

MEDIA PROMOSI PARIWISATA BATANG BERBASIS MULTIMEDIA MOBILE

Victorianus Aries Siswanto dan Rizqi Wijonarko
STMIK Widya Pratama Pekalongan

SARI

Media promosi pariwisata Batang saat ini dilakukan dengan menggunakan Website. Namun isi web pariwisata tersebut hanya berbentuk 1 foto dan deskripsi singkat, sehingga belum dapat menggambarkan wilayah promosi tersebut. Media promosi tersebut tentunya kurang menarik, untuk itu diperlukan media promosi pariwisata Batang yang berbasis multimedia mobile.

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi serta studi literature. Sedangkan pengembangan sistemnya menggunakan metode Pengembangan Multimedia yang meliputi konsep, desain, pengumpulan materi, pembuatan, pengujian dan distribusi.

Hasil dari penelitian ini adalah terwujudnya media promosi pariwisata Batang berbasis mobile multimedia. Dari hasil pengujian UAT yang dilakukan didapatkan hasil 73% responden menyatakan bahwa media promosi pariwisata Batang ini sesuai dengan kebutuhan mereka dalam mencari informasi pariwisata Batang.

Media Promosi Pariwisata Batang ini masih meliputi 4 lokasi, namun telah disediakan tempat untuk penambahan lokasi pariwisata yang lain. Untuk itu media promosi ini masih dapat dikembangkan dan disempurnakan pada penelitian selanjutnya.

Kata Kunci : Media promosi, pariwisata Batang, multimedia mobile

ABSTRACT

Promotion media about tourism at Batang regency has been doing by website. But the content of the tourism Batang is only one photo and brief description, so they can not describe the tourism area. The media promotion is certainly not attractive, for the reason, so it is necessary to promote Batang tourism based on multimedia mobile.

Data collection in this study uses interview, observation dan literature study. The development of the system uses the multimedia development method which include concept, design, material collecting, assembly, testing and distribution.

The result of this study are the realization of Batang tourism promotion media based on multimedia mobile. The results of the UAT test is 73% respondents said that this tourism promotion media was in line with their needs in searching for tourism information Batang.

The Batang tourism promotion media still cover four area, but the program has provided for additional tourism area. The promotion media can still be developed and refined in future studies.

Keywords : promotion media, Batang tourism, multimedia mobile

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Akhir-akhir ini perkembangan pariwisata di Indonesia tumbuh dengan pesat. Hal ini terjadi sejak diberlakukannya Undang-undang no 22 tahun 1999 tentang pemerintah daerah yang memberi kebebasan dan

wewenang kepada daerah untuk mengatur dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki dengan maksimal untuk menghasilkan pendapatan bagi daerah dan memperkenalkan potensi yang dimiliki daerah. Hal ini terlihat dari grafik dibawah ini update terakhir 20 Agustus 2018 (sumber Jateng.bps.go.id) :

Number of International and Domestic Visitors in Jawa Tengah Province, 2011–2016

Tahun/ Year	Wisatawan/ Visitors		Jumlah/ Total
	Mancanegara/ International	Domestic/ Domestic	
2011	392 895	21 838 351	22 231 246
2012	372 463	25 240 021	25 612 484
2013	388 143	29 430 609	29 818 752
2014	419 584	29 852 095	30 271 679
2015	375 166	31 432 080	31 807 246
2016	578 924	36 899 776	37 478 700

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah

Source: Regional Culture and Tourism Service of Jawa Tengah Province

Dari grafik tersebut terlihat peningkatan drastis pariwisata domestik (Indonesia) dari 31.807246 wisatawan menjadi 37.478.700 wisatawan. Didukung pula dengan adanya otonomi daerah di Indonesia, maka tiap daerah mulai mengoptimalkan potensi wisatanya, salah satunya adalah Kota Batang.

Pariwisata merupakan salah satu pemasukan bagi pendapatan Daerah. Di negara-negara maju pariwisata dikembangkan dengan serius. Untuk itu perlu penanganan tempat-tempat wisata yang baik agar masyarakat dapat datang dan menikmati kenyamanan berwisata. Tiap daerah pasti memiliki tempat-tempat wisata.

Untuk memperkenalkan pariwisata dapat dilakukan melalui media offline maupun media online

atau multimedia. Promosi melalui media offline seperti brosur, spanduk dan pengenalan pada saat ada pameran. Sedangkan promosi online, diantaranya dapat dilakukan melalui facebook, instagram ataupun website. Disamping itu promosi wisata dapat dilakukan melalui pengembangan multimedia, seperti video profil, virtual tour dan sebagainya. Untuk memajukan pariwisata di tiap daerah tentunya alat-alat promosi ini perlu dilakukan.

Alat promosi yang sekarang ini sering digunakan masyarakat adalah melalui handphone. Akhir-akhir ini masyarakat tidak dapat terlepas dari mobile phone / android. Segala informasi, kebutuhan data dan sebagainya sudah tersedia di mobile phone. Masyarakat cukup mengetikkan kata kunci di mesin pencari dan dalam waktu sekejap

mereka telah mendapatkan informasi apa yang mereka butuhkan. Disamping pencari informasi mobile phone dapat juga digunakan sebagai media promosi baik dibidang usaha, pariwisata dan sebagainya.

Kabupaten Batang memiliki berbagai potensi tempat wisata yang menarik, diantaranya Wisata pantai, wisata religi, wisata argo, wisata cagar budaya. Namun wisata ini belum sepenuhnya dikelola dengan baik dan juga belum dikenal cukup luas. Salah satu cara memperkenalkan pariwisata Batang adalah dengan membuat media promosi berbentuk multimedia dan dapat di akses melalui internet maupun mobile.

Sejalan dengan permasalahan pengembangan pariwisata Kota Batang dalam usaha meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan tujuan menjadikan Kota Batang sebagai tempat tujuan wisata, maka dibuat media promosi paling efektif secara mobile yang sering digunakan pengunjung didalam mencari tempat wisata. Dengan adanya media promosi wisata multimedia berbasis mobile yang ada di Kabupaten Batang diharapkan menjadi media promosi, informasi serta daya tarik masyarakat untuk berkunjung ke Kabupaten Batang. Sehingga jika pariwisata Kabupaten Batang meningkat maka Pendapatan Asli Daerah (PAD) akan meningkat dan berdampak pula masyarakat di sekitar lokasi wisata akan meningkat pula.

Landasan Teori

Promosi dalam sebuah kegiatan sangat diperlukan. Promosi ini dilakukan agar masyarakat mengetahui adanya kegiatan tersebut. Menurut Tjiptono (2001) promosi sebagai aktifitas menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan target sasaran untuk loyal kepada produk yang ditawarkan. Pemerintah melakukan promosi pariwisata untuk memperkenalkan budaya, keindahan alam dan pariwisatanya. Pariwisata memiliki arti perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari suatu tempat ke tempat lain (Yoeti, 1991). Tujuan Promosi menurut Tjiptono (2008) adalah menginformasikan (informing), membujuk Pelanggan (persuading), dan mengingatkan (reminding).

Salah satu teknologi yang dapat digunakan dalam melakukan promosi suatu daerah yaitu multimedia mobile. Multimedia adalah penggabungan beberapa media untuk menyampaikan informasi. Media tersebut diantaranya animasi, audio, grafik, video dan sebagainya. (Hofstetter, Fred T, 2001). Kelebihan multimedia adalah mampu menarik indra dan minat karena multimedia merupakan gabungan animasi, audio dan video. Sedangkan mobile menunjukkan bahwa dunia semakin berubah ke arah seluler, orang ingin mengakses informasi dimana saja dan kapan saja. Hal ini terlihat pada telpon genggam android.

Akhir-akhir ini banyak masyarakat melakukan perjalanan

pariwisata guna menghilangkan jenuh karena bekerja. Menurut Hadiwijoyo (2012), Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain dan bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan, keserasian dalam dimensi sosial budaya dan ilmu. Berdasarkan undang-undang no 10 tahun 2009, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas dan pelayanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Pemerintah daerah perlu melakukan terobosan agar pariwisata di daerahnya mampu menarik wisatawan untuk datang. Salah satunya dengan media promosi berbasis multimedia mobile, sehingga wisatawan dapat informasi secara langsung dan menarik.

Metode Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Rahwan selaku Kasubag Program Pariwisata didapatkan hasil bahwa promosi pariwisata Batang masih terbatas foto dan deskripsi singkat. Oleh karena itu dinas pariwisata Batang menghendaki adanya video profil tiap pariwisata yang ada di Batang. Mengingat terbatasnya waktu penelitian, maka penelitian ini dibatasi 4 tempat pariwisata, namun hasil penelitian ini telah menyediakan tempat untuk penambahan profil pariwisata untuk penelitian selanjutnya.

Metode pengembangan sistem yang digunakan pada penelitian ini adalah

metode pengembangan multimedia (Sutopo) yang meliputi konsep, desain, pengumpulan materi, pembuatan, pengujian dan distribusi. Pada tahap konsep dilakukan analisa kebutuhan yang diperlukan dalam pembuatan Media Promosi Pariwisata Batang. Pada tahap desain mulai dirancang dengan menggunakan alat bantu Lembar Kerja Tampilan (LKT) sebagai acuan agar memudahkan dalam pembuatan program. Sedangkan pada tahap pengumpulan materi dikumpulkan materi : teks, gambar, animasi, video, audio yang diperlukan dalam pembuatan Media Promosi Pariwisata Batang. Pada tahap pembuatan dilakukan pembuatan aplikasi dari seluruh objek multimedia berdasarkan tahap perancangan, meliputi penulisan program (*coding*), pencarian kesalahan (*debugging*) dan program siap dijalankan (*compiling*) dengan menggunakan *software* Macromedia Flash. Bahan-bahan materi yang telah dikumpulkan akan disusun kemudian dibuat menjadi satu media promosi yang menarik. Setelah program jadi dilakukan tahap pengujian yaitu menguji aplikasi tersebut agar diketahui sejauh mana Media Promosi pariwisata, apakah sudah sesuai dengan tujuan pengembangan sistem, apakah aplikasi ini juga sudah sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh user dengan pengujian yang dilakukan adalah UAT (*User Acceptance Test*). Setelah di uji dilakukan tahap pendistribusian yaitu dengan menyimpan program dalam bentuk Compact Disc (CD) untuk dapat di distribusikan

Hasil dan Pembahasan

Hasil dari penelitian ini adalah terwujudnya media promosi pariwisata Batang berbasis multimedia mobile. Media promosi ini dibangun dengan metode pengembangan multimedia (Sutopo) yang meliputi konsep, desain, pengumpulan materi, pembuatan, pengujian dan distribusi. Media promosi berisi wisata Pagilaran, wisata Pantai Celong, wisata Kembang Langit dan wisata kolam renang Eco Park Bandar. Media

promosi ini terbagi menjadi 3 bagian yaitu deskripsi wisata, foto galery tiap wisata dan video profil tiap wisata. Deskripsi wisata menceritakan tempat wisata, harga tiket, wahana apa saja yang ada di wisata tersebut. Sedangkan foto galery menampilkan foto-foto wisata dari berbagai sudut, dan video profil tiap wisata memperlihatkan video masing-masing wisata agar masyarakat seakan-akan berada ditempat tersebut.



Media promosi ini dibuat dengan program Flash dan disimpan dalam bentuk html sehingga dapat digabung dengan website dinas pariwisata Batang. Dengan media promosi yang lengkap ini diharapkan dapat menarik wisatawan untuk datang ke Kabupaten Batang sehingga dapat menambah pendapatan daerah Kabupaten Batang. Dari hasil pengujian yang dilakukan dengan memperlihatkan hasil media promosi ke Dinas Pariwisata Batang didapat hasil 73% responden menyatakan bahwa media promosi pariwisata Batang ini sesuai dengan kebutuhan mereka dalam mencari informasi pariwisata Batang.

Saran

Media Promosi Pariwisata Batang ini masih meliputi 4 lokasi, namun telah disediakan tempat untuk penambahan lokasi pariwisata yang lain. Untuk itu media promosi ini masih dapat dikembangkan dan disempurnakan pada penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Association, Mobile Marketing. 2008. *Mobile Application*. Mobile Marketing Association.
- Batang, BPS Kabupaten. 2017. *Kabupaten Batang Dalam*

Angka 2017. Batang: Badan Pusat Statistik Kabupaten Batang.

Binanto, Iwan. 2010. *Multimedia Digital Dasar Teori dan Pengembangannya*. Yogyakarta: Andi Offset.

Ismayanti. 2011. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo.

Sutopo, Ariesto Hadi. 2003. *Multimedia Interaktif dengan Flash*. Semarang: Graha Ilmu.

Suyanto. 2005. *Multimedia Alat untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Andi Offset.

Suyanto, M. 2005. *Multimedia*. Yogyakarta: Andi.

Siswanto, Victorianus Aries, 2012, *Strategi dan Langkah-Langkah Penelitian*, Yogyakarta, Graha Ilmu

Undang-undang no 22 tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah

