

MOBILE APPLICATION CINTABAHARI SEBAGAI SARANA PROMOSI POKDARWIS PULAU PAHAWANG LAMPUNG

Mardiana^{1*}, Meizano Ardhi Muhammad¹, Toni Wijaya²

¹ Program Studi Teknik Informatika Universitas Lampung

² Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Lampung

Jl. Prof. Sumantri Brojonegoro No.1 Bandar Lampung 35145

mardiana@eng.unila.ac.id

Abstrak

Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) adalah kelembagaan informal yang dibentuk oleh anggota masyarakat dan merupakan salah satu unsur pemangku kepentingan yang memiliki peran dalam mengembangkan dan mewujudkan Sadar Wisata dan Sapta Pesona di daerahnya. Pokdarwis Cinta Bahari dibentuk oleh aparat Desa Pulau Pahawang Lampung pada tahun 2013. Akan tetapi rendahnya tingkat pendidikan anggota Pokdarwis membuat mereka sangat sulit untuk dapat mengembangkan potensi wisata pulau Pahawang secara optimal hingga saat ini. Solusi yang ditawarkan oleh Tim Pengabdian Masyarakat Unila, Program Kemitraan Masyarakat (PKM) adalah Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam bentuk aplikasi mobile (mobile application) memberikan ruang baru dalam menjangkau calon wisatawan. Perangkat aplikasi ini dikembangkan dan dimanfaatkan untuk menampilkan informasi secara interaktif sehingga memungkinkan masyarakat calon wisatawan dapat mengakses informasi secara langsung dengan lebih mudah, tepat guna, dan sesuai kebutuhan. Selain itu Tim PKM juga memberikan pelatihan dan praktek tentang penggunaan aplikasi mobile tersebut, bagaimana cara membuat konten/ mengelola konten aplikasi agar selalu update dan terpelihara. Pelatihan lain yang diberikan adalah berupa ketrampilan berkomunikasi dan melakukan pemasaran yang efektif kepada wisatawan dengan menggunakan alat bantu promosi. Hasil yang diperoleh dari kegiatan PKM adalah berupa adanya aplikasi mobile CintaBahari, adanya alat bantu promosi seperti video profile, brosur, iklan yang dapat digunakan untuk promosi pariwisata. Selain itu bagi Pokdarwis Pulau Pahawang, adanya peningkatan pengetahuan pengelolaan konten aplikasi, pengetahuan cara membuat alat bantu promosi dan pengetahuan teknik berkomunikasi. Dari data kunjungan wisatawan yang diperoleh selama satu bulan setelah adanya aplikasi dan alat bantu promosi lainnya, terdapat peningkatan kunjungan wisatawan walaupun belum cukup tinggi (hanya 5%). Namun demikian terdapat potensi peningkatan kunjungan wisatawan yang lebih tinggi lagi dengan ketersediaan alat bantu promosi ini yang diharapkan berdampak langsung pada peningkatan omzet bagi Pokdarwis.

Kata kunci: Aplikasi mobile, CintaBahari, Pokdarwis, Pahawang, Wisata Bahari

1. Pendahuluan

Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) adalah kelembagaan informal yang dibentuk oleh anggota masyarakat dan merupakan salah satu unsur pemangku kepentingan yang memiliki peran dalam mengembangkan dan mewujudkan Sadar Wisata dan Sapta Pesona di daerahnya. Pokdarwis Cinta Bahari dibentuk oleh aparat Desa Pulau Pahawang Lampung pada tahun 2013. Akan tetapi rendahnya tingkat pendidikan anggota Pokdarwis membuat mereka sangat sulit untuk dapat mengembangkan potensi wisata pulau Pahawang secara optimal hingga saat ini. Kegiatan yang dilakukan oleh

Pokdarwis Cinta Bahari selama ini baru pada tahap penataan objek di lapangan dan penyediaan fasilitas pariwisata. Pemasaran potensi wisatanya pun masih hanya sebatas informasi dari mulut ke mulut belum memanfaatkan teknologi informasi untuk promosi wisata. Sehingga kedatangan wisatawan ke daerah Pulau Pahawang ini belum bersifat masif. Hal ini menyebabkan pendapatan bagi masyarakat dari sektor wisata ini masih sangat kurang.

Kontribusi Pokdarwis perlu didukung dan dikembangkan baik secara kualitas dan kuantitas dengan menjalin kerjasama dengan berbagai mitra

seperti lembaga pemerintahan, akademisi maupun LSM (lembaga swadaya masyarakat). Kerjasama yang dimaksud salah satunya berkaitan dengan pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) untuk mempromosikan sumber daya daerah potensi pariwisata, seperti misalnya dengan menggunakan aplikasi mobile berbasis smartphone (Martinus dk, 2015) (Maulana dkk, 2015) dan berbasis website (Putra dkk, 2015) yang sudah dilakukan tim pengusul dalam beberapa kegiatan penelitian sebelumnya.

Aplikasi mobile sendiri saat ini sudah menjadi trend dan semakin umum digunakan terutama dikalangan wisatawan sendiri (Kompas, 2013). Peningkatan akses internet melalui perangkat teknologi informasi bergerak (mobile devices) cukup signifikan, 33,4% pada 2014 dan 23% pada 2015 (Statista, 2016). Selain itu, mayoritas masyarakat modern, pada saat ini, sudah biasa menggunakan perangkat teknologi informasi bergerak seperti smartphone dan tablet. Bagi para pengelola pariwisata, aplikasi ini adalah cara menyajikan sesuatu yang baru pada media bantu digital dan dapat digunakan untuk mendapat konsumen baru atau meningkatkan loyalitas konsumen yang sudah ada. Walaupun demikian, tentu saja keberadaan aplikasi yang dibangun tersebut tidak boleh terlepas dari adanya pemeliharaan dan pemutakhiran konten (isi) nya dan pentingnya mempromosikan secara verbal dan non verbal (Effendy, 2006). Dengan demikian kegiatan pendampingan mitra sasaran berupa pelatihan dan kerja praktek harus dilakukan agar terbangun kemampuan dan ketrampilan dan yang menunjang strategi promosi (Alifahmi, 2005).

1.1. Permasalahan Mitra

Berdasarkan observasi dan interview Tim PKM, permasalahan yang dimiliki mitra yaitu Pokdarwis Cinta Bahari Pulau Pahawang adalah sebagai berikut:

1. Pokdarwis belum memiliki media promosi yang baik, seperti aplikasi mobile berbasis smartphone. Adanya aplikasi mobile sangat bermanfaat dan harus dilengkapi dengan konten informasi yang lengkap seperti: peta lokasi, gambaran umum tentang Desa Pulau Pahawang, gambaran objek pendukung, atraksi wisata, daftar harga penginapan, program trekking, tata cara/ prosedur pemesanan

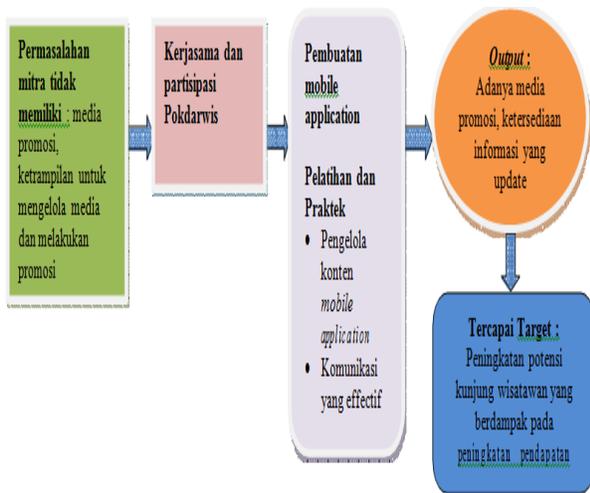
(reservation) homestay, paket kuliner, souvenir bahkan pemasaran dan transaksi jual beli produk khas daerah yang dihasilkan oleh penduduk setempat.

2. Pokdarwis belum memiliki kemampuan untuk membuat dan mengelola konten aplikasi mobile, contoh konten berupa paket objek dan atraksi wisata untuk mempromosikan daerah wisata di desanya secara optimal.
3. Pokdarwis belum memiliki brosur yang komprehensif, buku panduan (guide book), yang berisikan tahapan yang harus dijelaskan kepada wisatawan serta informasi detail tentang objek atau daya tarik yang ada di masing-masing desa.
4. Pokdarwis belum memiliki ketrampilan komunikasi yang memadai untuk bisa memberikan penjelasan tentang objek dan atraksi wisata yang ada di Desa Pulau Pahawang.
5. Pokdarwis belum memiliki pengetahuan serta keterampilan dalam pembuatan bahasa presentasi produk wisata Desa dalam format slide show ataupun video profile untuk dipresentasikan pada tamu yang datang maupun kepada Biro Perjalanan Umum sebagai pemasok wisatawan ke Pengelola Homestay.

Kurangnya pengetahuan anggota Pokdarwis Cinta Bahari seperti yang telah disebutkan di atas menyebabkan Pokdarwis ini tidak dapat mengembangkan potensi wisata pulau Pahawang secara optimal. Pemasaran potensi wisatanya pun masih hanya sebatas informasi dari mulut ke mulut, sehingga kedatangan wisatawan ke daerah ini belum bersifat masif. Hal ini menyebabkan pendapatan bagi masyarakat dari sektor ini masih sangat kurang. Kondisi tersebut semakin diperparah dengan masuknya pengusaha dari luar daerah seperti tour and travel agent yang lebih mapan, sehingga semakin menurunkan pendapatan dari masyarakat Desa Pahawang sendiri.

1.2. Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka pemecahan masalah secara sistematis dapat digambarkan dalam bentuk diagram gambar 1 berikut:



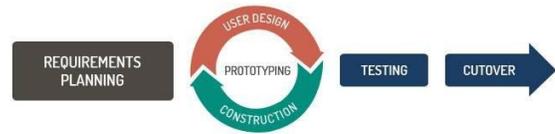
Gambar 1 Kerangka Pemecahan Masalah

2. Metode Pendekatan dan Tahapan Pelaksanaan

Metoda yang digunakan dalam pembangunan perangkat lunak menggunakan metode iterative development yang disebut dengan Rapid Application Development (RAD) yang menggunakan perangkat CASE (Computer Aided Software Engineering) (Pressman, 2010). Tahapan metode RAD dalam keseluruhan pelaksanaan kegiatan ini adalah : tahapan identifikasi masalah dan motivasi, menetapkan objek solusi, melaksanakan tahapan RAD dan pelaporan hasil penelitian. Bagan alir tahapan dapat dilihat pada gambar 2 berikut :



Gambar 2. Langkah Pelaksanaan Kegiatan



Gambar 3. Metode Pengembangan Solusi RAD

Tahapan Pelaksanaan sebagai solusi yang ditawarkan adalah :

1. Tim PKM membuat aplikasi mobile berbasis smartphone yang akan digunakan sebagai media promosi dan pemasaran.
2. Tim PKM membuat konten aplikasi dan melatih mitra agar dapat mengelola/meng update konten tersebut.
3. Tim PKM membuat brosur dan buku panduan (guide book) dan melatih mitra agar dapat menghasilkan produk serupa.
4. Tim PKM melatih mitra agar memiliki ketrampilan untuk membuat presentasi (slide show) dan video profile.
5. Tim PKM melatih mitra agar memiliki keterampilan berkomunikasi sehingga bisa memberikan penjelasan tentang objek dan atraksi wisata.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Pembuatan Program aplikasi mobile

1. Deskripsi Produk

PahawangTravel.id merupakan situs web yang telah berhasil dibuat pada kegiatan PKM ini. Situs web ini yang memuat informasi mengenai pariwisata di pulau Pahawang, khususnya yang dikelola oleh Pokdarwis CintaBahari. Sebagai representasi resmi dari Pokdarwis CintaBahari, aplikasi PahawangTravel.id harus dapat mengikuti kebutuhan konsumen pariwisata, yaitu wisatawan yang mau berkunjung ke Pulau Pahawang. Konsumen Pulau Pahawang umumnya masyarakat kota yang mencari rekreasi bahari seperti pantai, laut, berserta keindahan biota yang berada di dalamnya. Masyarakat kota umumnya merupakan pengguna aktif teknologi informasi internet dan mengaksesnya menggunakan perangkat seperti smartphone, tablet, dan komputer.

Aplikasi PahawangTravel.id, agar dapat menjangkau konsumen, dibangun menggunakan

teknologi *Progressive Web Application* (PWA). PWA memiliki keistimewaan dapat diakses dengan normal melalui web browser dan cenderung telah menyesuaikan dengan tampilan pada perangkat teknologi informasi bergerak. Selain itu, PWA juga memungkinkan aplikasi berjalan tanpa koneksi ketika semua berkas yang diperlukan telah diunduh. Dan, PWA juga dapat diinstall layaknya aplikasi bergerak lainnya. PWA untuk saat ini dapat diinstall di perangkat berbasis sistem operasi Android.

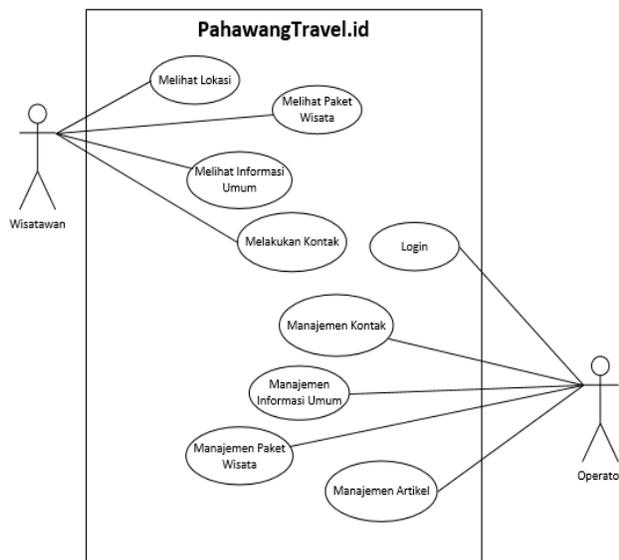
Dengan mengadopsi teknologi PWA, Aplikasi PahawangTravel.id mendukung teknologi:

- Web Responsive
- Offline Content
- Homescreen installation

Tabel 1. Target Pengguna Produk

Tipe	Frekuensi	KebutuhanFungsional	Privilege	Experience
Wisatawan	Sesuai kebutuhan	Melihat informasi pariwisata melalui perangkat	Low	Smartphone user, baca, pakai app
Operator	Rutin	Manajemen informasi umum Manajemen paket wisata Manajemen artikel Manajemen kontak	High	Moderate Smartphone user, Desktop User

Aplikasi mempunyai interaksi antara pengguna dan sistem yang digambarkan di diagram *use case* pada gambar 4.



Gambar 4. Diagram *use case*

2. Fitur dan Tampilan Produk

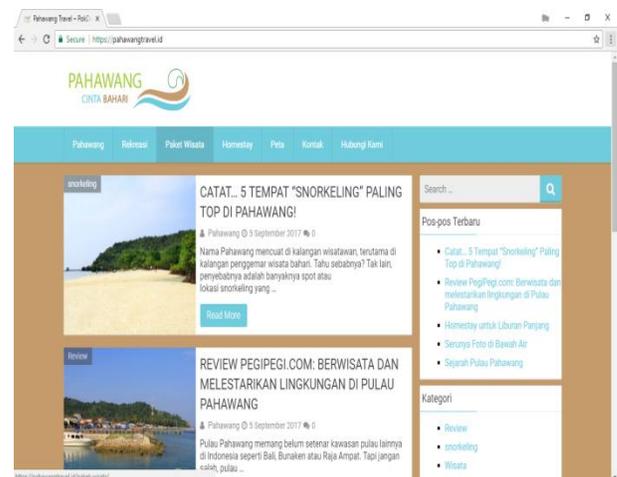


Gambar 5. Logo Produk

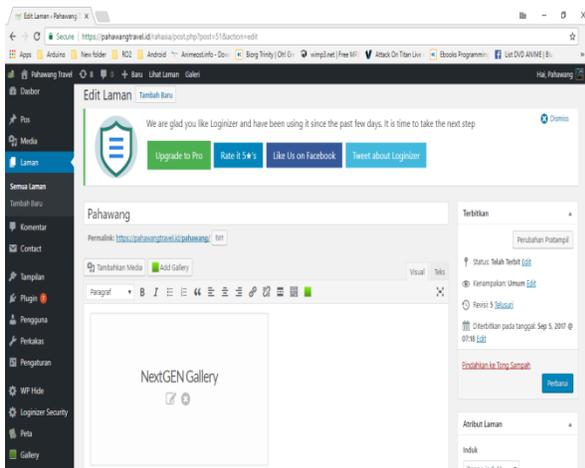
Pahawang Cinta Bahari merupakan fasilitas yang disediakan untuk mempermudah dalam menjual daya tarik pariwisata Pahawang. Pada Website ini juga berfungsi sebagai jembatan antara masyarakat yang akan berkunjung dengan Pahawang sendiri. Gambar 5 memperlihatkan logo produk yang dibuat. Untuk mengakses Website Pahawang Cinta Bahari ini terbagi menjadi dua media yaitu :

1. Media Komputer Atau Laptop

Dalam Website ini dimuat postingan yang dapat berisi dokumentasi – dokumentasi, kegiatan spesial dll. Selain postingan, juga terdapat menu paket wisata yang memuat paket – paket wisata yang disediakan langsung oleh Pokdarwis Pahawang dan dalam Website ini juga memuat Peta dan kontak langsung Pokdarwis.



Gambar 6. Tampilan Artikel



Gambar 7. Tampilan Manajemen Informasi Umum
Tampilan Manajemen Informasi Umum digunakan untuk pengelolaan website. Administrator dapat menggunakan ini untuk kebutuhan update konten.

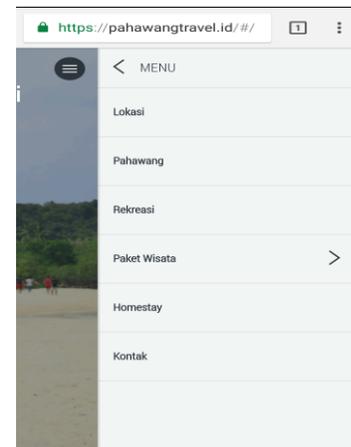
2. Media Android atau Mobile

Untuk mengakses melalui Mobile sama seperti mengakses melalui Komputer atau Laptop yaitu dengan mengetikkan alamat Website pahawangtravel.id pada browser pada mobile.



Gambar 8. Contoh Tampilan Awal

Pada media Mobile, Website Pahawang Cinta Bahari akan langsung menampilkan Beranda dan menampilkan Posting-an seperti pada gambar 8 dan untuk merubah ke postingan lain dapat dilakukan dengan menggeser saja.

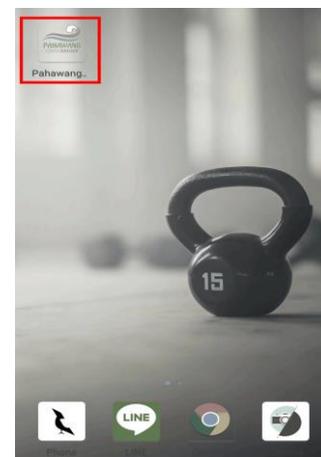


Gambar 9. Contoh Menu Website Pada Media Mobile

Pada Menu Pahawang dan Rekreasi memuat foto – foto yang menjual pariwisata Pahawang. Kemudian pada menu Paket Wisata memuat semua paket yang disediakan Pokdarwis untuk Traveler maupun masyarakat yang ingin berkunjung ke Pahawang dan ingin mengetahui apa saja kegiatan – kegiatan yang dapat dilakukan di Pulau Pahawang.

Pada menu HomeStay dimuat HomeStay atau Cottage yang disediakan oleh Pokdarwis untuk pengunjung. Pada menu Peta menampilkan lokasi Pulau Pahawang. Kemudian pada menu Kontak memuat informasi kontak Pokdarwis Pahawang sehingga pengunjung langsung disambut oleh Pokdarwis saat tiba di Pulau Pahawang.

Pengaksesan juga dapat dipermudah dengan membuat App atau Aplikasi tanpa harus mengetikkan alamat Website lagi seperti pada gambar 10.



Gambar 10. Tampilan Logo Pahawang Cinta Bahari

3.2. Pelatihan Penggunaan dan Pemeliharaan Aplikasi Serta Pelatihan Komunikasi

Agar aplikasi mobile dapat digunakan oleh Pokdarwis, maka kegiatan selanjutnya berupa pelatihan bagi anggota Pokdarwis. Kegiatan ini diselenggarakan di Universitas Lampung, dengan mengundang seluruh anggota tim dan anggota Pokdarwis. Tema pelatihan adalah :

1. Teknik membuat dan mengelola konten untuk update aplikasi mobile
2. Teknik komunikasi dan promosi menggunakan alat bantu promosi

Para peserta mendapatkan materi pengopersian aplikasi sekaligus berlatih menggunakan aplikasi sebagai administrator dan pengguna. Peserta juga dibimbing untuk dapat mengelola/mengupdate konten yang sudah ada dan dibekali dengan manual aplikasi. Berkaitan dengan brosur, buku panduan dan video profile, peserta diberi contoh tata cara pembuatan dan diarahkan agar dapat menghasilkan produk serupa dikemudian hari.

Tidak kalah penting untuk teknik berkomunikasi, peserta mendapatkan materi mengenai strategi komunikasi yang baik sehingga bisa memberikan penjelasan tentang objek dan atraksi wisata di pulau pahawang dan cara membuat presentasi yang menarik jika dibutuhkan nantinya.



Gambar 11. Pelatihan Penggunaan dan Pemeliharaan Aplikasi Serta Pelatihan Komunikasi

3.3. Evaluasi

Secara garis besar evaluasi kegiatan dilakukan dalam tiga bentuk, yaitu evaluasi awal, evaluasi proses, dan evaluasi akhir kegiatan. Evaluasi awal dilakukan di awal kegiatan untuk memperoleh

gambaran lengkap kondisi awal tingkat pengetahuan dan pemahaman peserta kegiatan.

Pada kegiatan evaluasi awal, dilakukan sosialisasi mengenai program PKM ini dan disampaikan juga mengenai usulan Spesifikasi Produk dari Mobile Application CintaBahari. Hal ini untuk memberikan gambaran bagi pengguna dan sebagai bahan diskusi untuk perbaikan pada tahap berikutnya. Peserta juga diberikan instrumen pengukuran berupa kuisisioner sehingga dapat diketahui gambaran mengenai kondisi, situasi dan harapan dari tim mitra mengenai aplikasi yang dikembangkan untuk sarana promosi ini.



Gambar 12. Evaluasi Awal

Evaluasi proses dilakukan pada tahap pembentukan percontohan desain konten. Evaluasi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan mengatasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi. Indikator keberhasilan pada tahap ini adalah adanya aplikasi mobile beserta konten promosinya dan produk multimedia penunjang promosi lain.

Evaluasi akhir kegiatan dilakukan pada akhir program kegiatan PKM, dengan maksud untuk mengetahui besarnya peningkatan pengetahuan dan pemahaman yang berhasil dicapai. Setelah kegiatan pelatihan, tim Mitra Pokdarwis dimonitoring dan dievaluasi perkembangannya melalui komunikasi dalam grup Whatsapp. Pertemuan untuk evaluasi dilaksanakan di desa Pulau Pahawang. Dari hasil pertemuan yang dilakukan, melalui diskusi diketahui bahwa pemeliharaan atau update konten aplikasi mobile mereka lakukan walaupun masih belum sempurna. Hal ini menandakan adanya peningkatan pemahaman dan ketrampilan Pokdarwis yang juga berdampak pada peningkatan

kuantitas dan kualitas produk publikasi yang dihasilkan. Namun untuk capaian berupa peningkatan omzet Pokdarwis yang akan berdampak pada peningkatan ketentraman Pokdarwis masih sangat kecil (hanya 5%), mengingat data yang terkumpul masih sangat sedikit. Diharapkan dengan berjalannya waktu akan dapat diketahui adanya capaian untuk hal tersebut.

Secara keseluruhan Kegiatan PKM ini telah berhasil dilaksanakan. Indikator keberhasilan kegiatan dapat dilihat dari antusiasme masyarakat sasaran kegiatan.

3.4. Rencana Tahapan Berikutnya

Rencana tahapan berikutnya adalah dengan melanjutkan tahapan yang telah dicapai dengan melengkapi aplikasi mobile dengan fungsi transaksi pembelian dan penjualan produk dan jasa atau istilahnya adalah *m-commerce* (mobile commerce). Pengembangan *m-commerce* saat ini memberikan kebebasan kepada konsumen untuk mencari produk atau jasa yang diinginkan, membandingkan dengan produk atau jasa lainnya, memesan dan melihat status dari pesanan. Tersedianya media penjualan produk dan jasa ini akan memperluas jalur distribusi produksi masyarakat Pahawang, sehingga dapat meningkatkan omzet produk dan jasa yang ditawarkan. Untuk menjamin keamanan transaksi keuangan, aplikasi *m-commerce* ini akan melibatkan penggunaan vendor API (*Application Programming Interface*).

4. Kesimpulan

Hasil kegiatan PKM ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Setelah mengikuti pelatihan, peserta bisa mengoperasikan website dan aplikasi mobile Cintabahari untuk melengkapi produk wisata akomodasi yang dilengkapi dengan berbagai kegiatan wisata yang bisa dinikmati para wisatawan. Ini terlihat dalam update mengenai festival Pulau Pahawang yang akan diadakan dalam waktu dekat.
2. Setelah mengikuti pelatihan, peserta bisa membuat media promosi berupa brosur pariwisata, panduan wisata dan homestay yang ditawarkan.
3. Setelah mengikuti pelatihan, peserta memperoleh gambaran hal-hal yang dibutuhkan untuk membuat video profile kegiatan. Adapun video profile pulau Pahawang yang telah diproduksi oleh tim PKM dapat digunakan untuk kegiatan promosi secara umum. Video dibuat dalam 3 (tiga) versi durasi yaitu, durasi 1 (satu) menit, 5 (lima) menit dan 10 (sepuluh) menit. Hal ini untuk menyesuaikan dengan media social yang akan digunakan sebagai media untuk promosi.
4. Data kunjungan wisatawan setelah adanya aplikasi ini yang baru dapat dihimpun adalah data selama satu bulan yaitu bulan oktober 2017. Kenaikan data masih 5% dari data sebelumnya. Walaupun demikian hal ini menandakan bahwa promosi terus berjalan dan diperkirakan akhir tahun 2017 semakin banyak tamu asing akan mengunjungi desa ini karena adanya event festival yang digagas oleh pemerintah daerah bekerjasama dengan Pokdarwis. Dengan demikian, diharapkan dapat berkontribusi pada pendapatan (income) masyarakat yang akan lebih baik.

Daftar Pustaka

- Alifahmi, H. 2005. Sinergi Komunikasi Pemasaran: Integrasi Iklan, PR, dan Promosi. Jakarta: Quantum.
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Kompas, 2013. Tren Wisata 2013 Menggunakan Aplikasi "Mobile". Kompas.com, <http://travel.kompas.com/read/2013/12/20/1146433/Tren.Wisata.2013.Menggunakan.Aplikasi.Mobile>. (akses Mei 2015).
- Martinus , Muhammad,M.A., Soekardi,H. 2015. Pengembangan e-Catalog Kupu-Kupu Sumatera versi 2.0 dengan AngularJS. Prosiding Inovasi TIK untuk Indonesia Cerdas
- Maulana, I.S., Mardiana, Muhammad,M.A. 2015. Let's QR Augmented Reality Berbasis Web dan QR Code (Studi Kasus Perpustakaan). Prosiding Sains & Teknologi VI, Unila.
- Putra, R.S., Mardiana, Muhammad,M.A. 2015. Rancang Bangun Sistem Informasi Cyber Mediawall Perpustakaan Universitas Lampung. Prosiding Sains & Teknologi VI, Unila.

Pressman, R. S. 2010. Software Engineering : A practitioner's Approach. Seventh Edition. New York: McGraw-Hill.

Statista. 2016. Mobile phone internet user growth in Indonesia from 2014 to 2019. The Statistics Portal.

www.statista.com/statistics/309024/indonesia-mobile-phone-internet-user-growth