

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Wisata heritage sendiri merupakan bentuk pariwisata yang menitikberatkan pada penjelajahan dan pengalaman terhadap warisan budaya, baik dalam bentuk museum, bangunan bersejarah, maupun kawasan kota tua. Menurut Garrod & Fyall (2000), wisata heritage mencakup perjalanan ke situs budaya yang memiliki nilai sejarah, keaslian, dan makna kolektif. Timothy dan Boyd (2003) membagi warisan budaya ke dalam dua kategori utama: tangible (seperti gedung, monumen, artefak) dan intangible (seperti tradisi, bahasa, dan nilai-nilai lokal). Kota tua sebagai bagian dari wisata heritage merupakan kawasan urban bersejarah yang mempertahankan struktur dan tata ruang masa lalu, dan sangat potensial untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata edukatif (Ashworth, 1991). Wisata berbasis warisan budaya merupakan salah satu jenis pariwisata yang paling diminati oleh banyak wisatawan. Seperti dikemukakan oleh Gravari-Barbas (2013) dalam Ritonga (2019), kegiatan pariwisata memegang peranan krusial dalam proses pewarisan nilai-nilai budaya kepada generasi penerus. *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) pada tahun 2005 telah menyatakan bahwa pariwisata berbasis sejarah dan budaya termasuk sektor yang mengalami pertumbuhan signifikan (Timothy & Nyaupane, 2009). Kedua jenis pariwisata ini memiliki hubungan yang sangat erat dengan benda-benda peninggalan sejarah dan berbagai bentuk warisan budaya, termasuk dalam kategori *Heritage tourism* dan *cultural tourism* (Fathoni et al., 2017).

Sektor pariwisata warisan budaya terus menunjukkan perkembangan yang pesat di berbagai negara. Data UNESCO (2021) menunjukkan bahwa lokasi-lokasi warisan

budaya memiliki daya tarik luar biasa bagi para wisatawan, dimana lebih dari 40% total kunjungan wisatawan internasional berkaitan dengan destinasi bersejarah dan bernilai budaya. Daerah yang memiliki nilai warisan budaya tinggi merupakan kawasan yang perlu mendapatkan perlindungan khusus. Menurut I Made (2022), wisata warisan budaya didefinisikan sebagai aktivitas perjalanan yang berorientasi pada penjelajahan tempat-tempat bersejarah beserta kekayaan budaya di suatu wilayah. Pratiwi dkk. (2022) mengklasifikasikan warisan budaya menjadi dua kelompok utama, yaitu warisan tidak berbentuk fisik (*intangible*) dan warisan berbentuk fisik (*tangible*). Warisan *tangible* kemudian dibagi lagi menjadi benda yang dapat dipindahkan (*movable*) dan yang tidak dapat dipindahkan (*immovable*). Di tanah air, wisata warisan budaya telah menjadi salah satu andalan utama dalam industri pariwisata nasional. Data terbaru dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) tahun 2024 mencatat lebih dari 20 juta kunjungan wisatawan ke berbagai destinasi warisan budaya setiap tahunnya. Pemerintah Indonesia telah menerbitkan berbagai regulasi pendukung, termasuk Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya yang menegaskan arti penting pelestarian sekaligus pemanfaatan warisan budaya untuk mendukung sektor ekonomi kreatif dan kepariwisataan.



Gambar 1. 1 Gedung Merdeka Bandung (1955)

Sumber : Wikipedia.com

Bandung menjadi salah satu kota dengan kekayaan warisan budaya terbesar di Indonesia. Data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (2023) mencatat 1.896 objek cagar budaya yang meliputi bangunan, situs, dan struktur peninggalan masa lalu. Kota ini dikenal sebagai “Paris van Java” karena lanskap arsitekturnya dihiasi bangunan kolonial bergaya *Art Deco* — suatu gaya yang didominasi garis geometris dan ornamen modern pada awal abad ke 20. Prasetyo (2019) bahkan menyebut Bandung sebagai “Laboratorium *Art Deco*”, menegaskan posisi kota ini sebagai pusat perkembangan arsitektur modern Hindia Belanda. Contoh bangunan *Art Deco* ikonik di Bandung antara lain Hotel Savoy Homann (Albert Aalbers, 1939), Gedung De Vries di koridor Braga, Gedung Merdeka—saksi pelaksanaan Konferensi Asia Afrika (KAA) 1955, serta bioskop De Majestic dan Villa Isola. Keberadaan bangunan tersebut menegaskan bahwa Bandung bukan hanya pusat arsitektur, tetapi juga tonggak sejarah diplomasi dunia ketiga: KAA menjadikan Kota Bandung simbol solidaritas Asia Afrika dan lahirnya

“Spirit of Bandung”. Untuk menjaga nilai historis itu, Pemerintah Kota menerbitkan Perda Kota Bandung No. 7/2018 tentang Pengelolaan Cagar Budaya. Regulasi tersebut melindungi bangunan penting—seperti Gedung Sate, Kantor Pos Besar, Gedung Bank Indonesia, dan sederet rumah di Jalan Asia Afrika Braga—agar tidak mengalami perubahan yang menghilangkan karakter aslinya (Disbudpar, 2024).

Potensi besar yang dimiliki ini belum dapat dimanfaatkan secara maksimal, dengan masalah utama berupa penurunan kualitas bangunan bersejarah. Banyak bangunan *Heritage* yang terbengkalai atau mengalami perubahan fungsi tanpa memperhatikan nilai historisnya, padahal hal ini telah diatur dalam Perda Kota Bandung No. 5 Tahun 2012 tentang Pelestarian Seni Tradisional. Situasi ini semakin memburuk akibat rendahnya pemahaman masyarakat dan dunia usaha dalam mengoptimalkan warisan budaya sebagai aset pariwisata. Dampaknya, minat terhadap wisata *Heritage* tidak mampu bersaing dengan kegiatan belanja dan kuliner yang lebih diminati wisatawan (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, 2023).



Gambar 1. 2 Kantor Pos Besar, Bandung

Sumber : en.wikipedia.org

Persoalan lain adalah terbatasnya ketersediaan informasi tentang wisata *Heritage* saat ini, data mengenai cagar budaya dan lokasi bersejarah masih terpisah-pisah (*partial*) dan belum terhimpun dalam suatu sistem yang mudah diakses. Walaupun telah berstatus cagar budaya, sebagian besar bangunan ini belum dilengkapi dengan infrastruktur informasi digital yang memadai untuk kebutuhan wisatawan dan masyarakat. Seperti dijelaskan dalam teori *Smart Tourism* oleh Gretzel, Sigala, dan Koo (2015), transformasi digital dalam sektor pariwisata mampu meningkatkan kemudahan akses informasi sekaligus menciptakan pengalaman lebih interaktif bagi pengunjung.

Dalam penelitian ini, perancangan media informasi dalam bentuk website berbasis digital difokuskan untuk mendukung sektor wisata heritage di Kota Bandung. Di tingkat nasional, pemerintah Indonesia telah menerbitkan berbagai regulasi pendukung, termasuk Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya yang menegaskan pentingnya pemanfaatan teknologi digital untuk pelestarian warisan budaya. Apabila dibandingkan dengan kota-kota lain yang telah memiliki sistem informasi *Heritage* terpadu, Bandung masih menghadapi tantangan besar dalam menciptakan sistem informasi yang terstruktur dan mudah diakses. Data statistik menunjukkan adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Bandung pasca masa pandemi.

Tabel 1. 1 Data Kunjungan Wisatawan Kota Bandung (Tahun 2019 - 2024)

Perkembangan Pariwisata						
Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung tahun 2019-2024						
Kategori	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Wisatawan Domestik	8.175.221	3.214.390	4.973.649	6.546.960	7.713.937	8.554.688
Wisatawan Mancanegara	252.842	30.210	33.961	37.285	38.570	43.629
TOTAL	8.428.063	3.244.600	5.007.610	6.584.245	7.752.507	8.598.317
Sumber : Diolah Dari Berbagai Sumber						

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung Dan Kebudayaan Kota Bandung, 2025

Untuk wisatawan pada sektor pariwisata *Heritage*, menyumbang sekitar 15-20% dari total kunjungan wisatawan. Berdasarkan studi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung Bandung (2024), tercatat 18% wisatawan mengunjungi minimal satu situs *Heritage* selama berada di Bandung.

Tabel 1. 2 Data Estimasi Kunjungan Wisatawan *Heritage* Kota Bandung (Tahun 2019-2024)

Tahun	Total Wisatawan	Total Estimasi Wisata <i>Heritage</i> (18%)	Wisatawan Domestik (95%)	Wisatawan Mancanegara (5%)
2019	8.428.063	1.517.051	1.441.199	75.853
2020	3.244.600	584.028	554.827	29.201
2021	5.007.610	901.370	856.301	45.069
2022	6.584.245	1.185.164	1.125.906	59.258
2023	7.752.507	1.395.451	1.325.679	69.773
2024	8.598.317	1.547.697	1.470.312	77.385

Sumber: Data olahan peneliti, 2025

Hasil studi pendahuluan tahun 2024 mengungkapkan bahwa sekitar 65% responden yang berminat pada wisata *Heritage* mengatakan kesulitan mendapatkan informasi valid tentang lokasi-lokasi bersejarah di Bandung (*Survei Wisata Bandung*, 2024).

Rencana Induk Pembangunan Daerah (RIPDA) Kota Bandung mengidentifikasi bahwa minimnya dukungan infrastruktur digital menjadi salah satu kendala utama dalam pengelolaan wisata *Heritage*. Sementara itu, Rencana Strategis (Renstra) Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung menekankan pentingnya membangun sistem informasi pariwisata yang terpadu.

Berdasarkan Renstra Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung dan Kebudayaan Kota Bandung 2024-2026, Dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi kota yang merata serta meningkatkan kelayakhunian Kota Bandung dari aspek sosial dan budaya, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata menetapkan sejumlah arah kebijakan yang berfokus pada penguatan sektor pariwisata dan kebudayaan berbasis potensi lokal.

Salah satu penekanan utama dalam rencana strategis ini adalah meningkatnya akses informasi terhadap produk wisata *Heritage* sebagai bagian dari upaya peningkatan kualitas pariwisata dan pelestarian budaya lokal. Hal ini tercermin dalam strategi dan kebijakan berikut:

1. Isu: Pertumbuhan dan Pemerataan Perekonomian Kota (Strategi 1.1.4: Meningkatkan pemasaran pariwisata; Kebijakan 1.1.4.1: Meningkatnya promosi pariwisata)

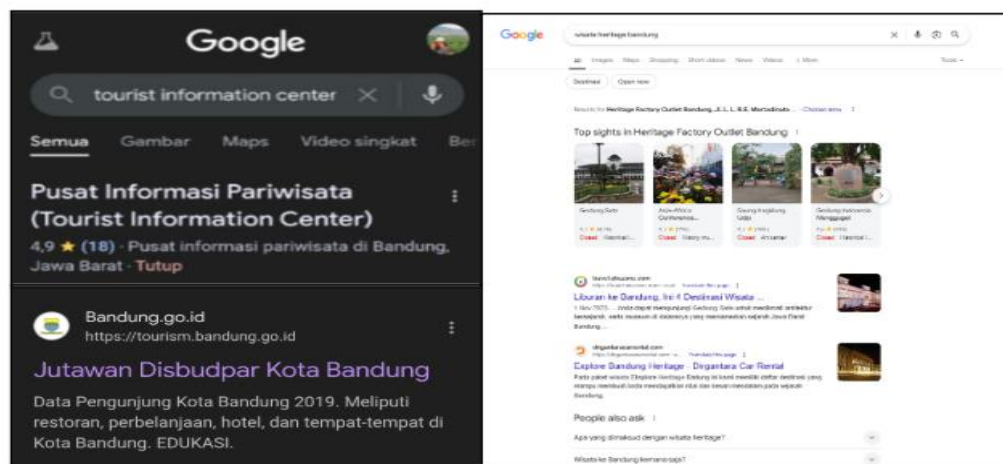
Strategi ini menggarisbawahi pentingnya promosi pariwisata berbasis informasi yang akurat, relevan, dan mudah diakses—terutama dalam konteks wisata *Heritage* yang sangat bergantung pada narasi sejarah dan identitas lokal. Promosi tidak hanya berfungsi untuk menarik kunjungan, tetapi juga sebagai media edukasi budaya.

2. Isu: Kelayakhunian Kota (Aspek Keamanan dan Sosial) (Strategi 2.1.5: Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap sejarah dan warisan budaya local ;Kebijakan 2.1.5.1: Meningkatnya akses terhadap informasi sejarah dan warisan budaya local)

Dalam strategi ini, pemerintah kota menegaskan pentingnya penyediaan media informasi digital dan fisik yang memperkenalkan bangunan cagar budaya, nilai-nilai sejarah, serta kearifan lokal secara terbuka kepada masyarakat dan

wisatawan. Akses informasi *Heritage* yang inklusif diharapkan tidak hanya membangun kebanggaan terhadap identitas lokal, tetapi juga mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam pelestarian warisan budaya.

Hasil penelusuran awal ketika kita mencari kata kunci Bandung Tourism atau Bandung Tour, *official website* Pemerintah Kota Bandung menunjukkan data yang tidak terkini, 2019, sudah 6 tahun tidak diperbaharui. Bahkan Ketika memasukan kata kunci pencarian "wisata Bandung", tidak ada sama sekali *website official* dari pemerintah mengenai pariwisata kota Bandung di halaman utama mesin pencarian google, yang berarti situs pemerintah



Gambar 1. 3 Tangkapan layar search engine info wisata *Heritage* Kota Bandung

Sumber Peneliti, 2025

Walau tercatat > 100 bangunan dan zonasi kota lama—terutama Kawasan Asia Afrika—Braga sebagai koridor bersejarah—informasi terintegrasi mengenai lokasi, narasi sejarah, serta akses publik masih terbatas (Disparbud Kota Bandung, 2024).

Pentingnya sistem informasi dalam pengembangan pariwisata *Heritage* di Kota Bandung tidak dapat diabaikan. Sistem informasi yang baik dapat membantu wisatawan mengakses

informasi secara *real-time*, meningkatkan pengalaman wisata, serta mempercepat penyebaran informasi tentang situs *Heritage*. Menurut Laudon & Laudon (2020), sistem informasi yang terintegrasi dalam sektor pariwisata dapat meningkatkan efisiensi dalam penyampaian informasi dan memperbaiki manajemen destinasi . Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi cara masyarakat mengakses dan menikmati layanan pariwisata. Dalam konteks ini, media informasi digital seperti website menjadi komponen penting dalam merancang pengalaman wisata yang lebih terarah, terpersonalisasi, dan inklusif. Menurut Morrison (2013), media informasi pariwisata merupakan instrumen komunikasi yang menyampaikan pesan, narasi, dan fitur destinasi melalui berbagai kanal, salah satunya situs web. Website pariwisata yang baik mampu mendukung fase perencanaan perjalanan (*pre-journey*), dengan menyediakan informasi yang kredibel, interaktif, dan kontekstual. Lebih lanjut, perancangan media informasi digital dalam konteks pariwisata harus mempertimbangkan integrasi desain berbasis pengalaman pengguna (*user-centered design*), navigasi yang mudah, serta kemampuan sistem untuk menyajikan narasi budaya dan sejarah secara menarik (Liu et al., 2020).

Dari analisis kebutuhan tersebut penelitian ini berangkat untuk merancang media informasi produk wisata *Heritage* berbasis digital di Kota Bandung yang tujuannya untuk memberikan kemudahan akses informasi bagi wisatawan dalam fase *pre-journey* (perencanaan), sehingga meningkatkan minat kunjungan dan pemahaman terhadap nilai *Heritage* Bandung.

B. Masalah Penelitian

Berdasarkan apa yang telah dijelaskan pada latar belakang penelitian Kota Bandung sebagai kota *Heritage* menghadapi empat tantangan utama dalam pengelolaan informasi cagar budayanya berdasarkan observasi lapangan dan kajian literatur:

Pertama, terjadi fragmentasi data dimana informasi tentang cagar budaya tersebar (*partial*) di berbagai instansi seperti Dinas Kebudayaan, BPCB, dan komunitas sejarah tanpa adanya sistem terpadu. Kondisi ini menyebabkan masyarakat dan wisatawan kesulitan mengakses informasi lengkap tentang warisan budaya kota mereka.

Kedua, penyajian informasi yang ada saat ini cenderung sederhana dan tidak lengkap, hanya berisi data teknis seperti tahun pendirian dan nama arsitek, tanpa narasi sejarah yang menarik.

Ketiga, terdapat ketimpangan informasi, informasi yang tersedia hanya terfokus pada beberapa bangunan ikonik seperti Gedung Sate atau kawasan Braga, sementara ratusan bangunan bersejarah lainnya terlupakan.

Keempat, pemanfaatan teknologi digital yang sebenarnya bisa menjadi solusi justru belum optimal diterapkan. Padahal, tools seperti *website* interaktif, QR code, atau *augmented reality* telah terbukti efektif di lokasi lain.

Berdasarkan analisis menggunakan pendekatan USG (*Urgency, Seriousness, Growth*), masalah akses informasi ini masuk dalam kategori:

- a. *Urgent* (mendesak), karna belum tersedia informasi yang lengkap terhadap cagar budaya yang ada di Kota Bandung. Hal ini menyebabkan pemanfaatan bangunan *Heritage* sebagai daya tarik wisata kurang optimal.

- b. *Serious* (serius), berdampak pada menurunnya literasi budaya dan potensi pariwisata di Kota Bandung yang sejatinya sudah memiliki pasar wisata *Heritage*, terbukti dengan adanya komunitas pemerhati wisata *Heritage* seperti *Bandung Heritage Society* di Kota Bandung.
- c. *Growing* (berkembang), rendahnya ketersediaan informasi terhadap situs wisata *Heritage* mengakibatkan kesenjangan akan semakin lebar dengan wisata kuliner dan wisata belanja di Kota Bandung.

C. **Fokus Penelitian**

Dari penjelasan diatas, dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana profil informasi produk wisata *Heritage* di Kota Bandung (input)?
2. Bagaimana konsep penyajian informasi produk wisata *Heritage* di Kota Bandung (process)?
3. Bagaimana Rancang Bangun media informasi digital (*website*) produk wisata *Heritage* di Kota Bandung (*output*)?

D. **Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Tujuan merupakan acuan terhadap hasil yang ingin dicapai dalam penelitian ini.

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Menganalisis profil informasi produk wisata *Heritage* di Kota Bandung, meliputi: jenis konten / fitur, sumber informasi, kelengkapan data, dan akurasi materi yang tersedia untuk wisatawan dalam fase *pre-journey*.
2. Mengkaji penyajian informasi produk wisata *Heritage* di Kota Bandung, termasuk strategi distribusi konten / fitur, platform yang digunakan, serta pendekatan

interpretasi *Heritage* (narasi sejarah, visual, dan interaktivitas) untuk meningkatkan pemahaman wisatawan.

3. Merancang bangun media informasi digital (*website*) produk wisata *Heritage* Kota Bandung berbasis kebutuhan pengguna (*user-centered design*) dengan mengintegrasikan temuan dari analisis profil dan konsep penyajian informasi.

Selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini mengisi celah literatur tentang informasi digital produk wisata *Heritage* dan *digital storytelling* untuk destinasi urban *Heritage* seperti Kota Bandung

2. Manfaat Praktis

Website hasil rancangan ini dapat diadopsi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung dan Budaya Kota Bandung dengan modifikasi minor, dan hal tersebut dapat meminimalisir anggaran pengembangan *platform* baru.

E. **Luaran Penelitian**

Luaran penelitian yang diharapkan adalah rancangan prototipe *website* Wisata *Heritage* Bandung dengan fokus pada penyajian informasi produk wisata berdasarkan komponen 4A (Atraksi, Aksesibilitas, Akomodasi, dan Aktivitas). Tujuannya untuk meningkatkan kemudahan akses informasi bagi wisatawan, sekaligus mengenalkan dan melestarikan bangunan-bangunan *Heritage* di Kota Bandung.

F. **Sistematika Penulisan**

Dalam penyusunan laporan penelitian, terdapat beberapa isian atau *outline* dari sistematika penulisan tesis yang terdiri dari:

COVER

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR

ABSTRAK

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR TABEL

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Masalah Penelitian
- C. Fokus Penelitian
- D. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- E. Luaran Penelitian
- F. Sistematika Penulisan

BAB II PENDEKATAN PENELITIAN

- A. Pendekatan yang Digunakan
- B. Penelitian / Proyek Terdahulu
- C. Kerangka penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

- A. Metode Penelitian
- B. Karakteristik Lokus dan Subyek Penelitian
- C. Sumber Data

D. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data

E. Validitas Data

F. Analisis Data

G. Rencana dan Jadwal Kerja Penelitian dan Penyusunan Tesis

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL

BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN LUARAN STUDI

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN