

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata kini menjadi bagian penting dari pembangunan negara yang dianggap sebagai salah satu cara strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi (Indriani Dauda dkk., 2024, h.61). Dengan memanfaatkan potensi wisata yang dimiliki Indonesia, mulai dari keindahan alam hingga warisan budaya dan sejarah yang unik, Indonesia mampu menarik wisatawan domestik dan mancanegara. Salah satu kota yang memiliki potensi wisata tersebut adalah Kota Bogor yang menawarkan keindahan alam, beragam peninggalan sejarah, dan tempat hiburan ramah keluarga. Kota ini juga dikenal sebagai "Kota Hujan" dan menarik bagi penggemar kuliner dengan makanan khasnya yang tersebar di seluruh kota (Adi, 2024, h.1).

Berdasarkan hasil studi lapangan, ditemukan bahwa banyak wisatawan yang hanya mengenal beberapa Destinasi Tujuan Wisata (DTW) Kota Bogor yang sudah terkenal saja seperti Kebun Raya Bogor dan juga Surya Kencana. Pada 2021, kunjungan wisatawan Kebun Raya Bogor mencapai 645.021 wisatawan, sedangkan kunjungan wisatawan ke wisata alam lainnya seperti Situ Gede hanya mencapai sekitar 2.000 wisatawan saja. Dengan keunggulan yang hampir serupa dimulai dari keindahan alamnya, aktivitas wisata hingga aksesibilitasnya, jumlah wisatawan Situ Gede masih kalah saing dengan wisatawan Kebun Raya Bogor. Maka, hal tersebut menunjukkan adanya penyebaran ke destinasi wisata di Kota Bogor yang tidak merata.

Media informasi yang tersebar merata dan mudah diakses memiliki peranan penting dalam meningkatkan kunjungan ke berbagai destinasi wisata sehingga dapat mendukung perkembangan potensi pariwisata dan ekonomi secara berkelanjutan (Nasution & Rohman, 2022, h.775). Namun, media informasi yang saat ini telah eksisting, seperti *website* yang biasanya dicari pengguna melalui

search engine, masih kurang memiliki informasi mengenai destinasi wisata yang memiliki potensi yang serupa dengan yang sudah populer, namun belum banyak dikunjungi. *Website* eksisting juga memiliki keterbatasan karena hanya memberikan deskripsi singkat mengenai rekomendasi destinasi wisata, tanpa memberikan kemudahan berupa fitur *booking* serta informasi pendukung lainnya seperti rekomendasi rute, *review*, dan perlengkapan yang perlu disiapkan wisatawan sebelum mengunjungi destinasi wisata. Informasi mengenai destinasi wisata Kota Bogor juga sering kali bercampur dengan destinasi wisata dari Kabupaten Bogor. Kekurangan ini dapat memicu kekhawatiran terhadap pengembangan potensi wisata, karena bisa mengakibatkan penurunan jumlah kunjungan wisatawan yang hanya tertarik menginap atau hanya mengunjungi beberapa tempat tertentu saja tanpa mengeksplorasi lebih banyak tempat wisata lainnya, terlihat dari jumlah wisatawan Kota Bogor yang kalah saing dengan jumlah wisatawan Kabupaten Bogor yang mencapai 12,7 juta (Badan Pusat Statistik, 2024), dibandingkan wisatawan Kota Bogor yang hanya menyentuh angka 5.650.637 juta pada tahun 2023 (Disparbud Kota Bogor, 2023).

Gamifikasi dapat memberikan pengalaman yang lebih bermakna dan memotivasi wisatawan secara aktif untuk mengeksplorasi beragam destinasi wisata secara lebih berkelanjutan (Asy'ari dkk., 2021, h.15). Mekanisme yang dapat dikembangkan adalah melalui pemberian *rewards* berupa poin, *badges*, dan *leaderboards* yang bisa didapatkan pengguna setelah menyelesaikan *quests*, seperti mengunjungi beragam destinasi wisata di Kota Bogor, hingga *leveling* gamifikasi seperti penambahan poin setelah pengguna terlibat aktif dalam membuat rekomendasi perjalanan bagi komunitas. Berdasarkan Gon, dkk. (2020) dalam Asy'ari dkk. (2021, h.18), gamifikasi untuk pariwisata tersebut bisa didukung dengan media informasi berupa aplikasi *mobile* yang mampu memberikan informasi *real-time* mengenai destinasi, fasilitas, dan *event* yang akan berlangsung, serta memudahkan wisatawan untuk melakukan reservasi, membeli tiket, dan membangun hubungan dengan komunitas. Oleh karena itu, perancangan media informasi interaktif berupa aplikasi Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor sangat dibutuhkan untuk mendukung pengembangan potensi wisata yang lebih baik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, berikut merupakan masalah yang ditemukan:

1. Adanya penyebaran kunjungan yang kurang merata karena pengetahuan wisatawan yang terbatas hanya pada destinasi wisata yang sudah populer.
2. Keterbatasan informasi terkini mengenai destinasi wisata potensial yang belum banyak dikenal oleh masyarakat luas, bahkan sering tercampur dengan destinasi wisata di Kabupaten Bogor.

Sehingga penulis mempunyai rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana merancang aplikasi *mobile* pariwisata dan kebudayaan Kota Bogor?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini ditujukan pada masyarakat berdomisili di Jabodetabek, dewasa muda usia 20—40 Tahun, pendidikan minimal SMP, SES B, yang menyukai kunjungan ke destinasi terbaru maupun legendaris, sering kebingungan memilih destinasi wisata apa yang akan dikunjungnya di Kota Bogor, mereka yang bepergian bersama kerabat untuk mencari tempat-tempat wisata yang menarik dan mereka yang memiliki waktu singkat untuk rekreasi, dengan menggunakan metode gamifikasi dalam aplikasi sebagai salah satu bentuk media informasi interaktif mengenai pariwisata dan kebudayaan Kota Bogor yang mencakup informasi seperti rute, transportasi umum, fasilitas, tips, dan *calender of event* terkini serta kemudahan berupa fitur *booking* untuk wisatawan yang ingin berkunjung ke Kota Bogor.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Dengan mempertimbangkan batasan atas permasalahan pada latar belakang, tujuan penulisan laporan tugas akhir ini adalah untuk membuat perancangan aplikasi *mobile* pariwisata dan kebudayaan Kota Bogor.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini diharapkan menjadi khazanah ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual, khususnya membahas materi media informasi interaktif pariwisata dan kebudayaan Kota Bogor.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi salah satu sarana bagi penulis untuk menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh semasa menempuh studi sekaligus menambah pengetahuan dan pengalaman penulis dalam merancang solusi desain yang efektif. Hasil penelitian juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain khususnya dalam bahasan materi media informasi interaktif pariwisata dan kebudayaan Kota Bogor dan dapat memperkaya referensi di perpustakaan Universitas Multimedia Nusantara yang dapat diakses oleh mahasiswa/i lainnya dengan topik terkait yang dibahas dalam Tugas Akhir ini.

