

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor industri yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut Bank Indonesia (BI), sektor pariwisata turut berkontribusi dalam meningkatkan perolehan devisa negara. Peningkatan ini dikarenakan Indonesia memiliki kekayaan keanekaragaman sumber daya alam dan budaya, yang menjadi daya tarik bagi wisatawan lokal maupun internasional (Rahma, 2020 : 1).

Menteri Pariwisata, Widiyanti Putri Wardhana, menyatakan bahwa tahun 2025 akan menjadi momentum penting bagi percepatan sektor pariwisata Indonesia. Ia menegaskan bahwa fokus utama kementerian adalah mewujudkan pariwisata yang lebih unggul dan berkelanjutan, dengan menitikberatkan pada pemanfaatan teknologi digital, pengembangan desa wisata, serta peningkatan daya saing destinasi di berbagai daerah (Badan Otorita Borobudur, 2025).

Kabupaten Kuningan di Jawa Barat dikenal memiliki beragam kekayaan alam dan budaya menjadikannya daerah dengan potensi pariwisata yang besar. salah satunya adalah objek wisata Sarae Land yang menyuguhkan panorama alam serta nuansa budaya lokal yang khas.

Sarae Lands merupakan destinasi wisata yang berada di Desa Palutungan, Kecamatan Cigugur, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat, yang menghadirkan konsep wisata Eropa dengan sentuhan modern, tempat ini juga menyajikan panorama pegunungan yang memukau, udara yang segar khas pegunungan dan angin yang menyejukkan. Sarae Lands memiliki konsep wisata keluarga. Dengan harga tiket sebesar Rp25.000 per orang yang dapat ditukar dengan 1 *cup coffee*, dana untuk tiket Rp50.000 per orang dapat ditukar dengan makanan dan minuman. pengunjung dapat menikmati keindahan panorama gunung Ciremai, bukit hijau, area perkebunan, serta hamparan persawahan di sekelilingnya. Selain itu, Sarae Lands juga menyediakan berbagai fasilitas *cafe resto*, *villa*, kolam renang dan mini Zoo (Ciremaityday, 2022).

Sayangnya, potensi ini belum diimbangi dengan strategi promosi yang kuat. Saat ini Sarae Lands hanya menggunakan instagram sebagai media informasi wisata, serta sistem pemesanan tiket secara manual menggunakan nota kertas, membuat tiket rentan rusak, hilang, serta pemalsuan tiket yang sudah *expired* memungkinkan digunakan kembali oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Hal ini membuat wisatawan mengalami kesulitan dalam mengakses informasi terkait Sarae Lands. Minimnya promosi dan penyebaran informasi menyebabkan potensi pengunjung tidak maksimal. Sebagai destinasi yang terus berkembang, Sarae Lands memerlukan media informasi yang efektif dan strategis untuk memperluas jangkauan promosi, menyampaikan berbagai hal terkait fasilitas, kegiatan yang ditawarkan kepada pengunjung, serta meningkatkan daya tarik pengunjung.

Dalam perkembangan pesat era digital saat ini, teknologi informasi telah merevolusi secara individu dan lembaga dalam menyampaikan serta memperoleh informasi. Salah satu pemanfaatan teknologi yang paling mendasar dan luas digunakan adalah keberadaan website. Website merupakan sekumpulan halaman yang dapat diakses melalui internet menggunakan peramban web. Halaman-halaman ini saling terhubung melalui tautan dan dapat memuat berbagai jenis informasi. Website dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, seperti menyebarkan informasi, menjalankan kegiatan bisnis, hingga menyediakan layanan secara daring (Anendya, 2025). Menurut Nannat (2021 : 15) Dalam buku *Designing Profesional Websites with Odoo Website Builder*, disebutkan di era digital saat ini, setiap perusahaan atau institusi perlu memiliki situs web. Selain sebagai platform bisnis, situs web juga berfungsi sebagai media informasi dan pemasaran. Bagi usaha baru, situs web merupakan alat penting, dengan rancangan konten yang informatif serta tampilan yang menarik, dapat menarik pengunjung dan meningkatkan peluang bisnis.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Azhar & Herliana (2020 : 265) menekankan pentingnya penyediaan informasi yang cepat dan akurat dalam dunia pariwisata. Mereka merancang sebuah program wisata berbasis web untuk kabupaten kuningan untuk memudahkan wisatawan dalam mengakses informasi destinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi ini berhasil meningkatkan

jumlah kunjungan wisatawan serta memperluas jangkauan promosi program wisata kuningan.

Pengembangan website Sarae Lands kini menjadi kebutuhan, terutama di tengah perkembangan era digital yang semakin cepat. Website bukan hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi utama, tetapi juga menjadi representasi digital dari objek wisata yang dapat diakses kapan pun di mana pun. Selain menyampaikan informasi, website juga membangun citra, meningkatkan kepercayaan, serta memperkuat kredibilitas di mata publik. Dengan penyajian konten yang informatif, tampilan menarik, dan struktur yang jelas, website mampu menyampaikan pesan secara luas, cepat, dan akurat. Tak hanya itu, website juga berperan penting sebagai alat promosi, media layanan, dan alat komunikasi.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah prototype website yang informatif dan *user-friendly* untuk menyajikan informasi yang lengkap mengenai destinasi wisata Sarae Lands. Website ini dirancang sebagai pusat informasi digital yang memuat berbagai aspek penting seperti deskripsi lokasi, fasilitas, harga tiket, jam operasional, rute akses, galeri foto dan video, hingga agenda kegiatan yang sedang atau akan berlangsung. Dengan target utama yaitu umur 20-30 tahun, melalui pendekatan desain yang responsif dan navigasi yang intuitif, website ini diharapkan mampu memudahkan calon wisatawan dalam mencari informasi secara efektif dan efisien. Selain itu, kehadiran website ini juga diharapkan dapat memperkuat citra profesional Sarae Lands sebagai destinasi wisata yang modern dan terintegrasi secara digital.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena dan latar belakang di atas, maka identifikasi dari masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Belum tersedianya website resmi objek wisata Sarae Lands, menyulitkan wisatawan untuk mendapatkan referensi yang valid dan terpercaya.
2. Minimnya promosi dan penyebaran informasi menyebabkan potensi kunjungan ke Sarae Lands tidak maksimal.

3. Kurangnya dokumentasi dan informasi daya tarik wisata seperti galeri foto, serta deskripsi wahana dan fasilitas belum terorganisir dengan baik, sehingga mengurangi daya tarik promosi secara online.

1.3 Rumusan Masalah

“Bagaimana cara merancang website Objek Wisata Sarae Lands sebagai media informasi, promosi dan transaksi digital, yang memudahkan wisatawan dalam mencari informasi?”

1.4 Ruang Lingkup

1. Apa (*What*)?

Perancangan website Objek Wisata Sarae Lands sebagai media informasi, promosi, dan pemesanan tiket digital.

2. Siapa (*Who*)?

Segmentasi dari perancangan ini adalah wisatawan yang umumnya generasi muda dengan rentang usia 20-30 tahun.

3. Kapan (*When*)?

Penelitian ini dilakukan sejak bulan Maret 2025, dan dilanjutkan dengan perancangan Prototype yang dilakukan pada bulan April-Mei 2025.

4. Dimana (*Where*)?

Penelitian ini dilakukan di kota Kuningan, Provinsi Jawa Barat.

5. Mengapa (*Why*)?

Penelitian dan perancangan ini bermaksud untuk membantu dalam meningkatkan minat terhadap Objek Wisata Srae Lands di Kota Kuningan.

6. Bagaimana (*How*)?

Merancang website resmi Objek Wisata Sarae Lands sebagai media informasi digital, dengan tampilan yang *user friendly* dan intuitif, dengan menyajikan informasi lengkap disertai galeri foto dan video dan pemesanan tiket online.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menghasilkan rancangan website objek wisata Sarae Lands, sebagai media informasi, promosi, dan pemesanan tiket digital,

yang menyajikan dokumentasi dan informasi lengkap, untuk meningkatkan daya tarik pengunjung.

1.6 Pengumpulan dan Analisis Data

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Menurut (Jaya, 2020), observasi merupakan metode penelitian yang dilakukan melalui pengamatan secara mendalam terhadap situasi tertentu. Tujuan dari metode ini adalah untuk mengamati serta memahami perilaku individu maupun kelompok dalam konteks atau keadaan tertentu.

2. Wawancara

Menurut (Jaya, 2020), wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui interaksi langsung antara peneliti dan responden dalam bentuk tanya jawab. Proses ini membutuhkan waktu yang cukup lama agar peneliti dapat menggali informasi secara mendalam dan memperoleh tanggapan responden terhadap isu yang sedang diteliti.

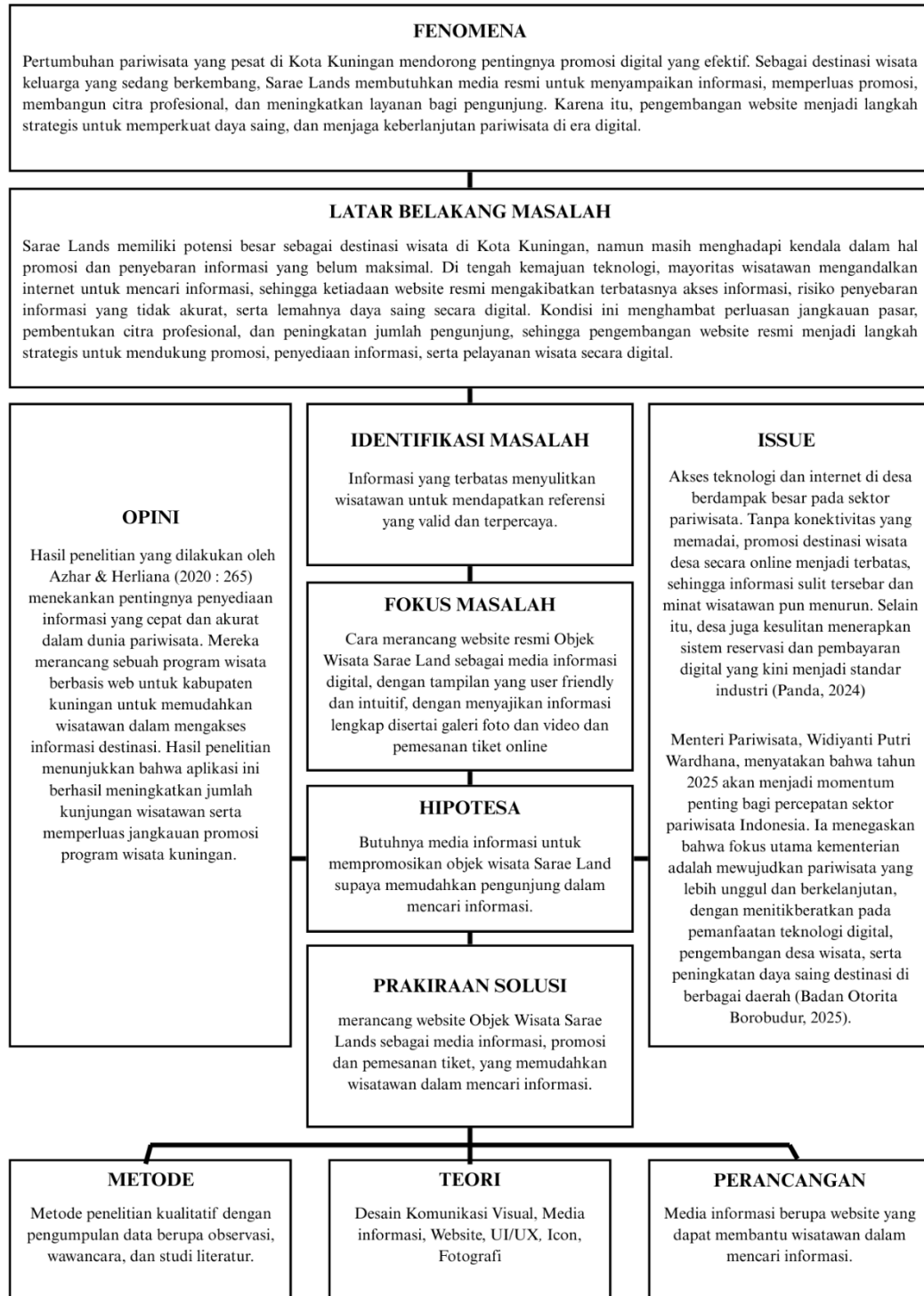
3. Studi Pustaka

Menurut (Jaya, 2020), studi pustaka merupakan proses pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri dan mengkaji berbagai sumber literatur seperti buku, jurnal, peraturan perundang-undangan, dan lainnya yang dijadikan rujukan sesuai dengan permasalahan yang menjadi fokus kajian.

1.6.2 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah menggunakan analisis Matriks. Menurut (Jaya, 2020), Matriks perbandingan merupakan salah satu instrumen dalam metode yang berfungsi untuk menilai dan membandingkan dua elemen pada satu level hierarki secara berpasangan, dengan tujuan menentukan bobot atau tingkat prioritas masing-masing.

1.7 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

Sumber: Dokumen Pribadi

1.8 Pembabakan

BAB I Pendahuluan

Membahas latar belakang dan fenomena terkait perancangan website objek wisata Sarae Lands. Identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, metode pengumpulan data, metode analisis data yang digunakan, beserta kerangka penelitian.

BAB II Landasan Teori

Menjelaskan teori-teori yang relevan dengan fenomena atau topik yang dibahas, termasuk teori-teori dari bidang User Interface dan User Experience, Desain Komunikasi Visual, serta teori-teori yang mendukung perancangan website.

BABA III Data dan Analisa

Menjelaskan hasil dan analisis data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Kemudian dilanjutkan dengan analisis Matriks.

BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Menjelaskan konsep perancangan, mulai dari rancangan awal hingga hasil perancangan.

BAB V Penutup

Berisikan kesimpulan dari seluruh pembahasan yang telah di paparkan dalam penelitian ini.