

PERANCANGAN *PROTOTYPE* APLIKASI *MOBILE* UNTUK PERENCANAAN PERJALANAN WISATA

Muhammad Malik Al-Husein¹, Dicky Hidayat² dan Diena Yudiarti³

^{1,2,3} *Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257*
malikalhusein@student.telkomuniversity.ac.id, dickyhidayat@telkomuniversity.ac.id,
dienayud@telkomuniversity.ac.id

Abstrak: Dewasa ini, liburan telah menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat Indonesia. Sementara itu Indonesia memiliki berbagai destinasi wisata yang berlimpah, baik yang sudah dibuka untuk umum, maupun yang masih belum terjamah, atau populer disebut *hidden gem/hidden paradise*. Akan tetapi, banyak terjadi kasus wisatawan lokal yang kebingungan dalam mencari dan memilih destinasi wisata di wilayah tertentu. Sebagai contoh, Yogyakarta terkenal sebagai salah satu destinasi wisata. Namun ketika wisatawan dari luar daerah berlibur ke Yogyakarta, ia memiliki keterbatasan informasi mengenai objek wisata mana saja yang dapat ia kunjungi dalam jadwal berliburnya. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, kuesioner, observasi, dan studi pustaka, untuk meneliti kasus ini dibutuhkan pendalaman dan perancangan dengan menggunakan metode *Design thinking* untuk mengulas dan memecahkan permasalahan tersebut. Dari hasil perancangan tersebut diharapkan mampu menghasilkan prototipe aplikasi yang focus pada perencanaan perjalanan berbasis *holiday itinerary* yang mampu memberikan solusi atas permasalahan yang dialami oleh wisatawan.

Kata kunci: Liburan, Kearifan Lokal, *Itinerary Planner*, *Design Thingking*

Abstract: Today, holidays have become one of the needs for the people of Indonesia. Meanwhile, Indonesia has a variety of abundant tourist destinations, both those that have been opened to the public, and those that are still unspoiled, or popularly called *hidden gems / hidden paradise*. However, there are many cases of local tourists who are confused in finding and choosing tourist destinations in certain areas. For example, Yogyakarta is famous as one of the tourist destinations. However, when tourists from outside the area vacation in Yogyakarta, he has limited information about which attractions he can visit in his vacation schedule. Based on data obtained from interviews, questionnaires, observations, and literature studies, to examine this case, deepening and designing using the *Design thinking* method is needed to review and solve these problems. From the results of the design, it is expected to be able to produce a prototype application that focuses on holiday itinerary-based travel planning that is able to provide solutions to the problems experienced by tourists.

Keywords: Vacation, Local Wisdom, *Itinerary Planner*, *Design Thingking*

PENDAHULUAN

Liburan merupakan aktivitas untuk melepaskan diri dari rutinitas penat sehari-hari, biasanya dilakukan bersama keluarga, teman, atau orang tercinta. Dalam pandangan (Ilham, 2018), liburan mencakup berbagai hal seperti bepergian, mencoba hal baru, dan memenuhi gaya hidup. Selain memberikan jeda pada rutinitas, liburan juga berfungsi memberikan ruang bernafas, meningkatkan semangat, dan kinerja. Tingginya minat masyarakat dalam berlibur membuat tempat-tempat tertentu seperti pegunungan, museum, dan desa pengrajin menjadi ramai, dan secara bertahap membawa dampak ekonomis bagi masyarakatnya yang kemudian dikenal sebagai industri pariwisata. Pariwisata sendiri mengacu pada perjalanan sementara waktu dari satu tempat ke tempat lain, dilakukan untuk kesenangan dan rekreasi, bukan untuk mencari nafkah, dan bisa dilakukan secara individu atau kelompok (Sugiyarto & Amaruli, 2018).

Dari berbagai negara yang kaya akan kekayaan budaya dan alam, Indonesia menjadi salah satu contohnya, yang menjadikan pariwisata sebagai salah satu sumber pendapatan utama. Data dari (BPS, 2022) menunjukkan bahwa perkembangan pariwisata di Indonesia sangat pesat, dengan jumlah wisatawan baik domestik maupun internasional yang meningkat tajam. Angka kunjungan wisatawan yang terus meningkat ini menandakan nilai kapital industri pariwisata di Indonesia yang semakin besar dari tahun ke tahun.

Daerah Istimewa Yogyakarta adalah wilayah yang memiliki banyak potensi destinasi wisata, termasuk wisata alam, sejarah, budaya, dan kuliner. Beberapa destinasi, seperti *hidden gem* atau *hidden paradise*, belum banyak terjamah. Namun, banyak wisatawan domestik dan luar daerah yang mengalami kebingungan dalam mencari dan memilih destinasi wisata di daerah tersebut. Mereka kesulitan menentukan alternatif atau destinasi potensial yang ingin dikunjungi dan mencari tempat makan yang sesuai dengan destinasi sebelumnya. Beberapa faktor seperti banyaknya pilihan, kurangnya informasi lengkap,

perbedaan minat dan preferensi, serta keterbatasan biaya dan waktu turut berperan dalam kebingungan tersebut (Ariza & Yusendra, 2015).

Wisatawan saat ini memiliki kemudahan dalam merencanakan perjalanan dengan adanya *platform online* seperti Traveloka, PegiPegi, atau Tiket.com yang memungkinkan mereka melakukan riset dan pemesanan tiket secara mandiri. Meskipun *platform digital* semakin digemari dan populer daripada cara konvensional, belum ada platform yang menyediakan layanan *itinerary* atau perencanaan perjalanan yang lebih spesifik, terutama untuk wilayah domestik. Platform untuk *itinerary* seperti Tripit dari Amerika atau Triphobo dari India umumnya lebih umum digunakan oleh wisatawan asing atau mancanegara, sementara wisatawan domestik cenderung memiliki waktu liburan yang lebih pendek. Perbedaan ini dipengaruhi oleh iklim dan kalender akademik yang berbeda, sehingga wisatawan asing dapat memiliki liburan musim panas hingga 3 bulan, sedangkan wisatawan domestik di Indonesia hanya memiliki liburan antar semester sekitar 14 hari dan pekerja kantoran hanya 2-7 hari.

Perbedaan signifikan antara *itinerary platform* berskala internasional dengan *behavior* masyarakat Indonesia membuat *platform* tersebut kurang relevan. Sebagai gantinya, banyak orang menyerahkan rencana perjalanannya kepada agen *tour/travel* dengan destinasi umum dan kaku, atau mengandalkan Google dan media sosial untuk mengatur secara manual, mengakibatkan pembuatan *itinerary* menjadi tidak praktis dan efisien. Dalam era implementasi industri 4.0, masyarakat telah merangkul teknologi dengan menggunakan berbagai *platform* seperti Go-Jek, Grab, dan Traveloka karena merasa dipermudah. Oleh karena itu, ada peluang besar untuk menciptakan aplikasi *mobile* yang mengutamakan kebutuhan perencanaan perjalanan lokal. Dengan aplikasi ini, berbagai kebutuhan terkait perancangan *itinerary* dapat dipenuhi dalam satu tempat, sehingga wisatawan dapat dengan mudah merancang aktivitas perjalanan berlibur mereka.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian, terdapat dua jenis data yang digunakan, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari sumbernya melalui pengamatan, wawancara, dan kuesioner. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan pada *platform* serupa yang sudah ada, wawancara dilakukan dengan berbagai *stakeholder* terkait seperti *backpacker*, pemilik penginapan, praktisi *hotelier*, praktisi pariwisata, dan pihak terkait lainnya. Metode kuesioner digunakan untuk mengetahui perencanaan, kebiasaan, kebutuhan, dan saran fitur-fitur yang diperlukan dalam pengembangan aplikasi. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari sumber seperti peneliti lain, lembaga, dan penerbit melalui studi pustaka yang mencakup artikel dan jurnal terkait yang relevan dengan objek penelitian.

Metode analisis visual digunakan untuk mengolah data observasi dengan mengidentifikasi aspek visual, mencari informasi, pola, dan wawasan berdasarkan prinsip desain. Sementara itu, metode analisis matrix melibatkan pengorganisasian data dalam bentuk matrix atau tabel, yang memungkinkan penemuan hubungan dan pola antar data yang telah dikumpulkan.

Menurut Ar Razi, dkk (2018) *Design thinking* adalah sebuah metode proses berpikir komprehensif yang digunakan untuk menyelesaikan masalah dan menciptakan solusi inovatif, yang berfokus pada pengguna dengan memadukan tiga fase: *inspiration*, *ideation*, dan *implementation*.

Menurut Agung dkk. (2020) multimedia adalah sebuah teknologi yang didalamnya tersemat beberapa elemen media yang meliputi *video input* serta *auditory input* yang diramu dengan alur cerita kemudian disematkan dalam satu format digital yang dapat diakses dan dikonsumsi oleh pengguna. Multimedia dapat diaplikasikan ke dalam berbagai macam kegunaan seperti media pembelajaran, promosi, dan sebagainya.

Mobile apps adalah aplikasi yang dirancang untuk dijalankan dengan *mobile device* seperti smartphone, komputer tablet, atau perangkat lainnya. Biasanya aplikasi tersebut bisa didapatkan melalui *platform* penyedia layanan yang telah diberikan. (Fling, 2009).

Menurut Garrett (2010), *user experience* adalah sistem yang tersusun atas interaksi pengguna, produk, layanan, dan konteks penggunaan yang diintegrasikan untuk memenangkan kepercayaan dan kepuasan pengguna.

HASIL DAN DISKUSI

Pariwisata di era digital adalah industri pariwisata yang beradaptasi terhadap perkembangan teknologi terkini. Hal ini berkaitan dengan pemanfaatan infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi (TIK) seperti mendayagunakan sosial media untuk keperluan promosi, *website* sebagai media komunikasi resmi, mencari informasi melalui internet hingga melakukan pemesanan tiket melalui aplikasi *mobile*, dan lain sebagainya.

Di era digital, teknologi menjadi hal yang sangat lumrah digunakan untuk memfasilitasi kebutuhan para wisatawan demi meningkatkan pengalaman berliburnya. Seiring dengan hal tersebut, industri juga ikut berevolusi dan beradaptasi dengan kondisi. Habit atau kebiasaan baru pun perlahan muncul satu per satu, sebut saja: *staycation*, *healing*, *glamorous camping*, *bleisure*, *digital nomad*, dan lain sebagainya.

Pariwisata berbasis kearifan lokal adalah bentuk pengembangan industri pariwisata yang mendayagunakan aspek nilai – nilai lokal seperti adat, budaya, dan warisan sejarah suatu daerah sebagai daya tarik wisata. Hal ini juga ditekankan Darusiam dkk. (2018) bahwa hal ini juga mencakup pada pengembangan dan pelestarian kebudayaan serta warisan lokal suatu daerah atau tempat wisata, sehingga dapat memberikan pengalaman yang lebih berkesan bagi wisatawan dan

memperkaya pengetahuan serta pemahaman mereka tentang budaya dan kearifan lokal tersebut.

Dalam pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal, kuliner juga dijadikan sebagai salah satu pendukung yang penting. Dengan menghadirkan makanan dan minuman khas suatu daerah, pariwisata berbasis kearifan lokal dapat memberikan pengalaman wisata kuliner yang unik dan berbeda dari daerah lain.

Daerah Istimewa Yogyakarta					
Kabupaten/ Kota	Sleman	Bantul	Kota Yogyakarta	Kulon Progo	Gunungkidul
Domain wilayah	Area Gunung Merapi	Sepanjang Pantai Selatan	Area Malioboro	Sepanjang Pantai Selatan	Sepanjang Pantai Selatan
	Minggir	Kota Bantul	Kasultanan Kraton Ngayogyakarta	Area Curug/Mata Air	Area Gua
	Area Candi Prambanan	Area Perbukitan Imogiri- Dlingo (Mangunan)	Kotagede	Area Pegunungan Menoreh	Area Nglanggeran
	Kuliner	Kuliner	Kuliner	Kuliner	Kuliner

Sumber: dokumentasi penulis

Berdasarkan observasi destinasi wisata yang telah dilakukan sebelumnya, baik untuk mencari lokasi persebaran destinasi wisata, potensi wisata sekitar, mapping domain wilayah lokasi, hingga penentuan harga. Maka dapat ditarik kesimpulan untuk progres algoritma rekomendasi dilakukan berdasarkan domain wilayah wisata, hal ini dilakukan supaya jangkauan jarak antar wisata tidak terlalu jauh sehingga wisata dapat dengan mudah menjangkau destinasi tersebut.

Sementara untuk proses pembuatan aplikasi dibutuhkan pemahaman pangsa dan kemauan pasar yang *up to date* dengan perkembangan wisata. Hal ini menjadi kunci utama dalam merancang bisnis yang *sustainable*. Karena itu pada proses wawancara yang dilakukan oleh sejumlah orang didapati bahwa dalam merancang desain UI untuk aplikasi pariwisata, praktisi UI/UX menekankan

pentingnya memahami target audien dan identitas brand yang selaras dengan preferensi masyarakat dan *relate* dengan tema wisata atau liburan. Hal ini akan membantu meningkatkan *user experience* dan mempermudah pengguna dalam menggunakan aplikasi pariwisata.

Hal ini Kembali dikuatkan dengan proses pengkajian observasi aplikasi sejenis yang dilakukan untuk membandingkan aspek visual, maupun secara pengalaman dan fungsional. Dari hasil analisis didapati Wanderlog sebagai acuan aplikasi *Itinerary planner* yang mumpuni. Selain dari identitas visual, aplikasi *itinerary planner* harus memiliki kompleksitas fitur dan *database* yang dapat menunjang pengalaman yang baik. Hanya saja belum terdapat aplikasi serupa yang spesifik memuat ragam kearifan lokal Indonesia maupun sesuai dengan preferensi masyarakat Indonesia itu sendiri.

Lalu untuk menguji preferensi Masyarakat maupun kemauan pasar dilakukanlah proses penghimpunan data melalui kuisioner. Hasil analisis kuisioner dari total 106 koresponden yang telah menjawab kuisioner tersebut didapati beberapa kesimpulan:

1. Mayoritas koresponden membuat perencanaan terlebih dahulu sebelum pergi berlibur.
2. Mayoritas koresponden masih kesulitan mendapatkan informasi terkait spot kuliner alternatif disekitaran destinasi wisata utama.
3. Mayoritas koresponden bersedia untuk melakukan instalasi aplikasi perencanaan liburan (*Itinerary planner*) baik untuk digunakan maupun sebagai beta tester.

Berdasarkan hasil rangkuman analisa data di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas koresponden membuat perencanaan terlebih dahulu sebelum pergi berlibur. Hal ini menunjukkan bahwa ada permintaan yang signifikan untuk aplikasi *itinerary planner* yang dapat membantu pengguna dalam merencanakan perjalanan mereka dengan lebih efisien dan terorganisir. Selain pada bagian

database yang harus memuat informasi kearifan lokal, aspek lain yang perlu diperhatikan adalah pada bagian pengayaan aplikasi harus *up to date* dengan *trend* yang ada saat ini sehingga dapat selaras dengan selera masyarakat saat ini. Beberapa indikator tersebut adalah:

1. Penggunaan Material UI.
2. Penggunaan font jenis Sans Serif.
3. Warna yang selaras dengan tema liburan.
4. Dan aplikasi harus mudah untuk dipahami.

Selain itu terdapat indikasi bahwa pengguna kesulitan mendapatkan Informasi Spot Kuliner Alternatif. Mayoritas koresponden mengalami kesulitan dalam mendapatkan informasi tentang spot kuliner alternatif di sekitar destinasi wisata utama. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk aplikasi yang memuat *database* yang kaya tentang tempat makan lokal, ulasan, rating, dan rekomendasi kuliner khas daerah.

Sebagai informasi tambahan mayoritas koresponden bersedia untuk menggunakan aplikasi perencanaan liburan (*Itinerary planner*) dan juga menjadi beta tester. Ini menunjukkan adanya minat dan keterbukaan dari pengguna potensial untuk mengadopsi dan berpartisipasi dalam pengembangan aplikasi tersebut.

Kesimpulan ini mengindikasikan adanya peluang dalam mengembangkan aplikasi *itinerary planner* yang fokus pada perencanaan liburan, memuat informasi kuliner lokal yang kaya, dan melibatkan pengguna sebagai bagian dari pengembangan aplikasi. Dengan memperhatikan kesimpulan ini, didapati arah pengembangan aplikasi untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pengguna potensial, serta meningkatkan pengalaman mereka dalam merencanakan perjalanan yang lebih baik.

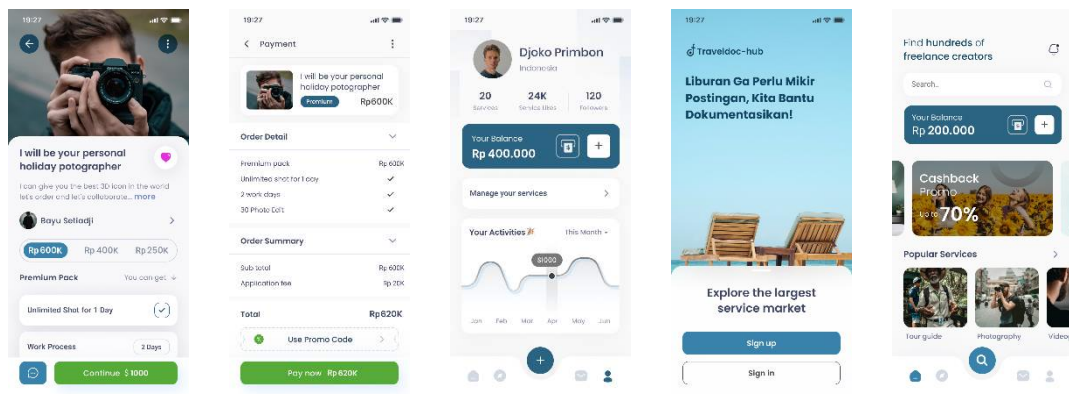
KONSEP PERANCANGAN

Konsep atau Ide besar dari aplikasi ini adalah bagaimana cara membuat sebuah aplikasi yang bisa memberikan kemudahan kepada pengguna untuk melakukan penjadwalan dan perencanaan (itinerary) pada rencana liburan mereka sesuai dengan preferensi selera, durasi waktu, dan budget masing – masing. Tak terbatas pada itu saja, namun preferensi dan rekomendasi dari aplikasi ini juga diberikan dengan pendekatan kearifan lokal.

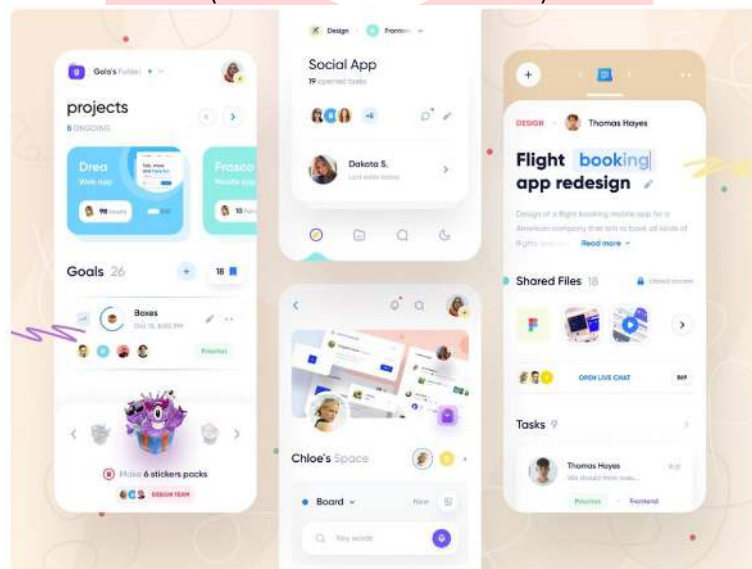
Pengguna dapat memasukkan destinasi yang ingin dikunjungi, aktivitas yang ingin dilakukan, durasi waktu yang diinginkan, beserta hal-hal menarik di sekitar destinasi utama. Tak lupa, aplikasi ini juga memberikan opsi untuk menakar pengeluaran anggaran yang diperlukan selama perjalanan.

Aplikasi ini bernama *Indie Rove*, dinamakan seperti itu karena berasal dari kata “indie” yang diambil dari kata “independent” yang artinya sendiri, tidak terikat pada suatu organisasi, serta “Rove” yang bermakna menjelajahi suatu area. Dengan penamaan tersebut diharapkan *Indie Rove* dapat menjadi media solusi sekaligus membantu mereka yang hendak berkelana sendiri maupun dengan kelompok – kelompok kecilnya.

Indie rove hendaknya menampilkan kesan Elegan, dinamis, dan modern. Elegan secara estetika untuk menampilkan pesan yang dapat diterima oleh khalayak ramai secara visual, dinamis dalam penerapannya sehingga dapat fleksibel menyesuaikan kebutuhan dari pengguna itu sendiri. “*Modern problem needs modern solutions.*”, adalah prinsip dari dibuatnya aplikasi ini, dengan memanfaatkan keleluasaan akses informasi yang telah sedemikian rupa megahnya, dibantu pula dengan berbagai sektor teknologi canggih diharapkan dapat memberikan solusi yang lebih efisien, akurat, dan solutif.



Gambar 1 Tampilan referensi moodboard
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



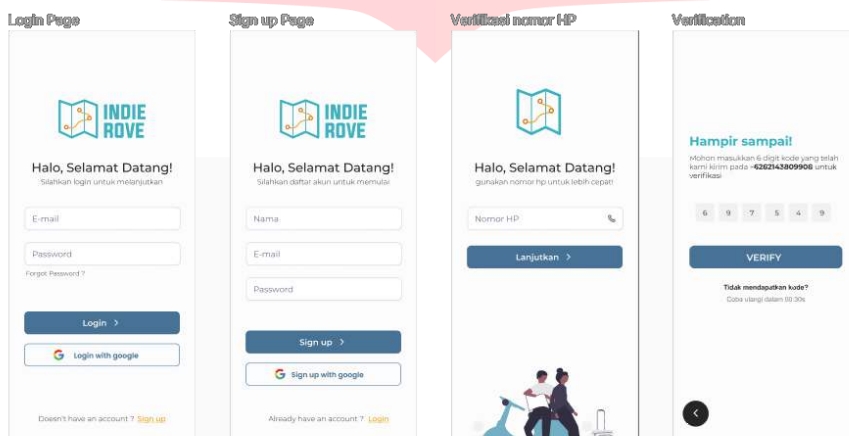
Gambar 2 Tampilan referensi moodboard II
(Sumber: pinterest.com)

Berdasarkan hasil dari analisis perbandingan aplikasi, maka didapati penggunaan Material UI sebagai pengayaan utama. Hal ini dikarenakan personalitas citra yang ada menampilkan kesan yang lebih interaktif dibandingkan menggunakan Flat UI. Selain itu desain *user interface* aplikasi juga harus mengandung unsur atau bertema liburan supaya dapat selaras dengan selera masyarakat.

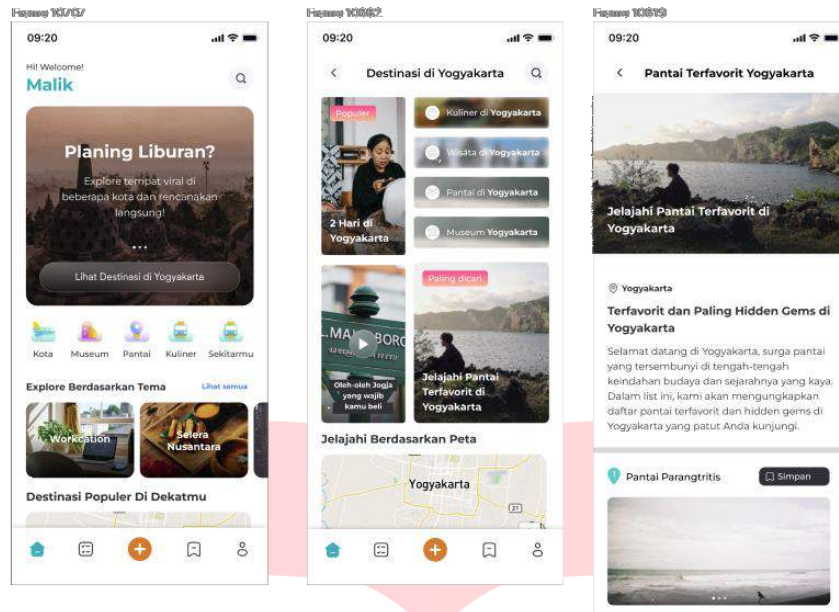
HASIL PERANCANGAN



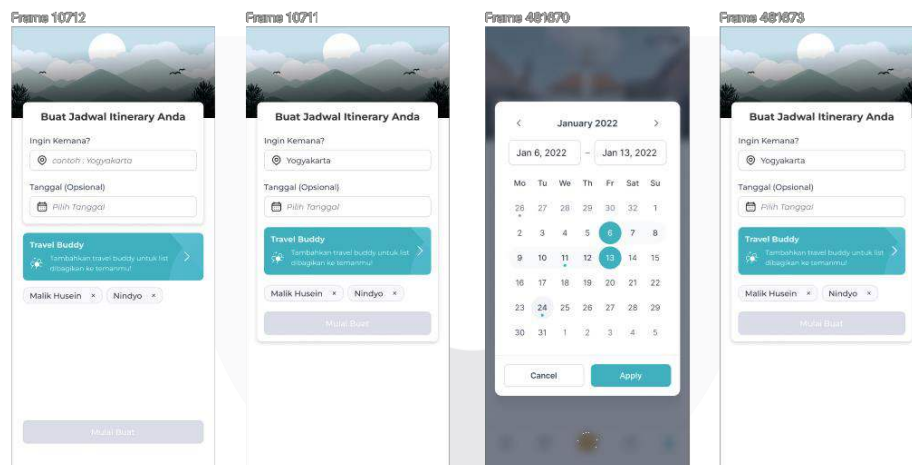
Gambar 3 Tampilan Halaman Landing Page Indierove
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



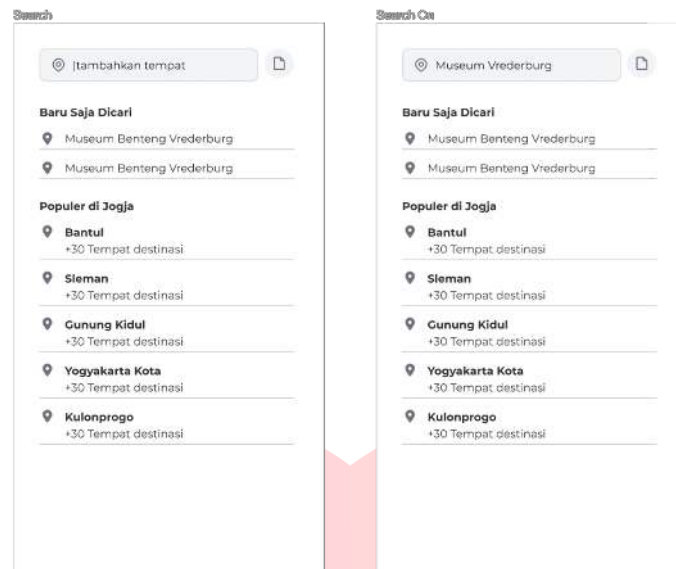
Gambar 4 Tampilan Login & Sign up Page Indierove
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



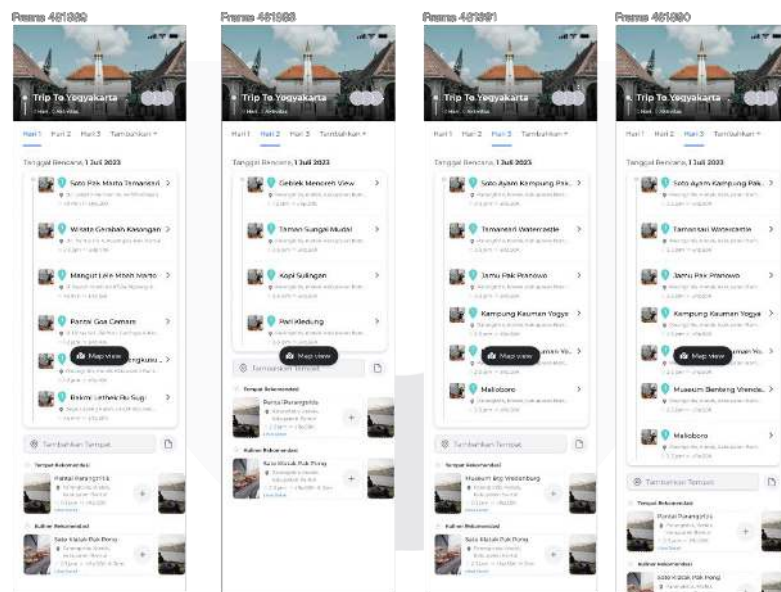
Gambar 5 Tampilan Homepage Indierove
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



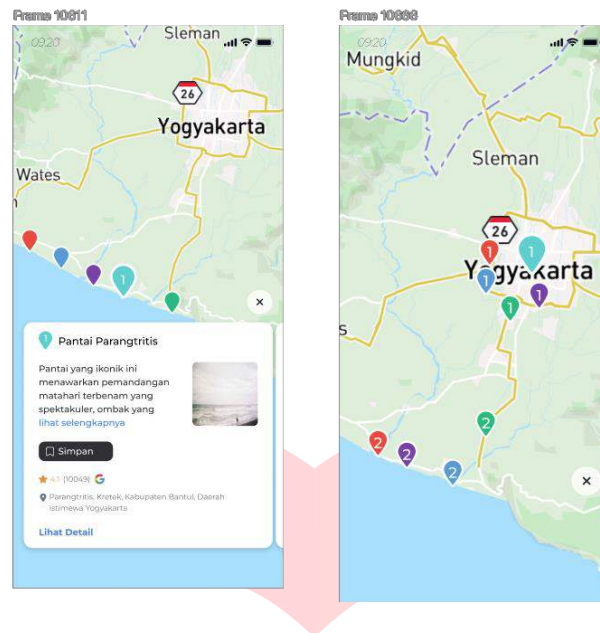
Gambar 6 Tampilan Halaman Reservasi Tanggal
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



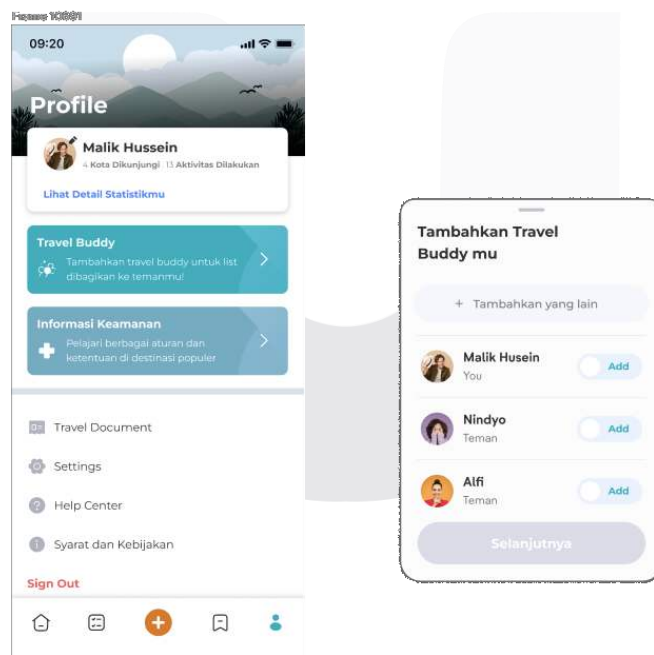
Gambar 7 Tampilan bilah pencarian
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 8 Tampilan Halaman Itinerary list
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

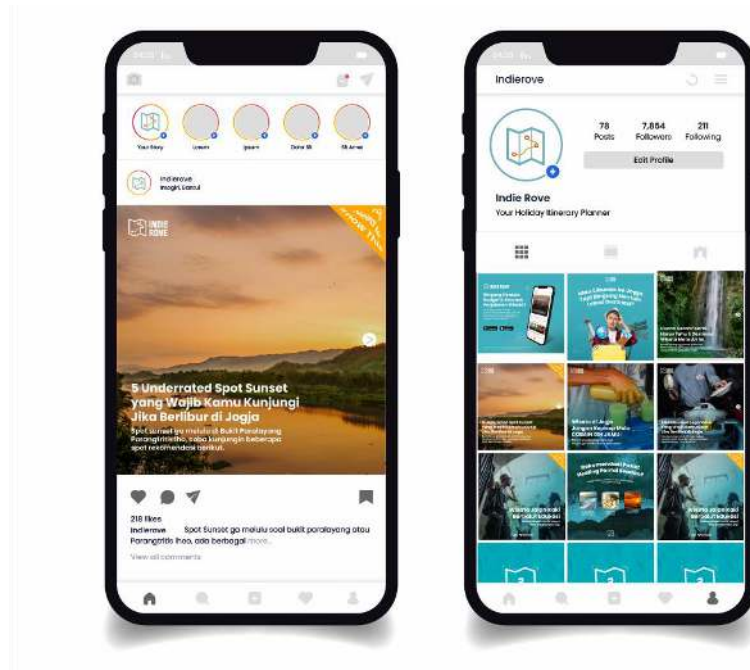


Gambar 9 Tampilan live view map
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

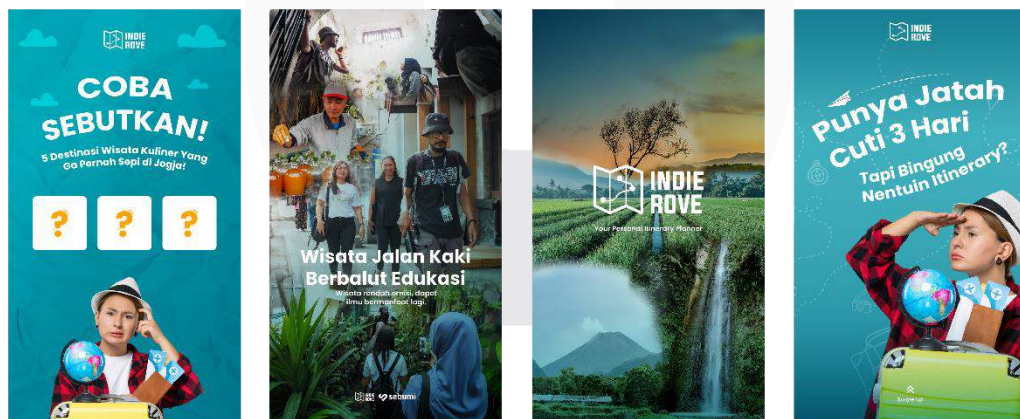


Gambar 10 Tampilan halaman profile & Buddy travel list
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Media Promosi Pendukung



Gambar 11 Tampilan Sosial Media Indierove
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 12 Konten Story Sosial Media Indierove
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 13 Pamflet promosi Indierove
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)



Gambar 14 Poster Promosi Indierove
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

KESIMPULAN

Aplikasi *itinerary planner* dirancang untuk memberikan kemudahan kepada pengguna dalam merencanakan liburan dengan mempertimbangkan preferensi, waktu, dan *budget* mereka. Fitur-fitur seperti memasukkan destinasi, aktivitas, dan durasi waktu yang diinginkan serta informasi dan rekomendasi tempat wisata membantu pengguna membuat keputusan yang lebih baik. Personalisasi diakomodasi melalui filter dan pencarian berdasarkan minat, sementara antarmuka intuitif memudahkan pengguna untuk mengakses dan mengedit jadwal perjalanan dengan notifikasi sebagai pengingat. Dengan demikian, aplikasi ini diharapkan menjadi alat yang berguna dan efektif dalam meningkatkan pengalaman pengguna dalam merencanakan dan menjalani perjalanan mereka.

Apabila memang memungkinkan, maka pengembangan aplikasi ini dapat dipadukan dengan infrastruktur teknologi terbaru seperti penerapapan *Deep learning* dan *Artificial Intelligence* sebagai fasilitas penyokong supaya lebih interaktif dan juga solutif.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, G., Lawe, R., & Hidayat, D. (2020). *IMPLEMENTASI PRINSIP MULTIMEDIA LEARNING PADA E-BOOK INTERAKTIF "POPOUT! THE TALE OF PETER RABBIT."* 1(3), 210–217. <http://dx.doi.org/00.00000/000000>
- Ar Razi, A., Rizky Mutiaz, I., Pindi Setiawan, dan, Teknologi Bandung Jl Ganesha No, I., Siliwangi, L., Bandung, K., & Barat, J. (2018). *PENERAPAN METODE DESIGN THINKING PADA MODEL PERANCANGAN UI/UX APLIKASI PENANGANAN LAPORAN KEHILANGAN DAN TEMUAN BARANG TERCECER.* *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 03(02). <http://bit.do/demandia>

- Ariza, M., & Yusendra, E. (2015). Informatics and Business Institute Darmajaya 46
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMILIHAN DESTINASI WISATA BAGI WISATAWAN DOMESTIK
NUSANTARA. Dalam *Eka Yusendra Jurnal Magister Manajemen* (Vol. 01,
Nomor 1).
- BPS. (2022, February 2). *Perkembangan Pariwisata Desember 2022*. Diambil
kembali dari BPS.go.id: [https://bps.go.id/website/images/Pariwisata-Rilis-
Februari-2023-ind.jpg](https://bps.go.id/website/images/Pariwisata-Rilis-Februari-2023-ind.jpg)
- Fling, B. (2009). *Mobile Design and Development Practical Concepts and
Techniques for Creating Mobile Sites and Web Apps (Animal Guide) (Brian
Fling)* (1 ed., Vol. 1).
- ILHAM, I. , M. T. , & F. F. ,. (2018). *PENERAPAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY
PROCESS PADA PEMILIHAN OBJEK WISATA ALAM DI KOTA DUMAI*.
- Sugiyarto, & Amaruli, R. J. (2018). Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya dan
Kearifan Lokal. *Jurnal Administrasi Bisnis UNDIP*, 7, 45–52.
<https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jab.v7i1.22609>