

Perancangan E-Guidebook Wisata Digital Nomad di Kota Bandung

Alya Mega Nisrina¹, Any Ariani Noor², Chandra Budhi Septyandi³

¹Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012

¹E-mail : alya.mega.upw19@polban.ac.id

²Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012

²E-mail : anynoor@polban.ac.id

³Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012

³E-mail : chandra.budhi@polban.ac.id

ABSTRAK

Tujuan studi ini adalah untuk merancang *e-guidebook* wisata *digital nomad* di kota Bandung. Wisatawan *digital nomad* adalah wisatawan yang berpindah dengan menjelajahi destinasi baru yang sangat tergantung pada teknologi sehingga dapat tetap bekerja dimanapun. Potensi kota Bandung sebagai *nomadic tourism* sudah tergambarkan dari beragam sarana, prasarana, akomodasi, atraksi dan fasilitas pendukung yang memenuhi kebutuhan wisatawan *digital nomad*. Teknik perancangan *e-guidebook* wisata *digital nomad* dilakukan dengan menyusun konsep, mengumpulkan data, mengolah data, dan melakukan perancangan *e-guidebook* wisata *digital nomad* menggunakan aplikasi Canva. Hasil perancangan *e-guidebook digital nomad* dapat diakses menggunakan QR code dan dapat diakses pada link secara umum. Hasil rancangan *e-guidebook digital nomad* sudah sesuai dengan kebutuhan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung sebagai mitra dalam studi ini.

Kata Kunci :

E-Guidebook, Nomadic Tourism, Digital Nomad

1. PENDAHULUAN

Pariwisata adalah sektor yang saat ini berkembang di Indonesia. Berbagai daerah mulai memberdayakan pengembangan pariwisata agar kunjungan wisatawan meningkat [1]. Kemenparekraf mengusulkan "*nomadic tourism*", yaitu wisatawan yang tinggal di destinasi wisata dengan berpindah-pindah dalam kurun waktu tertentu menggunakan amenities yang portable [2]. Dengan adanya *nomadic tourism*, lalu muncul istilah "*digital nomad*" yaitu orang yang berpindah-pindah lokasi serta bekerja dengan mengandalkan gawai dan internet [3]. Aktivitas seorang *digital nomad* yaitu berbisnis dengan berpindah-pindah dari satu destinasi ke destinasi lain untuk menikmati pengalaman berwisata. Adapun salah satu istilah yaitu "*Workation*", yang dijadikan sebagai prinsip atau sebutan bagi wisatawan *digital nomad* dengan kegiatan wisata dan bekerja [4].

Jawa Barat menjadi sektor pariwisata oleh Pemerintah pusat dan daerah sebagai pembangunan perekonomian yang menjadi bagian penting. Provinsi Jawa Barat dalam melakukan pengembangan pariwisata

mengedepankan keanekaragaman produk wisata untuk memperkuat daya saing. Dalam wilayah Provinsi Jawa Barat pengembangan produk wisata akan dilakukan dari tahun 2015-2025. Dengan tujuan untuk mewujudkan pengembangan potensi pariwisata alam dan budaya, pembangunan dan pengembangan pariwisata buatan serta industri kreatif Jawa Barat kedalam bentuk identitas kepariwisataan Daerah Provinsi Jawa Barat [5].

Tercatat kunjungan ke Kota Bandung di tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 50% yaitu sekitar 3,2 juta wisatawan. Dari jumlah angka tersebut menunjukkan lebih rendah dibandingkan pada tahun 2019 yang terhitung sekitar 7,4 juta kunjungan. Sedangkan pada tahun 2019 wisatawan mancanegara diperkirakan hanya mencapai sekitar 350 ribu kunjungan [6].

Penurunan kunjungan wisatawan ke Kota Bandung dipengaruhi dengan adanya pandemi, sehingga pemerintah memberikan kebijakan dalam menangani penyebaran pandemi COVID-19 untuk membatasi kunjungan agar tidak menular ke masyarakat [7]. Dampak penurunan kunjungan wisatawan ke Kota Bandung, harus melakukan evaluasi

berbagai infrastruktur, keamanan dan kenyamanan di tempat tujuan wisata, termasuk dalam hal pengembangan tren pariwisata yang ada saat ini. Dalam mengembangkan fasilitas wisata yang baru oleh pemerintah kota yang bertujuan untuk memanfaatkan potensi yang dimiliki, karena itu Kota Bandung melakukan pengembangan atraksi wisata buatan seperti taman, wisata olahraga, wisata hiburan, kuliner dan buatan [8].

Referensi [5] mengatakan potensi yang dimiliki Kota Bandung, pengembangan pariwisata lebih ke arah destinasi keanekaragaman budaya, sejarah, MICE, dan buatan. Referensi [8] mengatakan bahwa Kementerian Pariwisata telah mengenalkan *nomadic tourism* sebagai prioritas pengembangan pariwisata di Indonesia, namun dilihat dari pengembangan destinasi yang ada bahwa pemerintah Kota Bandung belum mengarah ke *nomadic tourism*. Pengembangan pariwisata di Kota Bandung mengarah ke wisata pendidikan dan budaya. Namun, Kota Bandung masih memiliki potensi menjadi salah satu destinasi *nomadic tourism* yaitu wisata *digital nomad*.

Perkembangan teknologi ini mempengaruhi gaya hidup seseorang dengan kemudahan dalam perubahan ke arah digital. Perubahan ini mempengaruhi aktivitas yang dilakukan oleh seorang *digital nomad* dalam berbisnis dan berwisata yang dapat dilakukan dimana saja, salah satunya Kota Bandung yang dapat menjadi destinasi tujuan seorang *digital nomad*.

Dengan potensi yang dimiliki Kota Bandung dapat menjadi pilihan bagi wisatawan *digital nomad* untuk bekerja dan berwisata. Namun, masih kurangnya informasi terkait wisata *digital nomad* di Kota Bandung. Perancangan *e-guidebook* ini sesuai dengan kebutuhan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dalam pengembangan pariwisata di Kota Bandung. Tujuan studi ini adalah menyediakan *e-guidebook* wisata *digital nomad* di Kota Bandung yang dirancang sebagai sarana informasi bagi wisatawan *digital nomad* ketika berkunjung ke Kota Bandung.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Digital Nomad

Digital nomad adalah seorang ahli yang tinggal dan bekerja dari satu tempat ke tempat lain sesuai keinginan mereka, dan saat ini menjadi gaya hidup milenial yang dipraktikkan secara luas oleh para penulis, konsultan, programmer, pengembang situs web, fotografer, penerjemah, atau pemasaran internet [9]. Referensi [9] melansir mereka bisa bekerja dengan bebas di mana saja selama ada koneksi internet. Menjadi seorang *digital nomad* dikenal sebagai orang yang mandiri untuk melakukan kegiatan wisata dan bekerja. Yang membedakan mereka dari orang-orang yang bekerja jarak jauh di kantor. Seorang *digital nomad* dapat bekerja dari tempat yang sesuai dengan keinginan mereka [10].

2.2 Media Informasi

Media informasi merupakan alat untuk menyusun kembali informasi untuk menjadi bahan yang memiliki manfaat bagi penerima informasi [11]. Dengan memberikan informasi kepada calon wisatawan selanjutnya dapat lebih menarik mereka untuk berkunjung, kemudahan dan keleluasaan dalam mengakses informasi terkait objek wisata mendorong kunjungan wisatawan [12].

2.3 Komponen 4A

Terdapat empat elemen utama yang wajib dimiliki dalam suatu destinasi yaitu *attractions, accessibility, amenity dan ancillary* [13] karena dalam suatu daerah telah ditetapkan sebagai destinasi wisata perlu memenuhi 4A yaitu *attractions, accessibility, amenity dan ancillary* [14].

2.4 E-Guidebook

Buku panduan wisata elektronik merupakan media terbaik bagi wisatawan yang mandiri (*independent tourist*) termasuk *backpackers*. Segala informasi yang terdapat dalam *e-guidebook* adalah informasi yang dapat dipercaya [15]. Buku panduan wisata elektronik sudah dilengkapi berbagai pesan atau informasi yang menarik mengenai suatu daerah yang ingin dikunjungi oleh wisatawan seperti tempat wisata, hotel, restoran, serta rute perjalanan [16].

2.5 Perancangan *E-Guidebook*

Perancangan merupakan kegiatan mendesain berupa wujud visual yang dihasilkan dari pola pikir kreatif yang telah direncanakan sebelumnya. Berawal dari ide-ide yang tidak teratur kemudian melalui proses penggarapan dan pengelolaan menghasilkan hal yang teratur dan memenuhi fungsi secara baik [17]. Konsep pada perancangan dilakukan dengan memunculkan beberapa foto-foto tempat, dan memberikan tambahan informasi-informasi mengenai atraksi, akomodasi serta transportasi dan juga kebutuhan para calon wisatawan selama melakukan kegiatan wisata [18].

3. METODE PELAKSANAAN

3.1 Teknik Pengumpulan Data

Perancangan proyek ini, pengumpulan data dilakukan dengan metode studi literatur mengenai wisata *digital nomad* untuk menghasilkan data yang akan diolah dalam perancangan *e-guidebook*. Metode selanjutnya observasi dan survey lapangan yang dilakukan dengan mengunjungi lokasi untuk mendapatkan data primer berupa dokumentasi.

3.2 Pengolahan Data

Dilakukan dengan teknik studi literatur dengan memasukan kedalam kategori data menjadi *attractions*, *accessibility*, *amenities* dan *ancillary* wisata *digital nomad* di Kota Bandung. Kategori yang telah ditentukan berdasarkan rekomendasi tempat yang sesuai dengan kriteria seorang *digital nomad* untuk melakukan aktivitas bekerja dan berwisata di Kota Bandung. Data kemudian di olah sesuai dengan konsep yang telah ditentukan untuk menghasilkan *e-guidebook* yang berisi informasi dan panduan bagi pengguna.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Proyek

Nomadic Tourism menjadi kegiatan wisata yang memiliki dampak positif pada masyarakat lokal dan pariwisata berkelanjutan. Dengan adanya perkembangan teknologi yang pesat, *nomadic tourism* melahirkan tren yang disebut dengan *digital nomad*. Seorang *digital nomad* tidak memiliki keterikatan waktu dan tempat dalam

melakukan kegiatannya dalam bekerja dan berwisata, namun terdapat beberapa permasalahan yang menjadi kendala dalam pengembangan wisata untuk pelaku *digital nomad*. Kurangnya informasi hingga dukungan pemerintah dalam *nomadic tourism* ini masih belum optimal. Dari potensi yang dimiliki Kota Bandung memerlukan sarana informasi yang lebih menarik untuk pelaku wisata *digital nomad* di Kota Bandung dalam upaya meningkatkan kunjungan. Potensi yang dimiliki ini perlu dikembangkan agar Kota Bandung dapat menjadi tujuan seorang *digital nomad*.

Perancangan *e-guidebook* ini dilakukan dengan mengumpulkan data dan literature yang meliputi wisata *digital nomad* di Kota Bandung yang menghasilkan sebuah buku panduan wisata elektronik sebagai media informasi. Dalam *e-guidebook* ini menyampaikan mengenai atraksi wisata, aksesibilitas, akomodasi dan fasilitas pendukung.

Proyek dirancang sebagai sarana informasi wisata *digital nomad* di Kota Bandung. Buku panduan wisata ini berisi mengenai komponen 4A yaitu *attractions*, *accessibility*, *amenity*, dan *ancillary*. Perancangan *e-guidebook* menjadi salah satu upaya meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kota Bandung dalam melakukan kegiatan bekerja dan berwisata. Tahap awal yang dilakukan dalam perancangan buku panduan wisata yaitu menyusun studi literatur sebagai teori pendukung dikumpulkan dari berbagai sumber seperti jurnal, berita, dan internet yang berkaitan dengan proyek. Lalu tahap selanjutnya mengumpulkan dan mengolah data untuk kebutuhan konten dalam produk. Setelah itu, melakukan perancangan proyek dengan gaya visual menggunakan fotografi. Tahap selanjutnya dilakukan evaluasi produk dengan mitra sesuai dengan kriteria wisatawan *digital nomad*. Tahap terakhir merupakan finalisasi, dengan melakukan perbaikan produk atas pertimbangan saran dan masukan dari mitra. Pada tahap ini juga produk yang telah selesai, diserahkan kepada mitra untuk digunakan dengan sebaik-baiknya.

4.2 Prosedur Umum Proyek



Gambar 1. Diagram Alir Pembuatan Proyek

Dalam mencari data mengenai *digital nomad* dilakukan pengumpulan informasi berdasarkan fenomena dan konsep yang telah ditetapkan dalam proyek ini. Data yang diperoleh dari berbagai media internet dan instagram berupa foto akan diolah dengan memasukan sesuai dengan komponen 4A. Foto yang dimasukan kedalam konten akan berdasarkan kategori.

Perancangan dibuat berdasarkan konten permintaan dari mitra. Pembuatan *e-guidebook* ini dilakukan menggunakan aplikasi Canva. Setelah produk dibuat, dilakukan evaluasi bersama mitra dengan hasil sebagai berikut:

Table 1. Hasil evaluasi produk dengan mitra

Aspek	Indikator	Nilai	Keterangan
Produk	Desain	95	Skala Penilaian: 86-100 Baik Sekali 71-85 Baik 56-70 Cukup 41-55 Kurang
	Konten	96	
	Kemanfaatan	96	
	Kesesuaian	95	

			0-40 Kurang Sekali
--	--	--	--------------------

Berdasarkan tabel diatas, menunjukan hasil penilaian yang diberikan. Nilai terendah diangka 95 dan nilai tertinggi 96 yang dimana dalam skala penilaian baik sekali. Dapat disimpulkan bahwa produk tersebut layak untuk digunakan dan diserahkan kepada mitra untuk dipublikasikan ke khalayak umum.

4.3 Hasil Pengumpulan Data

4.3.1 Data Primer

Dilakukan obsevasi dan survey lapangan untuk mengumpulkan data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan mengunjungi beberapa tempat yang sudah ditentukan. Dengan melakukan pendekatan visual fotografi, hasil pengumpulan data akan diolah dan dimasukan kedalam konten.

4.3.2 Data Sekunder

Data sekunder dari proyek ini berasal dari media sosial dan internet, seperti website resmi. Pengumpulan data berupa foto sebagai pendukung yang akan dimasukan kedalam proyek.

4.4 Perancangan Proyek

Dalam perancangan proyek ini seluruh konten menggunakan aplikasi Canva. Berikut adalah tahapan perancangan proyek:

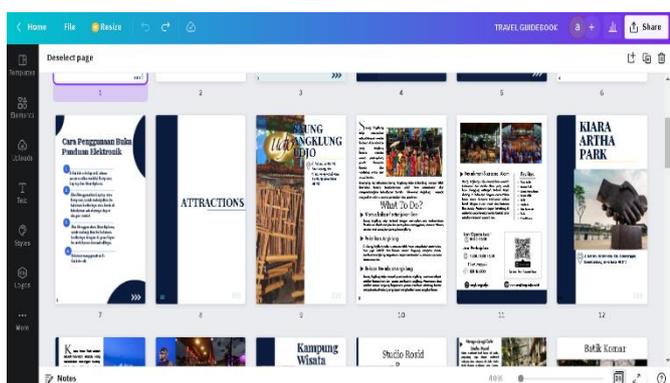
1. Cover depan dan Belakang



Gambar 2. Cover depan dan belakang

Pada desain digunakan perpaduan warna putih dan biru tua agar terdapat kesan minimalis dengan font berwarna putih. Dalam cover depan berisikan mengenai judul, logo dan gambar. Cover depan menampilkan Jembatan Pasupati sebagai ikon wisata di Kota Bandung sesuai dengan masakan yang diberikan oleh pihak mitra. Adapun unsur lain yang ditambahkan dalam cover depan menambahkan kredit nama, tahun, serta logo Politeknik Negeri Bandung, Stunning Bandung, dan Logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dan untuk cover belakang menambahkan media social mitra.

2. Layout Attractions

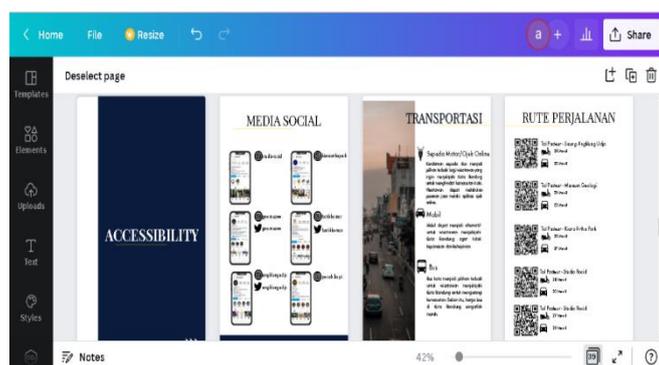


Gambar 3. Layout Attractions

Pada *attractions* terdapat informasi-informasi mengenai objek atraksi wisata mengenai harga tiket, jam operasional, fasilitas, dan kegiatan yang dapat dilakukan. Ditampilkan dengan gambar pendukung dari setiap atraksi wisata

sebagai bentuk visualisasi agar lebih menarik dan menggambarkan keadaan atraksi wisata. Dalam konten ini juga menjelaskan mengenai fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan bagi pelaku *digital nomad* yaitu ruang kerja yang dapat digunakan berupa kafe, *guesthouse* dan restoran. Pada buku panduan wisata memuat atraksi wisata yang meliputi Saung Angklung Udjo, Kiara Artha Park, Studio Rosid dan Batik Komar.

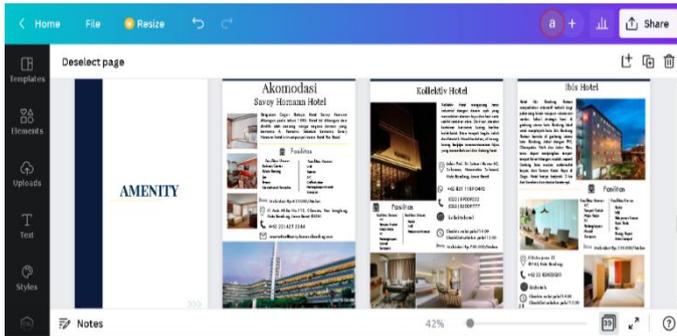
3. Layout Accessibility



Gambar 4. Layout Accessibility

Dalam *accessibility* terdapat informasi mengenai akses menuju atraksi wisata yang meliputi media social, transportasi dan rute perjalanan. Melalui media social, pengguna buku panduan wisata dapat mengetahui tentang atraksi wisata yang akan dituju. Dengan terdapat informasi terkait pilihan kendaraan yang akan digunakan menuju atraksi wisata. Rute perjalanan dilengkapi dengan *barcode* yang terhubung dengan *google earth* dan *google maps*, titik awal dari rute merupakan Tol Pasteur sebagai salah satu gerbang pintu masuk ke Kota Bandung. Namun, jika wisatawan tidak datang dari arah Gerbang Tol Pasteur melalui penggunaan *barcode* yang menghubungkan ke *google maps* dan *google earth* akan menyesuaikan titik awal keberangkatan menuju atraksi wisata.

4. Layout *Amenity*

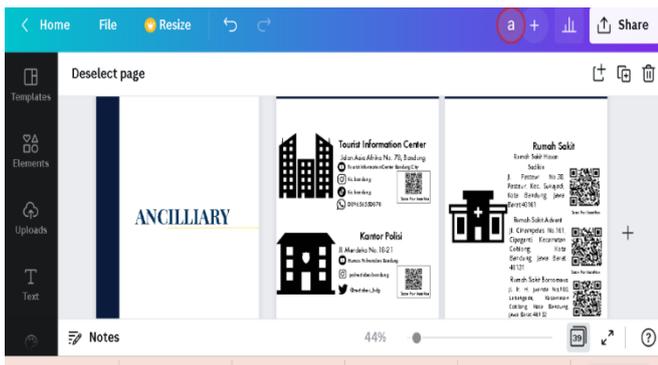


Gambar 5. Layout Akomodasi

Pada *amenity* terdapat informasi terkait dengan akomodasi dan cafe. Dengan memuat informasi mengenai fasilitas, kontak, dan harga yang disediakan oleh setiap hotel dalam buku panduan wisata. Akomodasi meliputi Tokyo Cube, Bobobox, Backpacker, Savoy Homann, Kollektive, Ibis dan Moxy Hotel.

Selain akomodasi, dalam komponen *amenity* terdapat cafe yang direkomendasikan bagi wisatawan *digital nomad*. Informasi yang terdapat didalam buku panduan wisata adalah alamat, fasilitas, jam operasional dan harga. Untuk cafe terdapat barcode yang terhubung dengan google maps dan google earth untuk memudahkan pengguna jika akan mengunjungi cafe untuk bekerja. Cafe yang meliputi Brewspace, Betah Space, Monsoon Coffe and Work, Eduplex dan Kopi Anjnis.

5. Layout *Ancillary*



Gambar 6. Layout *Ancillary*

Pada *ancillary* yaitu sebagai fasilitas pendukung yang didalamnya terdapat informasi mengenai pusat informasi wisata, layanan medis dan kantor polisi. Didalamnya juga berisikan informasi mengenai kontak, alamat dan media social agar memudahkan pengguna untuk mengakses jika membutuhkan.

6. Hasil *E-Guidebook*

Perancangan produk ini dapat diakses melalui link dan QR Code berikut:

Link:

<https://online.fliphtml5.com/fknpu/yaib/>



KESIMPULAN

Kota Bandung memiliki potensi dalam pengembangan pariwisata untuk menjadi pilihan bagi wisatawan *digital nomad*. Oleh karena itu, berbagai data dan fakta terkait wisata *digital nomad* dapat diolah menjadi sebuah media informasi yang disampaikan dalam *E-Guidebook*. Perancangan *E-Guidebook* ini dilakukan melalui aplikasi Canva dan dapat diakses melalui *QR Code* dan link agar memudahkan pengguna. Penjelasan mengenai komponen 4A dilakukan secara rinci agar dapat menjadi media informasi bagi pelaku *digital nomad* di Kota Bandung.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Politeknik Negeri Bandung yang telah memberikan dukungan pendanaan dalam perancangan proyek ini Terimakasih kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung yang telah menjadi mitra dalam perancangan proyek ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Syifa Mutma, R. Dyanasari Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Humaniora dan Bisnis, and U. Pembangunan Jaya, "PERENCANAAN KOMUNIKASI PEMASARAN WONDERFUL INDONESIA SEBAGAI PLACE BRANDING INDONESIA," vol. 2, 2018.
- [2] Kemenparekraf, "Digital Nomad, Tren

- Pariwisata di Indonesia,” Jul. 2021. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Digital-Nomad%2C-Tren-Pariwisata-di-Indonesia> (accessed Jan. 05, 2022).
- [3] C. E. Green and M. V Lomano, “Demystifying the Digital Marketplace: Spotlight on the Hospitality Industry - Google Search,” 2016.
- [4] D. Gansukh, “Nomadic Tourism for Mongolia: Critical Issues in Silk Road Tourism,” no. October, 2016.
- [5] B. Pembangunan Provinsi Daerah Barat Jawa, “Rencana Besar Pengembangan Destinasi Wisata Kelas Dunia Provinsi Jawa Barat,” 2016.
- [6] E. Purike, “KENDALA DAN DAMPAK PANDEMI COVID-19 PADA SEKTOR PARIWISATA DAN PERHOTELAN DI KOTA BANDUNG,” Dec. 2021, Accessed: Jun. 10, 2022. [Online]. Available: <http://www.journal.iaisambas.ac.id/index.php/Cross-Border/article/view/937/748>.
- [7] D. Herdiana, S. Tinggi, I. Administrasi, (Stia, and) Cimahi, “DI KOTA BANDUNG,” *JUMPA*, vol. 7, no. 1, 2020.
- [8] Y. M. Deviesthe, “Studi Digital Nomad Di Kota Bandung,” pp. 1–169, 2019.
- [9] I. P. G. A. Pandey, “Desain Interior pada Akomodasi Nomadic Tourism dalam Perspektif Postmodern | Andy Pandey | Ars: Jurnal Seni Rupa dan Desain,” 2021, Accessed: Jun. 15, 2022.
- [10] P. E. Kannisto, “Global Nomads: Challenges of Mobility in the Sedentary World | Päivi E Kann
- [11] M. P. Mudakkir and G. G. Sembada, “Perancangan Buku Panduan Wisata (E-Book) sebagai Media Informasi Desa Wisata Cibeuhi Kabupaten Subang -
- [12] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*. 2006.
- [13] C. Cooper and C. M. Hall, “Contemporary Tourism: An International Approach,” *Contemp. Tour. An Int. Approach*, pp. 1–377, Nov. 2007, doi: 10.4324/9780080554990.
- [14] T. Andrianto and G. Sugiana, “The Analysis of Potential 4A’s Tourism Component in the Selasari Rural Tourism, Pangandaran, West Java,” pp. 138–144, 2016, doi: 10.2991/atf-16.2016.21.
- [15] G. I. Putri and J. I. Dewi, “The Use of Travel Guidebooks by Tourist Visiting Yogyakarta,” 2014. <http://lib.ibs.ac.id/repository/6d.pdf> (accessed Mar. 20, 2022).
- [16] R. E. Purnomo and H. Subiyantoro, “TRAVEL GUIDE BOOK LOMBOK BARAT ‘IMAGINE THE ORIGINAL PARADISE,’” *CREATEVITAS*, vol. 3, no. 1, pp. 125–138, 2014.
- [17] R. Pramudya, ... S. H. A. &, and undefined 2017, “Perancangan Buku Panduan Mendaki Gunung Untuk Pemula,” *telkomuniversity.ac.id*, Accessed: Mar. 20, 2022. [Online]. Available: <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/article/download/4773/4723>.
- [18] F. A. Siregar and I. D. A. Dwija, “PERANCANGAN BUKU PANDUAN WISATA BAHARI BANDAR LAMPUNG