

Perancangan Media Informasi Produk Wisata *Heritage* Berbasis *Website* di Kota Bandung

Liviandry Dwi Handayani¹, Cecep Ucu Rakhman², Ananta Budhi Danurdara³

Politeknik Pariwisata NHI Bandung
Email: liviandry@gmail.com

Abstract

Bandung City has significant potential in historical tourism, particularly through its Art Deco-style heritage buildings, which hold rich historical and architectural value. However, information about these heritage tourism assets remains fragmented and limited in accessibility. This research aims to develop a digital information media in the form of a website to support the management and dissemination of Bandung's heritage tourism information. Using a qualitative approach and the R&D 4D model (Define, Design, Develop, Disseminate), the study involves field observation, in-depth interviews with stakeholders, and literature review. The results identified three key needs: (1) structured heritage information management, (2) interactive and narrative presentation via digital storytelling, and (3) a prototype website with interactive maps, archival galleries, thematic tours, and community participation features. The research output provides recommendations for government policies, tourism managers, and academic reference on digitalization of heritage tourism.

Keywords: heritage tourism; digitalization; website; Bandung City; Art Deco

Abstrak

Kota Bandung memiliki potensi besar dalam wisata sejarah, terutama melalui bangunan-bangunan heritage bergaya Art Deco yang kaya nilai sejarah dan arsitektural. Namun, informasi terkait aset wisata heritage tersebut masih tersebar dan sulit diakses. Penelitian ini bertujuan merancang media informasi digital berupa website untuk mendukung pengelolaan dan penyebaran informasi wisata heritage di Kota Bandung. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan model R&D 4D (Define, Design, Develop, Disseminate), penelitian dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan tiga kebutuhan utama: (1) sistem pengelolaan informasi heritage yang terstruktur, (2) penyajian informasi interaktif dan naratif melalui digital storytelling, dan (3) prototipe website dengan peta interaktif, galeri arsip, tur tematik, dan fitur partisipasi komunitas. Hasil penelitian ini memberikan rekomendasi kebijakan bagi pemerintah, panduan bagi pengelola wisata, serta referensi akademik terkait digitalisasi pariwisata heritage.

Kata Kunci: wisata heritage; digitalisasi; website; Kota Bandung; Art Deco

A. PENDAHULUAN

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

* Liviandry Dwi Handayani

Received: Month DD, YYYY; Revised: Month DD, YYYY; Accepted: Month DD, YYYY

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. Bandung menjadi salah satu kota dengan kekayaan warisan budaya terbesar di Indonesia. 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). 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.

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:

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.

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

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:

- *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.
- *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.
- *Growing* (berkembang), rendahnya ketersediaan informasi terhadap situs wisata Heritage mengakibatkan kesenjangan akan semakin lebar dengan wisata kuliner dan wisata belanja di Kota Bandung.

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)?

Tujuan merupakan acuan terhadap hasil yang ingin dicapai dalam penelitian ini. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :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.

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. 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 Manfaat Teoritis Penelitian ini mengisi celah literatur tentang informasi digital produk wisata Heritage dan digital storytelling untuk destinasi urban Heritage seperti Kota Bandung. Manfaat Praktis Website hasil rancangan ini dapat diadopsi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung dengan modifikasi minor, dan hal tersebut dapat meminimalisir anggaran pengembangan platform baru.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Research and Development (R&D) model 4D (Define, Design, Develop, Disseminate). Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan, dan studi literatur. Fokus penelitian mencakup kawasan prioritas *Heritage* seperti Braga, Asia Afrika, dan Alun-Alun Bandung.

C. HASIL DAN ANALISIS

Temuan pada aspek input menunjukkan keterbatasan akses publik terhadap informasi bangunan cagar budaya di Kota Bandung. Kondisi ini merefleksikan belum optimalnya sistem dokumentasi dan diseminasi informasi *heritage* di tingkat kota. Padahal, dalam kajian Timothy & Boyd (2003), akses terhadap informasi adalah prasyarat utama agar warisan budaya dapat dimaknai secara utuh oleh masyarakat. Keterbatasan tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan antara potensi narasi sejarah yang tersedia dan media informasi yang mampu menyampaikannya secara sistematis. Hal ini juga menunjukkan lemahnya peran kelembagaan dalam pengelolaan aset budaya. Sementara komunitas lokal memang telah aktif menggali dan menyebarkan narasi sejarah secara mandiri, belum tersedia basis data terintegrasi yang menyatukan data formal dan informal. Secara teoritis, Poria et al. (2003) menekankan bahwa makna suatu objek *heritage* tidak hanya ditentukan oleh fisiknya, tetapi juga oleh narasi yang membingkainya. Oleh karena itu, ketiadaan informasi yang memadai berisiko menyebabkan pengalaman wisata menjadi hampa makna. Dalam kondisi ideal, pemerintah daerah seharusnya membangun sistem basis data digital terbuka yang menyatukan data historis, arsitektural, dan narasi sosial dari berbagai sumber secara berkesinambungan.

Dari sisi penyajian informasi, metode konvensional seperti brosur dan walking tour masih mendominasi. Ini memperlihatkan keterlambatan adopsi teknologi digital dalam penyampaian narasi *heritage*. Menurut model pembelajaran pengunjung dari Falk & Dierking (2013), penyajian informasi yang efektif seharusnya menggabungkan pendekatan visual, naratif, dan interaktif agar pengunjung dapat membangun keterlibatan emosional dengan objek yang dikunjungi.

Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa komunitas memiliki kapasitas inovatif dalam penyampaian informasi, misalnya melalui walking tour tematik dan podcast sejarah. Namun, pendekatan ini belum sepenuhnya terintegrasi ke dalam sistem informasi resmi kota. Dalam konteks ini, Aziz (2018) menekankan perlunya transisi dari model penyampaian satu arah (*one-way communication*) menuju keterlibatan dua arah (*engagement*), di mana pengunjung tidak hanya menjadi penerima informasi tetapi juga turut serta dalam penyebaran dan pelestarian narasi *heritage*.

Kondisi ideal dari aspek ini adalah hadirnya platform digital interaktif yang mengintegrasikan peta, cerita lokal, galeri arsip, serta fitur partisipatif. Selain mendukung literasi budaya, platform semacam ini akan mempermudah wisatawan dalam merencanakan, menavigasi, dan merefleksikan pengalaman wisata *heritage* mereka

Prototipe website yang dikembangkan dalam penelitian ini mencoba menjawab kebutuhan dasar pengunjung akan informasi yang terstruktur, visual, dan interaktif. Fitur-fitur seperti peta interaktif, navigasi tematik, serta ruang kontribusi konten merupakan langkah awal untuk mengadopsi prinsip desain informasi yang berpusat pada pengguna (*user-centered*).

Hal ini sejalan dengan temuan Yoo et al. (2010) yang menyebut bahwa sistem informasi pariwisata yang baik tidak hanya menyajikan konten, tetapi juga membentuk pengalaman eksploratif yang berkesan. Dalam konteks destinasi berbasis warisan budaya, penting pula untuk menghadirkan nuansa visual yang sesuai dengan karakter *heritage*—klasik, elegan, dan tidak terlalu modern.

Namun demikian, temuan juga menunjukkan bahwa pengelolaan website ini masih menghadapi kendala sumber daya, baik dari segi SDM teknis maupun kelembagaan. Untuk itu, perlu adanya model pengelolaan kolaboratif antara pemerintah, komunitas, dan pelaku swasta sebagaimana disarankan oleh **Buhalis & Law (2008)** dalam konsep *e-tourism ecosystem* yang menyatukan teknologi, konten, dan kolaborasi.

Kondisi ideal output adalah website yang bersifat dinamis, mampu diperbarui secara berkala, dan memiliki sistem manajemen konten (CMS) yang mudah digunakan oleh berbagai pihak. Website tersebut tidak hanya menjadi saluran informasi, tetapi juga wadah kolaboratif dalam pelestarian dan pemaknaan ulang sejarah kota.

D. SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk merancang media informasi digital berbasis website guna memperluas akses serta memperkaya pengalaman wisata heritage di Kota Bandung. Berdasarkan analisis data lapangan, wawancara dengan pemangku kepentingan, serta telaah pustaka, diperoleh beberapa kesimpulan penting sebagai berikut:

1. Kesenjangan Informasi Heritage

Informasi mengenai bangunan cagar budaya di Kota Bandung masih tersebar dan tidak terintegrasi dalam satu sistem yang utuh. Hanya sebagian kecil bangunan yang dilengkapi papan informasi fisik, sementara sisanya mengandalkan narasi informal. Hal ini menunjukkan perlunya sistem dokumentasi terpadu yang menggabungkan data formal pemerintah dan narasi komunitas.

2. Penyajian Informasi Belum Relevan dengan Kebutuhan Wisatawan

Media penyampaian informasi masih didominasi metode konvensional seperti brosur dan tur berpemandu. Wisatawan modern membutuhkan pendekatan digital storytelling yang menyajikan konten informatif, naratif, dan interaktif. Integrasi QR code, audio tour, hingga elemen Augmented Reality (AR) menjadi tuntutan ke depan.

3. Website Sebagai Solusi Digitalisasi Informasi Heritage

Prototipe website yang dirancang dalam penelitian ini mengakomodasi kebutuhan wisatawan melalui fitur seperti peta interaktif, galeri arsip, tur tematik, dan kontribusi komunitas. Tampilan visual yang vintage serta desain responsif memungkinkan akses yang nyaman dari berbagai perangkat.

4. Kendala dan Tantangan Implementasi

Keterbatasan anggaran, fragmentasi data sejarah, dan minimnya dukungan dari sebagian pemilik bangunan menjadi hambatan utama dalam pengembangan sistem informasi heritage. Untuk itu, dibutuhkan kolaborasi multi-stakeholder dan strategi pengelolaan berkelanjutan.

5. Implikasi Teoritis dan Praktis

Penelitian ini memperkuat teori Smart Tourism dan Experience Economy dengan menekankan pentingnya media digital berbasis narasi dalam menghidupkan warisan budaya. Secara praktis, website ini dapat menjadi media promosi, edukasi, dan partisipasi yang strategis bagi pemerintah, komunitas, pelaku usaha, dan wisatawan.

E. LUARAN STUDI

Sebagai hasil utama dari penelitian ini, telah dirancang sebuah prototipe website wisata heritage Kota Bandung dengan fitur sebagai berikut:

1. Struktur Menu Situs Web:

Termasuk Beranda, Daftar Bangunan Heritage, Peta Interaktif, Tur Tematik, Galeri Arsip, Jejak Wisatawan, Kontribusi Komunitas, Umpan Balik Pengunjung, dan Tentang Kami.

2. Penyimpanan dan Teknologi Situs Web:

Dikembangkan menggunakan platform Mobirise (berbasis HTML statis) yang ringan dan mudah dioperasikan oleh staf non-teknis. Hosting berbasis cloud digunakan dengan fitur keamanan, backup, dan domain publik.

3. Rencana Implementasi:

Seluruh file situs web, dokumentasi teknis, dan hak kelola akan diserahkan kepada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung sebagai luaran resmi penelitian. Website ini disiapkan sebagai prototipe awal yang fleksibel untuk dikembangkan lebih lanjut sesuai kebutuhan dinas.

F. DAFTAR REFERENSI

Text citations: (Anwar et al., 2016) or (Aizid, 2016) or (Nugrahanto, 2015) (Abor & Bokpin, 2010; Cretu & Brodie, 2007; Jensen & Meckling, 1976; Ross, 1977) or (Rahmawati et al., 2019, p. 113)

References:

- Adishakti, L. (2017). Pelestarian Bangunan Gedung Cagar Budaya, Tonggak Keberlanjutan Kota Pusaka [Preservation of Heritage buildings, pillars of sustainable Heritage cities]. Workshop Pelestarian Bangunan Gedung Cagar Budaya, 1–12.
- Amirudin, R. (2021). Digital platforms for urban Heritage interpretation: Case of Yogyakarta. *Journal of Urban Cultural Studies*, 8(2), 123–141. https://doi.org/10.1386/juce_00059_1
- Anuar, M. M., Kadir, A., & Abdullah, M. (2017). Factors influencing user satisfaction in tourism websites. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(1), 45–60. <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1297541>
- Arief Johari. (2016). Representasi mitos dan makna pada visual lambang daerah [Representation of myths and meanings in regional symbols]. *RITME*, 2(1), 33–50.
- Bertacchini, E., & Morando, F. (2012). The importance of cultural Heritage websites in urban tourism. *Urban Studies and Planning*, 19(2), 142–155. <https://doi.org/10.1080/0042098032000081619>
- Bigné, J. E., Andreu, L., & Gnoth, J. (2005). The impact of website design on tourist perceptions. *Tourism Management*, 26(3), 323–335. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.11.015>
- Branch, R. M. (2009). Instructional design: The ADDIE approach. Springer.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). The role of destination websites in promoting cultural Heritage tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 3(4), 239–252. <https://doi.org/10.2167/jht059.0>
- Cheong, R. (2021). Interactive virtual tours in cultural Heritage. *Journal of Heritage Tourism*, 16(1), 1–16. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2021.1899692>
- Chung, J. E., & Koo, C. (2016). Website design factors that drive visitor loyalty. *Journal of Tourism Research*, 23(4), 455–468. <https://doi.org/10.1177/1096348015619410>

- Estacio, D. L., Gopez, M. T. V., & Parungao, M. S. C. (2021). Malolos Heritage District: A cultural Heritage mapping and inventory – 2020-2021. *Global Journal of Engineering and Technology Advances*, 8(3), 062–086. <https://doi.org/10.30574/gjeta.2021.8.3.0129>
- Falah, M., Yuniadi, A., & Adyawardhina, R. (2019). Pergeseran makna filosofis alun-alun Kota Bandung pada abad XIX–XXI [The shift in the philosophical meaning of Bandung's city square from the 19th to 21st century]. *Patanjala: Jurnal Penelitian Sejarah dan Budaya*, 11(2), 203. <https://doi.org/10.30959/patanjala.v11i2.507>
- Fesenmaier, D. R., Xiang, Z., Pan, B., & Hsieh, C. (2011). Digital media and Heritage tourism. *Journal of Travel Research*, 50(4), 414–427. <https://doi.org/10.1177/0047287510385462>
- Fuchs, M., & Höpken, W. (2011). Measuring digital experience of Heritage websites. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 287–298. https://doi.org/10.1007/978-3-7091-0289-5_27
- Gall, M. D., Gall, J. P., & Borg, W. R. (2003). *Educational research: An introduction* (7th ed.). Allyn & Bacon.
- Garau, C. (2015). Using WebGIS for Heritage interpretation. *International Journal of Heritage in the Digital Era*, 4(3), 345–360. <https://doi.org/10.1260/2047-4970.4.3.345>
- Geçikli, R. M., Turan, O., Lachytová, L., Dağlı, E., Kasalak, M. A., Uğur, S. B., & Guven, Y. (2024). Cultural Heritage tourism and sustainability: A bibliometric analysis. *Sustainability*, 16(15), 6424. <https://doi.org/10.3390/su16156424>
- Ginting, N., Rahman, N. V., Subhilhar, S., & Wahid, J. (2018). The role of place identity in planning Heritage tourism. *The Indonesian Journal of Planning and Development*, 3(2), 56–66. <https://doi.org/10.14710/ijpd.3.2.56-66>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Designing interactive Heritage tourism websites. *Journal of Travel Research*, 54(6), 725–739. <https://doi.org/10.1177/0047287514535846>
- Herlan, S., & MM, C. (2023). Effect of immersive experience on repurchase intention of virtual Heritage tours among Gen-Z in Indonesia. *E3S Web of Conferences*. <https://doi.org/NA>
- Huang, Y.-C., & Lin, P.-C. (2021). Impact of website quality on destination image. *Annals of Tourism Research*, 87, 103119. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103119>
- Julianto, D., Prabowo, R., & Sari, M. (2021). Digital preservation of Heritage buildings: A case study of Bandung. *Jurnal Arsitektur dan Urbanisme*, 9(2), 115–124.
- Kang, Y., & Gretzel, U. (2012). Impact of interactive maps in Heritage tourism. *Electronic Markets*, 22(4), 243–255. <https://doi.org/10.1007/s12525-012-0097-y>
- Kim, J.-H., & Wang, Y. (2019). Mobile applications and Heritage tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(3), 237–252. <https://doi.org/10.1108/JHTT-12-2018-0104>
- Koo, C., & Gretzel, U. (2015). Personalization in tourism websites. *Information Technology & Tourism*, 16(2), 183–203. <https://doi.org/10.1007/s40558-015-0020-5>
- Kunto, H. (1985). Bandung: Citra sebuah kota [Bandung: Portrait of a city]. Granesia.
- Kusumawardhana, I., Bhaskara, G. I., Masnadi, I., & Patria, T. A. (2023). The rise of individual mass tourist and explorer: Study of tourist typology and motivation for travel. *E3S Web of Conferences*, 426, 01093. <https://doi.org/NA>
- Leung, D., Law, R., Hoof, H. V., & Buhalis, D. (2013). Multilingual content for global audiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1–2), 1–18. <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.751053>
- Mahendra, D. (2024). The impact of tourism on the preservation and transformation of cultural identity in Bali, Indonesia. *Studies in Social Science & Humanities*, 3(6), 34–41. <https://www.paradigmpress.org/SSSH/article/view/1189>
- Middleton, V. T. C., & Fyall, A. (2016). *Marketing in travel and tourism* (5th ed.). Routledge.
- Mill, R. C., & Morrison, A. M. (2010). *The tourism system* (7th ed.). Kendall Hunt Publishing.
- Munar, A. M. (2012). Storytelling in Heritage websites. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 10(4), 271–287. <https://doi.org/10.1080/14766825.2012.738234>
- Mulyatiningsih, E. (2011). *Metode penelitian terapan bidang pendidikan [Applied research methods in education]*. Alfabeta.

- Packer, J., & Ballantyne, R. (2016). Website as a platform for public engagement in Heritage. *Museum Management and Curatorship*, 31(2), 180–199. <https://doi.org/10.1080/09647775.2016.1150648>
- Park, D.-H., & Gretzel, U. (2007). Role of official websites in enhancing tourist experience. *International Journal of Tourism Research*, 9(4), 279–289. <https://doi.org/10.1002/jtr.617>
- Patria, T. A. (2015). Diffusion of urban Heritage tourism in post-colonial Bandung (A case study of Heritage building authorities). *Advanced Science Letters*, 21(4), 705–708.
- Patria, T. A. (2015). Dinamika perkembangan pariwisata pusaka: Tinjauan dari sisi penawaran dan permintaan di Kota Bandung [Heritage tourism development dynamics: A supply and demand perspective in Bandung]. *Binus Business Review*, 6(2), 169–183.
- Patria, T. A. (2021). Heritage as a social construct: An exploratory study of Heritage definitions, benefits, and practices as perceived by Indonesian key Heritage actors [Doctoral dissertation, Michigan State University].
- Patria, T. A., & Febriana. (2014). *Telusur Bandung [Exploring Bandung]*. PT Elex Media Komputindo.
- Patria, T. A., & Rahtomo, W. (2020). The influence of image of 10 new prioritized destinations on FOMO among tourism students. 2020 International Conference on Information Management and Technology.
- Patria, T. A., Damanik, F. K., Irena, F., Dirgantara, A. R., & Baswarani, D. T. (2023). Sustaining businesses on the historic Braga Street, Bandung, Indonesia: An exploratory study using experience economy concept. *International Conference on Business and Technology*, 122–130.
- Patria, T. A., Irena, F., & Phungpumkaew, H. (2024). Effect of the output of Heritage designation on visitors' motivation to visit the historic Kompleks Pasar Baru, Jakarta. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1324(1), 012038. <https://doi.org/NA>
- Patria, T. A., Ulinnuha, H., Hidayah, N., Latif, A. N. K., Susanto, E., & Claudia, C. (2023). Effect of key opinion leaders and Instagram posts on Wonderful Indonesia brand awareness. *E3S Web of Conferences*, 426, 02027. <https://doi.org/NA>
- Raju, B., Lonial, S., & Mangold, W. (2018). SEO optimization for destination websites. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(4), 360–374. <https://doi.org/10.1108/JHTT-12-2017-0126>
- Sigala, M. (2018). Evaluating the effectiveness of tourism destination websites. *Tourism Management*, 69, 170–183. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.06.017>
- Sitorus, R. (2008). *Dasar-dasar pariwisata [Fundamentals of tourism]*. USU Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D [Educational research methods: Quantitative, qualitative, and R&D approaches]*. Alfabeta.
- Sukinah, I., Santosa, W., & Anindito, A. (2020). Evaluating mobile-responsive tourism websites. *Procedia Computer Science*, 161, 756–763. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2020.09.042>
- Suwantoro, G. (2007). *Dasar-dasar pariwisata [Fundamentals of tourism]*. Andi.
- Thiagarajan, S., Semmel, D. S., & Semmel, M. I. (1974). *Instructional development for training teachers of exceptional children*. National Center for Improvement of Educational Systems.
- Tussyadiah, I., & Fesenmaier, D. (2009). Tourism website trust and satisfaction. *Tourism Management*, 30(2), 137–143. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.04.008>
- UNESCO. (2020). *Guidelines on cultural Heritage digitalization and preservation*. UNESCO Publishing.
- Yilmaz, B., & Unluonen, K. (2022). Visual content on Heritage destination websites. *Tourism Geographies*, 24(1), 55–73. <https://doi.org/10.1080/14616688.2021.1997350>
- Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014). Comparative study of national Heritage portals. *International Journal of Heritage Studies*, 20(6), 601–615. <https://doi.org/10.1080/13527258.2013.800224>