

# ANALISIS KEBUTUHAN UNTUK OPTIMALISASI PROMOSI OBJEK WISATA DI DKI JAKARTA DALAM PENGEMBANGAN APLIKASI BERBASIS MOBILE

Jumail<sup>1\*</sup>, Eka Budhy Prasetya<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta Pusat  
Jalan Cempaka Putih Tengah 27 Jakarta Pusat 10510

\*Email : jumail@ftumj.ac.id

## ABSTRAK

Provinsi DKI Jakarta sebagai ibukota negara dengan luas wilayah 664,01 km<sup>2</sup> telah menjadi ikon dan pintu masuk utama negara Indonesia. Sebagai ibukota negara dengan 6 wilayah administrasi Provinsi DKI Jakarta tidak hanya menyimpan potensi ekonomi yang berlimpah, tetapi juga menyediakan banyak potensi wisata yang dapat di akses oleh wisatawan baik lokal maupun internasional. Potensi yang variatif tersebar di menjadi kelebihan yang dapat di tawarkan kepada wisatawan. Rendahnya jumlah wisatawan yang datang ke DKI Jakarta jika dibandingkan dengan beberapa kota di Indonesia dan beberapa kota di negara lain, menjadi sesuatu yang perlu untuk di evaluasi. Promosi menjadi salah satu poin yang menjadi pembahasan didalam penelitian ini. Kebutuhan masyarakat akan informasi yang dibutuhkan pada saat mempersiapkan aktivitas berwisata menjadi hal yang penting untuk di fasilitasi didalam konten promosi yang di tawarkan. Metode penelitian deskriptif menjadi pilihan untuk mendapatkan data terkait kebutuhan masyarakat tentang apa yang mereka butuhkan dalam mempersiapkan aktivitas berwisata. Survey secara langsung dan mengumpulkan data-data sebagai fakta yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang bersentuhan langsung dengan kegiatan berwisata akan menjadi materi yang akan dibutuhkan didalam analisis untuk mendapatkan referensi terbaik dalam pembuatan promosi yang tepat sesuai kebutuhan masyarakat.

**Kata kunci:** promosi, metode deskriptif, analisis data, sistem informasi, pariwisata

## ABSTRACT

DKI Jakarta as the capital of the country with an area of 664.01 km<sup>2</sup> has become an icon and the main entrance of the country of Indonesia. As the capital of the country with 6 administrative regions of DKI Jakarta Province not only save the abundant economic potential, but also provides many tourism potential that can be accessed by tourists both local and international. The varied potentials are spread out to be an excess that can be offered to tourists. The low number of tourists who come to DKI Jakarta when compared to some cities in Indonesia and some cities in other countries, becomes something that needs to be evaluated. Promotion becomes one of the points that become the discussion in this research. The public need for the information needed when preparing the tour activities becomes important for facilitation in the promotional content on offer. Descriptive research methods become an option to get data related to the needs of the community about what they need in preparing for travel activities. Surey directly and collect data as facts collected from sources in direct contact with travel activities will be the material that will be needed in the analysis to get the best reference in making the right promotion according to the needs of the community.

**Keywords :** promotion, descriptive method, data analysis, information system, tourism.

## PENDAHULUAN

Sebagai kota metropolitan Provinsi DKI Jakarta menyediakan berbagai spot wisata berbelanja, hiburan, dan kewirausahaan. DKI Jakarta juga kaya

akan percampuran budaya, menjadikan Provinsi DKI Jakarta menjadi satu provinsi yang kaya akan kesenian dan budaya. Hal ini menjadi modal utama bagi Provinsi

DKI Jakarta untuk menarik wisatawan dari luar kota Jakarta maupun dari luar negeri untuk datang berwisata di Provinsi DKI Jakarta. Selain sebagai kota yang sibuk dengan hiruk pikuk aktivitas warga nya, Provinsi DKI Jakarta juga menyimpan potensi wisata alam seperti pantai, pulau, tematik serta taman bermain yang indah, sehingga dapat menjadi spot yang menarik untuk dikunjungi para wisatawan.

Potensi yang melimpah akan sangat disayangkan jika tidak diketahui oleh target wisatawan. Kurang nya informasi resmi terkait dengan objek wisata di Provinsi DKI Jakarta akan sangat merugikan karena potensi yang ada tidak dapat terekspos. Promosi dengan konten yang tepat dan sesuai akan bermanfaat bagi masyarakat dalam mempersiapkan aktivitas berwisatanya.

Penggunaan teknologi berbasis mobile dan sistem informasi yang dapat diakses secara online menjadi salah satu cara yang saat ini banyak di gunakan masyarakat untuk mendapatkan informasi apa saja yang mereka butuhkan, salah satunya adalah informasi wisata. Informasi terkait kebutuhan apa yang diperlukan oleh masyarakat akan menjadi referensi dalam optimalisasi promosi wisata DKI Jakarta. Informasi objek wisata, biaya, lokasi, promosi yang ditawarkan, dan paket-paket wisata yang menarik pada objek wisata yang ingin di tuju menjadi beberapa hal penting yang sering menjadi keyword pencarian para wisatawan.

Dalam penelitian ini akan dilakukan analisis kebutuhan informasi didalam rangka pengembangan perancangan aplikasi sistem informasi pencarian objek wisata berbasis mobile bagi optimalisasi promosi objek wisata di DKI Jakarta. Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi secara langsung ke beberapa lokasi wisata dan melakukan penyebaran questionnaire. Tujuan dari pengumpulan data adalah untuk mendapatkan fakta-fakta dilapangan yang dapat mendukung penelitian untuk

memperoleh informasi yang benar tentang kebutuhan masyarakat dalam berwisata.

Metode penelitian deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan, menginterpretasikan sesuatu fenomena yang terjadi sesuai dengan fakta-fakta yang terjadi di masyarakat.

#### **DATA YANG DIBUTUHKAN**

Rumusan masalah untuk mengetahui bagaimana permasalahan dapat di selesaikan melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Persiapan apa yang di lakukan oleh wisatawan ketika akan berwisata
2. Informasi apa yang di perlukan oleh wisatawan dalam mempersiapkan wisata
3. Media apa yang di pergunakan oleh wisatawan untuk mendapatkan informasi tentang objek wisata
4. Darimana informasi tentang objek Wisata di DKI Jakarta di peroleh wisatawan.
5. Apakah penggunaan aplikasi berbasis pencarian lokasi seperti aplikasi peta untuk penunjuk arah penting didalam aktivitas berwisata.

#### **PENGUMPULAN DATA**

Pengumpulan data dilakukan dengan dua metode, yaitu dengan penyebaran questionnaire dan observasi. Penyebaran questionnaire di lakukan dengan melakukan kunjungan langsung ke beberapa objek wisata di DKI Jakarta dan menyebarkan questionnaire ke 30 pengunjung secara acak untuk mendapatkan informasi secara langsung dari wisatawan terkait:

1. Apa saja informasi yang dicari sebagai persiapan sebelum mengunjungi suatu objek wisata?
  2. Bagaimana mendapatkan informasi tentang objek wisata yang ingin dikunjungi?
1. Media apa yang digunakan untuk pencarian informasi objek wisata?

2. Apakah perlu untuk mendapatkan informasi tentang posisi objek wisata melalui peta atau penunjuk arah?
3. Apakah aplikasi berbasis peta / GIS dapat membantu anda dalam berwisata?

Metode pengumpulan data yang lain adalah melalui observasi yaitu dengan melakukan pencarian fakta-fakta dari sumber-sumber yang valid, sehingga dapat digunakan sebagai pembanding dan referensi pada penelitian ini untuk peningkatan promosi wisata.

#### **PENGOLAHAN DATA QUESTIONNAIRE DAN HASIL**

Sebanyak 30 *Questionnaires* di sebarakan kepada para wisatawan yang mengunjungi mengunjungi beberapa objek wisata seperti Kebun Binatang Ragunan, Taman Mini Indonesia Indah (TMII), Tugu Monumen Nasional, Monumen Lubang Buaya / Monumen Pancasila Sakti, dan Perpustakaan Nasional. Pertanyaan-pertanyaan yang di ajukan dalam questionnaire bertujuan untuk mendapatkan informasi terkait persiapan wisata dan pemanfaatan aplikasi berbasis peta GIS didalam persiapan berwisata saat ini.

Pada sub bab ini akan di bahas tentang pengolahan data hasil penyebaran questionnaire, dan melakukan analisis untuk membuat hasil kesimpulan yang di terapkan dalam design aplikasi berbasis

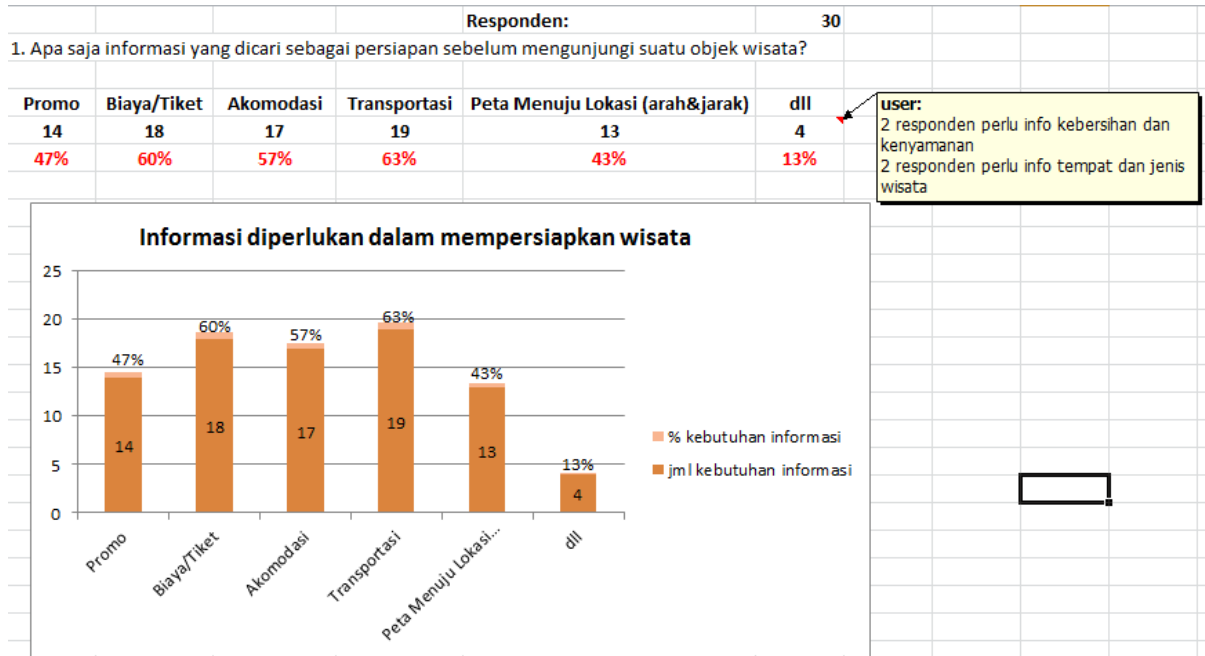
GIS untuk optimalisasi promosi wisata DKI Jakarta.

Data hasil penyebaran questionnaire melibatkan 30 responden dari 3 tempat berbeda yaitu taman mini Indonesia indah (TMII), monumen nasional (MONAS), dan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Jakarta (FT-UMJ), yang dilakukan pada tanggal (27 mei), (24 juni), (30 juli) 2017, diperoleh data sebagai berikut:

1. Apa saja informasi yang dicari sebagai persiapan sebelum mengunjungi suatu objek wisata?

Berdasarkan data questionnaire, dimana responden menjawab secara bebas sesuai dengan pengalaman dan kebutuhannya diperoleh hasil sebagai berikut:

- ✓ Promo : 47%
- ✓ Biaya / Tiket : 60%
- ✓ Akomodasi : 57%
- ✓ Transportasi : 63%
- ✓ Peta lokasi (arah & jarak): 47%
- ✓ dll..... : 13% meliputi informasi tentang kebersihan, kenyamanan, dan jenis wisata.

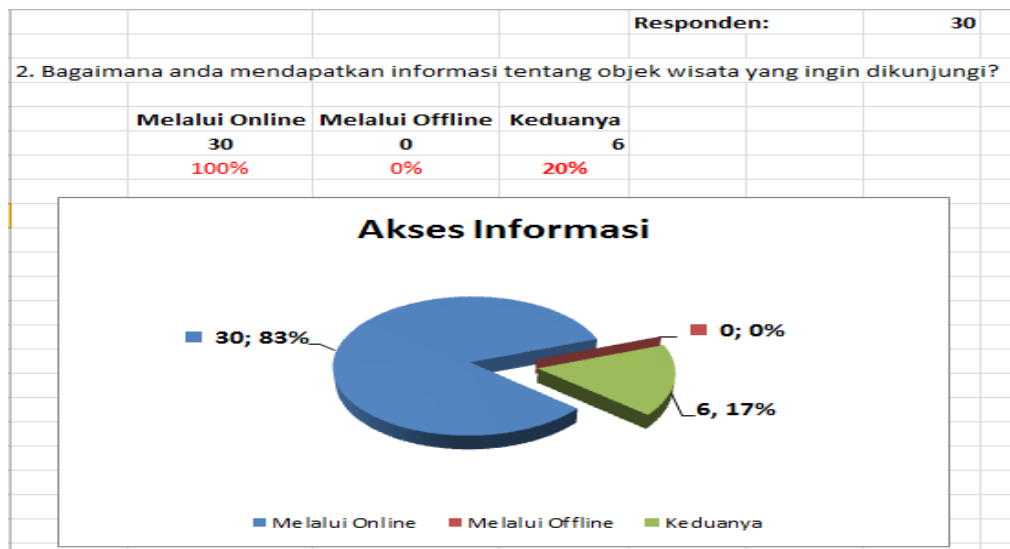


Gambar 1. Grafik kebutuhan informasi dalam rangka persiapan wisata oleh masyarakat

2. Bagaimana mendapatkan informasi tentang objek wisata yang ingin dikunjungi?

mencari informasi melalui online, 17% mengakses melalui keduanya Online dan Offline, dan 0% atau tidak ada lagi yang mengakses informasi melalui offline.

Berdasarkan hasil pengumpulan data, 83% masyarakat dan wisatawan



Gambar 2. Akses informasi masyarakat/wisatawan untuk mendapatkan informasi wisata.

3. Media apa yang digunakan untuk pencarian informasi objek wisata?

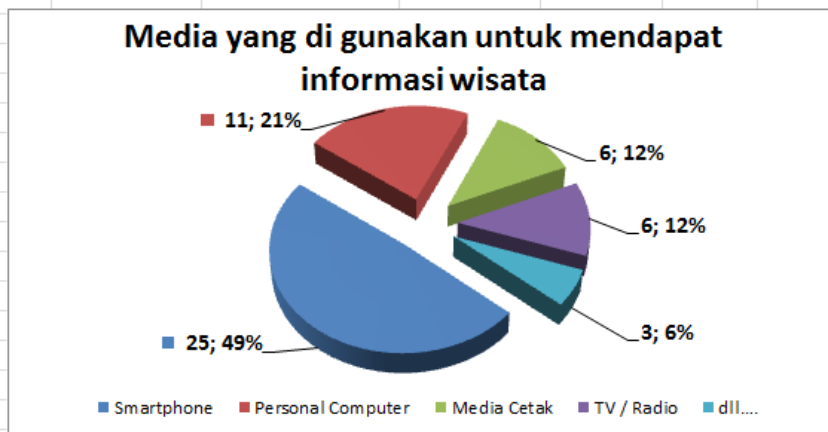
Informasi terkait media yang sering digunakan oleh masyarakat / wisatawan untuk mendapatkan informasi adalah:

- ✓ Smartphone : 49% atau total 25 dari 30 respond yang disediakan
- ✓ Personal Computer: 21% atau total 11 dari 30 respond yang disediakan
- ✓ Media Cetak : 12% atau total 6 dari 30 respond yang disediakan

- ✓ TV / Radio : 12% atau total 6 dari 30 respond yang disediakan
- ✓ dll.... : 6% atau total 3 dari 30 respond yang disediakan.

Menggunakan informasi dari kawan/kerabat.

					Responden:	30
3. Media apa yang digunakan untuk pencarian informasi objek wisata?						
Smartphone	Personal Computer	Media Cetak	TV / Radio	dll....	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">                     user:                      Responden mendapatkan informasi dari Teman/Kerabat                 </div>	
25	11	6	6	3		
83%	37%	20%	20%	10%		



Gambar 3. Penggunaan media untuk pencarian informasi wisata

4. Seberapa perlukah mendapatkan informasi tentang posisi objek wisata, arah, dan jarak tempuh

menuju objek wisata di DKI Jakarta? *Pilih salah satu jawaban saja.*



Gambar 4. Tingkat keperluan penggunaan peta didalam aktivitas

berwisata di DKI Jakarta Berdasarkan grafik pada Gambar 4, menunjukkan bahwa 87% masyarakat / wisatawan **sangat memerlukan** peta sebagai pendukung aktivitas wisata mereka.

5. Bagi anda, apakah aplikasi berbasis peta / GIS saat ini dapat membantu anda dalam berwisata? Berikan alasan atas jawaban anda.  
*Pilih salah satu jawaban saja.*

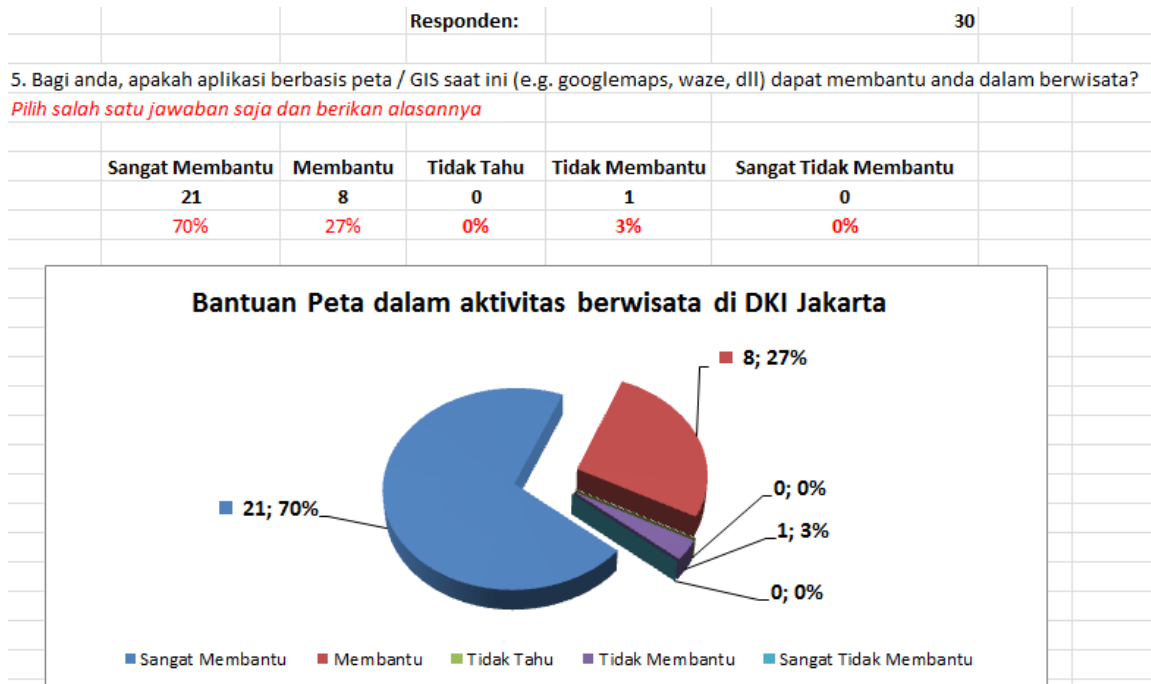
Pada tahap ini, responden memberikan respon terkait dengan manfaat peta di dalam aktivitas wisata mereka adalah sebagai berikut:

- ✓ Sangat Membantu : 70%
- ✓ Membantu : 27%
- ✓ Tidak Tahu : 0%
- ✓ Tidak Membantu : 3%
- ✓ Sangat Tidak Membantu : 0%

Dapat terlihat bahwa penggunaan aplikasi berbasis peta / GIS setidanya 97% berpendapat dapat membantu

aktivitas wisata di DKI Jakarta, dengan berbagai alasan diantaranya:

- 1) Mencari jalur yang mudah dan terhindar dari kemacetan
- 2) Praktis
- 3) Mendapatkan jalur tercepat mencapai tujuan
- 4) Mengetahui jarak dan posisi tempat wisata
- 5) Membantu pencarian lokasi secara real-time
- 6) Karena luas wilayah Jakarta maka perlu peta
- 7) Menunjukkan arah yang lebih mudah dan nyaman
- 8) Membantu saat tersesat
- 9) Mengetahui akses menuju objek wisata, karena tidak semua orang tahu
- 10) Bagi orang baru dapat di permudah dengan peta
- 11) Perlu peta untuk estimasi waktu dan jarak
- 12) Mudah menemukan lokasi wisata
- 13) Mengetahu jarak dan reviewnya
- 14) Membantu menunjuk arah menuju objek wisata
- 15) Agar tidak tersesat arah



Gambar 5. Manfaat peta di dalam aktivitas berwisata

Berdasarkan penjelasan pada fase ini, di eroleh bahwa penggunaan peta bermanfaat dengan berbagai alasan pendukung. Walau masih ada respond 3% yang menyatakan tidak membantu, tetapi tidak di dukung dengan alasan, mengapa tidak membantu. Dari seluruh respnd yang ada 97% menyatakan penggunaan peta didalam aktivitas berwisata adalah membantu sehingga sangat membantu.

#### HASIL ANALISIS

Observasi dilakukan dengan mengadakan survey di beberapa situs untuk mendapatkan informasi perkembangan pariwisata DKI Jakarta, dan perbandingan dengan pariwisata di kota-kota lainnya. Selain itu trend penggunaan aplikasi mobile juga menjadi materi observasi dalam penelitian ini.

#### Trend Penggunaan Aplikasi Mobile berbasis Android

Berdasarkan data yang di publikasi pada web data.jakarta.go.id pada 2014 terdapat

populasi penduduk DKI Jakarta sebesar 10,012,271 terdiri dari usia 0 s/d >75 tahun. Dari data tersebut sebesar 5,797,777 adalah penduduk DKI Jakarta produktif dari usia remaja sampai dewasa yang berusia 15 s/d 49 tahun [7]. Usia dibawah dibawah 18 s/d 30 tahun adalah usia dimana memiliki aktivitas penggunaan aplikasi mobile yang tinggi [8], di Jakarta tingkat populasi dalam usia ini antara 10 s/d 30 tahun berjumlah 3,936,362 jiwa[7]. Berdasarkan statistik yang di publikasikan oleh *dailysocial.id* menunjukkan bahwa trend penggunaan aplikasi mobile berdasarkan tingkat usia adalah berbeda-beda. Penggunaan aplikasi social-media dan chat masih menduduki peringkat tertinggi untuk seluruh tingkat usia. Namun point penting terkait dengan penelitian ini adalah penggunaan aplikasi untuk melihat peta dan arah “*look up maps and direction*” memiliki trend sebesar 45% dari 1,500 sample pengguna dan berada pada usia antara 18 s/d 25 tahun, dan 41% untuk pengguna aplikasi dengan usia di atas 30 tahun [8].

### Perbandingan Jumlah Wisatawan

Perbandingan jumlah wisatawan yang datang ke DKI Jakarta berbanding kota-kota besar lainnya di Indonesia dan juga di Luar Negeri. Beberapa kota di Indonesia yang terkenal dengan objek wisatanya seperti Yogyakarta, Bandung, dan Malang sektor pariwisatanya telah pesat berkembang dan dikenal luas, dan beberapa kota di luar negeri seperti Kuala Lumpur, Bangkok, dan Singapore juga memiliki jumlah wisatawan melampaui wisatawan internasional yang datang ke DKI Jakarta, walau secara luas wilayah dan potensi wisata DKI Jakarta memiliki banyak kelebihan.

Kuala Lumpur dengan luas wilayah hanya 243 km<sup>2</sup> mampu mengungguli DKI Jakarta yang memiliki luas 664,01 km<sup>2</sup> dari jumlah wisatawan yang datang. Pada tahun 2015 saja total wisatawan yang datang ke Kuala Lumpur mencapai 11 juta orang, dan memberikan hasil sebesar 50 miliar Ringgit Malaysia [10], sedang pada tahun yang sama jumlah wisatawan yang datang ke DKI Jakarta masih di bawah 200,000 wisatawan [11][12]. Begitu juga dengan kota-kota lain seperti Bangkok, dan Singapura yang mampu menjaring wisatawan lebih baik berbanding DKI Jakarta.

### KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menyangkut kebutuhan informasi yang dapat di jadikan referensi dalam perancangan sistem informasi berbasis android untuk optimalisasi promosi wisata di DKI Jakarta.

Didalam mempromosikan pariwisata, kebutuhan informasi menjadi pertimbangan utama

Informasi yg dibutuhkan tentang promo, biaya/tiket, akomodasi, transportasi, dan peta dimasukkan dalam materi promosi.

83% masyarakat menggunakan media online untuk mencari informasi wisata, dan

17% melakukan pencarian informasi online dan offline.

Smartphone adalah media perangkat keras yang paling banyak di gunakan oleh masyarakat untuk mencari informasi pariwisata.

### DAFTAR PUSTAKA

- Cahyo Pramono. "Optimalisasi Media Promosi". website: <http://www.cahyopramono.com/2007/08/optimalisasi-media-promosi.html>
- V. H. Gonzalez-Jaramillo, "Use of geographic information systems with open source solutions, an approach to access edemocracy & egovernment," *eDemocracy & eGovernment (ICEDEG)*, 2015 *Second International Conference on*, Quito, 2015, pp. 7-8.
- X. Mao, Q. Li, Z. Zhang and Q. Zhu, "Application of Spatial Information Search Engine Based on Ontology in Public Health Emergence," *2009 3rd International Conference on Bioinformatics and Biomedical Engineering*, Beijing, 2009, pp. 1-4.
- Nazruddin Safaat H. *Pemrograman Aplikasi Mobile Smartphone dan Tablet PC Berbasis Android : Informatika Jakarta, Revisi 2*, 2014.
- Saputra Agus, *Mengenal Aspek dan Bisnis Location Based Service*, Gramedia IKAPI, 2003.
- Ismayanti, *Pengantar Pariwisata*, Bandung : Grasindo, Edisi 1, 2011.
- Jakarta Open Data. *Data Penduduk DKI Jakarta berdasarkan Usia*. Sample data 2014. Dinas Komunikasi, Informatika, Dan Statistik Provinsi Dki Jakarta. URL: <http://data.jakarta.go.id/dataset/jumlah-penduduk-dki-jakarta-berdasarkan-usia>.
- Dailysocial. *Memahami trend pengguna Smartphone di Indonesia berdasarkan Usia*. Dailysocialid. 2016. URL: <https://dailysocial.id/post/memahami-tren-penggunaan-smartphone-di-indonesia-berdasarkan-usia>



Kementrian Dalam Negeri RI. *Profile Provinsi DKI Jakarta*. 2015. URL: <http://www.kemendagri.go.id/pages/profil-daerah/provinsi/detail/31/dki-jakarta>

Aizyl Azlee. KL targets 12 million international tourist arrivals for 2016. Malay Mail Online. 2016. URL: <http://www.themalaymailonline.com/malaysia/article/kl-targets-12-million-international-tourist-arrivals-for-2016#y4tdJRLG3mctmviv.97>

Trading Economics. *Indonesia Tourist Arrivals*. 2017. URL: <https://tradingeconomics.com/indonesia/tourist-arrivals>

Indonesia.travel. *in 2017 Indonesia targets 15 million tourist, or a phenomenal 25 percent growth*. 2017. URL: <http://www.indonesia.travel/en/post/in-2017-indonesia-targets-15-million-tourists-or-a-phenomenal-25-percent-growth>