

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Provinsi DKI Jakarta sebagai Ibukota Negara Republik Indonesia masih menjadi destinasi wisata bagi para wisatawan. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung obyek wisata di Kota Jakarta terus meningkat pada tahun 2014-2017 hal ini dapat dilihat pada tabel 1. Diantara obyek wisata yang ada di Jakarta, berikut ini merupakan tabel 1 menyajikan data mengenai jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata unggulan menurut lokasi di Kota Jakarta.

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Obyek Wisata Unggulan Menurut Lokasi di DKI Jakarta Tahun 2014-2017

Tempat Wisata	2014	2015	2016	2017
Taman Impian Jaya Ancol	16.085.604	16.661.517	17.850.284	19.261.212
TMII	4.587.735	5.575.905	4.977.704	5.704.712
Ragunan	4.100.570	5.157.035	5.177.877	5.366.148
Monumen Nasional	1.156.208	1.539.195	1.878.155	1.866.428
Museum Nasional	245.848	266.359	380.762	293.918
Museum Satria Mandala	38.756	49.964	37.969	36.144
Museum Sejarah Jakarta	196.433	535.144	733.921	798.139
Pelabuhan Sunda Kelapa	50.779	63.220	43.398	58.284
Jumlah/Total	26.461.933	29.848.339	31.080.070	33.384.985

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi DKI Jakarta dalam Provinsi DKI Jakarta Dalam Angka 2019: 470

Berdasarkan data pada tabel 1 diatas, jumlah wisatawan yang datang ke Kota Jakarta dan menuju beberapa obyek wisata unggulan dari tahun 2014 sampai 2017 terus mengalami kenaikan. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, dalam Pasal 14 dalam Arjana, 2016: 69

dinyatakan, bahwa usaha pariwisata meliputi: 1), Daya tarik wisata, 2) Kawasan pariwisata, 3) Jasa transportasi pariwisata, 4) Jasa perjalanan wisata, 5) Jasa makanan dan minuman, 6) Penyediaan akomodasi, 7) Penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, 8) Penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif konferensi dan pameran, 9) Jasa informasi pariwisata, 10) Jasa konsultan 11) Jasa pramuwisata, 12) Wisata Tirta, 13) Spa. Sehingga, untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke Kota Jakarta komponen-komponen tersebut merupakan kunci dari suksesnya suatu pariwisata di suatu daerah.

Dari beberapa komponen usaha pariwisata diatas, jasa transportasi pariwisata merupakan salah satu komponen usaha pariwisata yang menunjang kegiatan pariwisata untuk menuju ke obyek wisata yang ada di Kota Jakarta. Transportasi merupakan sarana atau alat yang memudahkan wisatawan ke obyek wisata yang dituju.

Menurut Arjana, 2016: 69 sarana dapat diartikan sebagai alat, wujudnya adalah hasil rekayasa manusia untuk menunjang dan memudahkan manusia untuk meraih tujuan. Berbagai alat atau teknologi yang sengaja dibangun untuk mempermudah wisatawan dan menciptakan kesenangan dan kenyamanan bagi wisatawan dikenal sebagai sarana wisata. Sarana wisata pada hakikatnya berbagai media, alat atau teknologi yang dapat menunjang usaha pariwisata.

Pada tahun 2014 saat Presiden Joko Widodo menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta, sebuah sarana transportasi bus diadakan yang khusus digunakan untuk kegiatan pariwisata, pada saat itu dikenal dengan nama *Bus City Tour* Jakarta. Jokowi ingin Kota Jakarta memiliki ikon transportasi untuk kegiatan wisata.

Pada awalnya, *Bus City Tour* Jakarta ini hadir dengan lima armada yang diadakan oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta bekerjasama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta. Dalam satu armada bus ini, dilengkapi dengan seorang pramudi, kondektur (*on board*), polisi wisata, dan

pemandu wisata. Lima armada yang diadakan oleh Dinas Pariwisata ini di design untuk kegiatan wisata sehingga semua armada dilengkapi dengan fasilitas yang lengkap dan nyaman untuk kegiatan wisata seperti adanya AC, TV dan pengeras suara, agar memudahkan pemandu wisata dalam menjelaskan mengenai obyek wisata yang di lalui oleh *Bus City Tour* Jakarta. Selain itu, ciri khas lain dari *Bus City Tour* Jakarta saat itu adalah dikemudikan oleh seorang wanita sehingga sering disebut dengan *Bus Mpok Siti*.

Pada akhir tahun 2014, setelah pergantian Gubernur DKI Jakarta yang kala itu dijabat oleh Basuki Tjahaja Purnama terdapat beberapa perubahan regulasi dari *Bus City Tour*. Pengelolaannya kini berada di bawah naungan PT. Transportasi Jakarta. Nama *Bus City Tour* Jakarta, kini berubah menjadi *Bus Jakarta Explorer*. Selain itu perubahan lainnya terlihat pada peran petugas yang telah ada sebelumnya seperti polisi wisata dan pemandu wisata dihilangkan. Karena, awal mula adanya *Bus City Tour* ini, masih sangat minim peminatnya. Sehingga dari beberapa tenaga kerja yang sebelumnya ada, menjadi ditiadakan karena dianggap menghabiskan anggaran untuk membayar jasa petugas tersebut.

Jumlah armada yang berawal hanya lima kini bertambah menjadi 27 unit. Dua puluh tujuh unit tersebut sebagian besar berasal dari hibah CSR (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan seperti PT Tower Bersama Infrastructure Tbk, Tahir *Foundation*, Artha Graha, Agung Sedayu Group, PT ICI Paints Indonesia atau Dulux, PT *Coca Cola Bottling* Indonesia, PT Bank CIMB Niaga Tbk, dan PT Midi Utama Indonesia Tbk atau Alfamidi. Jumlah 27 armada ini memiliki kelengkapan fasilitas yang berbeda-beda tergantung dari apa yang diberikan oleh CSR perusahaan tersebut. Sebagian besar armada tersebut dilengkapi oleh fasilitas AC, CCTV, dan Televisi.

Pada tahun 2016 Pengelola *Bus Jakarta Explorer* membuat *Booklet* yang dapat dilihat pada lampiran 1. sebagai media informasi mengenai obyek wisata yang dapat di kunjungi bus tersebut. Akan tetapi *Booklet* ini tidak lagi di

gunakan di dalam bus tingkat *Jakarta* karena dianggap tidak menarik oleh pengelola hal ini di temukan saat observasi awal penelitian. Penggunaan media cetak seperti buku panduan wisata memang bermanfaat, tetapi terkadang membaca buku akan membosankan bagi wisatawan karena membaca terkadang dirasakan monoton bagi sebagian orang. Oleh karena itu, peneliti merasa minimnya informasi mengenai obyek wisata yang dapat dikunjungi menggunakan *Bus Jakarta Explorer*.

Banyak media yang dapat digunakan untuk mengenalkan obyek pariwisata Indonesia khususnya DKI Jakarta sebagai Ibu Kota Negara selain media cetak, seperti media visual, media audio, dan media audio-visual yaitu salah satunya video yang dapat berisikan informasi berguna bagi para wisatawan. Video sebagai media audio-visual yang menampilkan gerak maupun suara. Menurut Sadiman, Arif., dkk, 2014: 74, video dapat menyampaikan pesan yang disajikan bersifat fakta (kejadian atau peristiwa penting, berita) maupun fiktif (seperti misalnya cerita), bisa bersifat informatif, edukatif, maupun instruksional. Video ini nantinya dapat diputarkan di Televisi yang telah tersedia di dalam *Bus Jakarta Explorer*.

Pada era globalisasi saat ini, teknologi maju semakin pesat tidak terkecuali pada bidang pariwisata. Penyampaian informasi mengenai obyek wisata dapat disampaikan melalui teknologi masa kini dengan media yang menarik sehingga para wisatawan mendapatkan gambaran dan informasi dari obyek wisata yang akan dikunjungi atau yang tidak diketahui sebelumnya. Tidak terkecuali di dalam *Bus Jakarta Explorer* ini. Fasilitas yang telah disediakan di dalam *Bus Jakarta Explorer* antara lain adalah televisi. Akan tetapi belum tersedia media yang dibuat secara khusus untuk di tayangkan pada televisi tersebut, yang dapat dilihat oleh pengguna *Bus Jakarta Explorer* mengenai obyek wisata yang dilalui oleh *Bus Jakarta Explorer*. Maka dibutuhkan media video mengenai obyek wisata yang dilalui *Bus Jakarta Explorer* untuk ditayangkan di televisi.

Pengguna *Bus Jakarta Explorer* yang telah menonton video digital tersebut diharapkan mendapat gambaran umum mengenai obyek-obyek wisata yang dapat dikunjungi dengan *Bus Jakarta Explorer*, dan juga mengetahui keunggulan dari lokasi wisata yang akan dikunjungi, sehingga wisatawan yang telah menggunakan media ini diharapkan merasa tertarik untuk mengunjungi objek wisata tersebut dan memiliki gambaran bagaimana kondisi obyek wisata tersebut meskipun belum pernah mengunjungi obyek wisata tersebut secara langsung. Wisatawan dapat mengetahui kapan waktu yang tepat mengunjungi obyek wisata tersebut, dan mengetahui letak geografis dari obyek wisata tersebut.

Agar jumlah kunjungan wisatawan terus meningkat perlu beberapa strategi, antara lain dengan memutar video digital yang telah peneliti buat di televisi yang ada pada *Bus Jakarta Explorer*. Selain menjadi media informasi untuk para wisatawan akan gambaran mengenai obyek wisata yang ada di Jakarta video ini juga dapat menjadi media promosi pariwisata bagi obyek wisata yang minat kunjungan wisatawannya masih rendah. Video ini juga dapat menjadi sarana hiburan untuk para pengguna *Bus Jakarta Explorer*.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk merancang dan membuat video digital sebagai media informasi bagi pengguna *Bus Jakarta Explorer* tentang obyek wisata di DKI Jakarta dan mengetahui respon penggunaan *Bus Jakarta Explorer* terhadap video digital sebagai media informasi obyek wisata di DKI Jakarta.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah video digital mengenai obyek wisata di DKI Jakarta dapat menjadi media informasi bagi pengguna *Bus Jakarta Explorer*?
2. Bagaimana pembuatan video digital mengenai obyek wisata di DKI Jakarta sebagai media informasi bagi pengguna *Bus Jakarta Explorer*?
3. Bagaimana respon pengguna *Bus Jakarta Explorer* terhadap video digital sebagai media informasi obyek wisata di DKI Jakarta?

C. Pembatasan Masalah

Dari berbagai identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka peneliti membatasi penelitian ini yaitu:

1. Media video yang akan dibuat akan menggambarkan obyek wisata di DKI Jakarta khususnya, obyek wisata yang dilalui oleh *Bus Jakarta Explorer*.
2. Penelitian dilakukan pada rute sejarah jakarta, karena dari enam rute, obyek wisata terbanyak terdapat pada rute sejarah jakarta, sehingga diperlukan informasi yang lebih mengenai obyek wisatanya. Selain itu, menurut data penumpang *Bus Jakarta Explorer* pada tahun 2018 penumpang terbanyak adalah pada rute sejarah jakarta dibandingkan dengan rute lainnya yaitu jakarta modern, kesenian dan kuliner, pencakar langit, ruang terbuka hijau dan cagar budaya Jakarta.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana respon pengguna *Bus Jakarta Explorer* terhadap video digital sebagai media informasi obyek wisata di DKI Jakarta?”

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat antara lain:

- a. Bagi pengguna *Bus Jakarta Explorer*
Dapat mengetahui obyek wisata di DKI Jakarta dari segi geografis dan mendapatkan gambaran umum mengenai objek wisata yang dapat dikunjungi dengan *Bus Jakarta Explore* khususnya tema sejarah jakarta. Media video ini, juga dapat menjadi sarana hiburan bagi pengguna *Bus Jakarta Explorer*.
- b. Bagi PT. Tranportasi Jakarta
Sebagai bahan pertimbangan untuk menyediakan video yang telah dibuat peneliti sebagai media informasi objek wisata.
- c. Bagi pemerintah
Dapat memperkenalkan obyek wisata yang ada di Ibu Kota DKI Jakarta serta menjadikan video digital obyek wisata Jakarta sebagai media promosi khususnya obyek wisata Kota DKI Jakarta yang masih rendah tingkat pengunjungnya.
- d. Bagi akademik
Secara teoritis, dapat bermanfaat untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan.