BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Kota Bandung merupakan kota metropolitan terbesar di Jawa Barat sekaligus ibu kota provinsi Jawa Barat. Kota ini terletak di 140 km sebelah tenggara Jakarta. Kota Bandung berbatasan dengan kota Cimahi serta kabupaten Bandung. Bentuk kota Bandung yang menyerupai huruf L yang diposisikan vertikal terbagi kedalam enam wilayah, yaitu wilayah Bojonagara, wilayah Cibeunying, wilayah Tegalega, wilayah Karees, wilayah Ujung Berung dan wilayah Gede Bage. Keindahan suasana yang dimiliki kota Bandung membuatnya dijuluki berbagai macam sebutan diantaranya kota Kembang serta Parijs van Java. Kota Bandung disebut sebagai kota Kembang karena pada jaman dulu kota ini dinilai sangat cantik dengan banyaknya pohon-pohon dan bunga-bunga yang tumbuh di sana, sedangkan sebutan Parijs van Java melekat karena kota Bandung memiliki suasana yang serupa dengan kota Paris di Perancis dengan suasana serta gaya hidup masyarakat Bandung pada jaman dulu. Kata "Bandung" sendiri berasal dari kata bendung atau bendungan. Kata tersebut didapat dari terbendungnya sungai Citarum oleh lava Gunung Tangkuban Perahu yang lalu membentuk telaga dan menjadi cikal bakal kota Bandung. Menurut legenda, nama "Bandung" diambil dari sebuah kendaraan air yang terdiri dari dua perahu yang diikat berdampingan yang disebut perahu bandung yang digunakan oleh Bupati Bandung, R.A. Wiranatakusumah II, untuk melayari Citarum dalam mencari tempat kedudukan kabupaten yang baru untuk menggantikan ibukota yang lama di Dayeuhkolot.

Saat ini kota Bandung telah menjadi salah satu tujuan wisata utama di Indonesia. Wisatawan dari dalam maupun luar negeri memenuhi jalanan kota Bandung setiap akhir pekan. Jumlah kunjungan ke kota Bandung pun terus meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik

kota Bandung jumlah kunjungan wisatawan ke kota Bandung pada tahun 2011 mencapai 76 juta (www.bandung.go.id, 14 Desember 2012), itu berarti rata-rata Bandung yang memiliki luas wilayah 167,67 kilometer persegi dikunjungi oleh 6 juta wisatawan setiap bulannya. Keindahan kota Bandung telah dimanfaatkan menjadi sumber pendapatan daerah dari sektor pariwisata.

Kota Bandung memiliki suasana yang nyaman untuk ditinggali dengan keadaan udara yang sejuk sehingga membuat banyaknya daerah tujuan wisata yang terdiri dari beragam jenis mulai dari wisata sejarah hingga wisata belanja dan kuliner. Berdasarkan data dari Disbudpar kota Bandung, terdapat 253 objek wisata di kota Bandung yang terdiri dari museum, tempat hiburan dan sarana rekreasi. Sedangkan sarana wisata yang berada di kota Bandung berjumlah 981 sarana yang terdiri dari hotel, tempat makan dan usaha perjalanan wisata (www.bandungtourism.com, 26 Desember 2012).

Berdasarkan hal-hal yang telah dipaparkan sebelumnya, dengan banyaknya jumlah tempat dan sarana wisata di kota Bandung, pusat informasi pariwisata kota Bandung sangat efektif jika ditampilkan dalam media internet. Pemerintah Kota Bandung telah menyadari hal tersebut, saat ini kota Bandung telah memiliki pusat informasi pariwisata pada media internet dengan nama Bandung Tourism.

Bandung Tourism merupakan situs web resmi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. Situs ini berada di peringkat 420.319 dunia berdasarkan peringkat traffic alexa dalam 3 bulan terakhir dan peringkat 12.418 di Indonesia dengan pengunjung terbanyak dari Indonesia sebesar 90 persen (www.alexa.com, 23 Januari 2013). Sebagai situs resmi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, Bandung Tourism memuat informasi tentang objek dan sarana pariwisata yang ada di kota Bandung. Situs Bandung Tourism juga menyediakan informasi acara yang akan digelar di kota Bandung, informasi cuaca dan peta kota Bandung. Pada halaman *home* terdapat *link download* dokumen portabel (PDF/*portable document format*) peraturan daerah kota Bandung tentang penyelenggaraan kepariwisataan. Selain itu pada

halaman *tourism office* terdapat informasi mengenai profil Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung serta *link download* peraturan daerah tentang kepariwisataan.

Situs Bandung Tourism masih memiliki kelemahan yaitu tampilan antar muka yang dapat membuat bingung karena navigasi yang sulit dimengerti, serta sebagai situs informasi pariwisata kota Bandung, tampilan visual situs Bandung Tourism belum merepresentasikan pariwisata yang ada di kota Bandung yang beragam serta khas. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian yang penulis lakukan pada bulan April 2013 dalam menggali respons pengunjung terhadap tampilan visual situs Bandung Tourism kepada 57 responden, sebanyak 76,4% responden menganggap tampilan antar muka situs Bandung Tourism membingungkan. Hal tersebut dikarenakan para responden merasa kesulitan dalam menjalankan/menavigasikan situs tersebut. Selain itu sebanyak 60,7% responden berpendapat bahwa situs Bandung Tourism belum merepresentasikan pariwisata di kota Bandung dan 64,7% responden menyatakan situs Bandung Tourism perlu untuk di desain ulang.

Dengan adanya hal tersebut maka perlu dilakukan perancangan ulang tampilan visual situs Bandung Tourism agar tercipta tampilan visual yang dapat merepresentasikan pariwisata kota Bandung serta mempermudah penginformasian potensi pariwisatanya.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka dapat diidentifikasikan masalah sebagai berikut:

- Situs Bandung Tourism masih kurang efektif karena masyarakat kesulitan untuk mengoperasikan situs tersebut.

- Masyarakat menganggap tampilan visual Bandung Tourism masih belum mewakili kekhasan/identitas pariwisata di kota Bandung sendiri.

I.3 Rumusan Masalah

Dari pengidentifikasian masalah diatas dapat dirumuskan masalah yaitu:

- Bagaimana merancang situs pariwisata yang efektif untuk menginformasikan pariwisata kota Bandung pada media *online*?
- Bagaimana merancang tampilan visual situs yang merepresentasikan kekhasan/identitas pariwisata di kota Bandung?

I.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam perancangan ini yaitu perancangan ulang tampilan visual situs Bandung Tourism sehingga memiliki navigasi yang baik juga merepresentasikan identitas wisata kota Bandung. Hal ini dilatarbelakangi oleh tampilan visual situs Bandung Tourism yang masih belum mewakili kekhasan/identitas pariwisata di kota Bandung.

I.5 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ulang tampilan visual situs Bandung Tourism adalah:

- Mempermudah penginformasian potensi wisata kota Bandung sehingga kunjungan pariwisata ke kota Bandung meningkat
- Tampilan visual situs Bandung Tourism sebagai pusat informasi resmi pariwisata kota Bandung dapat menjadi identitas pariwisata kota Bandung di media internet