

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

DKI Jakarta atau Daerah Khusus Ibukota Jakarta sesuai namanya merupakan ibu kota negara Indonesia dengan luas sekitar 664,01 km² dan merupakan satu-satunya kota di Indonesia yang berstatus sama tingkat dengan provinsi. Layak dengan posisinya sebagai kota terbesar di Indonesia, menurut BPS (2019) populasi DKI Jakarta mencapai 10.557.810 Jiwa. Lewat data milik Dinas Perhubungan, dinyatakan kurang lebihnya ada 5 juta orang yang bepergian di daerah Jakarta dan sekitarnya dengan menggunakan moda transportasi publik (Dewantara, 2020) salah satunya MRT.

MRT atau Moda Raya Terpadu merupakan proyek infrastruktur moda transportasi publik yang ditanamkan di Jakarta. Menurut sejarah di portal resmi MRT Jakarta *jakartamrt.co.id*, MRT ditegaskan sebagai proyek nasional dan pembangunannya telah ditentukan sejak 2008, dibangun pada tahun 2013 dan dapat beroperasi untuk publik pada Maret 2019 lalu yang artinya memakan waktu pengerjaan 12 tahun. MRT Jakarta menghabiskan total biaya sebesar Rp 17 triliun rupiah (PT MRT, 2019). Proyek pembangunan moda transportasi MRT merupakan salah satu proyek pembangunan infrastruktur terbesar di Indonesia dan telah membuat reputasi MRT sebagai suatu ikon atau simbol infrastruktur khususnya transportasi di Jakarta dengan perkiraan rata-rata penumpang 70.000 per hari yang melonjak mencapai 100.000 penumpang per hari pada saat awal pembukaan moda transportasi MRT (Anugraha, 2019).

Mengingat investasi besar dari pemerintah, sayangnya MRT sebagai alat transportasi fungsinya masih belum optimal. Hal ini diakui oleh direktur utama PT MRT Jakarta yang mengakui bahwa masih banyak evaluasi yang harus dilakukan MRT (Hidayat, 2020), dan dari wawancara narasumber Bapak Dikki Nur Saleh selaku Kepala Departemen *Customer Intelligence & Management* PT MRT Jakarta yang mengatakan pemanfaatan MRT masih dalam tahap optimasi. MRT dapat menjadi moda transportasi sebagai bagian dari wisata keliling Jakarta mengingat Jakarta merupakan destinasi wisata paling banyak dicari di Indonesia menurut mesin pencarian *online* Google (Clinton, 2018). Untuk itu, Jelajah Jakarta adalah salah satu bentuk *effort* dan rencana PT MRT Jakarta memanfaatkan MRT sebagai bagian dari pengalaman pariwisata di Jakarta. Bersamaan dengan rencana dari PT MRT, riset yang disebar ke 100 responden didapati data yang menyatakan 89% (N=89) dari responden tidak mengetahui *spot* turisme Jakarta yang ada di sepanjang jalur MRT dan 87% (N=87) tertarik mengikuti wisata turis menggunakan MRT pasca pandemi.

Maka dari itu dari topik di atas, penulis memilih untuk merancang media informasi interaktif berbasis aplikasi *mobile* sebagai solusi media informasi pariwisata Jakarta dengan menggunakan MRT. Media tersebut dipilih karena menurut survei We Are Social, 91% dari total populasi penduduk Indonesia yaitu 268.8 juta orang memiliki ponsel dengan 60% diantaranya pengguna *smartphone* (Kemp, 2019) dan penggunaan media aplikasi *mobile* dapat memudahkan pengguna untuk melihat informasi lewat *smartphone*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang di atas, rumusan masalah yang diangkat proposal tugas akhir ini adalah bagaimana cara merancang media informasi berbasis aplikasi interaktif wisata Jakarta dengan menggunakan MRT.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Demografis

- a. Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
- b. Usia : 17-25
- c. Pendidikan : minimal SMA
- d. Pekerjaan : Mahasiswa, Karyawan.
- e. Ekonomi Sosial : SES B

2. Geografis

- a. Perancangan media informasi hanya terbatas pada lokasi wisata Jakarta yang berada di sekitar 13 stasiun MRT Jakarta.
- b. Target perancangan media informasi ditujukan kepada masyarakat yang berstatus wisatawan yang tinggal di Indonesia.

3. Psikografis

- a. Individu yang bertujuan *explore* tempat atau objek wisata di Jakarta serta memiliki ketertarikan pada tantangan ataupun dalam mencoba hal baru.
 - b. Individu yang memiliki hobi *traveling* atau bepergian, tertarik akan kupon atau diskon, dan berkepribadian aktif.
4. Perancangan media informasi interaktif terbatas pada informasi objek wisata di Jakarta yang ada di sekitar stasiun MRT Jakarta.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan yang ingin dicapai Tugas Akhir ini adalah merancang media informasi objek pariwisata di sekitar MRT Jakarta sebagai upaya untuk mengenalkan dan memberikan informasi kepada wisatawan terhadap objek-objek wisata Jakarta yang ada di sekitar koridor MRT Jakarta dan guna meningkatkan angka pengunjung lokasi wisata di Jakarta.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

1. Manfaat bagi penulis

Manfaat bagi penulis adalah dengan riset ini penulis mendapatkan pengalaman melakukan riset penelitian, didapatkannya ilmu dalam merancang sebuah solusi terhadap suatu masalah dan juga menambah wawasan penulis dalam tahap pembuatan media informasi.

2. Manfaat bagi Universitas

Manfaat bagi universitas adalah perancangan media informasi ini dapat menjadi acuan dan sumber akademis bagi Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang ingin mengambil topik media informasi wisata.

3. Manfaat bagi Target

Manfaat bagi target adalah dengan dibuatnya media informasi ini dapat memberi pengetahuan kepada target mengenai wisata Jakarta yang ada di sekitar MRT dan semoga dapat direalisasikan sebagai salah satu proyek PT MRT.