

## **Strategi Pemasaran Digital Taman Kehati Desa Dukuhdalem Kecamatan Japara Kabupaten Kuningan Jawa Barat**

**Adelia Yuke Nabilah<sup>1</sup>, Yayat Syahputra<sup>2</sup>, Wildan Fathu Romdhon<sup>3</sup>, Cantika  
Septiana<sup>4</sup>, Ovy Dwi Utami<sup>5</sup>, Anre Andrian<sup>6</sup>, Muhammad Dede Aufa Awalfuady<sup>7</sup>,  
Iqbal H<sup>8</sup>, Aldi Anugrah<sup>9</sup>, Muhammad Raihan Ayyasy<sup>10</sup>**

*<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9,10</sup> Universitas Muhammadiyah Kuningan, Indonesia*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Adelia Yuke Nabilah

**E-mail:** [adeliajukanabilah@gmail.com](mailto:adeliajukanabilah@gmail.com)

### **Abstrak**

TAMAN KEHATI (Kawasan Ekosistem Hati) Dukuh Dalem merupakan salah satu destinasi wisata alam yang memiliki potensi keanekaragaman hayati dan keindahan ekosistem yang belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Dalam rangka meningkatkan daya tarik dan jumlah kunjungan wisatawan, diperlukan strategi pemasaran digital yang efektif serta pengembangan website yang informatif dan interaktif. Kegiatan ini bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran digital yang tepat serta merancang dan mengembangkan website wisata alam TAMAN KEHATI Dukuh Dalem. Strategi pemasaran digital yang diusulkan mencakup penggunaan media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), konten visual yang menarik, serta integrasi dengan platform wisata digital. Selain itu, pengembangan website dirancang untuk menyajikan informasi lengkap tentang keunikan alam, fasilitas, rute wisata, serta aktivitas yang tersedia di TAMAN KEHATI. Melalui desain yang user-friendly, website ini diharapkan mampu meningkatkan aksesibilitas informasi bagi calon pengunjung sekaligus mendukung pelestarian lingkungan. Hasil dari Kegiatan ini menunjukkan bahwa kombinasi strategi pemasaran digital yang terencana dan pengembangan website yang efektif mampu meningkatkan eksposur TAMAN KEHATI Dukuh Dalem sebagai destinasi wisata alam, baik di tingkat lokal maupun nasional. Dengan demikian, diharapkan terjadi peningkatan jumlah pengunjung serta kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga kelestarian lingkungan melalui wisata berkelanjutan.

**Kata kunci** - pemasaran digital, wisata alam, TAMAN KEHATI, pengembangan website, strategi promosi, wisata berkelanjutan

### **Abstract**

TAMAN KEHATI (Heart Ecosystem Area) Dukuh Dalem is a natural tourist destination that has the potential for biodiversity and the beauty of an ecosystem that is not yet widely known by the wider community. In order to increase the attractiveness and number of tourist visits, an effective digital marketing strategy is needed and the development of an informative and interactive website. This research aims to formulate an appropriate digital marketing strategy as well as design and develop the TAMAN KEHATI Dukuh Dalem natural tourism website. The proposed digital marketing strategy includes the use of social media, search engine optimization (SEO), attractive visual content, as well as integration with digital tourism platforms. Apart from that, the website development is designed to provide complete information about the unique nature, facilities, tourist routes and activities available at KEHATI PARK. Through a user-friendly design, this website is expected to increase information accessibility for visitors while supporting environmental conservation. The results of this research show that the combination of a planned digital marketing strategy and effective website development can increase the exposure of TAMAN KEHATI Dukuh Dalem as a natural tourism destination, both at the local and national level. In this way, it is hoped that there will be an increase in the number of visitors and public awareness of the importance of preserving the environment through sustainable tourism.

**Keywords** - digital marketing, nature tourism, KEHATI PARK, website development, promotional strategies, sustainable tourism

## **PENDAHULUAN**

Era baru digital marketing telah masuk ke dalam praktik kehidupan masyarakat modern. Pasar-pasar baru dan produsen-produsen baru telah tercipta dengan menggunakan internet. Pemanfaatan internet membuat jaringan masyarakat dunia tersatukan dalam apa yang disebut satu kampung global. Dengan pengguna yang makin luas dan global meliputi berbagai bangsa di seluruh dunia, setiap masyarakat telah menjadi obyek pasar bagi para produsen sekaligus menjadi pelaku pasar itu sendiri. (Haryanti et al., 2019)

Perkembangan teknologi informasi yang pesat dalam beberapa dekade terakhir telah mengubah cara manusia mengakses informasi dan layanan, termasuk dalam bidang pariwisata. Penggunaan website sebagai media promosi telah menjadi salah satu strategi efektif untuk memperkenalkan potensi wisata kepada masyarakat luas. Salah satu potensi wisata yang masih kurang tereksplorasi adalah wisata alam, yang memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang mencari pengalaman berbeda di tengah kepadatan aktivitas perkotaan.

TAMAN KEHATI Dukuh Dalem merupakan salah satu destinasi wisata alam yang memiliki keanekaragaman hayati tinggi serta keindahan alam yang masih asri. Namun, keterbatasan informasi dan kurangnya promosi membuat destinasi ini belum sepenuhnya dikenal oleh masyarakat, baik lokal maupun internasional. Oleh karena itu, diperlukan sebuah platform digital yang mampu menyediakan informasi lengkap dan menarik tentang TAMAN KEHATI Dukuh Dalem agar dapat diakses dengan mudah oleh calon wisatawan.

Pengembangan website untuk wisata alam TAMAN KEHATI Dukuh Dalem diharapkan dapat menjadi solusi efektif dalam memperluas jangkauan informasi sekaligus meningkatkan daya tarik tempat tersebut sebagai destinasi wisata. Melalui website ini, calon pengunjung dapat dengan mudah mendapatkan informasi tentang fasilitas, keunikan ekosistem, serta berbagai kegiatan yang dapat dilakukan di area wisata tersebut. Selain itu, website ini juga diharapkan dapat menjadi alat promosi yang mendukung keberlanjutan wisata berbasis alam dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan.

Kegiatan ini bertujuan untuk mengembangkan dan merancang sebuah website wisata yang informatif, interaktif, dan user-friendly guna mendukung pengembangan pariwisata TAMAN KEHATI Dukuh Dalem. Dengan pendekatan teknologi yang tepat, diharapkan wisata alam ini dapat semakin dikenal dan menjadi pilihan utama bagi wisatawan yang mencari pengalaman wisata edukatif dan ekologis.

## **METODE**

Kegiatan ini dilakukan di Desa Dukuhdalem, Kecamatan Japara, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Kegiatan ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif (QD) adalah suatu metode Kegiatan yang bergerak pada pendekatan kualitatif sederhana dengan alur induktif. Alur induktif ini maksudnya Kegiatan deskriptif kualitatif (QD) diawali dengan proses atau peristiwa penjabar yang akhirnya dapat ditarik suatu generalisasi yang merupakan sebuah kesimpulan dari proses atau peristiwa tersebut. Selain itu, Kegiatan deskriptif kualitatif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya (Ruhansih, 2017). Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanyalah Kegiatan itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Maka teknik pengumpulan data dan studi pustaka berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara (interview) adalah salah satu kaedah mengumpulkan data yang paling biasa digunakan dalam Kegiatan sosial. Kaedah ini digunakan ketika subjek kajian (responden) dan peneliti berada langsung bertatap muka dalam proses mendapatkan informasi bagi keperluan data primer (Mita, 2015). observasi adalah ungkapan bahasa yang berupa lisan atau tulisan mengenai suatu pengamatan, peninjauan, dan pencatatan sistematis terhadap objek berdasarkan apa yang dilihat, di dengar dan dirasakan (Husnul Hotimah, 2022). Dokumentasi adalah suatu bentuk kegiatan atau proses dalam menyediakan berbagai dokumen dengan memanfaatkan bukti yang akurat berdasarkan pencatatan

---

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

dari berbagai sumber. Selain itu pengertian dokumentasi merupakan upaya mencatat dan mengkategorikan suatu informasi dalam bentuk tulisan, foto/gambar dan video (Hasan, 2022).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pengabdian kepada masyarakat adalah usaha untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat. Kegiatan tersebut harus mampu memberikan suatu nilai tambah bagi masyarakat, baik dalam kegiatan ekonomi, kebijakan, dan perubahan perilaku (sosial). Adapun hasil kegiatan dalam Kegiatan tentang strategi pemasaran digital taman kehati desa dukuh dalem ini yaitu peneliti sudah melakukan pendampingan untuk mengembangkan website wisata taman kehati dukuh dalem, pengembangan website yang lebih kreatif dan inovatif bisa menjadi faktor pendorong guna memajukan pemasaran digital di media sosial.

### **a. Pengembangan media sosial**

#### **1. Instagram**

Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang dapat diunduh bagi semua pengguna telepon seluler yang berbasis smartphone. Media sosial Instagram ini memiliki beberapa fitur dan tampilan yang memiliki keunggulan yang menarik bagi para penggunanya. Aplikasi ini sangat memudahkan bagi UMKM maupun tempat wisata seperti taman kehati dukuh dalem untuk lebih memperkenalkan wisata tersebut ke masyarakat luas.

#### **2. Facebook**

Salah satu postmodern dalam kehidupan sehari – hari yang dapat kita lihat adalah media sosial berupa facebook. Semakin banyak pengguna facebook berarti semakin banyak pula orang yang mulai mengenal dunia maya melalui internet. Tidak soal tua ataupun muda, hampir semua orang dari berbagai kalangan dan latar belakang memiliki akun jejaring sosial ini. Facebook menjadi salah satu sarana komunikasi yang dipercaya, dimana kita tidak perlu mengirimkan surat dan menunggu balasannya untuk mengetahui kabar saudara kita yang berada jauh di luar kota. Facebook bisa dibilang lebih canggih daripada sms. Dengan adanya kegiatan Kegiatan ini, Taman kehati Dukuh Dalem dapat memasarkan serta mempromosikan tempat wisata tersebut dengan pembaharuan-pembaharuan foto maupun video yang membuat pengikut melihat dan tertarik sehingga diharapkan dengan adanya media sosial berupa facebook dapat diketahui oleh masyarakat luas.

#### **3. Website**

Dari beberapa platform online yang sudah dimiliki oleh wisata alam taman kehati dukuh dalem. Kegiatan Kegiatan ini juga telah mengembangkan website yang dapat diakses siapapun dan dimanapun berada. Website yang dibangun ini memberikan informasi lebih luas kepada masyarakat mengenai profil maupun konten-konten yang ada di wisata alam taman kehati dukuh dalem.



**Gambar 1.**

Taman Kehati DukuhDalem

**KESIMPULAN**

Penerapan strategi pemasaran digital sangat penting untuk meningkatkan daya tarik dan jumlah pengunjung Taman Kehati sebagai destinasi ekowisata. Dengan memanfaatkan media sosial, konten digital yang menarik, Taman Kehati dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun kesadaran publik akan pentingnya konservasi keanekaragaman hayati. Strategi ini tidak hanya membantu meningkatkan ekonomi lokal, tetapi juga mendukung pelestarian lingkungan secara berkelanjutan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Haryanti, S., Mursito, B., Prodi, S., Fe, M., & Surakarta, U. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada Pt. Danar Hadi Surakarta. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(1), 144–151.
- Hasan, H. (2022). Pengembangan Sistem Informasi Dokumentasi Terpusat Pada STMIK Tidore Mandiri. *Jurasik (Jurnal Sistem Informasi Dan Komputer)*, 2(1), 23–29. <http://ejournal.stmik-tm.ac.id/index.php/jurasik/article/view/32>
- Husnul Hotimah, D. (2022). Teks Laporan Hasil Observasi & Teks Eksposisi. *Guepedia*, 1, 7. <http://dx.doi.org/10.30872/ilmubudaya.v1i4.769>
- Mita, R. (2015). Wawancara Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Kegiatan Kualitatif. In *Jurnal Ilmu Budaya* (Vol. 11, Issue 2, pp. 71–79).
- Ruhansih, D. S. (2017). EFEKTIVITAS STRATEGI BIMBINGAN TEISTIK UNTUK PENGEMBANGAN RELIGIUSITAS REMAJA (Kegiatan Kuasi Eksperimen Terhadap Peserta Didik Kelas X SMA Nugraha Bandung Tahun Ajaran 2014/2015). *QUANTA: Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>