

DESAIN SISTEM DAN SARANA PEMANDU WISATA UNTUK KOTA BANDUNG

Izzan Bacharrudin Soedarsono Dr. Dudy Wiyancoko

Program Studi Sarjana Desain Produk, Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) ITB
Email: zzazabs@gmail.com

Kata Kunci : kota Bandung, Sarana Pariwisata, NFC, Sistem Informasi, User Experience

Abstrak

Sektor pariwisata Kota Bandung menjadi faktor ekonomi yang penting, karena banyak masyarakat yang memanfaatkan sektor ini sebagai mata pencaharian. Namun yang perlu disayangkan adalah peningkatan fasilitas informasi mengenai kota Bandung masih belum setara dengan peningkatan faktor wisata di Bandung. Beberapa pendatang Bandung masih sulit untuk mendapatkan informasi mengenai sisi kota Bandung. Kajian user experience digunakan untuk mengetahui bagaimana tingkat kemudahan dan kepuasan wisatawan mengakses informasi tersebut, dengan menciptakan suatu pengalaman wisata yang lebih. Diharapkan dengan membuat suatu rancangan Desain mengenai sistem dan sarana sebagai pemandu wisata untuk kota Bandung, wisatawan akan dapat mengenal kota Bandung lebih dalam dan spesifik, dengan cara memberikan informasi bersifat local wisdom, yang berarti informasi berasal dari warga Bandung sendiri.

Abstract

Bandung tourism sector became an important economic factor, because there's a lot of people who capitalize on this sector as a livelihood but the unfortunate thing is, the improvement of public information is not as much as it's still difficult for tourists to obtain the information about the city, especially the local wisdom of local people. study of user experience is used to determine the level of difficulty and satisfaction for tourist to access the information, by creating a better travel experience by designing a system as a personal tour guide in Bandung, tourist will be able to get to know the city deeper, by providing more information about local wisdom, which means the information comes from the local citizen.

Pendahuluan

Bandung merupakan salah satu kota wisata yang sering dikunjungi di Indonesia dikarenakan memiliki potensi pariwisata seperti eloknya alam perahyangan yang sejuk dan nyaman serta kekayaan unsur budaya dan gaya hidup masyarakat Bandung. Menurut Disparbud Kota Bandung, pada tahun 2013 jumlah wisatawan domestik dan mancanegara yang berkunjung ke Kota Bandung adalah 6.000.000 orang wisatawan, dengan 92% wisatawan domestik dan 8% wisatawan Mancanegara.

Kota Bandung sebagai pilihan utama bagi warga Jakarta dan sekitarnya untuk menghabiskan waktu berlibur. Dengan Jalan Tol Cipularang yang selesai pembangunannya pada tahun 2005 mengakibatkan peningkatan pesat jumlah wisatawan yang datang ke Kota Bandung. Hal ini mengakibatkan lokasi kota Bandung cukup strategis untuk dijadikan pusat perekonomian propinsi Jawa Barat.

Diambil dari data BPS Kota Bandung, di tahun 2013 Bandung memiliki penduduk total 2.483.977 jiwa, dengan laki – laki 1.260.565 jiwa dan perempuan 1.223.412 jiwa. Selain itu Bandung dikenal sebagai kota pendidikan, karena terdapat 130 perguruan tinggi. Hal ini membuat kota Bandung menjadi salah satu daya tarik bagi calon mahasiswa yang ingin menimba ilmu. Bandung merupakan kota yang sarat dengan potensi kreativitas. Terpilihnya Bandung sebagai *pilot project* Kota Kreatif di wilayah Asia Pasifik pada tahun 2008 oleh British Council, dimana aktivitas kulturalnya

melekat dengan aktivitas ekonomi dan sosial yang sekaligus menopang pembangunan kota, salah satunya di bidang pariwisata.

Dengan imbas krisis moneter yang memukul Asia Tenggara pada 1997, membuat usaha jenis Factory Outlet mulai menjamur di Bandung. Pada dasarnya, FO adalah sentra penjualan pakaian sisa ekspor (pakaian yang tidak lolos standar ekspor dijual kembali dengan harga miring) yang dijual dengan kembali dengan harga miring. Salah satu dampak lain yang muncul dari krisis moneter di Bandung yaitu munculnya industri kreatif. Perkembangan industri kreatif di Bandung berkembang karena tingkat permintaan terhadap suatu produk sulit terpenuhi akibat naiknya harga, sehingga memunculkan daya kreativitas untuk membuat kebutuhan tersebut dengan buatan sendiri. Hal ini diikuti dengan berkembangnya daya kreativitas sebagian generasi kota Bandung membuat perkembangan industri kreatif menjadi pesat. Saat ini Bandung dapat dianggap sebagai salah satu kota patokan industri kreatif di Indonesia. Hal ini membuat terpilihnya Bandung sebagai *pilot project* Kota Kreatif di wilayah Asia Pasifik pada tahun 2008 oleh British Council, dimana aktivitas kulturalnya melekat dengan aktivitas ekonomi dan sosial yang sekaligus menopang pembangunan kota, salah satunya di bidang pariwisata.

Berkembangnya sektor pariwisata Kota Bandung dari tahun ke tahun menuntut adanya fasilitas dan panduan yang dapat memudahkan para wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata sesuai dengan preferensi dan minatnya. Sektor pariwisata Kota Bandung menjadi faktor ekonomi yang penting, karena banyak masyarakat yang memanfaatkan sektor ini sebagai mata pencaharian. Penulis telah mengkaji perihal kebutuhan dasar serta aspek-aspek utama dalam melakukan pariwisata. Diharapkan melalui hasil perancangan ini didapatkan suatu sistem perpaduan antara produk dan aplikasi yang dapat mengakomodir wisatawan serta memperkenalkan alternatif-alternatif tujuan wisata dan *local wisdom* di Kota Bandung.

Proses Studi Kreatif

Dalam perancangan sistem ini akan terbagi atas dua kajian, yaitu kajian desain sistem dan kajian desain produk. Sistem yang didesain dibuat sebagai pusat informasi pariwisata di kota Bandung, dimana produk menjadi bentuk *tangible* yang menunjang sistem informasi dapat berfungsi dengan baik. Dari segi kajian desain produk, terdapat beberapa aspek yang perlu dikaji agar dapat menjawab permasalahan, yaitu :

1. Kajian konsep pariwisata
2. Studi lapangan
3. Skenario dan Interface
4. Analisa User
5. Studi Komponen
6. Studi bentuk dan ergonomic

Hasil Studi dan Pembahasan

Informasi pariwisata merupakan hal yang menentukan bagaimana wisatawan dapat menikmati pengalaman berwisata. Hal ini memberikan arahan kepada wisatawan untuk mengetahui kegiatan apa saja yang dapat dilakukan di tempat daerah wisata, dimana di dalam kasus ini adalah pariwisata di kota Bandung. Salah satu cara untuk merealisasikan kenyamanan pariwisata adalah dengan membuat suatu sistem informasi pariwisata yang dapat diakses dengan mudah dan membantu user untuk menentukan lokasi dan aktivitas apa saja yang dapat dilakukan.

Lalu dengan memasukkan elemen Friendly Bandung, sebuah city Branding untuk kota Bandung yang memiliki landasan salah satu filosofi tatar sunda, yaitu “Someah hade ke semah”, dimana berarti keharusan untuk berlaku ramah kepada tamu, dibutuhkan suatu sistem dan sarana yang dapat membuat tamu atau wisatawan merasa terbantu selama mengunjungi kota Bandung. Diharapkan dari *city branding* tersebut warga Bandung dapat menunjukkan keramahan kepada wisatawan yang datang berkunjung ke Bandung. Aspek ini dibuat menjadi salah satu referensi desain.

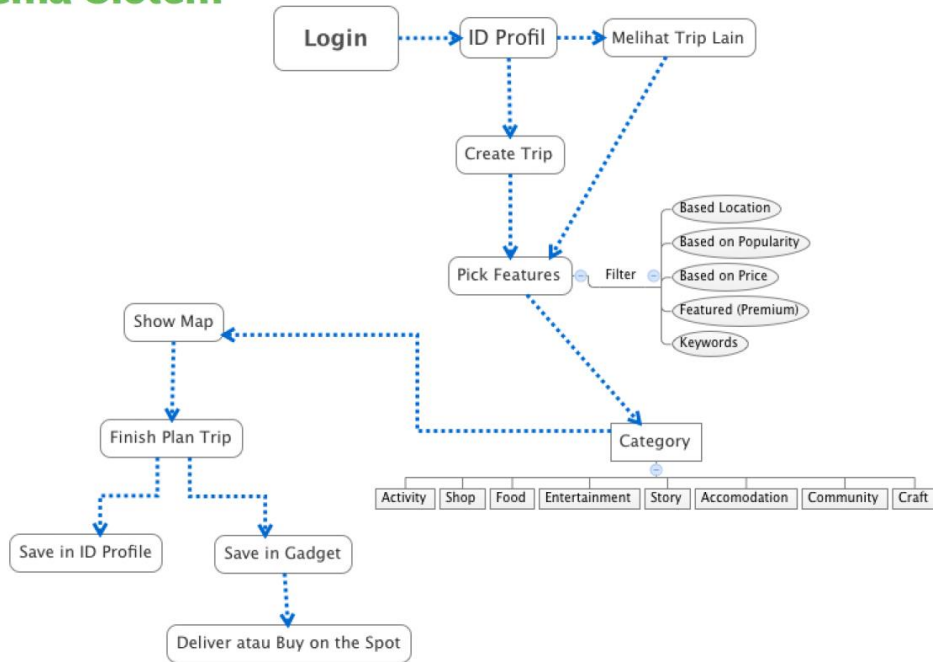
Definisi *Friendly* menurut thesaurus berarti *accommodating, adj. willing to help*, dimana kata tersebut *related* dengan kata *user friendly (thesaurus.com)* Bila dikaitkan dengan sistem informasi pariwisata, dapat didefinisikan sebagai sarana pembantu informasi pariwisata yang mudah untuk dimengerti dan digunakan oleh wisatawan.



Gambar 1. Moodboard Calon Pengguna

Penulis membuat konsep final yaitu dengan membuat desain *tangible*, yaitu produk Memento dan Penanda yang berfungsi sebagai Scanner. Desain *intangible* yaitu dengan mendesain sarana sistem informasi pariwisata berbentuk aplikasi di dalam *smartphone*. Untuk desain *tangible*, penulis akan mengkaji dari eksplorasi bentuk alternatif hingga konsep akhir, dan sistem informasi berupa desain Interface berupa prototype, yang menggunakan program Just in Mind.

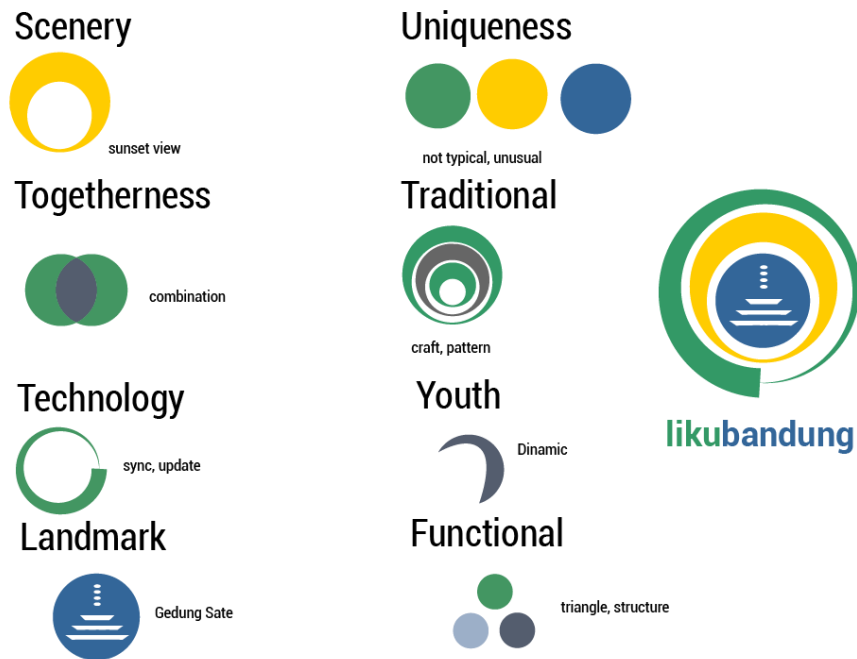
Skema Sistem



Skeam 1. Skema Sistem Aplikasi



Gambar 2. Studi model



Gambar 3 Branding sistem likubandung

Desain Akhir

Desain akhir yang dihasilkan terbagi atas dua jenis, yaitu tangible (berbentuk produk fisik) yang mengadopsi konsep wearable device dan intangible (berbentuk aplikasi) sebagai sistem informasi pariwisata



Gambar 4 NFC Memento

NFC Memento

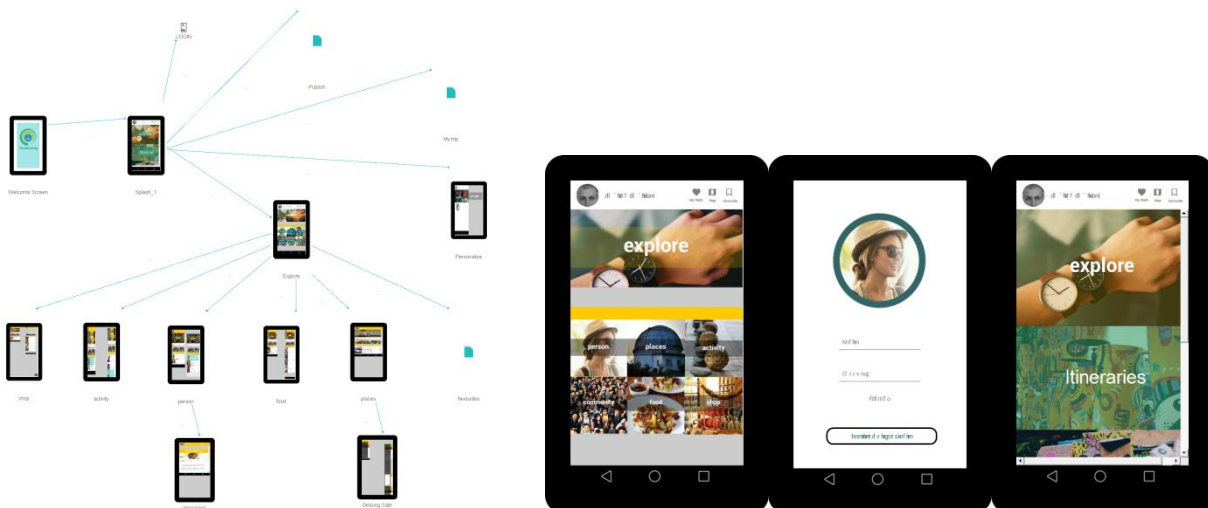
Mengambil dari bentuk kancing, dimana terdapat cekungan di bodi bagian tengah, berfungsi untuk menyelipkan dengan kulit. Produk yang dihasilkan dapat menjadi gantungan kunci atau gelang. Komponen di dalam terdiri dari NFC Tag yang berfungsi menyimpan data perjalanan user dalam berwisata. Produk ini berfungsi



Gambar 5 NFC Scanner

NFC Scanner

Sebuah perangkat yang berfungsi sebagai mengambil data dari NFC Traveller. Perangkat ini akan digunakan oleh calon industri pariwisata. Dengan memberikan data, wisatawan akan mendapatkan perlakuan khusus seperti diskon sesuai dengan kebijakan industri pariwisata yang bersangkutan. Data tersebut akan digunakan untuk pemerintah sebagai sampel data penyebaran wisatawan di Bandung.



Gambar 6 Aplikasi Liku Bandung

Aplikasi Liku Bandung

Merupakan aplikasi yang menjadi pusat informasi pariwisata Bandung bertujuan membantu wisatawan menentukan rencana perjalanan di Bandung. Informasi Pariwisata di aplikasi ini merupakan informasi yang diberikan dari masyarakat Bandung sendiri, sehingga memungkinkan wisatawan mendapatkan informasi langsung dari rakyat Bandung sendiri (bersifat local wisdom). Aplikasi ini dapat diakses oleh wisatawan melalui NFC Wristband.

Penutup

Mendesain *user experience* khususnya untuk kota Bandung memerlukan kajian yang lebih dalam. Setelah diselediki lebih dalam, banyak celah yang ditemukan penulis untuk meningkatkan kualitas pariwisata di kota Bandung. Sistem informasi Likubandung merupakan salah satu cara yang diajukan penulis untuk menjadi solusi peningkatan pariwisata, dengan memberikan informasi kepada wisatawan yang datang ke Bandung serta menjadi wadah untuk komunikasi

antara warga Bandung dengan wisatawan. Dengan ini diharapkan sesuai dengan konsep City Branding yang diajukan pada 2014 lalu, yaitu Friendly Bandung. Likubandung adalah salah satu cara untuk menunjukkan keramahan warga Bandung dalam menjamu tamu.

Kajian produk *tangible* yang dikaitkan dengan sistem informasi sangat bergantung pada teknologi. Masih banyak peluang teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk dijadikan solusi untuk informasi pariwisata. Untuk melakukan eksplorasi teknologi, memerlukan waktu yang cukup banyak agar mendapatkan solusi yang tepat sasaran.

Pembimbing

Artikel ini merupakan laporan perancangan Tugas Akhir Program Studi Sarjana Desain Produk FSRD ITB. Pengerjaan tugas akhir ini disupervisi oleh pembimbing Dr. Dudy Wiyancoko.

Daftar Pustaka

Pendit, Nyoman S. 1990. *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Bali: Pradnya Paramita.

Amor Patria, Teguh. 2014. *Telusur Bandung* : Kompas Gramedia. Jakarta

Neufert, Peter, Ernst. (2000) . *Architects Data Third Edition*.Wiley; New York

Moggridge, Bill. (2007). *Designing Interactions*. The MIT Press; London.

Lidwell, William. Holden, Kritina. Butler, Jill. (2003). *Universal Principles of Design*. Rockport Publisher Inc; Massachusetts

Martin, Bella. Haningron, Bruce. (2003). *Universal Methods s of Design*. Rockport Publisher Inc; Massachusetts

Internet :

wearabledevices.com. *Introduction to Wearable Technology*. Diambil dari website <http://www.wearabledevices.com/what-is-a-wearable-device/> . Diakses 4 Januari 2015

Forbes.com. *The Rising Wave Of Millennial Travelers*. Diambil dari website <http://www.forbes.com/sites/tanyamohn/2014/11/08/the-rising-wave-of-millennial-travelers>. Diakses 4 Januari 2015