

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang Masalah**

Pariwisata sebagai salah satu sektor yang mampu meningkatkan perekonomian negara, sekaligus membantu peningkatan ekonomi masyarakat dari suatu daerah wisata tertentu. Mulai dari terbukanya lapangan pekerjaan hingga perkembangan dari industri penunjang dari sektor pariwisata tersebut. Dikutip dari [finance.detik.com](http://finance.detik.com), menurut Menteri Pariwisata, Arief Yahya. Sektor pariwisata pada tahun 2019 ditargetkan akan menjadi penyumbang dana devisa terbesar negara. Sebelumnya, pada tahun 2018 Indonesia menempati peringkat ke-9 dunia menurut World Travel and Tourism Council (WTTC) sebagaimana diberitakan oleh [cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com). Sehingga perlu dilakukan penguatan pada sektor pariwisata kedepannya.

Indonesia memiliki berbagai jenis objek wisata yang memiliki daya tariknya masing-masing, mulai dari wisata alam hingga budaya yang beragam. Salah satunya adalah objek wisata situs purbakala yaitu candi yang menjadi salah satu pilihan bagi para wisatawan domestik maupun mancanegara. Dengan daya tarik dari sisi arsitektur hingga lanskap di mana candi tersebut berada. Candi di Indonesia banyak dibangun pada masa Hindu dan Budha. Beberapa candi yang terkenal diantaranya adalah Candi Borobudur dan Candi Prambanan yang masing-masing memiliki daya tarik bagi wisatawan.

Daya tarik wisata menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009, adalah “segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan”.

Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Nomor 11 Tahun 2015, Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2015-2025. Pada Pasal 2, terdapat empat pilar pembangunan kepariwisataan yang diterapkan yaitu: destinasi, pemasaran, industri, dan kelembagaan. Keempat pilar tersebut merupakan upaya perwujudan asas pembangunan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata.

Selanjutnyaterdapat empat kriteria yang harus ada dalam sebuah penawaran wisata yaitu atraksi (objek daya tarik wisata), aksesibilitas, amenitas (fasilitas), dan ancillary service(organisasi kepariwisataan) dikutip dari Cooper dkk (Sunaryo, 2013: 159).

Terdapat salah satu candi yang memiliki potensi wisata yang menarik untuk dikunjungi wisatawan, yaitu Candi Sambisari yang terletak di Dusun Sambisari Desa Purwomartani, Kecamatan Kalasan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam pengembangan suatu tempat wisata seperti halnya Candi Sambisari.

Dilihat dari masing-masing kriteria penawaran wisata. Objek Wisata Candi Sambisari memiliki kriteria atraksi (objek daya tarik wisata) yang unik yaitu sebagai salah satu candi Hindu yang terletak 6,5 meter di bawah permukaan tanah. Karena pada tahun 1906 tertimbun oleh lahar dingin dari letusan Gunung Merapi. Dengan pemugaran candi yang selesai pada tahun 1987. Kemudian Candi Sambisari dikelilingi oleh taman yang ditumbuhi rumput hijau sehingga dapat dijadikan sebagai tempat foto yang menarik bagi wisatawan. Dalam hal Aksesibilitas, Candi Sambisari dapat dijangkau oleh para wisatawan menggunakan kendaraan pribadi seperti mobil maupun sepeda motor. Kemudian dari sisi Amenities atau fasilitas, yaitu di sekitar Candi Sambisari sudah terdapat fasilitas pendukung seperti mushola, toilet, gazebo, tempat parkir, dan lampu penerangan. Selanjutnya dari sisi Ancillary Service atau Organisasi Kepariwisata, Pemerintah melalui Balai Pelestarian Cagar Budaya Yogyakarta (BTPCBY) sebagai pengelola Candi Sambisari. Bersama dengan Masyarakat sekitar yang ikut membantu pengelolaan Candi Sambisari.

Dari data yang bersumber dari Statistik Pariwisata DIY tahun 2017, menunjukkan adanya peningkatan jumlah wisatawan domestik yang meningkat setiap tahunnya. Sementara jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Candi Sambisari jauh dibawah pengunjung domestik. Pada tahun 2015 terdapat 48.126 wisatawan domestik yang mengunjungi objek wisata Candi Sambisari namun belum terdapat data dari wisatawan mancanegara. Pada tahun 2016 terdapat 55.723 wisatawan domestik dengan 486 wisatawan mancanegara. Kemudian pada tahun 2017 terdapat 85.218 wisatawan domestik dan 3.563 dengan total 88.781 wisatawan. Perbedaan tingkat kunjungan yang signifikan tersebut dipengaruhi oleh salah satu pilar yaitu pemasaran kepada wisatawan mancanegara yang masih belum optimal.

Candi Sambisari memiliki potensi daya tarik wisata yang tinggi seperti arsitektur bangunan candi, sejarah candi, dan pemandangan alam disekitar. Namun, terdapat kendala dalam pengembangan wisata candi sambisari tersebut dalam hal pemasaran serta kegiatan promosi dalam mengenalkan Candi Sambisari kepada wisatawan mancanegara maupun domestik. (Sabatina, 2018)

Sebagaimana wawancara yang telah dilakukan kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman. Yang diwakili oleh Kepala seksi Analisa Pasar, Dokumentasi dan

Informasi Pariwisata, Bapak Kus Endarto, SE, M.Ec.Dev. Promosi objek wisata telah dilakukan melalui acara promosi pariwisata melalui beberapa media seperti: Buku panduan wisata, brosur, *website* dan aplikasi panduan wisata. Namun, hal tersebut masih belum efektif menjangkau segmen tertentu seperti wisatawan muda atau anak-anak. Karena penggunaan media tersebut kebanyakan diakses oleh wisatawan dewasa.

Kemudian, dalam menjangkau segmen anak-anak atau wisatawan muda. Pihak dinas mengharapkan adanya media digital interaktif yang mampu mengenalkan objek wisata tersebut. Sejalan dengan perkembangan zaman yang saat ini lebih banyak menggunakan media digital dalam menyampaikan informasi yang menarik wisatawan untuk mengunjungi objek wisata tertentu. Salah satunya adalah melalui aplikasi *game* digital yang saat ini sedang banyak digemari oleh segmen tersebut.

Menurut beliau, saat ini belum begitu banyak *game* yang mengikutsertakan budaya lokal. Terlebih lagi penggunaan media tersebut akan menjadi daya tarik terbaru dalam hal atraksi yang dapat ditawarkan. Karena atraksi yang ditawarkan masih sebatas candi pada umumnya. Media seperti *game* digital mampu mengajak anak untuk bermain sambil belajar yang juga akan mempromosikan objek wisata tertentu. Karena media *game* sendiri mampu memberikan sudut pandang pengalaman yang baru dalam melihat sejarah bagi pemainnya khususnya pada para calon wisatawan yang akan berkunjung.

Penggunaan media *game* digital sebagai media promosi dapat dilakukan dengan menekankan pada unsur budaya serta edukasi melalui konsep *serious games*. *Serious game* adalah konsep *game* yang bertujuan untuk pelatihan, simulasi, dan edukasi. Media *game* dengan jenis *Serious Games* memiliki potensi yang tinggi dalam menyampaikan informasi secara efektif untuk pemainnya. Salah satunya dalam hal melakukan rekonstruksi sejarah yang bertujuan untuk menggambarkan proses yang terjadi di masa lalu. Hal tersebut sangat penting untuk melibatkan pemain secara aktif, agar pemain dapat memahami dan ikut merasakan pengalaman bermain. (Michela Mortara, 2015)

Sebagaimana dikutip dari tabel yang bersumber dari survey emarketer.com. Mengenai sebaran rentan usia para pemain *game* yang ada di Indonesia pada tahun 2016. Dilihat dari usia para pemain muda atau generasi z, terdapat persentase laki-laki sebanyak 24% dan 14% adalah perempuan. Dengan total sebanyak 38% adalah pemain berusia 10-20 tahun.

Kemudian terdapat hasil *survey* dari 1.012 responden yang bersumber dari *website* statista.com. Para pemain *game* di Indonesia didominasi oleh penggunaan perangkat *smartphone* yang lebih banyak digunakan sebagai media hiburan.

Berdasarkan hal diatas, maka diharapkan melalui perancangan media aplikasimobile game tersebut dapat ditujukan untuk memberikan daya tarik baru dari sisi atraksi yang dimiliki oleh objek wisata Candi Sambisari. Hal tersebut berguna untuk mempromosikan objek wisata Candi Sambisari. Sebagai pengalaman atraksi yang baru bagi calon wisatawan khususnya remaja agar tertarik untuk berkunjung dengan mengajak keluarga mereka untuk pergi mengunjungi objek wisata Candi Sambisari.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Destinasi Wisata Candi Sambisari memiliki daya tarik bagi wisatawan domestik dan mancanegara. Namun Objek wisata tersebut belum memiliki media promosi yang optimal dalam meningkatkan kunjungan wisatawan khususnya pada segmen remaja.
2. Dibutuhkannya media interaktif yang edukatif dalam mendukung daya tarik wisata yang bertujuan untuk menarik minat wisatawan muda pada segmen remaja. Maka dibuatlah media promosi melalui aplikasi berupa *mobile game*. Agar segmen tersebut tertarik untuk mengunjungi objek wisata Candi Sambisari.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang aplikasimobile Game sebagai media promosi yang edukatif dari objek wisata Candi Sambisari dalam menarik minat wisatawan segmen remaja untuk mengunjungi Objek Wisata Candi Sambisari sehingga tercapainya peningkatan jumlah wisatawan?

## **1.4 Ruang Lingkup**

1. Apa?  
Perancangan mobile game sebagai media promosi dari objek wisata Candi Sambisari
2. Di mana?  
Penelitian dan perancangan dilakukan di Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta dan di Bandung, Jawa Barat.
3. Kapan?  
Perancangan dilaksanakan pada Januari 2019 hingga Juni 2019
4. Siapa?
  - a. Penyebaran kuesioner secara online kepada responden remaja awal hingga akhir

- b. Narasumber Penelitian adalah Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman
- 5. Mengapa?  
Objek wisata candi Sambisari yang membutuhkan media promosi untuk segmen remaja.
- 6. Bagaimana?  
Melakukan pengumpulan data sesuai dengan penelitian yang dilakukan dan menyelesaikan perancangan hingga tahap prototyping berupa *game demo*.

### **1.5 Tujuan & Manfaat Penelitian**

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk merancang aplikasi mobile game sebagai media promosi yang edukatif serta interaktif agar menarik wisatawan remaja untuk mengunjungi objek wisata candi sehingga meningkatkan jumlah pengunjung objek wisata Candi Sambisari.

### **1.6 Metode Pengumpulan Data dan Analisis**

1. Metode 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 dilakukan dengan berbagai macam sumber untuk dapat dijadikan referensi.
  - b. Observasi  
Observasi merupakan bagian dari penelitian yang diperuntungkan dalam pengumpulan data secara langsung dari lapangan. (Semiawan, Conny R. 2010:112). Observasi dilakukan di lokasi Candi Sambisari
  - c. Wawancara  
Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dilakukan secara sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian (Lerbin,1992 dalam Hadi, 2007).  
Wawancara dilakukan kepada Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman.
  - d. Kuesioner  
Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2008:199).

Kuesioner disebarikan melalui aplikasi Line yaitu salah satu media sosial yang sering digunakan untuk komunikasi. Dengan memberikan link google forms kepada responden.

## 2. Metode Analisis

### a. Analisis Matriks

Mengidentifikasi serta penarikan kesimpulan dari aspek visual, dari karya visual yang akan dibandingkan

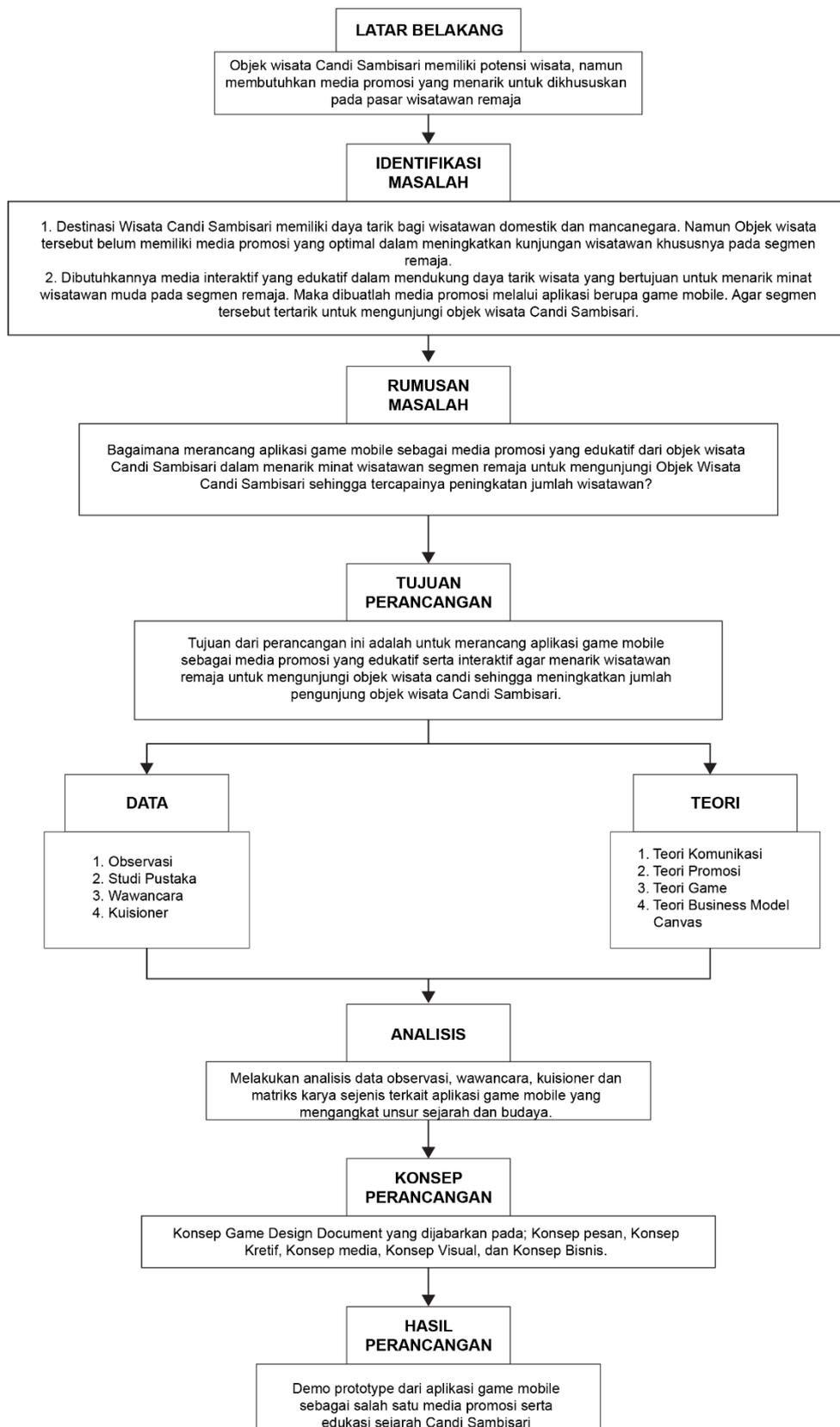
### b. Analisis Data Wawancara

Melakukan penarikan kesimpulan dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan narasumber.

### c. Analisis Data Kuisisioner

Menarik kesimpulan dari data kuisisioner yang telah disebarikan kepada responden.

## 1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian

sumber: dokumentasi pribadi

## **1.8 Pembabakan**

### **1. Bab I Pendahuluan**

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

### **2. Bab II Landasan Teori**

Dasar pemikiran terdiri dari teori teori yang relevan dan berkaitan dengan pedoman perancangan game mobile sebagai media promosi dari Objek Wisata Candi Sambisari.

### **3. BAB III Data dan Analisis Masalah**

Menjelaskan data profil, produk, khalayak sasaran, wawancara, hasil observasi di objek wisata Candi Sambisari, dan hasil analisis berdasarkan proyek.

### **4. BAB IV Konsep & Hasil Perancangan**

Menjelaskan konsep ide, konsep kreatif, konsep media, dan konsep visual sesuai dengan hasil analisis yang akan digunakan dalam merancang aplikasi game mobile untuk media promosi yang edukatif dari objek wisata Candi Sambisari. Hasil perancangan dari mulai sketsa hingga penerapan akhir pada prototype atau demo game tersebut.

### **5. BAB V Penutup**

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