyarakat dalam perencanaan dan pengembangan wilayah pedesaan menjadi dasar dalam konsep pembangunan yang berkelanjutan (Nisrina & Pratama, 2024).

Desa Permanu merupakan salah satu desa di Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang dengan 4 (empat) dusun yaitu Permanu, Lowok, Blau, dan Tunggul. Masyarakat dusun Lowok memiliki potensi budaya seni “Topeng Purwa” yang dikembangkan menjadi wisata Kampung Literasi dan Edukasi Budaya (KLEB). Sebagian besar masyarakat dusun Lowok merupakan pelaku seni topeng sebagai pemahat topeng, penabuh kerawitan, dan penari “Topeng Purwa”. Pengembangan potensi budaya seni “Topeng Purwa” ini sebagai wisata budaya juga bertujuan untuk melestarikan budaya seni topeng tersebut secara konsisten (gambar 1). Generasi muda dan anak-anak di dusun Lowok mempunyai jadwal rutin latihan karawitan dan tarian wayang “Topeng Purwa” pada setiap malam Sabtu.



Gambar 1. Aktivitas pelestarian potensi budaya seni “Topeng Purwa”

Kebersamaan dan kegotongroyongan masyarakat di dusun Lowok merupakan modal social yang sangat potensial untuk pengembangan wisata KLEB seni “Topeng Purwa” secara berkelanjutan. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Ngesti Pandawa telah mengorganisir modal social dan potensi budaya seni topeng ini menjadi wisata budaya KLEB Topeng Purwa. Pokdarwis ini beranggotakan 25 orang penggiat seni “Topeng Purwa” yang mulai berdiri sejak 2018 sesuai SK Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Malang no: 556/130/KEP/35.07.108/2018.

Pengembangan wisata budaya seni “Topeng Purwa” melalui KLEB masih memerlukan pendampingan dalam upaya pemberdayaan berbasis potensi masyarakat di dusun Lowok desa Permanu. *Branding* potensi wisata KLEB seni “Topeng Purwa” secara luas belum dilakukan oleh Pokdarwis Ngesti Pandawa. Upaya pemanfaatan *Information Technology* (IT) untuk mempromosikan potensi wisata KLEB secara lebih luas di media digital melalui *website* perlu dilakukan oleh Pokdarwis Ngesti Pandawa (Saputra, Paramitha, & Dewi, 2024). Kemudahan akses informasi dan jangkauan yang luas melalui media digital dalam bentuk sebuah *website* akan mempercepat penyebarluasan keberadaan KLEB seni “Topeng Purwa” di dusun Lowok (Mandarani et al., 2024). Selain itu, dukungan *content* dalam *website* perlu dilakukan untuk mendukung tema literasi dan edukasi seni “Topeng Purwa”. Media pembelajaran yang diperlukan berupa katalog topeng, katalog seni tari topeng, dan tokoh budayawan seni “Topeng Purwa”. Hal ini bertujuan agar wisata budaya KLEB menjadi sarana pelestarian dan pembelajaran seni “Topeng Purwa” (Rahmawati, Subroto, & Mardiani, 2025).

Pengembangan situs *website* Pokdarwis Ngesti Pandawa sebagai pelestari seni Topeng Purwa di Malang menegaskan betapa pentingnya pemberdayaan komunitas sebagai syarat utama dalam menjaga kelestarian sanggar seni yang berakar pada budaya lokal. Upaya untuk mempertahankan kesenian tidak hanya bergantung pada dokumentasi serta promosi, tetapi yang paling utama adalah kemampuan komunitas pendukung dalam mengelola, menyampaikan, dan mereproduksi nilai-nilai budaya secara terus-menerus (Mulyasari et al., 2023). Dengan melibatkan secara aktif pengurus sanggar dan Pokdarwis dalam proses perencanaan dan pengelolaan *website*, komunitas diberdayakan untuk mengendalikan narasi budaya, mendokumentasikan praktik seni, dan memperluas akses edukasi kepada generasi muda serta masyarakat umum (Musthofa & Gunawijaya, 2016). Dalam sudut pandang teori pemberdayaan komunitas, pelestarian budaya akan lebih berhasil ketika komunitas memiliki kendali atas sumber daya simbolik dan institusional yang mencerminkan identitas mereka, sehingga dapat menumbuhkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab bersama terhadap keberlangsungan komunitas khususnya sanggar seni (Altinay et al., 2016). *Website* dalam konteks ini bertindak

sebagai alat pemberdayaan yang memperkuat kemampuan komunitas dalam melestarikan seni Topeng Purwa di tengah perubahan sosial serta digitalisasi, sejalan dengan pandangan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah landasan utama dalam pelestarian budaya berbasis komunitas.

Selain sebagai strategi pengembangan wisata budaya berbasis komunitas, pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan Sanggar Seni Ngesti Pandawa juga membuka peluang penguatan ekonomi masyarakat yang selaras dengan prinsip ekonomi syariah. Dalam perspektif *maqāṣid al-sharī'ah*, pengembangan wisata budaya berbasis komunitas dapat diposisikan sebagai upaya mewujudkan *ḥifz al-māl*, yaitu perlindungan dan keberlanjutan sumber penghidupan masyarakat lokal melalui distribusi manfaat ekonomi yang adil, transparan, dan tidak eksploitatif (Suryaningsih et al., 2024). Pendekatan *Community-Based Tourism* (CBT) memungkinkan masyarakat menjadi pelaku utama dalam pengelolaan aset budaya dan ekonomi kreatif, sehingga nilai ekonomi yang dihasilkan dari aktivitas wisata tidak terpusat pada pihak eksternal, melainkan berputar di dalam komunitas itu sendiri (Prasongthan & Silpsrikul, 2023).

Sebuah wisata budaya harus dapat menampilkan aspek budaya yang ditawarkan kepada pengunjung wisata. Aspek budaya yang dapat ditampilkan sebagai faktor identitas dan otentik meliputi tradisi dan ritual budaya, kerajinan dan seni tradisional, atau sejarah dan arsitektur budaya (Santos et al., 2020; Wiradharma et al., 2025). Pengunjung wisata budaya ingin merasakan ataupun terlibat dalam aktifitas, suasana, keunikan, dan kearifan local yang menjadi ciri khas wisata budaya tersebut (Pratiwi et al., 2022; Mauliddina, Adiatma, & Resmisari, 2025). Pengelola wisata budaya harus mampu menyediakan festival atau *event* budaya yang ditawarkan kepada pengunjung wisata seperti pertunjukan seni, belajar seni, atau edukasi dan sejarah budaya. Keterlibatan aktif pengunjung wisata dalam kegiatan budaya tradisional melalui *event* yang ada dapat membentuk citra positif terhadap wisata budaya yang dikunjungi (Abrian et al., 2023; Ridhoi et al., 2020). Masyarakat dusun Lowok desa Permanu sudah mempunyai agenda rutin *event* budaya seni "Topeng Purwa" yaitu "Gebyak Purwa" pada acara Syawalan dan "Nyadran" pada acara bersih desa (gambar 2). Agenda rutin ini merefleksikan upaya pelestarian dan edukasi seni "Topeng Purwa" kepada generasi muda dan masyarakat sekitar oleh para penggiat seni dan pemerintah desa Permanu. Beberapa kegiatan kajian budaya seni "Topeng Purwa" juga dilakukan seperti Sarasehan dan *launching* "Sejarah Singkat Ngesti Pandawa" sebagai edukasi sejarah seni "Topeng Purwa" bagi masyarakat (gambar 3). Pokdarwis Ngesti Pandawa perlu mempromosikan festival atau *event* budaya seni "Topeng Purwa" secara rutin melalui media digital dan *website* sebagai daya tarik kepada pengunjung (Anis & Kaffah, 2020).

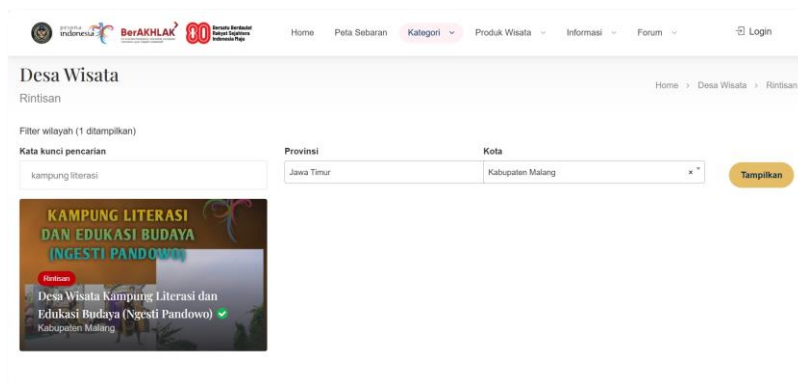


Gambar 2. Event "Nyadran" pada acara bersih desa



Gambar 3. Edukasi "Sejarah Singkat Ngesti Pandawa" <https://www.youtube.com/watch?v=riluCpfeeLI>

Kementerian Pariwisata dalam mendorong implementasi *community-based tourism* telah membuat program JADESTA (Jejaring Desa Wisata) sebagai wadah komunitas bagi Desa Wisata di seluruh Indonesia berbasis Informasi dan Teknologi (IT) (gambar 4). Desa Wisata merupakan salah satu wujud *Community-Based Tourism (CBT)* yang bisa dikembangkan untuk mendukung pariwisata yang inklusif dengan pendekatan pemberdayaan masyarakat. Kategori wisata Kampung Literasi dan Edukasi Budaya (KLEB) berstatus “Rintisan” pada *dashboard* JADESTA. Hal ini menjadi suatu kebutuhan bagi Pokdarwis Ngesti Pandawa untuk meningkatkan pengelolaan wisata KLEB sehingga mampu meningkatkan status wisata yang lebih tinggi. Penggalian potensi masyarakat yang memberikan daya dukung peningkatan wisata budaya KLEB sehingga berdampak pada peningkatan pengunjung wisata (Riadi et al., 2020).



Gambar 4. JADESTA (Jejaring Desa Wisata) <https://jadesta.kemeparakraf.go.id/desa/kategori/71>

Analisis kondisi yang telah dilakukan kepada mitra Pokdarwis Ngesti Pandawa menghasilkan rumusan masalah berupa: 1) pendampingan dalam upaya pemanfaatan *Information Technology (IT)* untuk mempromosikan potensi wisata budaya seni “Topeng Purwa” secara lebih luas di media digital melalui *website* KLEB; 2) pendampingan dalam pembuatan media pembelajaran untuk mendukung tema literasi dan edukasi seni “Topeng Purwa” berupa katalog topeng, katalog seni tari topeng, dan profil tokoh budayawan seni; 3) pendampingan dalam mempromosikan festival atau *event* budaya seni “Topeng Purwa” secara rutin dan video profil wisata budaya melalui media digital dan *website* KLEB sebagai daya tarik kepada pengunjung. Tujuan yang ingin dicapai dari pengabdian ini adalah pengembangan wisata budaya seni “Topeng Purwa” yang berbasis pemberdayaan potensi masyarakat dusun Lowok desa Permanu melalui *branding* media digital dan *website* KLEB.

2. METODE

Metode pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dirancang menggunakan pendekatan *Community-Based Tourism (CBT)* dan *participatory community development* sebagai kerangka utama pemberdayaan mitra. Pendekatan CBT menempatkan masyarakat lokal sebagai subjek utama dalam pengelolaan, pengambilan keputusan, dan pemanfaatan potensi wisata budaya, sehingga hasil kegiatan pengabdian diharapkan memberikan manfaat sosial, budaya, dan ekonomi secara langsung bagi komunitas (Nyoman et al., 2018). Sementara itu, pendekatan partisipatif diterapkan untuk memastikan keterlibatan aktif mitra sejak tahap perencanaan hingga evaluasi program, yang merupakan prasyarat penting dalam pembangunan berbasis masyarakat yang berkelanjutan (Musaddad et al., 2019) Beberapa kriteria pengembangan CBT (gambar 5) yang telah dimiliki oleh desa wisata budaya KLEB antara lain: a) memiliki potensi daya tarik wisata budaya seni “Topeng Purwa”; b) memiliki komunitas masyarakat; c) memiliki potensi sumber daya manusia lokal yang terlibat dalam aktivitas pengembangan desa wisata budaya; d) memiliki kelembagaan pengelolaan; e) memiliki peluang dan dukungan ketersediaan fasilitas dan sarana prasarana dasar untuk mendukung kegiatan wisata budaya; dan f) memiliki potensi dan peluang pengembangan pasar wisatawan.



Gambar 5. Kriteria pengembangan CBT

Sumber: Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Republik Indonesia, 2021

Program pendampingan yang dilakukan kepada mitra Pokdarwis Ngesti Pandawa adalah: 1) pembuatan *website* KLEB untuk mendukung promosi wisata budaya seni “Topeng Purwa”; 2) pembuatan materi literasi dan edukasi budaya seni “Topeng Purwa” berupa katalog topeng dan seni tari topeng; 3) pembuatan video profil wisata budaya seni “Topeng Purwa”; 4) pembuatan *flyer* promo *event* dan festival. *Website* KLEB digunakan untuk mendukung kemudahan akses dan memperluas jangkauan informasi yang mempercepat penyebaran wisata budaya seni “Topeng Purwa” di dusun Lowok. *Content website* KLEB untuk mendukung tema literasi dan edukasi seni “Topeng Purwa” dalam bentuk katalog topeng dan seni tari topeng serta pembelajaran membuat topeng dan belajar seni tari topeng (Yuniati & Darajat, 2024). Promosi festival atau *event* budaya seni “Topeng Purwa” secara rutin dan video profil wisata melalui *website* KLEB sebagai daya tarik kepada pengunjung wisata (Martiyanti et. al. 2025). Ketercapaian program pendampingan yang dilakukan berupa peningkatan kemampuan pengelolaan *website* KLEB melalui evaluasi *pre-test* dan *post-test* setelah pelatihan *website*.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan secara aktif mitra Pokdarwis Ngesti Pandawa. Mitra diajak terlibat langsung mulai tahap perencanaan sampai dengan implementasi program. Berikut tahapan kegiatan yang dilaksanakan dalam implementasi pengembangan wisata budaya seni “Topeng Purwa” yang berbasis pemberdayaan potensi masyarakat dusun Lowok desa Permanu melalui *branding* media digital di *website* KLEB.

- A. **Diskusi pemetaan masalah atau kebutuhan pengembangan wisata**, Tim pengabdian dan mitra Pokdarwis Ngesti Pandawa berdiskusi untuk menentukan konsep pengembangan wisata budaya seni “Topeng Purwa” yang berbasis pemberdayaan potensi masyarakat dusun Lowok desa Permanu. Tradisi budaya dan keaslian nilai-nilai tradisi merupakan potensi budaya yang menjadi daya tarik wisata untuk dipromosikan melalui media digital. *Website* KLEB digunakan untuk mendukung kemudahan akses dan memperluas jangkauan informasi wisata budaya seni “Topeng Purwa” di dusun Lowok.
- B. **Perancangan *website* KLEB**, Tahap awal dilakukan pembuatan konsep desain *website* untuk menentukan *layout* tampilan dan menu yang akan tampil di halaman depan *website*. Tahap selanjutnya mengidentifikasi data dan dokumen yang menjadi isi atau informasi yang akan ditampilkan di dalam *website*. Diskusi hasil konsep desain dan konten *website* dilakukan bersama mitra untuk mendapatkan masukan dan dilakukan penyesuaian.
- C. **Implementasi *website* KLEB**, Pembuatan *website* mengacu pada konsep desain dan konten yang telah disepakati antara tim pengabdian dan mitra. Menu utama *website* terdiri dari: 1) *home*; 2) galeri; 3) *event*; 4) profil tokoh; 5) program; 6) *blog*. Video profil wisata dan sejarah Ngesti Pandawa berada di menu *home*. Menu galeri berisi *content* media pembelajaran yang berupa katalog topeng dan seni tari topeng, sedangkan *content* promosi ditempatkan di menu *event*. Menu profil tokoh menampilkan tokoh budayawan yaitu “dalang” dan “maestro gamelan” yang berpengaruh sekaligus sebagai sesepuh budaya seni “Topeng Purwa”. Menu program berisi tawaran paket belajar seni dan wisata budaya. Artikel dan ulasan seputar wisata budaya seni “Topeng Purwa” diisikan pada menu *blog*.
- D. **Pelatihan/*workshop* dan pendampingan operasional *website* KLEB**, Pelatihan teknis operasional diberikan kepada mitra Pokdarwis Ngesti Pandawa agar dapat memelihara dan mengembangkan *website* KLEB lebih lanjut. *Update content* dan berita sangat diperlukan

agar pengunjung *website* KLEB memperoleh informasi terkini. Materi pelatihan dan pendampingan yang diberikan meliputi: 1) teknis operasional *website*; 2) teknis pembuatan *content* digital *website*; 3) teknis pembuatan video profil; 4) teknis pembuatan katalog digital.

- E. **Evaluasi**, Keberhasilan pelaksanaan program dievaluasi secara partisipatif melalui pengukuran peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra sebelum dan sesudah pelatihan, serta melalui observasi terhadap kemampuan mitra dalam mengelola dan memperbarui konten *website*. Evaluasi ini tidak hanya berfungsi sebagai alat ukur keberhasilan program, tetapi juga sebagai sarana refleksi bersama antara tim pengabdian dan mitra untuk perbaikan berkelanjutan. Dengan demikian, metode pelaksanaan PKM ini tidak bersifat *top-down*, melainkan menempatkan mitra sebagai aktor utama dalam pengembangan wisata budaya berbasis komunitas yang berkelanjutan dan berorientasi pada pelestarian budaya lokal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

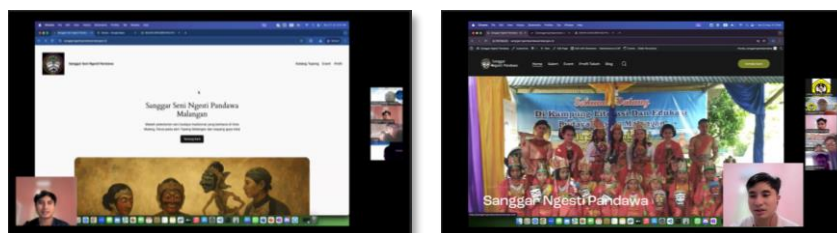
Penjabaran hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada mitra Pokdarwis Ngesti Pandawa sebagai berikut:

- A. **Diskusi pemetaan masalah atau kebutuhan pengembangan wisata**, Diskusi yang dilakukan bersama dengan mitra Pokdarwis Ngesti Pandawa (gambar 6) menemukan 2 hal yang dibutuhkan sebagai bahan promosi melalui *website* KLEB yaitu: 1) media pembelajaran terkait edukasi dan literasi budaya seni “Topeng Purwa”; dan 2) *content website* yang berisi promosi *event* budaya seni “Topeng Purwa” dan video profil wisata. Media pembelajaran yang disajikan berupa katalog topeng dan seni tari topeng, sedangkan *content* promosi berupa *flyer* paket wisata pertunjukkan seni tari dan belajar seni tari topeng.



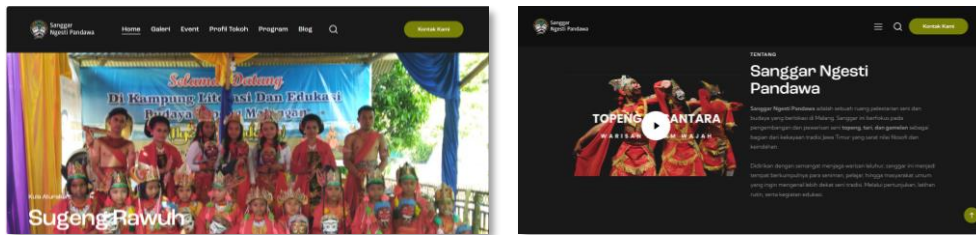
Gambar 6. Pengembangan wisata budaya seni “Topeng Purwa”

- B. **Perancangan website KLEB**, Identifikasi data yang menjadi kebutuhan awal konsep desain *website* adalah data personal dan email untuk pembuatan akun administrator *website*. Beberapa akun media social yang telah dimiliki oleh mitra dikoneksikan ke *website* yaitu: Instagram dan Tiktok. Identitas yang menjadi ciri penanda di dalam *website* berupa logo, foto profil dan tokoh budayawan seni “Topeng Purwa”. Data-data tersebut disiapkan oleh mitra Pokdarwis Ngesti Pandawa untuk melengkapi tahap penyusunan konsep desain *website* KLEB (gambar 7).



Gambar 7. Penyusunan konsep desain *website* KLEB

C. Implementasi website KLEB, Hasil implementasi *website* KLEB untuk mendukung wisata budaya seni “Topeng Purwa” dusun Lowok desa Permanu telah berhasil di-launching. Beberapa informasi yang dapat diakses melalui *website* KLEB (gambar 8) adalah: 1) edukasi dan literasi budaya seni “Topeng Purwa” melalui katalog dan seni tari topeng (gambar 9); 2) sejarah dan budayawan seni “Topeng Purwa” melalui profil tokoh; 3) festival dan pertunjukan seni “Topeng Purwa” ditawarkan melalui event (gambar 9); 4) belajar seni “Topeng Purwa” melalui program; 5) berita dan informasi kegiatan melalui *blog*. Media edukasi dan literasi secara digital didukung dengan adanya “Katalog Topeng Purwa”. Penyusunan katalog ini melibatkan mitra untuk menyusun narasi dan dokumentasi profil 18 tokoh topeng yang ada. Produk *website* KLEB dan Katalog Topeng Purwa didaftarkan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) sebagai aspek legal formal karya yang dimiliki oleh Sanggar Ngesti Pandawa, yaitu tercatat pada Pangkalan Data Kekayaan Intelektual sebagai hak cipta EC002025128888 dan desain industri A00202505553.



Gambar 8. Website KLEB seni “Topeng Purwa”
<https://sanggarngestipandawamalangan.id/>

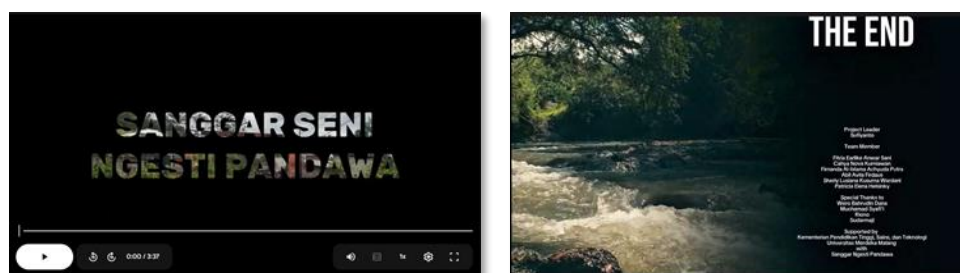


Gambar 9. Katalog “Topeng Purwa” dan Flyer edukasi seni tari “Topeng Purwa”

Konten promosi KLEB juga dilakukan melalui video profil yang menyajikan potensi seni dan budaya yang dimiliki oleh Sanggar Ngesti Pandawa serta masyarakat dusun Lowok desa Permanu. Proses pembuatan video profil ini melibatkan generasi muda sebagai bentuk upaya pelestarian seni “Topeng Purwa” dan juga pelatih tari serta pengrawit gamelan Sanggar Ngesti Pandawa. Proses pembuatan video profil dilakukan di lokasi sanggar dan punden sebagai tempat pementasan seni tari “Topeng Purwa” pada event rutin yang telah dilakukan selama ini (gambar 10). Hasil video profil diunggah di *youtube* (gambar 11) dan konten profil di *website* KLEB.



Gambar 10. Proses pembuatan video profil



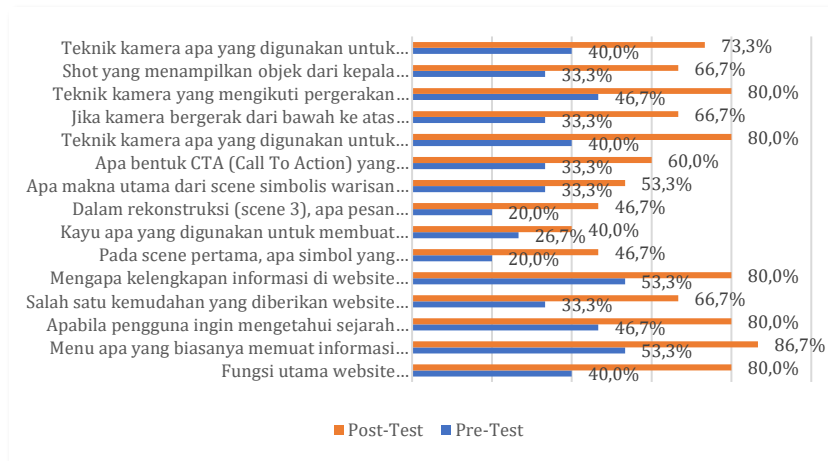
Gambar 11. Video profil Sanggar Ngesti Pandawa
<https://youtu.be/PzpeMecmMd0>

- D. Pelatihan/workshop dan pendampingan operasional website KLEB**, Pemeliharaan dan pengembangan website KLEB diperlukan agar akses informasi dan branding wisata budaya seni “Topeng Purwa” oleh calon pengunjung wisata dapat tetap berlanjut dan semakin luas. Oleh karena itu, Pokdarwis Ngesti Pandawa selaku pengelola website KLEB harus mampu mengembangkan website menjadi lebih menarik dan informatif. Tim pengabdian memberikan materi pelatihan dan pendampingan kepada mitra Pokdarwis Ngesti Pandawa (gambar 12) meliputi: 1) teknis operasional website; 2) teknis pembuatan content digital website; 3) teknis pembuatan video profil; 4) teknis pembuatan katalog digital.

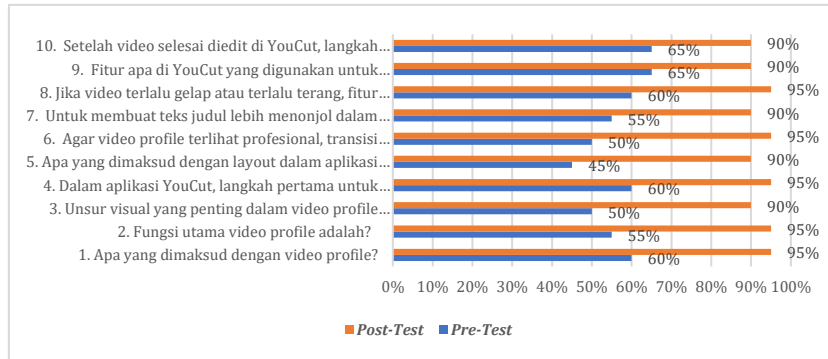
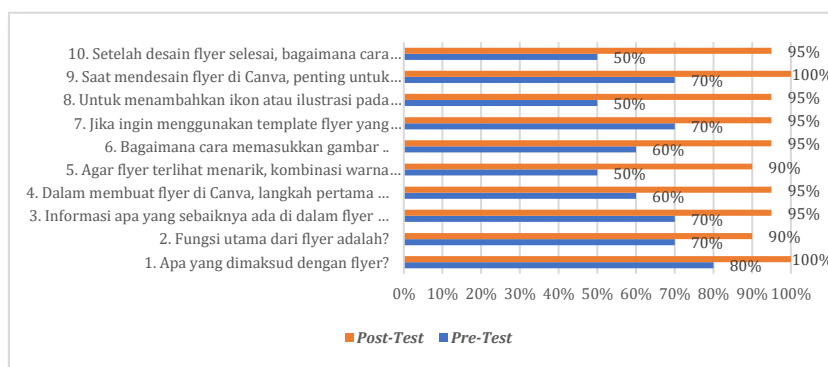


Gambar 12. Workshop operasional website KLEB, pembuatan video profil dan katalog topeng

- E. Evaluasi kegiatan pendampingan**, Penilaian hasil kegiatan pelatihan dan pendampingan dilakukan dengan membuat *pre/post-test* terkait materi yang diberikan kepada peserta. Pada tahap-1 dilakukan pelatihan operasional website yang diikuti oleh 15 orang anggota Pokdarwis Ngesti Pandawa. *Pre/post-test* dalam bentuk *google form* diberikan sebelum dan setelah pelatihan dengan link sebagai berikut: <https://forms.gle/hPzXf2MVGCUpVA879>. Hasil penilaian *pre/post-test* disajikan pada gambar 13. Perubahan pengetahuan peserta pada kegiatan pelatihan tahap-1 adalah sebesar 30.2% dari kondisi awal 36.9% menjadi 67.1% Pada tahap-2 pelatihan pembuatan video profil dan katalog topeng, evaluasi *pre/post test* dengan link sebagai berikut: <http://tiny.cc/flyerkleb2025> dan <http://tiny.cc/videokleb2025>. Hasil evaluasi kegiatan pelatihan tahap-2 disajikan pada gambar 14. Pelatihan tahap-2 ini memberikan dampak perubahan pengetahuan peserta sebesar 32% (kondisi awal 63% menjadi 95%) pada pelatihan pembuatan video profil dan 36% (kondisi awal 57% menjadi 93%) pada pelatihan pembuatan katalog topeng.

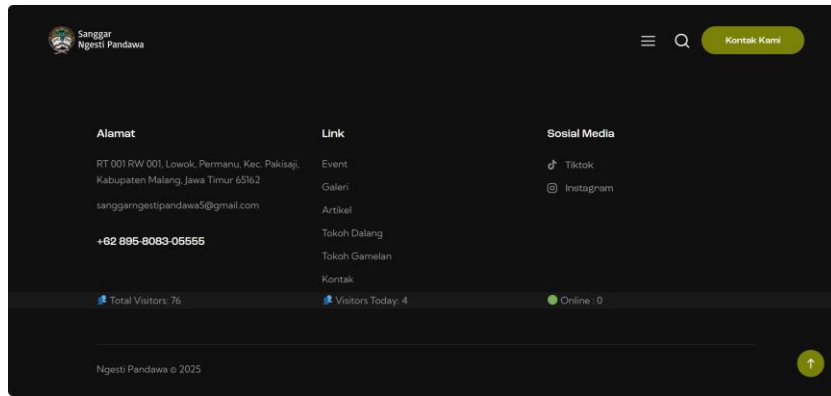


Gambar 13. Hasil evaluasi *pre/post-test* kegiatan pelatihan operasional *website*

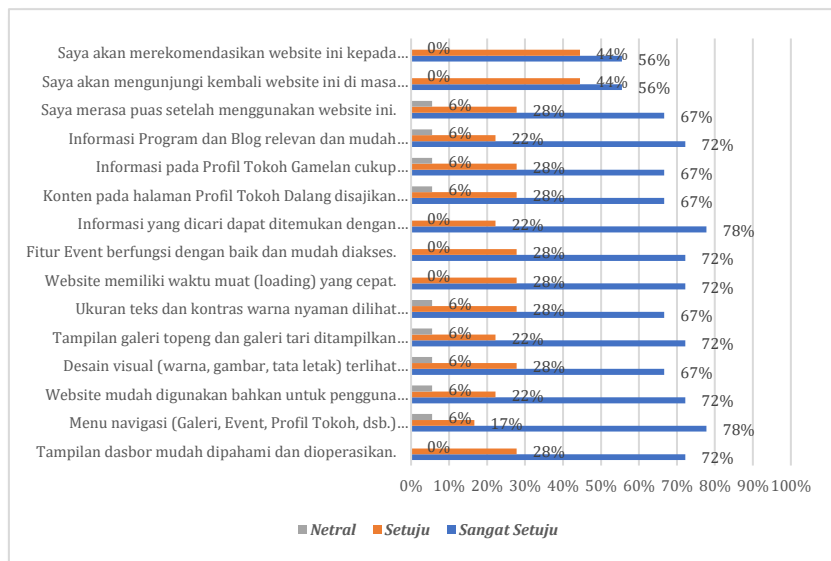


Gambar 14. Hasil evaluasi *pre/post-test* kegiatan pelatihan video profil dan katalog

Akses informasi pihak eksternal tentang seni dan budaya tari “Topeng Purwa” dilakukan melalui *website* KLEB di <https://sanggarngestipandawamalangan.id/>. Kunjungan melalui akses di *website* KLEB dapat diketahui dari statistik pengunjung (gambar 15) yang terbagi dalam bentuk informasi: a). jumlah pengunjung; b) pengunjung saat ini; dan c) pengunjung online. Aktivitas kunjungan yang tercatat sampai saat ini di *website* KLEB masih terbatas karena relative masih baru. Evaluasi kepuasan pengunjung *website* KLEB juga dilakukan untuk mengetahui respon pengguna melalui kuisisioner berikut: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScjU3WXfEj6vW9u0afB_gn4auN9IHZVPyu9WqatRtZK5CMiUQ/viewform. Data respon kepuasan pengunjung *website* KLEB disajikan pada gambar 16 dimana 69% sangat setuju, 28% setuju, dan 3% netral mengacu pada penilaian pertanyaan survey yang diberikan.



Gambar 15. Statistik kunjungan website KLEB



Gambar 16. Survey kepuasan pengunjung website KLEB

PEMBAHASAN

Implementasi website Sanggar Seni Ngesti Pandawa yang dapat diakses melalui <https://sanggarngestipandawamalangan.id/> menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi mampu memperluas akses informasi sekaligus memperkuat branding wisata budaya seni “Topeng Purwa” (Saputra, Paramitha, & Dewi, 2024). Website ini tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana literasi dan edukasi budaya yang menampilkan katalog topeng, seni tari topeng, profil tokoh budayawan, serta informasi event dan program pembelajaran seni. Hasil ini menguatkan pandangan bahwa media digital berperan strategis dalam mempercepat diseminasi potensi wisata budaya berbasis komunitas, terutama pada wilayah perdesaan yang memiliki kekayaan budaya lokal namun keterbatasan jangkauan promosi (Pratiwi et al., 2022).

Dari perspektif *Community-Based Tourism* (CBT), pengembangan dan pengelolaan website KLEB oleh Pokdarwis Ngesti Pandawa mencerminkan prinsip partisipasi aktif masyarakat dan kepemilikan lokal atas sumber daya wisata. Keterlibatan langsung mitra dalam penyusunan konten, pengelolaan informasi, serta pembaruan berita menunjukkan bahwa website menjadi instrumen pemberdayaan, bukan sekadar produk teknologi. Hal ini sejalan dengan konsep CBT yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam perencanaan dan pengelolaan destinasi wisata, sehingga manfaat sosial, budaya, dan ekonomi dapat dirasakan secara langsung oleh komunitas lokal (Ginting et al., 2025).

Website KLEB juga berkontribusi dalam membangun *digital branding* wisata budaya seni “Topeng Purwa”. Penyajian narasi sejarah, visualisasi pertunjukan seni, serta dokumentasi *event* budaya membentuk citra destinasi yang autentik dan edukatif. *Digital branding* semacam ini penting dalam wisata budaya karena pengunjung tidak hanya mencari hiburan, tetapi juga pengalaman, pemahaman nilai budaya, dan keunikan lokal yang membedakan suatu destinasi dari destinasi lainnya (Bonacini, 2018). Dengan demikian, *website* berfungsi sebagai media pembentuk citra positif dan identitas wisata budaya KLEB di tingkat lokal maupun regional.

Selain aspek promosi, *website* Sanggar Ngesti Pandawa berperan dalam upaya pelestarian budaya seni “Topeng Purwa”. Digitalisasi katalog topeng, seni tari, dan profil tokoh budayawan menjadi bentuk dokumentasi pengetahuan budaya yang dapat diakses lintas generasi. Media digital memungkinkan proses transfer pengetahuan budaya secara lebih luas dan berkelanjutan, terutama bagi generasi muda yang akrab dengan teknologi digital. Temuan ini mendukung kajian sebelumnya yang menyatakan bahwa digitalisasi konten budaya dapat menjadi strategi efektif dalam pelestarian warisan budaya tak benda sekaligus sarana edukasi masyarakat (Rahmawati et al., 2025).

Meskipun demikian, implementasi *website* KLEB masih menghadapi beberapa tantangan keberlanjutan. Tantangan utama meliputi keterbatasan kapasitas sumber daya manusia dalam pengelolaan konten digital secara berkelanjutan, konsistensi pembaruan informasi, serta kebutuhan pendanaan untuk pemeliharaan *website* dan produksi konten visual. Selain itu, terdapat tantangan dalam menjaga keseimbangan antara promosi wisata dan pelestarian nilai-nilai budaya agar tidak terjadi komodifikasi budaya yang berlebihan. Tantangan-tantangan ini sejalan dengan temuan Musaddad et al., (2019) dan Zaman, (2024) yang menekankan pentingnya tata kelola dan kapasitas lokal dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Untuk menjaga keberlanjutan program, diperlukan strategi lanjutan berupa penguatan kapasitas Pokdarwis melalui pelatihan rutin pengelolaan *website* dan konten digital, integrasi *website* dengan media sosial yang telah dimiliki, serta pengembangan kolaborasi dengan institusi pendidikan dan pemerintah daerah. *Website* juga dapat dikembangkan sebagai sarana promosi paket wisata edukasi dan event budaya secara periodik, sehingga tidak hanya berfungsi informatif tetapi juga mendukung keberlanjutan ekonomi komunitas. Dengan strategi tersebut, *website* KLEB diharapkan mampu menjadi instrumen berkelanjutan dalam mendukung pengembangan wisata budaya seni “Topeng Purwa” berbasis *Community-Based Tourism*.

4. KESIMPULAN

Pengembangan potensi budaya seni “Topeng Purwa” melalui wisata Kampung Literasi dan Edukasi Budaya (KLEB) merupakan upaya pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan partisipatif untuk menjadi sebuah destinasi *Community-Based Tourism* (CBT). Promosi potensi budaya seni “Topeng Purwa” secara luas melalui media digital memerlukan dukungan *Information Technology* (IT) dengan adanya *website* KLEB. Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian ini adalah: 1) peningkatan akses informasi wisata budaya seni “Topeng Purwa” melalui *website* KLEB, *update content* dan berita oleh pengunjung *website* KLEB untuk memperoleh informasi terkini; 2) kemampuan mitra Pokdarwis Ngesti Pandawa untuk mengelola *website* KLEB.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah memberi dukungan financial terhadap pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) tahun 2025 dengan no kontrak 128/C3/DT.05.00/PL/2025 dan 017/LL7/DT.05.00/PM/2025. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Merdeka Malang yang telah

memfasilitasi pelaksanaan PKM 2025. Pokdarwis Ngesti Pandawa yang telah berpartisipasi sebagai Mitra pengabdian dalam PKM 2025.

DAFTAR PUSTAKA

- Altinay, L., Sigala, M., & Waligo, V. (2016). Social value creation through tourism enterprise. *Tourism Management*, 54, 404–417. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.12.011>
- Abrian, Y., Wardi, Y., Abror, A., Dwita, V., & Evanita, S. (2023). Pengalaman Wisata dan Citra Destinasi: Sebuah Kajian Pustaka Sistematis. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 4(2), 125–138. <https://doi.org/10.36256/ijtl.v4i2.347>
- Anis, M., & Kaffah, S. (2020). Rancangan Pengembangan Wisata Budaya Kampong Batik Laweyan. *Prosiding IENACO 2020*, 379–384. <https://proceedings.ums.ac.id/index.php/ienaco/article/view/2504>
- Bonacini, E. (2018). Heritage Communities, Participation and Co-creation of Cultural Values: The #iziTRAVELSicilia Project. *Museum International*, 70(1–2), 140–153. <https://doi.org/10.1111/muse.12199>
- Ginting, S. W., Purba, A. M., Zahrah, W., & Sinulingga, S. (2025). Empowering rural women through Warung Nusa : A community-based tourism program in Denai Kuala. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 10(May), 451–464. <https://doi.org/https://doi.org/10.26905/abdimas.v10i2.14809>
- Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Republik Indonesia. (2021). *Pedoman Desa Wisata*. Edisi II
- Mandarani, V., Firmansyah, D., Susilo, J., Akbar, A., Prapanca, D., & Hafidha, R. (2024). Optimalisasi Promosi Wisata Seni Budaya Sidoarjo Dengan Penerapan Teknologi Informasi. *Surya Abdimas*, 8(4), 593–600. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v8i4.5557>
- Martiyanti, D., Heldir, M., Aditya, P., Wiranata, R., Tjiang, K. M. C., & Richard. (2025). Optimizing the social media promotion strategy to improve the branding of Putak Tourism Villages. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 10(2), 376–385. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v10i2.13710>
- Mauliddina, R.N., Adiatma, D., & Resmisari, N.A. (2025). Strategi Pengembangan Atraksi Wisata di Kampung Bareto Sebagai Wisata Budaya dan Edukasi Berbasis Wisata Minat Khusus. *Jurnal Industri Pariwisata* 8(1):76-88. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v8i1.2929>
- Mulyasari, R., Maizida, K., & Purwandani, I. (2023). Peran Komunitas Seni dan Budaya dalam Pengembangan Desa Mandiri Budaya di Desa Ekowisata Pancoh. *Gajah Mada Journal of Tourism Studies*, 5(1), 20–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/gamajts.v5i1.87338>
- Musaddad, A. A., Rahayu, O. Y., Pratama, E., Supraptiningsih, S., & Wahyuni, E. (2019). Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia. *Dinamika Administrasi: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Manajemen*, 2(1), 73–93. <https://sasanti.or.id/ojs/index.php/jda/article/view/27>
- Musthofa, B. M., & Gunawijaya, J. (2016). Strategi Keberhasilan Proses Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Kreativitas Seni Tradisi: Studi Kasus Saung Angklung Udjo, Bandung, Jawa Barat. *Sosio Konsepsia*, 5(1), 325–339. <https://ejournal.kemensos.go.id/index.php/SosioKonsepsia/article/view/158>
- Nisrina, N.F., Pratama, Y. (2024). Transformasi Sentra Batik Laweyan Menjadi Kampung Wisata Edukasi. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia* 6(1):108-119. DOI: <https://doi.org/10.37253/altasia.v6i1.8980>
- Nyoman, N., Wisudawati, S., Maheswari, A. A. I. A., Tourism, S., Handicraft, C. S., Product, P. T., & Empowerment, C. (2018). Potential of Silver Craft Product through to Community-Based for Tourism Sustainability in Celuk Village. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 5(1), 9–15. <https://sloap.org/journals/index.php/irjmis/article/view/25>

- Prasongthan, S., & Silpsrikul, R. (2023). the Connection of Slow Food Principle With Community-Based Tourism in Thailand: Investigating Generation Y Perception. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 48(2spl), 709–716. <https://doi.org/10.30892/gtg.482spl04-1070>
- Pratiwi, M. A., Sunu, N., & Giriwati, S. (2022). Strategi Pengembangan Kampung Topeng Malang sebagai Kampung Wisata Budaya. *RUAS (Review of Urbanism and Architectural Studies)*, 20(2), 85–96. <https://doi.org/10.21776/ub.ruas.2022.020.02.8>
- Rahmawati, M., Subroto, W., Mardiani, F., & Mangkurat, U. L. (2025). *Strategi Edukasi Cagar Budaya Kota Banjarmasin Melalui Digitalisasi Berbasis Flipbook*. 12(1), 17–26. <http://dx.doi.org/10.25157/ja.v12i1.17825>
- Riadi, S., Normelani, E., Bachri, A.A., Hidayah, N., Sari, Y.P. (2020). Rancangan Atraksi Wisata Edukasi di Kampung Hijau Kota Banjarmasin. *J-PIPS (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)* 7(1):37-44. <https://doi.org/10.18860/jpips.v7i1.10364>
- Ridhoi, R., Anggraeni, R. M., Bahtiar, M., Ayundasari, L., & Marsudi. (2020). The Development of Sendang Biru Beach in Malang Regency Through Marine Edutourism. 404(Icossei 2019), 165–171. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200214.028>
- Santos, N., Moreira, C. O., Ferreira, R., & Silveria, L. (2020). Sea Tourism Heritage in Portuguese Coastal Territory. IGI Global Publisher: *Journal of Managing, Marketing, and Maintaining Maritime and Coastal Tourism*, pp 29. <http://dx.doi.org/10.4018/978-1-7998-1522-8.ch004>
- Saputra, K. D., Paramitha, A. I. I., & Dewi, P. A. C. (2024). Pembuatan Dan Pendampingan Website Wisata Untuk Promosi Potensi Desa Manukaya Kabupaten Gianyar. *Bernas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 2497–2508. <https://doi.org/10.31949/jb.v5i4.11150>
- Suryaningsih, B., Elbadriati, B., Mulhimmah, B., & Azkar, M. (2024). Peluang, Tantangan Dan Strategi Pengembangan Pariwisata Syariah Berbasis Ekonomi Komunitas Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Di Desa Tetebatu Kecamatan Sikur Lombok Timur. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 7(2), 1265-1277. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v7i2.1571>
- Wiradharma, G., Sedyaningsih, S., Soewardjo, B. K., & Prasetyo, M. A. (2025). Karakteristik Budaya dan Estetika Tari Tradisional Aceh, Betawi, Bali, Kalimantan, Sulawesi, dan Papua. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 4(7), 4334–4348. <https://doi.org/10.58344/locus.v4i7.4100>
- Wisudawati, N.N., & Maheswari, A.A.I.A. (2018). Potential of Silver Craft Product Through to Community-Based for Tourism Sustainability in Celuk Village. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 5(1), 9-15. <https://sloap.org/journals/index.php/irjmis/article/view/25>
- Yuniati, Y., & Darajat, A. U. (2024). Inovasi Penggunaan QR-Code: Akses Digital untuk Edukasi dan Pelestarian Budaya di Museum Ruwa Jurai Lampung. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 8(3), 409–415. <https://doi.org/10.36982/jam.v8i3.4657>
- Zaman, U. (2024). Nexus of Regenerative Tourism Destination Competitiveness, Climate Advocacy and Visit Intention: Mediating Role of Travel FOMO and Destination Loyalty. *Sustainability*, 16(17), 7827. <https://doi.org/10.3390/su16177827>