

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Medan, sebagai Ibu Kota Provinsi Sumatera Utara, merupakan kota terbesar di kawasan Timur Pulau Sumatera dan juga disebut sebagai kota terbesar ketiga di Indonesia dengan jumlah penduduk sekitar 2,54 juta jiwa (Databoks, 2024). Dengan posisi strategis tersebut, Kota Medan memiliki potensi besar dalam berbagai sektor, khususnya pada sektor pariwisata.

Didukung dari data dari Badan Pusat Statistik yang menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke kota Medan mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2022, tercatat sebanyak 74.498 orang wisatawan mancanegara mengunjungi Bandara Kualanamu. Jumlah tersebut meningkat menjadi 196.475 orang di tahun 2023 dan meningkat menjadi 247.038 orang wisatawan di tahun 2024. Kunjungan wisatawan domestik juga menunjukkan tren serupa, dari 240.355 orang di tahun 2022 menjadi 631.422 orang di tahun 2023. Angka terus bertambah hingga menjadi 749.099 kunjungan wisatawan domestik. Data tersebut diatas mencerminkan bahwa Kota Medan memiliki daya tarik wisata yang kuat, baik untuk wisatawan domestik maupun mancanegara didukung oleh angka wisatawan yang meningkat dari tahun ke tahunnya.

Kota Medan juga dikenal sebagai salah satu pusat kuliner terbaik di Indonesia, bahkan menurut Dinas Pariwisata kota Medan, Medan dijuluki dengan "*Medan: The Kitchen of Asia*". Kuliner kota Medan memiliki cita rasa khas yang unik dan beragam karena dipengaruhi oleh gabungan dari keberagaman suku-suku yang ada di kota ini. Kuliner khas yang dimaksud seperti soto Medan, bika ambon, dan durian Medan menjadi daya tarik utama bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Menurut pakar kuliner Indonesia, William Wongso, Medan memiliki potensi besar dalam industri kuliner nasional. Namun, di tengah pesatnya perkembangan kuliner

lokal dan masuknya *trend* makanan dari luar daerah, industri kuliner di kota Medan juga menghadapi tantangan dalam mempertahankan identitas aslinya.

Selain kekayaan kuliner, Kota Medan memiliki beragam objek wisata menarik yang layak dikembangkan, seperti situs sejarah, bangunan kolonial, museum, tempat ibadah, dan taman kota. Destinasi ikonik seperti Istana Maimun, Masjid Raya Al-Mashun, Tjong A Fie Mansion, dan Pos Bloc Medan menjadi magnet tersendiri bagi wisatawan. Terdapat pula pusat kuliner legendaris seperti UcoK Durian yang turut memperkuat daya tarik wisata kota ini.

Meskipun memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata, informasi mengenai destinasi wisata di Kota Medan belum sepenuhnya tersedia dalam format digital yang menarik dan mudah diakses oleh berbagai kalangan. Saat ini, wisatawan seringkali mengalami kesulitan dalam menemukan informasi yang lengkap, terstruktur, dan terpercaya mengenai lokasi, akses, maupun keunikan setiap destinasi di kota Medan. Oleh karena itu, dibutuhkan perancangan media informasi digital yang mampu menyajikan potensi wisata Kota Medan secara efektif, guna meningkatkan daya tarik dan kenyamanan wisatawan dalam merencanakan perjalanan mereka (Ismedi, dalam Yunita, 2023).

Ada beberapa fakta terkait minat baca masyarakat Indonesia, jika dilihat dari hasil PISA 2023, Indonesia memang mengalami kenaikan dibandingkan dengan hasil PISA 2018 akan tetapi Indonesia masih tertinggal dari negara tetangga Asia Tenggara lainnya seperti Brunei Darussalam dan Malaysia. Brunei Darussalam berada di posisi ke-44 dan Malaysia di posisi ke-60 sedangkan Indonesia berada di posisi 71 (Teknologi, 2018). Millward Brown (2017) mengatakan ternyata Gen Z lebih menyukai konten dalam bentuk visual dibandingkan tulisan. Konten visual lebih mudah diterima oleh Gen Z karena membuat mereka tak perlu fokus pada satu aktivitas. Gen Z yang cenderung *multitasking*, dapat melakukan aktivitas lain ketika mereka membaca konten visual.

Hal tersebut disampaikan Reza Permadi, Direktur Operasional PT Atourin Teknologi Nusantara, pada kuliah dosen tamu di Universitas Indonesia, pada kesempatan tersebut, Reza membahas tentang berbagai teknologi tepat guna di luar platform media sosial yang dapat memperkuat konektivitas antara wisatawan dan destinasi wisata yang dituju. Di samping itu, terdapat sejumlah dampak yang ditimbulkan dari adanya teknologi di industri pariwisata. Reza mengatakan bahwa kelebihan dari adanya teknologi pada industri pariwisata ialah kemudahan akses informasi dan pemesanan; pengalaman wisata yang lebih kaya dan interaktif; serta efisiensi bisnis dan peluang ekonomi baru untuk kedepannya.

1.2. Batasan Masalah

Berikut ini merupakan batasan masalah dalam penelitian dan perancangan tersebut:

- Media informasi yang dirancang berupa media digital interaktif, seperti brosur digital dan *digital signage*, yang menyajikan informasi destinasi wisata di Kota Medan.
- Konten yang ditampilkan difokuskan pada informasi destinasi wisata populer, meliputi wisata sejarah, kuliner, dan budaya yang ada di Kota Medan.
- Konten media informasi digital bersumber dari data sekunder seperti literatur, publikasi resmi pemerintah, dan observasi lapangan terbatas.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, dirumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

- Bagaimana merancang media informasi digital yang mampu menyajikan informasi destinasi pariwisata di Kota Medan secara menarik, interaktif, dan mudah diakses oleh wisatawan?

- Informasi apa saja yang perlu ditampilkan agar wisatawan memperoleh gambaran yang jelas dan terpercaya mengenai destinasi pariwisata di Kota Medan?
- Bagaimana konsep perancangan media informasi digital tersebut dapat mendukung peningkatan daya tarik dan kenyamanan wisatawan dalam merencanakan perjalanan ke Kota Medan?

1.4. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah:

- Memberikan solusi terhadap keterbatasan media promosi wisata konvensional dengan menghadirkan media digital yang lebih mudah diakses wisatawan.
- Merancang media informasi digital yang mampu menyajikan informasi destinasi wisata Kota Medan secara efektif dan interaktif.
- Meningkatkan daya tarik wisata Kota Medan melalui penyajian informasi yang menarik, terstruktur, dan *user-friendly*.

1.5. Manfaat Perancangan

Berikut ini merupakan dari penelitian dan perancangan tersebut:

a. Bagi Wisatawan

Mempermudah akses informasi destinasi pariwisata Kota Medan secara cepat, jelas, dan terpercaya.

b. Bagi Pelaku Pariwisata dan UMKM

Memberikan ruang eksposur yang lebih luas terhadap potensi produk wisata, kuliner, dan budaya Medan.

c. Bagi Pemerintah Daerah

Menjadi media promosi digital yang dapat mendukung strategi pengembangan pariwisata daerah.