

Pengembangan Potensi *Wellness Tourism* Melalui *E-Booklet* Berbasis *Design Thinking* Di Kota Bekasi

Amanda Jahra Sufyanti¹, Muhammad Hasan Badjrie², Jati Paras Ayu³
LSPR Institute of Communication & Business

ABSTRAK

Karya ini bertujuan untuk mengembangkan potensi *wellness tourism* di Kota Bekasi melalui pembuatan media promosi digital berupa *E-Booklet*, berbasis *design thinking* yang meliputi tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *testing*. Kegiatan ini mengidentifikasi kebutuhan wisatawan perkotaan akan fasilitas kesehatan dan kebugaran. Pemetaan destinasi yang berhubungan dengan pariwisata kebugaran di Kota Bekasi dilakukan dengan konsep 3A (Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas). Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa penggunaan *E-Booklet* dengan desain visual yang modern dan informatif efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dan minat masyarakat terhadap pilihan pariwisata kebugaran di perkotaan. Proyek ini tidak hanya berfungsi sebagai panduan praktis bagi wisatawan, melainkan juga sebagai strategi komunikasi pemasaran yang memperkuat citra Kota Bekasi sebagai destinasi wisata kebugaran yang potensial di tengah kehidupan perkotaan yang padat, dan media promosi digital yang dapat digunakan oleh pemerintah Kota Bekasi dan pelaku usaha pariwisata kebugaran di Kota Bekasi untuk memperluas jaringan promosi dan meningkatkan minat wisatawan terhadap pariwisata kebugaran di Kota Bekasi.

Kata Kunci: Pariwisata Kebugaran; E-Booklet; Design Thinking; Tourism; Sustainable Tourism

ABSTRACT

This work aims to develop the potential of wellness tourism in Bekasi City through the creation of a digital promotional medium in the form of an E-Booklet, based on design thinking which includes the stages of empathize, define, ideate, prototype, and testing. This activity identifies the needs of urban tourists for health and wellness facilities. The mapping of destinations related to wellness tourism in Bekasi City was carried out using the 3A concept (Attractions, Amenities, and Accessibility). The results of this activity indicate that the use of an E-Booklet with a modern and informative visual design is effective in increasing public awareness and interest in urban wellness tourism options. This project not only serves as a practical guide for tourists but also as a marketing communication strategy that strengthens the image of Bekasi City as a potential wellness tourism destination amid dense urban life, and as a digital promotional medium that can be utilized by the Bekasi City Government and wellness tourism business actors in Bekasi City to expand promotional networks and increase tourist interest in wellness tourism in Bekasi City.

Keywords: Wellness Tourism; E-Booklet; Design Thinking; Tourism; Sustainable Tourism

PENDAHULUAN

Kesehatan mental menjadi salah satu isu kesehatan yang semakin penting, khususnya pada kelompok usia muda. Data Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2018 menunjukkan bahwa prevalensi depresi pada remaja dan dewasa muda di Indonesia mencapai sekitar 6,1–6,2%, sementara hasil Indonesia National Adolescent Mental Health Survey (I-NAMHS)

tahun 2022 menunjukkan bahwa gangguan kecemasan merupakan masalah kesehatan mental yang paling banyak dialami remaja Indonesia. Kondisi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti tekanan akademik, gaya hidup tidak sehat, kurangnya aktivitas fisik, serta tingginya tingkat stres akibat dinamika kehidupan perkotaan. Menurut World Health Organization (WHO, 2022), kesehatan mental merupakan kondisi kesejahteraan yang memungkinkan individu mampu mengatasi tekanan hidup, mengembangkan potensi diri, bekerja secara produktif, dan berkontribusi kepada masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan berbagai upaya promotif dan preventif yang dapat mendukung keseimbangan kesehatan fisik, mental, dan emosional masyarakat. Menjaga kesehatan mental sama pentingnya dengan menjaga kesehatan fisik. Hal ini disebabkan karena seseorang yang mempunyai kesehatan mental yang baik akan mampu mengoptimalkan potensi dirinya dalam menyelesaikan masalah hidup

Salah satu pendekatan yang berkembang dalam mendukung kesehatan holistik adalah *wellness tourism*. *Wellness tourism* merupakan bentuk perjalanan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan fisik, mental, emosional, dan spiritual melalui berbagai aktivitas kesehatan, relaksasi, rekreasi, maupun kebugaran (Kemenparekraf, 2021). Konsep tersebut tidak hanya berorientasi pada kegiatan rekreasi, tetapi juga memberikan pengalaman yang mampu membantu wisatawan memperoleh keseimbangan antara tubuh (body), pikiran (mind), dan jiwa (spirit). Perkembangan tren gaya hidup sehat telah mendorong peningkatan minat masyarakat terhadap wisata berbasis *wellness* di berbagai negara. Indonesia sendiri termasuk dalam sepuluh besar pasar *wellness tourism* di kawasan Asia Pasifik dan menempati peringkat ke-17 dunia dalam pengembangan sektor tersebut (Global Wellness Institute, 2020). Dalam beberapa tahun terakhir, konsep *wellness* telah berkembang menjadi tren global yang tidak hanya berfokus pada kesehatan fisik, namun juga pada keseimbangan mental dan emosional individu. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat ikut mendorong pertumbuhan sektor *wellness tourism*, di mana wisatawan mencari pengalaman yang dapat memberikan relaksasi, pemulihan, dan peningkatan kualitas hidup. *Wellness tourism*, atau pariwisata kebugaran, muncul sebagai jawaban atas kebutuhan manusia modern yang semakin sadar akan pentingnya menjaga kesehatan fisik, keseimbangan emosional, serta ketenangan batin di tengah tekanan hidup yang semakin kompleks (Ramdani, 2025). Menurut (Kemenparekraf, 2023, p. 12), konsep *wellness journey* bertujuan untuk memberikan informasi kesehatan yang bersifat holistik, yang mencakup keseimbangan dimensi mental hingga spiritual wisatawan. Setelah melihat peluang ini, strategi promosi berperan penting dalam memperkenalkan dan menarik minat pasar terhadap destinasi atau kegiatan yang berkaitan dengan *wellness*. Dalam bukunya yang berjudul “Strategi Pengembangan Destinasi *Wellness Tourism*” (Rahyuda, 2022) menekankan bahwa wisatawan *wellness* bukan hanya tren sementara, melainkan segmen pasar yang memiliki tingkat pengeluaran yang lebih tinggi dibandingkan wisatawan umum, sehingga sangat menguntungkan bagi ekonomi daerah. Melalui promosi yang tepat dan terarah, nilai dan manfaat dari *wellness tourism* dapat tersampaikan dengan efektif kepada masyarakat, sehingga mampu meningkatkan daya saing destinasi wisata sekaligus mendukung pengembangan ekonomi pariwisata berkelanjutan atau *sustainable tourism*.

Berbagai daerah di Indonesia telah mengembangkan konsep *wellness tourism* berbasis potensi lokal, seperti Desa Wisata Kenderan di Bali dan Desa Wisata Hijau Bilebante di Nusa Tenggara Barat, yang mengintegrasikan aspek kesehatan, budaya, spiritualitas, dan pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan destinasi wisata (Fitriani et al. 2024). Peneliti lain seperti Naftali et al. (2024) menunjukkan bahwa pengembangan *wellness*

tourism di Desa Candan dapat dilakukan melalui peningkatan fasilitas, promosi digital, dan kolaborasi berbagai pemangku kepentingan. Kemudian selanjutnya Putri et al. (2022) menemukan bahwa strategi pemasaran digital berperan penting dalam memperluas promosi health and wellness tourism. Implementasi-implementasi tersebut memberikan gambaran bahwa pada konteks Indonesia, wellness tourism bukan hanya atraksi alam atau spa belaka, tetapi juga melibatkan unsur kebugaran, pemulihan, pengalaman budaya/spiritual, dan pengembangan kapasitas komunitas lokal yang relevan untuk digali dalam proyek e-booklet berbasis design thinking.

Kota Bekasi memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan *wellness tourism* karena didukung oleh dominasi penduduk usia produktif, ketersediaan ruang terbuka hijau, serta meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap aktivitas kebugaran dan relaksasi. Berdasarkan data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bekasi tahun 2025, sekitar 72,5% penduduk Kota Bekasi berada pada usia produktif. Kota Bekasi memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wellness tourism bagi masyarakat lokal maupun wisatawan luar kota. Berdasarkan data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bekasi (2025), sekitar 72,5% penduduk Bekasi berada pada usia produktif, sehingga kebutuhan akan aktivitas kebugaran dan relaksasi sangat tinggi. Pemerintah kota juga aktif mengembangkan ruang terbuka hijau dan taman kota seperti Taman Sawitri Eco Park serta program revitalisasi ruang taman hijau sebagai sarana aktivitas sehat masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bekasi divisi kepala bidang pemasaran pada 6 Oktober 2025 menunjukkan bahwa pemerintah daerah mendukung inisiatif pengembangan program wellness berbasis digital melalui E-booklet, yang selaras dengan tren nasional pengembangan pariwisata berbasis kesehatan dan kebugaran. Pemerintah daerah juga terus mengembangkan taman kota dan ruang publik yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana aktivitas kesehatan masyarakat. Namun demikian, potensi *wellness tourism* yang dimiliki Kota Bekasi belum sepenuhnya dikenal oleh masyarakat karena keterbatasan media informasi dan promosi yang mampu menyajikan informasi secara menarik, mudah diakses, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat digital saat ini.

Salah satu media yang dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan potensi *wellness tourism* adalah *E-Booklet*. *E-Booklet* merupakan media digital yang mampu menyajikan informasi secara ringkas, visual, dan mudah diakses melalui berbagai perangkat elektronik. Melalui adanya pembuatan E-Booklet ini, diharapkan untuk mengumpulkan beberapa tempat atau fasilitas Wellness Tourism di Kota Bekasi yang sudah memadai dan juga bertujuan sebagai media promosi agar masyarakat di Kota Bekasi lebih mengetahui fasilitas Wellness Tourism yang ada di Kota Bekasi. Dan Bekasi memiliki potensi untuk mengembangkan UMKM yang mendukung Wellness Tourism yang dapat membantu pertumbuhan ekonomi di Kota Bekasi. Penggunaan *E-Booklet* dinilai relevan dengan perkembangan teknologi informasi serta kebiasaan masyarakat dalam mengakses informasi secara digital (Luthfiya et al. 2021) (Sari 2023). Meskipun karya ini mengenai *wellness tourism* telah banyak dilakukan, kajian yang berfokus pada pengembangan media promosi digital *wellness tourism* di Kota Bekasi masih terbatas. Adyana (2024) juga menegaskan bahwa kota-kota metropolitan memiliki peluang untuk mengembangkan wellness tourism melalui fasilitas olahraga, pusat kebugaran, ruang terbuka hijau, serta berbagai layanan pendukung gaya hidup sehat. Oleh karena itu, E-Booklet terkait potensi wellness tourism di Kota Bekasi dianggap penting. Karena banyak warga Kota Bekasi yang melakukan kegiatan yang berhubungan dengan kebugaran jasmani, kesehatan mental, dan kebutuhan spiritual. Namun masih belum banyak mengetahui fasilitas-fasilitas

yang mendukung di Kota Bekasi. E-booklet ini diharapkan bisa membantu masyarakat di Kota Bekasi khususnya, maupun masyarakat di luar Kota Bekasi agar lebih mengetahui fasilitas-fasilitas dan beberapa aspek *wellness tourism* di dalam e-booklet.

Karya ini bertujuan mengembangkan *E-Booklet wellness tourism* sebagai media promosi yang dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai fasilitas dan destinasi *wellness* di Kota Bekasi sekaligus mendukung pengembangan pariwisata berbasis kesehatan yang berkelanjutan.

METODOLOGI

Deskripsi Rencana Karya

Karya ini menggunakan metode perancangan berbasis *Design Thinking* dalam pengembangan *E-Booklet Wellness Tourism* Kota Bekasi sebagai media promosi digital. Metode ini terdiri atas lima tahapan, yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Testing* yang berfokus pada kebutuhan pengguna sehingga menghasilkan media yang informatif, menarik, dan mudah diakses. *Design Thinking* digunakan untuk mencari solusi yang saling efektif dan efisien untuk memecahkan suatu masalah yang kompleks. Dalam merancang strategi pengembangan *wellness tourism* yang berkelanjutan, pembuatan karya ini menggunakan pendekatan *Design Thinking* sebagaimana dikemukakan oleh Hutagalung et.al (2021), yang menekankan pada inovasi, agar menciptakan pengalaman wisata yang relevan dengan kebutuhan kesehatan mental dan fisik wisatawan. Untuk menciptakan model bisnis *Wellness Tourism* yang berkelanjutan, karya ini dapat menerapkan *Design Thinking* yang berfokus pada solusi praktis dan kreatif dari sisi pengguna (Resyakila, 2022).

Empathize

Tahap *empathize* dilakukan untuk memahami kebutuhan dan persepsi pengguna terkait *wellness tourism* di Kota Bekasi. Data diperoleh melalui wawancara dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bekasi serta penyebaran kuesioner kepada masyarakat usia produktif. Hasilnya menunjukkan bahwa masyarakat memiliki minat tinggi terhadap aktivitas *wellness*, namun masih membutuhkan media informasi yang lebih terintegrasi dan menarik.

Define

Tahap *define* bertujuan merumuskan permasalahan utama berdasarkan hasil pengumpulan data. Permasalahan yang ditemukan meliputi keterbatasan media promosi *wellness tourism* yang terpusat dan kebutuhan akan inovasi promosi digital yang sesuai dengan karakteristik masyarakat modern.

Ideate

Tahap *ideate* dilakukan dengan mengembangkan berbagai gagasan solusi untuk menjawab permasalahan yang ditemukan. Solusi yang dipilih adalah pembuatan *E-Booklet* digital yang memuat informasi mengenai konsep *wellness tourism*, destinasi dan fasilitas *wellness*, serta rekomendasi aktivitas kesehatan dan kebugaran di Kota Bekasi.

Prototype

Pada tahap *prototype*, konsep yang telah dirancang diwujudkan dalam bentuk *E-Booklet* digital menggunakan aplikasi desain. Produk awal disusun dengan mengintegrasikan elemen visual, informasi destinasi, peta lokasi, serta fitur pendukung yang memudahkan pengguna memperoleh informasi.

Testing

Tahap *testing* dilakukan melalui uji coba produk kepada 30 responden yang dipilih secara purposive. Penilaian dilakukan menggunakan kuesioner yang mencakup aspek tampilan visual, kejelasan informasi, kemudahan penggunaan, dan manfaat *E-Booklet*. Hasil evaluasi digunakan untuk menyempurnakan produk sebelum dipublikasikan.

Tahap *Empathize* merupakan tahap awal dalam *Design Thinking* yang berfungsi untuk memahami secara mendalam kebutuhan, perilaku, serta pengalaman pengguna atau target sasaran. Tahap *Define* bertujuan untuk mengolah hasil dari proses empati menjadi rumusan masalah yang jelas dan terarah. Tahap *Ideate* merupakan fase pengembangan gagasan kreatif berdasarkan permasalahan yang telah didefinisikan sebelumnya. Tahap *Prototype* adalah proses perwujudan ide menjadi bentuk nyata dalam versi awal (*draft digital*). Tahap *Testing* merupakan fase pengujian *e-booklet* untuk memperoleh umpan balik dari pengguna dan pihak terkait.

SWOT

Strengths

Kekuatan utama proyek ini terletak pada penggunaan metode *Design Thinking* yang berorientasi pada kebutuhan pengguna serta pemanfaatan media digital yang interaktif. Selain itu, Kota Bekasi memiliki berbagai fasilitas dan aktivitas *wellness* yang berpotensi menjadi daya tarik wisata namun belum banyak dipromosikan secara optimal.

Weakness

Kelemahan proyek ini adalah masih rendahnya pemahaman masyarakat mengenai konsep *wellness tourism* serta keterbatasan data dan informasi resmi mengenai destinasi *wellness* di Kota Bekasi. Selain itu, efektivitas *E-Booklet* juga dipengaruhi oleh tingkat literasi digital masyarakat.

Opportunities

Peluang pengembangan proyek didukung oleh meningkatnya tren gaya hidup sehat dan *wellness tourism* pascapandemi. Selain itu, perkembangan teknologi digital, dukungan pemerintah daerah, serta keberadaan komunitas olahraga dan pelaku usaha *wellness* menjadi peluang untuk memperluas jangkauan promosi.

Threats

Ancaman yang dihadapi meliputi persaingan dengan destinasi *wellness* dari daerah lain yang lebih dikenal masyarakat, perubahan tren promosi digital yang cepat, serta citra Kota Bekasi yang masih identik dengan kawasan industri dibandingkan destinasi wisata.

Strategi

Segmenting

Segmentasi ditujukan kepada masyarakat usia produktif dan generasi muda yang memiliki minat terhadap kesehatan, kebugaran, dan gaya hidup sehat. Secara geografis, target utama berada di Kota Bekasi dan wilayah Jabodetabek.

Targeting

Target utama *E-Booklet* adalah masyarakat dan wisatawan yang tertarik pada aktivitas *wellness*, khususnya generasi muda yang aktif menggunakan media digital sebagai sumber informasi.

Positioning

E-Booklet diposisikan sebagai media digital informatif yang memberikan panduan mengenai *wellness tourism* di Kota Bekasi sekaligus menjadi sarana edukasi dan promosi destinasi wisata berbasis kesehatan dan kebugaran.

Objektif

Specific

Mengembangkan *E-Booklet Wellness Tourism* Kota Bekasi yang berfungsi sebagai media promosi dan edukasi mengenai destinasi, fasilitas, dan aktivitas *wellness* yang tersedia di Kota Bekasi.

Measurable

Produk yang dihasilkan berupa *E-Booklet* digital sebanyak 20–30 halaman yang diuji kepada minimal 30 responden untuk mengukur tingkat kebermanfaatan dan daya tariknya.

Achievable

Pengembangan *E-Booklet* dapat dilaksanakan dengan sumber daya, waktu, dan teknologi yang tersedia melalui pemanfaatan data hasil observasi, wawancara, dan desain digital.

Relevant

Proyek ini relevan dengan meningkatnya tren gaya hidup sehat, perkembangan *wellness tourism*, serta kebutuhan promosi digital yang mendukung pengembangan pariwisata Kota Bekasi.

Time Bound

Pelaksanaan proyek dilakukan secara bertahap mulai dari pengumpulan data, perancangan dan pengembangan *E-Booklet*, hingga tahap pengujian dan publikasi sesuai jadwal yang telah ditentukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Hasil Karya

Pada tahap ini, karya yang dihasilkan berupa *E-Booklet Wellness Tourism* Kota Bekasi yang dikembangkan menggunakan metode *Design Thinking*. *E-booklet* dirancang sebagai media informasi dan promosi digital yang menyajikan berbagai rekomendasi destinasi dan aktivitas *wellness* di Kota Bekasi secara informatif, menarik, dan mudah diakses oleh masyarakat maupun wisatawan.

Design Thinking

Empathize

Tahap *empathize* dilakukan melalui wawancara dan diskusi dengan Dinas Pariwisata Kota Bekasi serta penyebaran kuesioner kepada masyarakat. Hasilnya menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap gaya hidup sehat dan aktivitas *wellness* cukup tinggi, namun informasi mengenai *wellness tourism* di Kota Bekasi masih terbatas dan belum tersaji dalam satu media yang terintegrasi.

Define

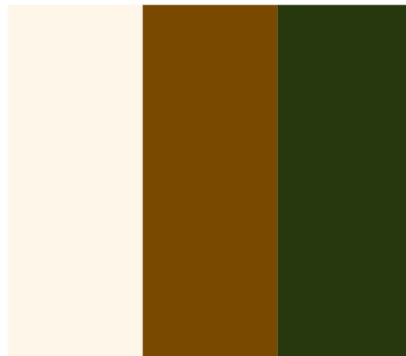
Berdasarkan hasil observasi dan kuesioner, ditemukan permasalahan utama berupa belum tersedianya media informasi digital yang secara khusus memuat informasi *wellness tourism*

di Kota Bekasi. Meskipun fasilitas dan aktivitas *wellness* telah berkembang, masyarakat masih kesulitan memperoleh informasi yang lengkap dan mudah diakses.

Ideate

Pada tahap *ideate*, dirancang konsep *E-Booklet* yang memuat pengenalan *wellness tourism*, rekomendasi destinasi *wellness*, aktivitas kesehatan dan kebugaran, serta pilihan kuliner sehat di Kota Bekasi. Pemilihan destinasi didasarkan pada konsep 3A (Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas) untuk memastikan lokasi yang direkomendasikan memiliki kualitas dan kemudahan akses yang baik.

Gambar 1. Palet warna *E-Booklet*

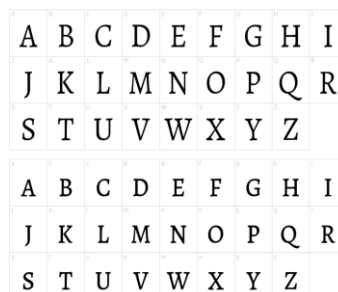


Dari Pembuat Karya, 2026

Dalam pembuatan *e-booklet* Pembuat Karya menggunakan 3 warna utama yang memberikan kesan nyaman dan menenangkan, terinspirasi dari warna *earth tone* sebagai representasi warna yang *calming* sesuai dengan isi *e-booklet* tentang *wellness tourism*.

- a. Warna Cream #fff6ea
- b. Warna Coklat #7a4900
- c. Warna Hijau #27370e

Gambar 2. Font judul konten pada *E-Booklet*



Dari Fontmeme, 2026

Dalam *e-booklet* pembuat karya menggunakan tipografi *Alegreya SC* sebagai *font* untuk penggunaan pada cover *e-booklet* dan judul besar setiap jenis aktivitas *wellness* dan nama tempat rekomendasi lokasi kegiatan *wellness*, tipografi *Alegreya SC* memberikan kesan yang jelas dan minimalis dan mudah dibaca untuk isi konten pada *e-booklet*

Prototype

Berdasarkan dari identifikasi masalah yang ada, pembuat karya melakukan perancangan sekaligus juga pengembangan sebuah prototipe berupa sebuah *E-booklet* Pariwisata kebugaran Kota Bekasi yang disusun menggunakan Bahasa Indonesia.

1. Sampul atau Cover

Gambar 3. Sampul E-Booklet



Dari Pembuat Karya, 2026

Halaman sampul dirancang sebagai tampilan awal *E-Booklet* sebagai identitas visual secara keseluruhan pada *E-Booklet*, menampilkan judul, informasi edisi, serta visual destinasi.

2. Daftar Isi

Gambar 4. Daftar isi *E-booklet*

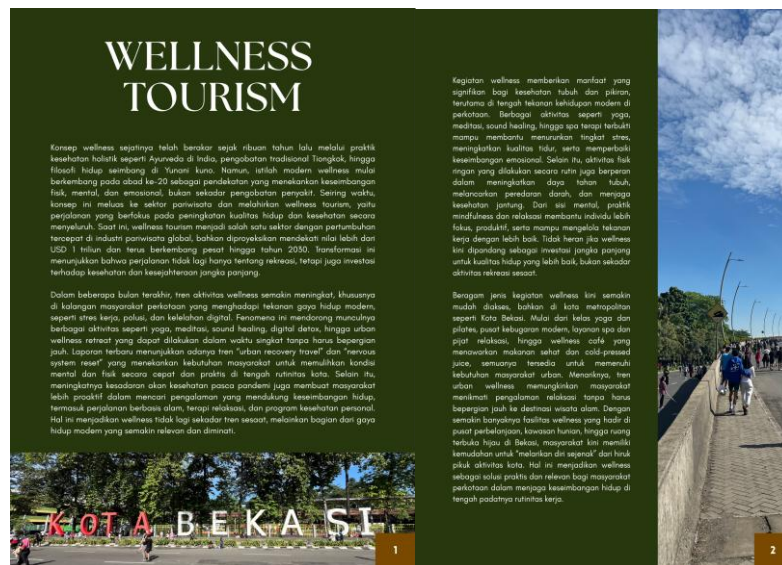
Wellness Tourism	1
Padel	3
Yoga	6
Pilates	9
GYM	12
Wellground	15
Kalam Renang	16
Spa	19
Taman Terbuka Hijau	22
Car Free Day Kota Bekasi	23
Kuliner Sehat Kota Bekasi	30

Dari Pembuat Karya, 2026

Halaman daftar isi memberikan informasi kepada pembaca untuk mengetahui pada *E-Booklet* ini terdapat konten apa saja, dan memberikan kemudahan kepada pembaca untuk mencari halaman yang ingin dibaca.

3. Informasi tentang *Wellness Tourism*

Gambar 5. Penjelasan informasi *Wellness Tourism*



Dari Pembuat Karya, 2026

Bagian ini memuat pengertian tentang *Wellness Tourism*, seperti sejarah *Wellness Tourism*, aktivitas apa saja yang masuk ke dalam *Wellness Tourism*.

4. Cover per jenis kegiatan aktivitas *wellness*

Gambar 6. Cover intro aktivitas setiap bagian olahraga



Dari Pembuat Karya, 2026

Pembuat karya memberikan cover pada setiap jenis kegiatan aktivitas *wellness* yang akan dibahas, cover ini memberikan informasi awal masuk kepada pembaca untuk mengetahui setelah ini pembaca akan melihat isi konten selanjutnya.

5. Isi konten rekomendasi lokasi untuk aktivitas *wellness* di Kota Bekasi

Gambar 7. Informasi pilihan cabang aktivitas *wellness*



Dari Pembuat Karya, 2026

Pembuat karya membuat konten rekomendasi lokasi destinasi pilihan kegiatan aktivitas *wellness* yang bisa dilihat oleh pembaca dalam *E-Booklet* dilengkapi dengan informasi yang lengkap seperti penjelasan destinasi, fasilitas destinasi, jam operasional, dan alamat lengkap lokasi destinasi rekomendasi. Serta dilengkapi

dengan barcode yang dapat di scan oleh pembaca untuk langsung terhubung ke sosial media atau google maps destinasi.

6. Rekomendasi Kuliner Sehat di Kota Bekasi

Gambar 8. Informasi pilihan kuliner sehat



Dari Pembuat Karya, 2026

Pada bagian akhir *E-Booklet* pembuat karya memberikan konten rekomendasi kuliner sehat di Kota Bekasi yang bisa menjadi pilihan destinasi kuliner yang mendukung kegiatan *wellness tourism* di Kota Bekasi oleh pembaca.

Deskripsi Hasil Uji Coba E-Booklet

Uji coba prototipe *E-Booklet* Pariwisata Kebugaran Kota Bekasi dilakukan melalui evaluasi dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bekasi serta penyebaran kuesioner kepada 42 responden. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa *E-Booklet* dinilai menarik, informatif, dan relevan dengan tren *wellness* saat ini serta berpotensi menjadi media promosi yang efektif. Dinas Pariwisata memberikan masukan berupa penambahan informasi kuliner khas Bekasi untuk memperkuat promosi budaya lokal.

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa *E-Booklet* mampu menjangkau berbagai kelompok usia dengan dominasi responden Generasi Z. Seluruh responden menyatakan *E-Booklet* mudah diakses, memiliki informasi yang jelas dan relevan, serta bersedia merekomendasikannya kepada orang lain. Sebagian besar responden juga menyatakan sangat puas terhadap konten yang disajikan. Temuan ini menunjukkan bahwa *E-Booklet* telah mampu memenuhi kebutuhan informasi pengguna dan memiliki potensi sebagai media promosi pariwisata kebugaran di Kota Bekasi.

SMART Objective

Evaluasi menggunakan metode SMART Objective menunjukkan bahwa tujuan proyek telah tercapai. *E-Booklet* berhasil dikembangkan menggunakan pendekatan *Design Thinking*,

menghasilkan 36 halaman konten yang informatif dan memperoleh tingkat kepuasan pengguna yang tinggi. Produk juga berhasil diselesaikan sesuai jadwal, mudah diakses melalui berbagai perangkat digital, serta mendukung strategi promosi berbasis media digital.

Distribusi Karya

E-Booklet didistribusikan melalui media sosial Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bekasi sebagai bentuk kolaborasi promosi. Selain itu, *E-Booklet* juga dipublikasikan melalui platform digital sehingga dapat diakses secara lebih luas oleh masyarakat dan wisatawan.

Anggaran

Selama proses pengembangan, terdapat beberapa penyesuaian anggaran yang berkaitan dengan kebutuhan aplikasi desain, transportasi, dan pencetakan prototipe. Meskipun demikian, perubahan anggaran tersebut tidak memengaruhi kualitas maupun target akhir karya yang telah ditetapkan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kuesioner yang diperoleh dari 42 responden mengenai penggunaan *E-Booklet* Pariwisata Kebugaran Kota Bekasi, terdapat beberapa hasil yang bisa disimpulkan sebagai dampak yang nyata dari pemanfaatan media digital dalam melakukan promosi dan penyebaran terkait informasi Pariwisata Kebugaran di Kota Bekasi, Hasil tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

E-Booklet Terbukti Efektif Sebagai Media Promosi Pariwisata Kebugaran Kota Bekasi
Hasil tahap *testing* menyatakan bahwa informasi dalam *E-Booklet* sangat jelas dan responden menilai bahwa informasi yang disampaikan akurat dan relevan dengan tren pariwisata kebugaran saat ini. Selain itu tingkat kepuasan pembaca menunjukkan hasil yang sangat positif dengan 61,9% merasa sangat puas dan 38,1% merasa puas terhadap konten yang disajikan. Bahkan seluruh responden menyatakan bersedia merekomendasikan *E-Booklet* kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa *E-Booklet* tidak hanya berfungsi sebagai media informasi saja, melainkan juga sebagai media promosi yang efektif, menarik dan mudah diakses oleh berbagai kelompok usia dan para pembaca. Dukungan dari Dinas Pariwisata & Kebugaran Kota Bekasi yang menilai *E-Booklet* sudah relevan dan sesuai dengan tren *wellness lifestyle* semakin memperkuat bahwa media ini memiliki potensi yang besar dalam mendukung promosi pariwisata kebugaran di Kota Bekasi.

DAFTAR PUSTAKA

Adyana, M. B. (2024). Pengembangan Konsep Wellness Tourism Pada Kota-Kota Metropolitan Di Indonesia. *Peta - Jurnal Pesona Pariwisata*, 1(2), 144–147. <https://doi.org/10.33005/peta.vii2.39>

- Fitriani, S., Koerniawaty, F. T., & Sinaga, F. (2024). Strategi Pengembangan Wellness Tourism Melalui Pemberdayaan Umkm Di Desa Wisata Hijau Bilebante. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(2), 1141-1154.
- Global Wellness Institute. (2020). *Global wellness economy monitor 2020*. Global Wellness Institute.
- Hutagalung, K. G. S. M., Parastiwi, A., & Sumarna, A. D. (2021). *Design thinking dan inovasi*. Universitas Nasional.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Indonesia wellness tourism strategy*. Kemenparekraf RI.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). *Wellness journey across the Java wonders*. Kemenparekraf
- Kristiana Putri, K., Karina Putri, I., & Suryaningsih, I. (2022). Implementasi Pemasaran Digital Dalam Mempromosikan Health And Wellness Tourism Di Gdas Bali Health And Wellness Resort Ubud. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 6(1), 125-131. doi:10.37484/jmph.060113
- Luthfiya, D. P., Susanto, E., & Andrianto, T. (2021). Applying the technology acceptance model to design wellness tourism e-guidebook. *Journal of Tourism Sustainability*, 1(2), 82-94.
- Naftali, D. P. S., Kartika, T., & Edison, E. (2024). Strategi Pengembangan Potensi Wellness Tourism di Desa Candan Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *JoTHH*, 1(1), 54-67.
- Rahyuda, I. (2022). *Strategi pengembangan destinasi wellness tourism*. Widina Media Utama.
- Ramdani, D. (2025). *World wellness tourism strategy*. PT Mafy Media Literasi Indonesia.
- Resyakila. (2022). *Design thinking dan memanfaatkannya untuk membangun bisnis*. Elementa Media.
- Sari, I. A. P. W. I. (2023). E-booklet as communication strategy to influence change on tourist's behaviour in Bali. *Bali Tourism Journal*, 7(2), 22-26.
- World Health Organization. (2022). *Mental health: Strengthening our response*. World Health Organization.