

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pada awal tahun 2020 dunia diguncangkan dengan hadirnya wabah virus covid-19. Menurut WHO, covid-19 atau yang disebut dengan virus corona adalah keluarga besar virus yang dapat menyebabkan penyakit pada hewan dan manusia. Pada manusia virus corona menyebabkan infeksi pernapasan mulai dari flu biasa hingga penyakit 9 yang lebih parah seperti *Middle East Respiratory Syndrom (MERS)* dan *Severe Acute Respiratory Syndrme (SARS)*[1].

Berbagai sektor perekonomian melemah dan terbatas hal tersebut karena adanya pembatasan sosial pada masa pandemi covid-19. Tujuan akhir dari kegiatan ekonomi adalah dalam konteks kesejahteraan dan meningkatkan kualitas hidup[2]. kualitas hidup adalah persepsi individu dalam kehidupan mereka dalam konteks konteks budaya, perilaku, dan sistem nilai di mana mereka hidup dan berhubungan dengan standar hidup, harapan, kesenangan, dan penilaian individu posisi mereka dalam hidup. Pengukuran kualitas hidup menurut WHO termasuk kesehatan fisik, kesehatan psikologis, tingkat kebebasan, hubungan sosial, dan hubungan mereka dengan lingkungan hidup[2].

Pada industri pariwisata terlihat pada penurunan yang besar dari kedatangan kunjungan wisatawan mancanegara juga pembatalan penerbangan tiket pesawat, hotel serta penurunan pemesanan. Hal ini juga terjadi penurunan karena perlambatan perjalanan domestik, terutama wisatawan domestik, keengganan masyarakat untuk melakukan perjalanan, dikhawatir penyebaran dampak Covid-19 di daerah wisata. Hal ini juga terjadi pada penurunan bisnis pariwisata dan perjalanan berdampak pada usaha UMKM, pekerja informal dan lapangan kerja semakin turun[3].

Peran komunikasi sangat penting di dalam bidang bidang pariwisata, baik pada aspek komponen maupun elemen elemen pariwisata baik itu komunikasi personal, komunikasi massa, komunikasi persuasif, serta komunikasi lainnya. Dalam melakukan komunikasi saat ini masyarakat mengutamakan teknologi terdigitalisasi yang marak dijumpai dalam bentuk smartphone, tablet, laptop[5].

Berdasarkan masalah yang ada diatas, Penulis bersama Tim Magang dan Study independen di Skilvul membuat solusi yaitu membuat suatu aplikasi wisata didukung *AI* integrasi teknologi *Artificial Intelligence (AI)* telah menjadi kunci penting dalam mendukung revitalisasi industri pariwisata setelah masa sulit ini. Perkembangan teknologi *AI* menawarkan potensi untuk mengoptimalkan pengalaman wisatawan dengan personalisasi yang lebih baik, menghadirkan layanan *self-service* yang efisien, dan membantu para pemangku kepentingan dalam mengelola destinasi wisata secara lebih cerdas dan berkelanjutan..Dalam proyek ini penulis membuat rancangan desain

User Interface & Experience dari aplikasi mobile dari aplikasi wisata pemesanan didukung AI.

Metode yang digunakan dalam perancangan *Design* yang digunakan adalah *Design Thinking*. Sebuah metode pemecah suatu masalah berbasis solusi yang hanya berfokus pada pengalaman dari pengguna yang bersifat pengulangan. Pada metode yang digunakan terdapat lima tahapan yaitu *Emphatize, Define, Ideate, Prototype* dan *Testing*. Metode *Design Thinking* merupakan pendekatan yang berpusat pada manusia atau human centris untuk menyelesaikan masalah dan menghadirkan inovasi baru. Untuk mendapatkan feedback dan menggali permasalahan dilakukan proses research dan pengujian. Setelah berhasil menemukan dan memahami permasalahan didapatkan hasil desain aplikasi mobile dan website mencakup *User Interface(UI)* dan *User Experience(UX)* yang mampu menjadi solusi dari permasalahan yang ada[6].

Penggunaan metode *Design Thinking* dalam proses desain *UIUX* sistem pemesanan wisata *online* diharapkan dapat memudahkan masyarakat luas untuk bisa memesan perjalanan wisata yang praktis dan mudah.

1.2 IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas maka identifikasi masalah sebagai berikut :

- a. **Perubahan Perilaku Konsumen dan Kebutuhan Personalisasi** : Kebiasaan masyarakat yang semakin mengadopsi teknologi digital untuk mendapatkan

informasi dan pengalaman terkait pariwisata menuntut industri ini untuk lebih responsif dan memberikan pengalaman yang personal dan relevan. Wisatawan modern mengharapkan layanan yang disesuaikan dengan preferensi dan minat mereka, serta kemudahan dalam mengakses informasi dan melakukan reservasi secara mandiri.

- b. **Peningkatan Efisiensi Layanan dan Manajemen Destinasi** : Dengan banyaknya permintaan informasi dan pemesanan layanan, industri pariwisata memerlukan cara yang lebih efisien untuk menyediakan layanan kepada wisatawan. Selain itu, pengelola destinasi wisata juga dihadapkan pada tugas yang kompleks untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya dan kapasitas destinasi agar dapat menghadapi fluktuasi permintaan wisatawan.
- c. **Kekhawatiran Terkait Keamanan dan Kesehatan Wisatawan** : saat masa pandemi, wisatawan semakin memperhatikan keamanan dan kesehatan dalam melakukan perjalanan. Industri pariwisata harus mampu memberikan jaminan dan protokol kebersihan yang efektif untuk memberikan rasa aman bagi para wisatawan. Pengelola destinasi juga harus dapat secara akurat memantau dan merespons kondisi kesehatan di tempat wisata secara real-time.
- d. **Penggunaan Data dan Teknologi AI yang Efektif** : Integrasi teknologi AI dalam industri pariwisata memerlukan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana menggunakan data dengan bijak dan efektif. Terdapat tantangan

dalam mengumpulkan, mengolah, dan menerapkan data yang relevan untuk meningkatkan pengalaman wisatawan, meningkatkan layanan, dan mengoptimalkan manajemen destinasi.

1.3 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan identifikasi diatas maka rumusan masalah yang dibahas sebagai berikut :

- a. Bagaimana tingkat keterbatasan akses teknologi di Indonesia dapat mempengaruhi adopsi solusi *AI* dalam sektor pariwisata ?
- b. Bagaimana pemerintah dapat meningkatkan pemahaman dan edukasi mengenai solusi digital di kalangan masyarakat, khususnya pelaku usaha pariwisata ?
- c. Sejauh mana solusi *AI* dalam sektor pariwisata dapat mempengaruhi aspek sosial dan budaya masyarakat Indonesia ?

1.4 BATASAN MASALAH

Perancangan desain *UI-UX* sistem pemesanan wisata online memiliki batasan masalah sebagai berikut :

- a. Acuan pembuatan desain berdasarkan *Challenge* yang diberikan oleh Skilvul
- b. Pembuatan desain menggunakan metode *Design Thinking*

- c. Pembuatan desain mencakup *Medium Fidelity Wireframe* dan *High Fidelity Wireframe* aplikasi mobile.
- d. Terdapat prototype yang kemudian dapat dibuat acuan *Usability Testing*

1.5 TUJUAN PENELITIAN

Adapun yang menjadi tujuan pada Penelitian ini adalah :

- a) Merancang sebuah desain untuk sistem pemesanan wisata, menerapkan ilmu pengetahuan yang telah kita dapatkan dari bangku perkuliahan dan selama proses Magang dan Study independen di Skilvul.
- b) Merancang dan mendesain user interface dan user experience untuk sistem pemesanan wisata yang dapat memudahkan pengguna betah dan nyaman menggunakan sistem tersebut.

1.6 MANFAAT PENELITIAN

- a) Membantu mempermudah pengguna memesan aplikasi wisata.
- b) Memberikan suatu kemudahan kepada pengguna dalam sistem informasi pemesanan wisata online agar lebih efisien dan efektif