

# BAB I PENDAHULUAN

## I.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang sangat kaya akan wisata budaya, terbukti dengan banyaknya peninggalan – peninggalan sejarah serta keanekaragaman seni, adat, dan budaya yang dimiliki menjadikan Indonesia sebagai salah satu tujuan wisata mancanegara (Widianti & Wiksana, 2020). Di Jawa Barat banyak sekali potensi yang dapat dijadikan sebagai wisata, salah satunya yaitu di Kelurahan Jelekong, Kabupaten Bandung. Kelurahan Jelekong ini memiliki potensi seni yang banyak seperti lukisan, kerajinan tangan, pertunjukan seni sunda, wayang golek, dan lainnya. Dengan potensi seni yang dimiliki oleh Desa Jelekong, Pemkab Bandung menetapkan kampung ini sebagai kampung wisata (Viranti, 2018).

Desa Jelekong sudah terkenal dengan kesenian wayang golek, daya tarik tersebut harus dapat dilestarikan dan dikembangkan. Media massa kini telah mengalami banyak perubahan. Bukan tidak mungkin, jika potensi seni dan budaya di Jelekong ini akan punah seiring dengan perkembangan jaman. Dalam upaya pelestarian seni budaya ini, terutama di Jelekong, para seniman sekitar terus aktif menyelenggarakan kegiatan seni. Namun perlu adanya dukungan dari pemerintah dalam mengembangkan potensi budaya ini, sehingga dapat menjadikan kampung seni dan budaya yang maju serta dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar.

Promosi *digital* merupakan suatu aktivitas untuk memberitahukan, menyebarkan suatu informasi yang tujuannya untuk berkomunikasi dengan calon konsumen melalui saluran komunikasi *online*. Perkembangan pada era *digital* yang semakin maju membuat promosi *online* menjadi salah satu strategi yang paling efektif. Promosi wisata yang efektif akan menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung, pada saat ini promosi wisata lebih sering dilakukan secara *digital* atau dikenal juga dengan istilah *e-tourism*. *E-tourism* adalah *platform digital* yang menghubungkan seluruh *stakeholder* pariwisata, untuk mempermudah proses perizinan, mengintegrasikan seluruh kegiatan pariwisata serta memberikan

kemudahan bagi seluruh wisatawan dalam mendapatkan informasi melalui aplikasi yang mudah digunakan, kapan pun dan di mana pun (Istuningsih, 2018). Promosi pariwisata bukan hanya bertujuan mengenalkan satu destinasi wisata, tetapi juga menumbuhkan kesadaran kepada wisatawan tentang nilai penting destinasi tersebut.

Promosi *digital* biasanya memanfaatkan *website*, media sosial, dan berbagai aplikasi lainnya untuk mengenalkan, menawarkan dan menjual destinasi wisata tersebut. Masyarakat sekarang ini cenderung lebih memilih mengunjungi wisata setelah melihat beberapa postingan di media sosial yang menjadi "*hitz*" dan kekinian. Banyak tempat-tempat wisata yang sebelumnya belum terjamah, namun setelah beredar postingan tempat tersebut menjadi ramai. Hal ini dapat dijadikan sarana dalam mengembangkan potensi wisata pada tempat-tempat tersebut sehingga dapat menggerakkan perekonomian masyarakat daerah wisata setempat (Yesicha, 2019). Ada beberapa hal pertimbangan mengapa promosi *digital* dianggap penting. Pertama, karena promosi digital lebih murah dibanding promosi konvensional. Kedua, promosi digital lebih cepat penyebarannya dibanding dengan promosi konvensional. Ketiga, promosi *digital* akan lebih efektif menjangkau wisatawan secara massif (Puspitasari, 2019).

Kunjungan wisman ke Indonesia melalui seluruh pintu masuk bulan Mei 2021 berjumlah 155.607 kunjungan atau mengalami penurunan sebesar 3,85 persen dibandingkan bulan Mei 2020 yang berjumlah 161.842 kunjungan (Pusat Data dan Sistem Informasi, 2021). Dalam mengembangkan potensi wisata yang ada di Desa Jelekong ini, harus adanya pendekatan melalui media massa. Peran media massa saat ini sangat membantu dalam mengenalkan kampung wisata ini ke luar daerah maupun mancanegara, *event* manajemen juga diperlukan dalam hal pemasaran suatu acara, karena masih banyak dari penyelenggara *event* yang diadakan pada Desa Jelekong, cara menyebarkan informasinya lewat pembuatan poster atau secara pribadi melalui percakapan *Word of mouth (WOM)* maupun kunjungan dari orang luar. Oleh karena itu, terlihat bahwa kurangnya pembinaan promosi untuk

menjangkau media informasi berbasis *internet* atau biasa disebut sebagai media sosial.

Salah satu permasalahan yang ada yaitu berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pihak pengabdian masyarakat Fakultas Rekayasa Industri bersama Ibu Intan selaku ketua dari UKM di Desa Jelekong yaitu kendala biaya. Keterbatasan biaya dalam pengembangan desa wisata, serta penyebaran informasi secara konvensional yang dinilai tidak murah contohnya dalam hal mempromosikan suatu acara melalui pembuatan poster, spanduk, dan iklan. Dengan adanya penyebaran informasi acara yang terbatas akan menyebabkan terjadinya penurunan minat pengunjung terhadap Desa Jelekong itu sendiri, karena informasi dari poster atau percakapan antar orang saja tidak akan cukup dalam upaya menarik pengunjung.

Selain itu terdapat masalah lain dalam menggelar sebuah pertunjukan seni adalah mendatangkan penonton, masyarakat setempat hanya menunggu wisatawan yang berkunjung khususnya rombongan pariwisata dalam menggelar pertunjukan acara, jika tidak ada yang berkunjung maka penggiat seni tidak dapat menggelar acara dan tidak ada pemasukan penghasilan. Solusi untuk permasalahan ini adalah perlu dibuatnya sistem yang dapat memberikan informasi mengenai acara yang diadakan Desa Jelekong secara *online* atau *offline* sehingga dapat memudahkan mereka dalam mempersiapkan gelaran pertunjukan seni untuk memperkenalkan potensi budaya dan membantu dalam perekonomian penggiat seni.

Penulis menyarankan untuk mengoptimalkan potensi yang dimiliki oleh Desa Jelekong dengan pemanfaatan teknologi internet dalam melakukan promosi secara *online* untuk meringankan masalah mengenai biaya dan membantu dalam menarik minat pengunjung untuk menonton pertunjukan seni. Maka perlu dibuat sebuah sistem penyebaran informasi berbasis *web*. *Website* yang akan dibuat memiliki beberapa fitur utama diantaranya fitur artikel. Pada fitur ini berisi kabar berita tentang segala informasi yang ada baik dari suatu kegiatan pertunjukan seni hingga potensi budaya yang ada dapat tersalurkan ke masyarakat luas dengan tersambung ke media sosial. Selain fitur artikel ada fitur *about us* yang berisi informasi mengenai budaya dan sejarah Desa Jelekong. Dengan dibuat sistem seperti ini

diharapkan dapat membantu dalam menyebarkan informasi secara mudah dan efisien mengenai pelestarian budaya maupun kesenian Desa Jelekong untuk dapat menarik wisatawan lebih banyak lagi.

Metode yang digunakan dalam pembangunan *website* ini adalah metode *Scrum*. *Scrum* adalah sebuah kerangka kerja untuk mengembangkan, menghantarkan dan mengelola produk yang *kompleks*. *Scrum* memiliki empat tahap dalam melakukan pemeriksaan yaitu, *sprint planning*, *daily scrum*, *sprint review*, *sprint retrospective* (Schwaber Ken & Sutherland Jeff, 2020). Lalu terdapat metode evaluasi yaitu *Blackbox Testing*. Metode *Blackbox Testing* merupakan metode yang digunakan untuk menguji tanpa harus mengetahui *detail* dari aplikasi, misalnya *source code*. *Blackbox Testing* hanya melakukan pemeriksaan pada hasil berdasarkan *input* yang diberikan. Pengujian ini berguna untuk mengetahui apakah aplikasi berjalan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh *stakeholder* (Sasongko et al., 2021).

## **I.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah pada penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana cara untuk mempermudah pengunjung dalam mendapatkan informasi dari suatu *event*?
2. Bagaimana cara untuk memperkenalkan *event* dan potensi budaya yang ada di Desa Jelekong tersebut?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah pada penelitian sebagai berikut:

1. Membuat fitur artikel yang dapat mempermudah menyebarkan informasi *detail* suatu *event*.
2. Membuat fitur artikel untuk mengenalkan *detail* informasi mengenai *event* dan potensi budaya yang ada di Desa Jelekong

## **I.4 Batasan Penelitian**

Terdapat beberapa batasan masalah di dalam penelitian ini, meliputi:

1. Pembuatan aplikasi hanya sebatas implementasi dan *testing*, keputusan untuk dipakai atau tidaknya dikembalikan lagi pada pihak desa.
2. Penggunaan aplikasi hanya digunakan oleh masyarakat Desa Jelekong.
3. Pengujian atau evaluasi aplikasi menggunakan metode *Blackbox Testing*.

## **I.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin diberikan dari penelitian ini yaitu:

1. Meningkatkan daya tarik wisatawan terhadap Desa Jelekong.
2. Memberikan kemudahan wisatawan dalam mencari informasi mengenai *event* dan ragam potensi budaya yang ada di Desa Jelekong.

## **I.6 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini akan diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **Bab I Pendahuluan**

Bab ini membahas seputar latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **Bab II Tinjauan Pustaka**

Bab ini berisi kajian teori dari literatur yang relevan dan pembahasan seputar hasil penelitian terhadulu yang digunakan sebagai referensi dari pembuatan aplikasi.

### **Bab III Metodologi Penelitian**

Bab ini membahas tentang Kerangka pemecahan masalah, sistematika penyelesaian masalah, alasan pemilihan metode, pengumpulan data, pengolahan data atau proses pengembangan produk, dan metode evaluasi.

### **Bab IV Analisis dan Perancangan**

Bab ini membahas tentang *product roadmap*, perancangan *product backlog*, perancangan sistem yang berupa identifikasi *user*, *entity relationship diagram* (ERD), *requirement functional*, *usecase diagram*, *usecase form*, *activity diagram*, *class diagram*, *sequence diagram*, *deployment diagram*. Lalu ada perancangan *spint*, *sprint review*, *sprint retrospective*, dan desain dari aplikasi.

### **Bab V Hasil dan Implementasi**

Bab ini berisikan tentang hasil dari perancangan aplikasi yang sudah dibuat dan proses testing dari aplikasi yang akan dicoba.

### **Bab VI Kesimpulan dan Saran**

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian yang dibuat serta saran dari pernyataan yang disajikan pada pendahuluan.