

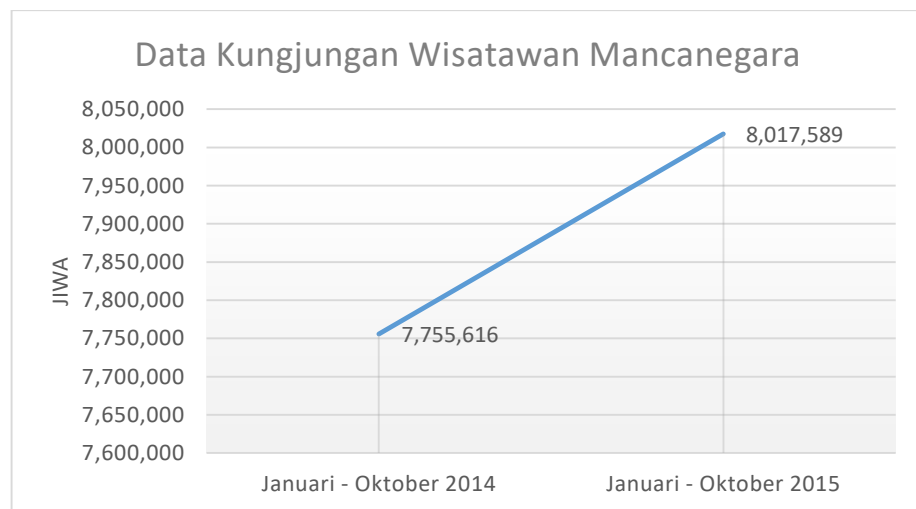
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata saat ini menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan pendapatan devisa negara dan meningkatkan perekonomian masyarakat. Menurut I Gusti Bagus Rai Utama dalam buku pengantar industri pariwisata, Isu-isu yang kini menjadi pengaruh terhadap pemasaran pariwisata yaitu peran manusia yang semakin berkurang dalam penyediaan jasa, belum jelasnya media informasi, seperti apa informasi yang efektif.

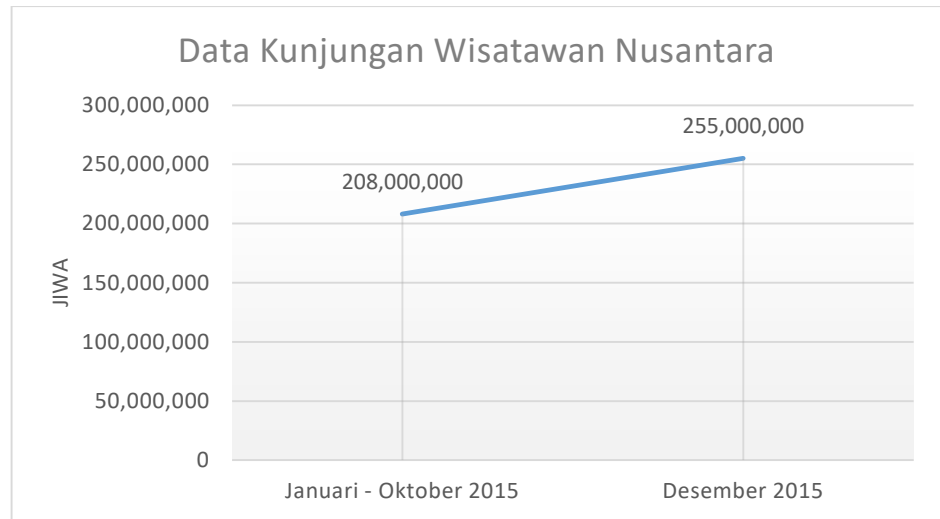
Dalam industri pariwisata, Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak objek wisata dan memiliki wisatawan mancanegara dan nusantara yang cukup banyak. Menteri Pariwisata Arief Yahya menjelaskan, kunjungan wisatawan mancanegara meningkat, berikut adalah perbandingan persentase kunjungan wisatawan mancanegara tahun periode Januari – Oktober 2015 dan Januari – Oktober 2014:



Gambar 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara

(Sumber: kementrian pariwisata)

Dari data diatas, terdapat kenaikan jumlah wisatawan mancanegara sebesar 261.973 atau meningkat 3.38% dibandingkan periode yang sama di tahun 2014. Sementara itu, jumlah kunjungan wisatawan nusantara ikut mendapatkan peningkatan, berikut data kunjungan wisatawan nusantara:



Gambar 1.2 Data Kunjungan Wisatawan Nusantara

(Sumber: kementerian pariwisata)

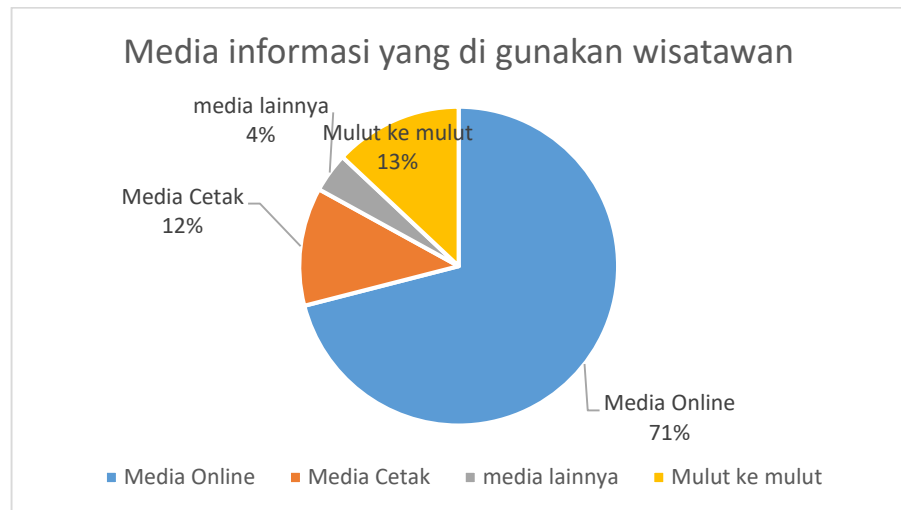
Dari data diatas, diperoleh bahwa wisatawan nusantara mengalami kenaikan sebesar 47.000.000 pada akhir tahun. Dapat disimpulkan, bahwa wisatawan nusantara dan mancanegara memiliki potensi yang besar untuk berkunjung ke salah satu objek wisata yang ada di Indonesia, karena jumlah total perjalanan wisatawan nusantara hampir sama dengan jumlah total penduduk Indonesia, yang berarti hampir setiap penduduk di Indonesia pernah berwisata, dan total perjalanan wisatawan mancanegara yang setiap tahun mengalami peningkatan.

Berdasarkan jumlah wisatawan menurut data-data statistik tersebut, maka pemerintah mulai mengembangkan potensi-potensi pariwisata termasuk yang berada di daerah kabupaten atau pedesaan untuk meningkatkan perekonomian di daerah tersebut, salah satunya yaitu kabupaten Sukabumi yang merupakan kabupaten terluas di Pulau Jawa dan Bali. Kabupaten Sukabumi memiliki objek wisata yang belum cukup dikenal oleh kebanyakan wisatawan diantaranya yaitu, Situ Gunung, Pondok Halimun, Curug Cibereum, Curug Sawyer, Curug Cikaso, Selabintana, Unjung Genteng, dan lain sebagainya.

Dari banyaknya objek wisata yang ada di Sukabumi , salah satu objek wisata yang memiliki potensi cukup besar yaitu Geopark Ciletuh yang

saat ini dijadikan Geopark Nasional oleh Pemerintah. Geopark merupakan sebuah kawasan taman bumi yang terdiri dari unsur geologi, biologi dan budaya yang bertujuan sebagai edukasi, penelitian, dan pariwisata sebagai peningkat perekonomian yang belum merata di daerah tersebut. Di Geopark Ciletuh terdapat bermacam-macam wisata seperti pantai, Pulau, Curug/air terjun, dan Puncak, atau lebih dikenal dengan nama Panenjoan, Curug Awang, Curug Tengah, Curug Cimarunjung, Curug Puncak Manik, Puncak Darma, Gunung Badak, Pulau Kunti, dan Pulau mandra.

Geopark Ciletuh baru diresmikan pada bulan November 2015 yang dikelola secara langsung oleh Pemerintah daerah Jawa Barat, karena pusat wisata masih baru, menjadikan Geopark Ciletuh masih belum terlalu dikenal oleh para wisatawan, maka dalam usaha mengenalkan Geopark Ciletuh, dibutuhkan media informasi untuk dapat menyampaikan informasi kepada para wisatawan dan menarik minat mereka untuk melakukan kunjungan. Mengenai media informasi yang digunakan oleh para wisatawan, berikut terdapat survei yang dihasilkan Agoda.com:



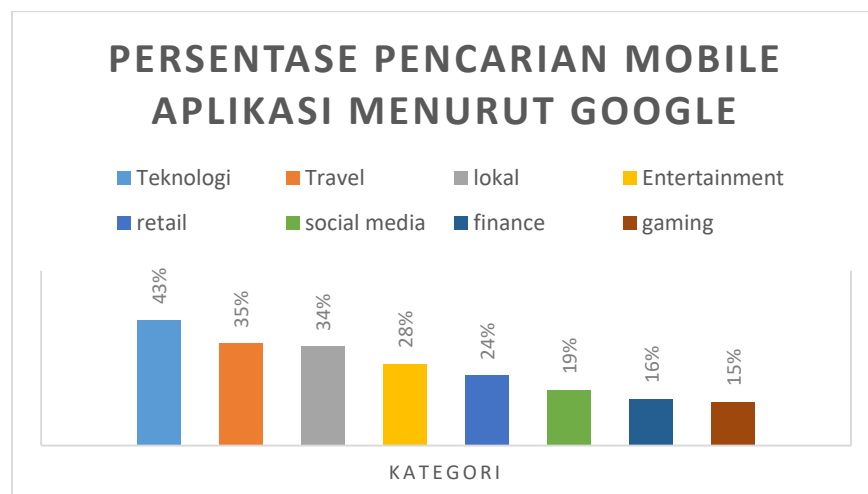
Gambar 1.3 Media informasi yang di gunakan wisatawan

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Menurut survei dari agoda.com, wisatawan lebih memilih untuk menggunakan media online sebagai media informasi wisata. Survei ini dilakukan pada bulan April dan Mei 2015 kepada 5500 responden yang juga

merupakan konsumen Agoda.com dari seluruh penjuru dunia. Dalam survei tersebut, koresponden diberikan pertanyaan berkaitan dengan sumber informasi yang biasanya digunakan dan terpercaya, ketika akan melakukan wisata. Hasil dari survei tersebut yaitu media online meliputi forum, blog, dan aplikasi travel lebih populer dengan total voting 71%, responden yang memilih buku panduan atau media cetak tercatat hanya 12 %, media informasi dari mulut ke mulut sekitar 13%, dan sisanya 4% melalui media lainnya

Dari segi penggunaan aplikasi, *google insight* memberikan informasi dari hasil riset mengenai penggunaan aplikasi berdasarkan kategorinya, *google insight* adalah fitur google mengenai riset katakunci populer dan mengumpulkan data sesuai kategorinya ,berikut data dari hasil riset *google insight*.

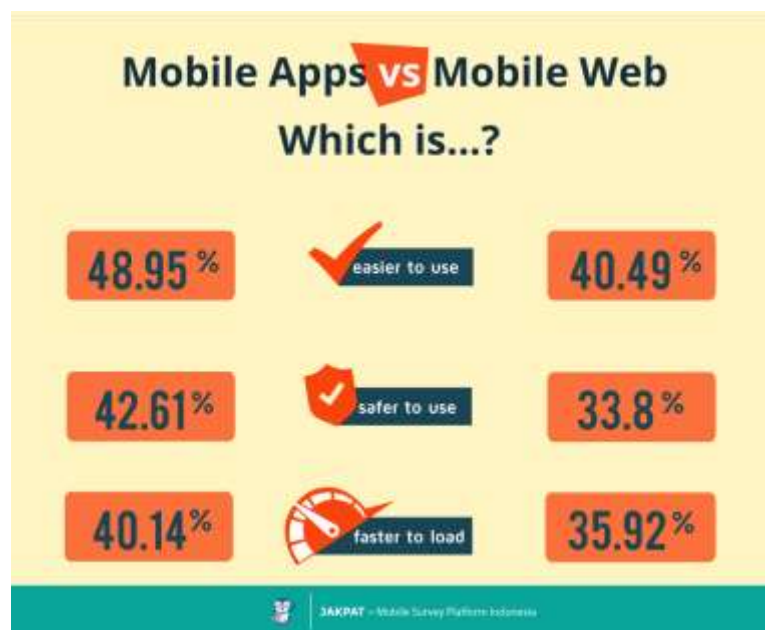


Gambar 1.4 Persentase pencarian *mobile* aplikasi menurut google

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

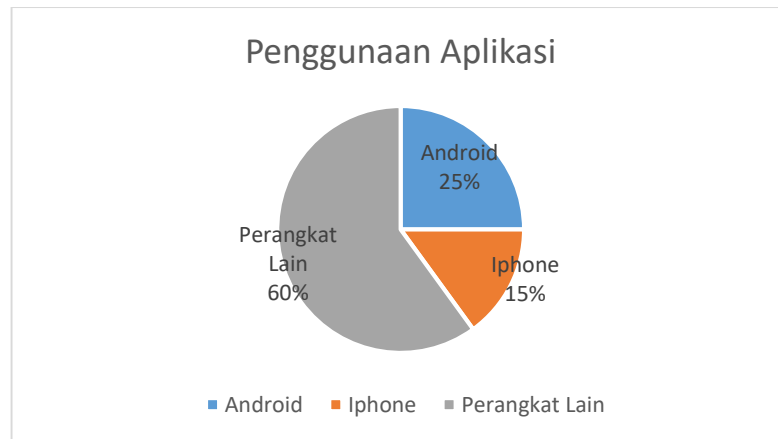
Berdasarkan data diatas dapat diketahui tingkat pencarian kategori aplikasi berbasis *mobile* yang terdiri dari kategori teknologi 43% , travel 35%, lokal 34% , Entertainment 28% , Retail 24% , Social Media 19%, Finance 16% , dan pada posisi terakhir yaitu Gaming 15% , sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa antusias pencarian dalam kategori travel relatif tinggi setelah pencarian terhadap kategori teknologi. Melihat dari hasil survey google tersebut, mobile aplikasi yang berkaitan dengan kategori

travel cukup efektif bagi para pengembang situs wisata dan Dinas Pariwisata sebagai media informasi pendukung dalam langkah mempromosikan wisata tersebut kepada wisatawan. Media promosi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sukabumi saat ini yaitu brosur dan website, namun kedua media tersebut masih dianggap kurang efektif, karena brosur tidak disebarluaskan secara luas ke masyarakat, selain itu pengguna cenderung memilih menggunakan mobile aplikasi dibandingkan website. Menurut survey dari jakpat.net pengguna lebih memilih mobile apps dibandingkan web karena lebih mudah dan cepat, berikut persentasenya:



Gambar 1.5 perbandingan *mobile apps* dan *mobile web*
(sumber: dokumentasi jakpat.net)

Data tersebut menunjukkan persentase mobile apps lebih tinggi dibandingkan mobile web. Selain itu, terdapat survey mengenai data penggunaan aplikasi berdasarkan *platform* yang dapat dijadikan perbandingan, berikut persentasenya:



Gambar 1.6 Data penggunaan Aplikasi

(Sumber: dokumentasi pribadi)

Menurut laporan dari ComScore dan Nielson tahun 2015, terdapat peningkatan penggunaan *mobile* aplikasi android sebanyak 15% setiap tiga bulannya, dan untuk iphone meningkat 25% setiap tiga bulannya (Yudistira Yuan, 2011 : 137). Melihat hasil dari data penggunaan aplikasi tersebut, *mobile* aplikasi akan membantu Dinas Pariwisata untuk dapat memberikan informasi dan juga menarik minat wisatawan untuk berkunjung sekaligus meningkatkan perkembangan perekonomian sekitar dari sektor pariwisata.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dirumuskan masalah sebagai berikut.

- a. Kurangnya informasi informasi pariwisata Geopark Ciletuh.
- b. Potensi wisata di Geopark Ciletuh belum dikenal secara luas oleh masyarakat dikarenakan kurangnya media informasi yang menjadikan belum banyaknya orang yang mengetahui keindahan wisata yang ada di Jawa Barat khususnya Geopark Ciletuh Sukabumi
- c. Belum adanya media aplikasi *mobile* yang membantu menginformasikan Geopark Ciletuh.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang *mobile aplikasi* yang dapat memberikan informasi mengenai Geopark Ciletuh berikut objek wisatan yang ada di situs

wisata tersebut sehingga dapat menarik minat para wisatawan untuk berkunjung dan meningkatkan potensi wisata Geopark Ciletuh Sukabumi .

1.4 Ruang Lingkup

Penelitian dan perancangan ini memfokuskan aplikasi sebagai media untuk memperkenalkan wisata Geopark Ciletuh Sukabumi dalam menarik wisatawan lokal dan mancanegara berdasarkan:

1. *What*

Membuat aplikasi berbasis android yang merepresentasikan kawasan situs Geopark Ciletuh kepada masyarakat global sebagai daya tarik;

2. *Who*

Aplikasi ini ditujukan kepada wisatawan;

3. *Where*

Di lingkup nasional khususnya masyarakat pulau Jawa;

4. *When*

Pengumpulan data dilakukan pada bulan Februari hingga Mei 2016 dan mulai perancangan pada bulan Mei hingga Juni 2016;

5. *Why*

Geopark Ciletuh merupakan Geopark nasional yang memiliki potensi dalam unsur geologi, biologi, dan budaya. Saat ini Geopark Ciletuh baru dikembangkan oleh Pemerintah Jawa Barat;

6. *How*

Merancang aplikasi *mobile* untuk mengenalkan Geopark Ciletuh Sukabumi

1.5 Tujuan Perancangan

Merancang *mobile aplikasi* Geopark Ciletuh yang dapat memberikan informasi mengenai geologi, biologi, budaya, dan objek wisata yang ada di situs wisata tersebut, sehingga dapat menarik minat para wisatawan dalam negeri maupun mancanegara untuk berkunjung ke Geopark Ciletuh Sukabumi.

1.6 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

Dalam proses perancangan aplikasi, menggunakan beberapa metode sehingga mempermudah pengerjaan tugas akhir ini dengan metode pengumpulan data dan analisis, yaitu:

1.6.1 Pengumpulan Data

a. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah pencarian sumber data, opini tentang hal yang berkaitan dengan penelitian dan menjadi topik utama sebuah penelitian (Djiwandono, Patrisius I. 2015:27) Studi Pustaka melalui dan berbagai macam sumber untuk dapat dijadikan referensi, dan diambil ilmunya yang dapat menghasilkan sebuah bentuk tugas akhir.

1. Teori pariwisata
2. Teori komunikasi
3. Teori desain komunikasi visual
4. Teori mobile aplikasi
5. Teori *virtual reality*
6. Teori *user interface*

b. Wawancara terstruktur

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada responden oleh pewawancara, dan jawaban responden dicatat atau direkam (Hasan, 2002:85)

Wawancara dilakukan kepada staf dinas pariwisata, kepala desa ciwaru, dan pengelola Geopark Ciletuh perwakilan dinas pariwisata jawa barat.

c. Observasi

Observasi merupakan bagian dari penelitian yang diperuntungkan dalam pengumpulan data secara langsung dari lapangan. (Semiawan, Conny R. 2010:112). Observasi dilakukan ke lokasi wisata Geopark Ciletuh

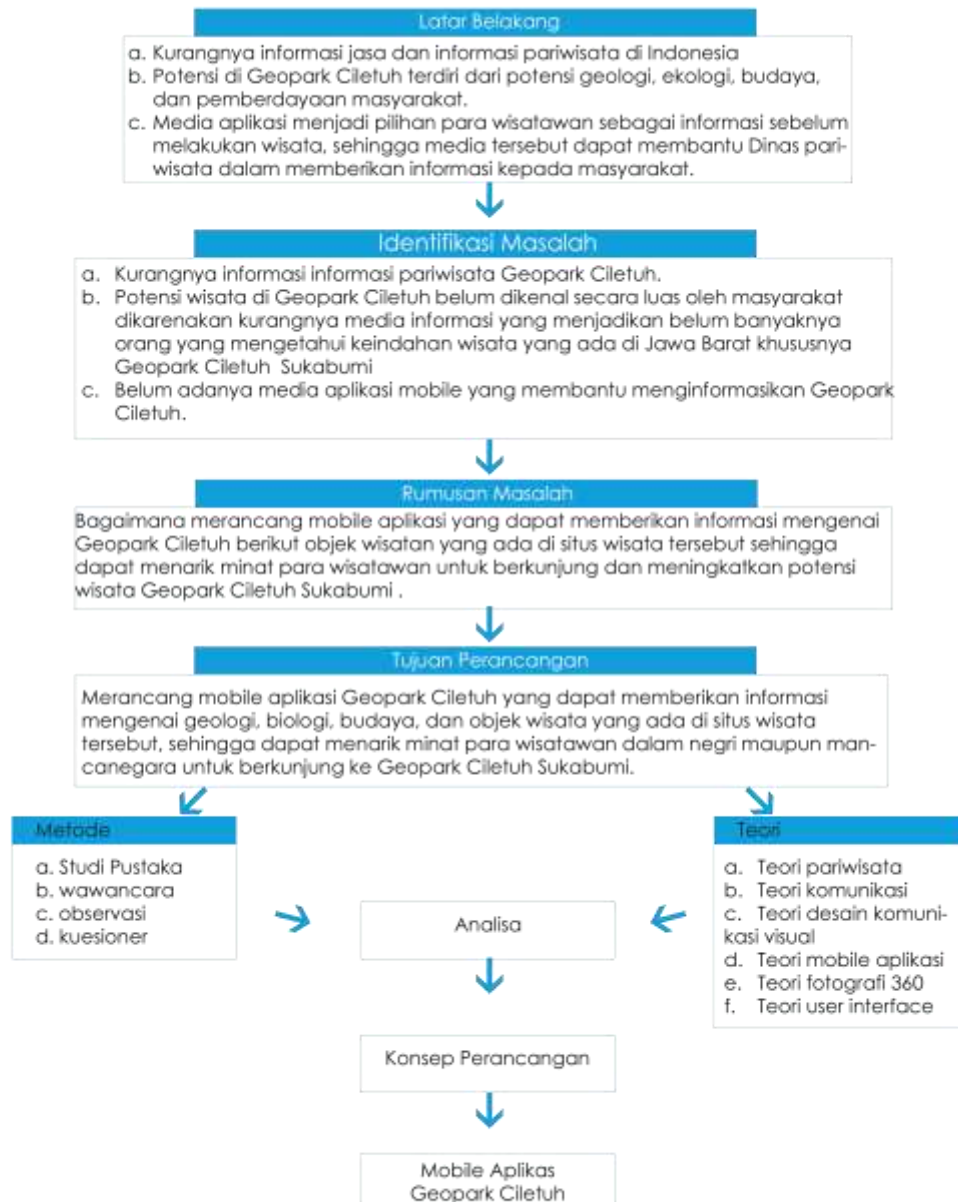
d. Kuesioner

Kuesioner adalah cara yang dapat membantu mengumpulkan data untuk dapat diolah menjadi sumber informasi tertentu (Umar, Husein 2002:101).

Kuesioner disebarakan melalui grup sosial media Facebook dan pesan langsung kepada beberapa orang.

1.7 Kerangka Perancangan

Pada penulisan tugas akhir ini memiliki kerangka perancangan yang digambarkan pada bagan dibawah ini.



1.8 Pembabakan

Karya tugas akhir ini ditulis menjadi 5 bab, yaitu:

1.8.1 BAB 1 Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, cara pengumpulan data, kerangka perancangan, pembabakan dalam penulisan tugas akhir.

1.8.2 BAB II Dasar Pemikiran

Dasar pemikiran terdiri dari teori teori yang relavan dan berkaitan dengan sebagai pedoman perancangan *mobile aplikasi* pariwisata Geopark Ciletuh

1.8.3 BAB III Data dan Analisis Masalah

Menjelaskan data profil, produk, khayalak sasaran, wawancara, hasil observasi di Geopark Ciletuh, dan hasil analisis berdasarkan proyek sejenis tentang aplikasi Geopark yang sudah ada.

1.8.4 BAB IV Konsep & Hasil Perancangan

Menjelaskan konsep ide, konsep kreatif, konsep media, dan konsep visual sesuai dengan hasil analisis dalam perancang *mobile* alikasi pariwisata Geopark Ciletuh. Hasil perancangan dari mulai sketsa hingga penerapan akhir.

1.8.5 BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan, rekomendasi, saran yang diperoleh penulis setelah melaksanakan siding tugas akhir.