

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Menurut Yoeti, pariwisata adalah kegiatan perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan perjalanan atau pariwisata (Suwena & Widyatmaja, 2017, hlm.15). Kota Batu adalah sebuah kota di provinsi Jawa Timur dan dekat dengan Kota Malang dan Surabaya. (Ditjen Ciptakarya, 2003, hlm.1).

Dalam perkembangannya, Kota Batu dibangun menjadi salah satu kota wisata di Indonesia dengan banyaknya destinasi wisata yang menarik wisatawan. Menurut Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Batu pada tahun 2018-2022, Perkembangan ekonomi di Kota Batu didominasi oleh sektor pariwisata (Syafira, Kurniawati, & Hadi, 2021). Menteri Desa, pembangunan daerah tertinggal, dan transmigrasi, Eko Putro Sandjojo memberikan penghargaan Indonesia's Attractiveness Award 2019 kepada kota Batu karena inovasinya dibidang pariwisata (Wijayaka, 2019).

Menurut Sukmaratri dan Damayanti (2016), Kota Batu memiliki potensi wisata alam yang besar. Objek wisata alam di Kota Batu seperti air terjun dan gunung menjadi daya tarik wisatawan. Namun, seiring perkembangan Kota Batu dikenal sebagai kota berbasis wisata buatan karena banyaknya objek wisata buatan. Hal ini membuat wisatawan lebih banyak berkunjung ke objek wisata buatan dibandingkan dengan jenis objek wisata lain. Akibat dari hal tersebut adalah terjadi kejenuhan wisatawan terhadap objek wisata di Kota Batu.

Menurut data jumlah pengunjung objek wisata dari Dinas Pariwisata Kota Batu (2020), salah satu objek wisata alam yaitu Gunung Banyak memiliki jumlah pengunjung 44 ribu pengunjung di tahun 2020. Jika dibandingkan dengan objek

wisata alam serupa, yaitu objek wisata alam Gunung Bromo memiliki jumlah 128 ribu pengunjung (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Probolinggo, 2020).

Kota Batu memiliki *website* tentang objek wisata dari Dinas Pariwisata Kota Batu dengan alamat *web* pariwisata.batukota.go.id. Namun, informasi yang disampaikan pada *website* ini hanya memberikan gambar, lokasi tempat wisata, dan kontak seperti nomor telepon. Pengguna *website* tidak diberitahu penjelasan tentang tempat wisata, dan informasi seperti aktivitas yang dapat dilakukan serta fasilitas yang tersedia. Lalu, juga belum ada *website* yang memberikan informasi secara khusus tentang wisata alam di Kota Batu.

Penulis memfokuskan target perancangan ke Provinsi DKI Jakarta dan usia 17-25. Target tersebut ditentukan karena wisatawan yang berdomisili di DKI Jakarta masih belum banyak melakukan perjalanan wisata dibandingkan dengan provinsi lain. Menurut data dari Buku Statistik Wisatawan Nusantara 2020, wisatawan dari DKI Jakarta yang melakukan perjalanan sebesar 43 juta atau 8,46% dari seluruh perjalanan di Indonesia (BPS, 2020, hlm. 71). Lalu juga diperoleh data bahwa hanya 4,57% dari wisatawan asal DKI Jakarta yang mempunyai tujuan untuk berwisata ke eko wisata atau *Eco Tourism* (hlm. 76).

Usia 17-25 tahun dipilih karena menurut data wisatawan yang berumur 25 tahun kebawah di DKI Jakarta melakukan perjalanan wisata terbanyak yaitu sebesar 40.35%. (BPS, 2020, hlm. 73). Sehingga perancangan menargetkan kelompok usia yang paling banyak yaitu usia 17-25 tahun dan di daerah yang masih belum melakukan perjalanan wisata yaitu provinsi DKI Jakarta. Menurut Departemen Kesehatan RI, usia 17-25 tahun termasuk kategori remaja akhir (Al Amin, 2017).

Penulis ingin membantu calon wisatawan yang tertarik mengunjungi objek wisata alam di kota Batu dengan merancang sebuah *website*. *Website* dipilih karena memiliki kelebihan sebagai media informasi. Kelebihan tersebut adalah dapat menjangkau pengguna lebih banyak, dapat memandu pengguna ke informasi yang diinginkan, pengguna dapat mengakses informasi kapan saja, dan dapat mengumpulkan *feedback* dari pengguna *website* (Odugbesan, 2016).

*Website* yang dirancang akan memperkenalkan dan memberikan informasi objek wisata alam yang ada di kota Batu. Lalu di dalam *website* juga akan mengkategorikan objek wisata menurut kategori wisata seperti gunung dan air terjun. Dengan adanya *website* ini diharapkan lebih banyak orang yang mengenal objek wisata alam yang ada dan meningkatkan minat wisata ke objek wisata alam di Kota Batu.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang tertera, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

- 1) Wisatawan lebih banyak berkunjung ke objek wisata buatan sehingga mengakibatkan kejenuhan terhadap objek wisata di Kota Batu
- 2) Informasi yang disampaikan pada *website* Dinas Pariwisata Kota Batu tentang objek wisata tidak lengkap, dan belum ada *website* yang secara khusus memberikan informasi tentang objek wisata alam di Kota Batu.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, pertanyaan perancangan solusi desain adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana perancangan *website travel guide* untuk objek wisata alam di Kota Batu?

## 1.3 Batasan Masalah

### a. Demografis:

- Jenis Kelamin : Laki-Laki dan Perempuan
- Usia : Remaja Akhir (17-25 Tahun)
- Pendidikan : SMA/Sederajat

### b. Geografis

- Provinsi DKI Jakarta

**c. Psikografis**

- Menyukai suasana dan pemandangan alam yang masih asri
- Suka berwisata untuk refershing dari daerah perkotaan
- Rela menempuh perjalanan jauh dan sulit untuk melihat keindahan alam

**d. Status Ekonomi Sosial:**

- SES B

**1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Merancang *website travel guide* untuk objek wisata alam di Kota Batu.

**1.5 Manfaat Tugas Akhir**

1. Manfaat Bagi Penulis

Penulis mendapatkan pengalaman dan pengetahuan dalam merancang sebuah *website*. Serta mendapatkan pengetahuan di bidang pariwisata dari mencari data dan teori untuk perancangan.

2. Manfaat Bagi Orang Lain

Dapat menjadi media yang mempermudah pengguna dalam mencari informasi seputar tempat-tempat wisata alam di kota Batu.

3. Manfaat Bagi Universitas

Menjadi referensi dan memberikan pengetahuan bagi mahasiswa dan mahasiswi lain yang ingin merancang *website* dan menambah pengetahuan di bidang pariwisata.