Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat

Volume 02 No. 01 Maret 2025 (253-257 hal) – Journal homepage: digiaction.digitechuniversity.ac.id

Pemasaran Digital Desa Wisata dan Pencegahan Stunting di Desa Sugihmukti

Digital Marketing of Desa Wisata and Prevention of Stunting in Sugihmukti Village

Mira Nurjanah[1], Irma Nurmala[2], Rifki Aditya Apriana[3], Fahmi Faiz Amrulloh[4], Noval Arya Dwifa[5], Muhammad Ihsan Syahir[6].

Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia,

Narahubung: Mira Nurjanah, email: mira10221116@digitechuniversity.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel:
Diajukan: 02/01/2025
Diterima: 05/01/2025
Diterbitkan: 31/03/2025

Kata Kunci:
MBKM, Pemasaran Digital, Desa Wisata, Pencegahan Stunting, Pengabdian Masyarakat

A B S T R A K

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan sebagai wujud implementasi MBKM di Desa Sugihmukti, berfokus pada pengembangan digital marketing desa wisata dan pencegahan stunting. Potensi wisata berbasis alam, khususnya *bird watching*, belum termanfaatkan optimal akibat minimnya promosi digital, sementara prevalensi stunting masih tinggi akibat kurangnya kesadaran gizi seimbang. Tujuan utama pengabdian ini adalah meningkatkan visibilitas Desa Sugihmukti sebagai destinasi wisata melalui strategi digital marketing yang efektif dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pencegahan stunting. Perangkat desa, pengelola desa wisata, kader kesehatan, dan masyarakat Sugihmukti menjadi pihak yang terlibat dalam program ini. Pendekatan partisipatif dan kolaboratif digunakan melalui survei, koordinasi, penyusunan materi edukasi, promosi digital melalui media sosial, sosialisasi, dan pengumpulan data kuesioner. Hasilnya, program digital marketing meningkatkan kunjungan wisatawan, sedangkan program pencegahan stunting meningkatkan kesadaran masyarakat akan gizi seimbang dan faktor risiko stunting. Distribusi bantuan sembako dan speaker aktif dari program CSR juga memperkuat interaksi dengan masyarakat. Hasil pengabdian ini menunjukkan potensi sinergis antara promosi wisata dan peningkatan kesehatan masyarakat dalam pembangunan desa yang berkelanjutan.

Keywords:
MBKM, Digital Marketing, Tourism Village, Stunting Prevention, Community Service

A B S T R A C T

This community service initiative is implemented as a manifestation of the MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka) program in Sugihmukti Village, focusing on the development of digital marketing for tourism and the prevention of stunting. The village's natural tourism potential, particularly in bird watching, has not been optimally utilized due to insufficient digital promotion, while the prevalence of stunting remains high due to a lack of awareness regarding balanced nutrition. The primary objective of this initiative is to enhance the visibility of Sugihmukti Village as a tourist destination through effective digital marketing strategies and to raise community awareness about stunting prevention. Village officials, tourism managers, health cadres, and the Sugihmukti community are involved in this program. A participatory and collaborative approach is employed through surveys, coordination, educational material preparation, digital promotion via social media, socialization, and questionnaire data collection. As a result, the digital marketing program has increased tourist visits, while the stunting prevention program has raised community awareness about balanced nutrition and stunting risk factors. The distribution of food aid and active speakers from the CSR program has also strengthened interactions with the community. The outcomes of this service demonstrate the synergistic potential

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

https://doi.org/10.1016/digiaction

e – ISSN: 3063-9336
p – ISSN: xxxx-xxxx

between tourism promotion and public health improvement in sustainable village development.

©2024 DigiAction, All rights reserved.

1. Pendahuluan

Pengabdian masyarakat adalah upaya sukarela yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau institusi untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dalam berbagai aspek, seperti pendidikan, kesehatan, ekonomi, sosial, budaya, atau lingkungan, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat. Kegiatan ini dapat berupa penyuluhan, pelatihan, pemberian bantuan, atau program pemberdayaan, dan sering dilakukan oleh lembaga pendidikan, misalnya melalui program KKN, program Merdeka Belajar Kampus Merdeka, organisasi non-profit, atau individu yang peduli terhadap masalah sosial. Contohnya termasuk pelatihan keterampilan, penyuluhan kesehatan, atau pembangunan infrastruktur dasr. Selain bermanfaat bagi masyarakat, pengabdian ini juga memberikan pengalaman dan kepuasan batin bagi pelakunya.

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) merupakan inisiatif pemerintah dalam meningkatkan pengalaman belajar mahasiswa di luar kampus. Salah satu implementasinya adalah MBKM Membangun Desa yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat melalui program kerja berbasis kebutuhan lokal. Desa Sugihmukti, dengan potensi wisata Bird Watching yang besar dan tantangan kesehatan akibat tingginya angka stunting, menjadi lokasi strategis untuk program ini.

Dalam beberapa tahun terakhir, digital marketing menjadi alat efektif dalam promosi destinasi wisata. Namun, Desa Sugihmukti masih mengalami keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital untuk menarik wisatawan. Di sisi lain, masalah stunting juga menjadi perhatian karena kurangnya kesadaran masyarakat terhadap pola asuh dan gizi seimbang. Oleh karena itu, program ini mengombinasikan dua aspek utama, yaitu digital marketing dan pencegahan stunting, dengan harapan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara holistik.

2. Metode Pelaksanaan

Pengabdian masyarakat ini dirancang dengan dua fokus utama, yaitu program digital marketing untuk pengembangan desa wisata dan program pencegahan stunting untuk peningkatan kesehatan masyarakat. Kedua program ini dilaksanakan di Desa Sugihmukti, Kecamatan Pasirjambu, Kabupaten Bandung, dengan periode pelaksanaan antara 30 November 2024 hingga 31 Januari 2025.

Program Digital Marketing Desa Wisata

Program digital marketing bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik Desa Sugihmukti sebagai destinasi wisata, khususnya *bird watching*. Khalayak sasaran program ini adalah wisatawan potensial, baik lokal maupun internasional, serta masyarakat umum yang tertarik dengan wisata alam. Metode pengabdian yang digunakan meliputi identifikasi lokasi strategis untuk pengambilan gambar dan video *bird watching*, pembuatan konten digital yang menarik dan informatif (foto dan video), pengelolaan akun media sosial (Instagram dan TikTok dengan nama pengguna @infowisatabandung), serta pemasangan iklan berbayar untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Pengambilan dokumentasi untuk mendukung program ini dilaksanakan oleh kami dengan cara terjun langsung ke lapangan. Berikut dokumentasi kegiatan pembuatan konten terlihat di gambar 1.

Gambar 1. Pengambilan konten Digital Marketing Desa Sugihmukti

Indikator keberhasilan program ini diukur melalui peningkatan jumlah pengikut dan interaksi di media sosial, peningkatan *traffic* ke akun media sosial desa, serta peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Sugihmukti. Evaluasi program dilakukan dengan menganalisis data *engagement* media sosial (jumlah *like*, komentar, *share*), serta mengumpulkan data jumlah kunjungan wisatawan sebelum dan sesudah pelaksanaan program.

Program Pencegahan Stunting

Program pencegahan stunting bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya gizi seimbang dan pola asuh yang baik untuk mencegah stunting pada anak. Khalayak sasaran program ini adalah ibu-ibu yang memiliki anak balita, keluarga dengan risiko stunting, serta kader kesehatan desa. Metode pengabdian yang digunakan meliputi sosialisasi dan edukasi mengenai penyebab, dampak, dan cara pencegahan stunting, yang dilakukan di posyandu dan pertemuan komunitas. Selain itu, dilakukan penyebaran kuesioner untuk mengumpulkan data mengenai pola makan, pola asuh, sanitasi lingkungan, dan faktor risiko stunting lainnya. Berikut dokumentasi kegiatan pencegahan stunting di posyandu dan juga penyebaran kuesioner yang terlihat di Gambar 2 dan Gambar 3.

Gambar 2. Penyebaran Kuesioner

Gambar 3. Kegiatan posyandu

Indikator keberhasilan program ini diukur melalui peningkatan pengetahuan masyarakat tentang stunting (diukur melalui pre-test dan post-test), peningkatan praktik pemberian makanan yang sehat dan bergizi pada anak, serta penurunan angka stunting di Desa Sugihmukti (yang akan dievaluasi dalam jangka panjang). Evaluasi program dilakukan dengan menganalisis data kuesioner, mengukur perubahan pengetahuan masyarakat sebelum dan sesudah sosialisasi, serta memantau perkembangan kesehatan anak-anak secara berkala melalui kerjasama dengan kader kesehatan desa.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari pengabdian masyarakat ini menunjukkan dampak positif yang signifikan terhadap masyarakat Desa Sugihmukti, baik dalam aspek promosi wisata maupun pencegahan stunting.

3.1. Peningkatan Visibilitas Desa Wisata melalui Pemasaran Digital

Dalam upaya yang gencar untuk mempromosikan wisata pengamatan burung, serangkaian kegiatan konten kreatif telah dilakukan. Ini termasuk produksi video dan foto menarik yang menyoroti potensi pengamatan burung sebagai objek wisata. Pengelolaan akun media sosial, khususnya di Instagram dan TikTok dengan akun @infowisatabandung, memegang peranan penting dalam menjangkau khalayak yang lebih luas dan membangkitkan minat terhadap bentuk ekowisata yang unik ini. Selain itu, iklan promosi telah ditempatkan secara strategis untuk lebih meningkatkan visibilitas dan menarik pengunjung ke daerah tersebut. Melalui inisiatif ini, keindahan dan keragaman peluang pengamatan burung dipamerkan, mengundang wisatawan lokal dan internasional untuk merasakan keajaiban alam secara langsung.

Meningkatnya visibilitas Desa Sugihmukti sebagai destinasi wisata berbasis alam terlihat dari peningkatan pengikut dan interaksi di media sosial, di samping peningkatan kunjungan wisatawan. Pertumbuhan ini didukung oleh informasi yang dihimpun dari pengelola pariwisata desa dan ketua BUMDes (Badan Usaha Milik Desa). Desa ini telah secara efektif memanfaatkan keindahan alam dan daya tariknya yang unik, khususnya dalam bidang pengamatan burung, untuk menarik perhatian pengunjung lokal dan internasional. Seiring dengan semakin banyaknya orang yang terlibat dengan platform media sosial desa, masyarakat menyaksikan minat yang berkembang pesat terhadap penawaran ekologisnya, yang tidak hanya meningkatkan reputasi desa tetapi juga berkontribusi terhadap ekonomi lokal. Transformasi ini mencerminkan kolaborasi yang sukses antara anggota masyarakat, pemerintah daerah, dan berbagai pemangku kepentingan yang didedikasikan untuk mempromosikan praktik pariwisata berkelanjutan di Sugihmukti.

Upaya digital marketing yang dilakukan oleh tim MBKM ini relevan dengan konsep *destination branding* melalui media sosial, yang dapat meningkatkan daya saing destinasi wisata (Alamsyah et al., 2021). Pemanfaatan platform TikTok juga terbukti efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang merupakan target pasar potensial untuk wisata *bird watching* (Rahayu, 2024). Strategi promosi digital ini juga relevan dengan konsep *e-tourism*, yang menekankan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pemasaran pariwisata (Buhalis & Amaranggana, 2015).

3.2. Pencegahan Stunting

Dalam upaya untuk memerangi stunting dan meningkatkan kesehatan yang lebih baik di masyarakat, serangkaian kegiatan sosialisasi informatif diselenggarakan. Sesi-sesi ini difokuskan pada edukasi peserta tentang penyebab, dampak, dan strategi pencegahan terkait dengan stunting. Anggota masyarakat terlibat dalam diskusi yang menyoroti pentingnya gizi seimbang dan intervensi dini. Selain itu, kuesioner dibagikan untuk mengumpulkan data berharga yang bertujuan mengidentifikasi faktor risiko yang terkait dengan stunting di daerah tersebut. Pendekatan proaktif ini tidak hanya meningkatkan kesadaran tetapi juga memberdayakan keluarga untuk mengambil tindakan yang tepat guna meningkatkan kesehatan anak-anak mereka. Dengan memupuk lingkungan yang kolaboratif, inisiatif ini bertujuan untuk menciptakan jaringan pendukung yang mengatasi tantangan stunting dan meningkatkan kesejahteraan secara menyeluruh bagi generasi mendatang.

Hasil dari inisiatif ini telah menghasilkan peningkatan kesadaran masyarakat, khususnya di kalangan ibu, mengenai pentingnya gizi seimbang dan praktik pengasuhan yang tepat untuk mencegah stunting. Meningkatnya kesadaran ini tercermin dari partisipasi aktif ibu-ibu dalam diskusi dan sesi edukasi yang berfokus pada gizi dan pengasuhan anak. Selain itu, data berharga telah dikumpulkan mengenai kebiasaan makan, gaya pengasuhan, dan faktor risiko yang terkait dengan stunting di Desa Sugihmukti. Informasi ini berfungsi sebagai landasan penting untuk mengembangkan intervensi yang ditargetkan dan sistem pendukung untuk lebih meningkatkan pemahaman dan praktik masyarakat yang terkait dengan kesehatan dan gizi anak. Melalui upaya ini, desa mengambil langkah-langkah yang berarti untuk meningkatkan kesejahteraan anak-anaknya dan mengurangi prevalensi stunting dalam jangka panjang.

Peningkatan kesadaran masyarakat merupakan langkah awal yang penting dalam upaya pencegahan stunting. Edukasi gizi yang interaktif dan berbasis komunitas efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan praktik pemberian makanan yang baik pada anak (Nugraha, dkk., 2021). Data yang terkumpul dari kuesioner dapat digunakan untuk merancang intervensi yang lebih tepat sasaran, seperti program konseling gizi individual atau kelompok, serta pendampingan keluarga berisiko stunting. Program sosialisasi dan edukasi juga selaras

dengan upaya pemerintah dalam mempercepat penurunan stunting melalui pendekatan multisektoral dan partisipasi masyarakat (Kementerian Kesehatan RI, 2021). Keterlibatan kader kesehatan desa juga sangat penting sebagai agen perubahan di tingkat komunitas (Sugiarti, dkk., 2024).

4. Simpulan

Berdasarkan laporan kegiatan MBKM di Desa Sugihmukti, dapat disimpulkan bahwa program ini berhasil mencapai tujuannya dalam memberdayakan masyarakat melalui dua fokus utama: digital marketing desa wisata dan pencegahan stunting. Program digital marketing meningkatkan visibilitas Desa Sugihmukti sebagai destinasi wisata *bird watching*, yang berpotensi meningkatkan kunjungan wisatawan dan pendapatan masyarakat. Program pencegahan stunting meningkatkan kesadaran masyarakat tentang gizi seimbang dan faktor risiko stunting, yang merupakan langkah penting dalam meningkatkan kesehatan anak-anak di desa. Kegiatan tambahan seperti bantuan pembagian sembako dan fasilitasi program CSR turut mempererat hubungan antara mahasiswa dengan masyarakat. Dengan demikian, program MBKM ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat Desa Sugihmukti secara berkelanjutan.

5. Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada Ketua BUMDes Sugihmukti yang telah membantu banyak kepada kami dalam pendampingan secara langsung ke lapangan untuk program Digital Marketing Desa Sugihmukti, dan juga kepada Dosen Pembimbing Lapangan Digitech University yang telah banyak memberikan saran dan arahan guna kelancaran seluruh program MBKM Membangun Desa 2024/2025.

6. Referensi

Alamsyah, D., Bela, F. S., & Hamidah, U. (2021). Destination Branding Melalui Media Sosial Instagram: Studi Kasus Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *18*(3), 277-292.

Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations. In *Information and communication technologies in tourism 2015* (pp. 553-564). Springer, Cham.

Rahayu, S. (2024). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Platform Pemasaran Digital Bimbel Online JadiASN. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)*, *1*(7), 710-720.

Kementerian Kesehatan RI. (2021). *Strategi Nasional Percepatan Penurunan Stunting 2021-2024*. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI.

Sugiarti, M. D., Suwarto, S., & Saptaningtyas, H. (2024). Pemberdayaan Kader Dalam Pencegahan Stunting di Desa Woro Kecamatan Kepohbaru. *Konferensi Nasional Ekonomi, Bisnis dan Studi Islam*, *1*(1).

Supriyadi, dkk. (2024). Panduan MBKM Proyek Membangun Desa Di Kabupaten Bandung. Bandung: Universitas Teknologi Digital.

Nugraha, N. P., Ilmi, A. A., & Patima, P. (2021). Metode Edukasi Gizi Berbasis Komunitas Pada Anak Usia Sekolah: Telaah Literatur. *Alauddin Scientific Journal of Nursing*, *2*(2), 118-134.