

# PENERAPAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI POTENSIAL DI LANSKAP BUDAYA SUBAK DI PROVINSI BALI UNTUK MEWUJUDKAN PARIWISATA KEBERLANJUTAN

Gallang Perdana Dalimunthe<sup>1</sup>, Yuyus Suryana<sup>2</sup>, Dwi Kartini<sup>3</sup>, Diana Sari<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universitas Padjadjaran, gallang.dalimunthe@gmail.com

<sup>2</sup>Universitas Padjadjaran, yuyus.suryana@fe.unpad.ac.id

<sup>3</sup>Universitas Padjadjaran, dwi.kartini@fe.unpad.ac.id

<sup>4</sup>Universitas Padjadjaran, diana.sari@fe.unpad.ac.id

## ABSTRAK

Wisatawan dapat merasakan nilai lebih dari sebuah destinasi dengan adanya penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang saat ini sedang digalakkan oleh pemerintah maupun pengelola tempat wisata di berbagai negara. Pariwisata Budaya adalah satu segmen pariwisata yang sedang banyak dikembangkan dan diintegrasikan dengan TIK. Destinasi Lanskap Budaya Subak yang merupakan Warisan Budaya UNESCO yang terletak di Bali adalah destinasi yang cukup banyak dikunjungi wisatawan, namun belum dilengkapi oleh TIK untuk menambah nilai maupun memberikan pengalaman lebih kepada wisatawan. Rancangan metode dalam menganalisa perangkat TIK dibutuhkan oleh destinasi wisata khususnya Lanskap Budaya Subak untuk memperkaya destinasi. Dengan menggunakan metode kualitatif, pertanyaan *open-ended* dapat disebarkan kepada wisatawan yang sudah mengunjungi semua destinasi Lanskap Budaya. Hasilnya adalah rancangan desain coding yang aplikasinya dapat digunakan untuk menentukan perangkat TIK yang dibutuhkan dengan tetap mengedepankan konsep pariwisata keberlanjutan.

**Kata Kunci:** TIK, Pariwisata, Keberlanjutan, Subak, Warisan Budaya

## ABSTRACT

*Tourists can feel the added value of a destination with the application of Information and Communication Technology (ICT) which is currently being promoted by the government and managers of tourist attractions in various countries. Cultural Tourism is a tourism segment that is being developed and integrated with ICT. The Subak Cultural Landscape Destination which is a UNESCO Cultural Heritage located in Bali is a destination that is visited by many tourists, but not yet equipped by ICTs to add value and provide more experience to tourists. The design method in analyzing ICT devices is needed by tourist destinations especially the Subak Cultural Landscape to enrich the destination. Using qualitative methods, open-ended questions can be disseminated to tourists who have visited all Cultural Landscape destinations. The result is a coding design whose application can be used to determine the ICT tools needed while still promoting the concept of sustainability tourism.*

**Keywords:** ICT, Tourism, Sustainability, Subak, World Heritage

*Naskah diterima: 9 September 2019, direvisi: 25 November 2019, diterbitkan: 15 Februari 2020*

## **PENDAHULUAN**

Trauer (2006) menjelaskan mengenai sebuah klasifikasi baru industri pariwisata di mana wisatawan bersedia membayar untuk mendapatkan pengalaman optimal yang menawarkan rangsangan emosional. Turis tidak hanya bersedia membayar untuk suatu produk, tetapi lebih jauh mereka membayar untuk perasaan yang mereka dapatkan. Fenomena yang sering disebut sebagai Wisata Minat Khusus ini mulai menyebar terutama pada awal 1980-an hingga sekarang. Wisatawan Minat Khusus cenderung berbeda dari wisatawan pada umumnya, mereka menginginkan suasana baru, pengalaman khusus dalam kualitas immaterial, juga hal-hal yang berkaitan dengan estetika dan suasana yang berbeda. Yang terpenting adalah mereka mencari sebuah pengalaman yang penuh dengan keintiman, intensitas dan kompleksitas.

Brotherton & Himmetoglu (1997) dalam studinya menjelaskan perbedaan pariwisata secara umum dengan wisata minat khusus menggunakan kontinum. Kontinum dimulai dengan *General Interest Tourists* (GIT), diikuti oleh *Mixed Interest Tourists* (MIT), dan *Special Interest Tourists* (SIT), yang masing-masing memiliki karakteristik berbeda. Wisatawan Minat lebih berorientasi pada kegiatan atau minat yang ingin mereka lakukan atau penuhi. Hal ini terkait dengan karakteristik individu yang cenderung canggih dan kritis serta memiliki pengalaman perjalanan yang cukup, sehingga destinasi tidak lagi menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan perjalanan. Prioritas utama dalam bepergian adalah kegiatan yang ingin mereka lakukan, di mana pertanyaan yang sering diajukan sebelum melakukan tur bukanlah "ke mana saya ingin pergi?" Melainkan "apa yang ingin saya lakukan?" maka tujuan ditentukan.

Salah satu tempat wisata Indonesia yang terkait dengan kegiatan Wisata Minat Khusus yang juga diakui sebagai salah satu Situs Warisan Dunia oleh UNESCO adalah Lanskap Budaya Subak di Provinsi Bali. Subak adalah organisasi masyarakat yang secara khusus mengatur sistem irigasi sawah yang terkait erat dengan budaya dan agama di masyarakat Bali. Pariwisata Minat Khusus memang memiliki target pasar khusus yang terkadang diabaikan oleh produsen dan pengelola tempat wisata pada umumnya. Namun, jika segmen ini diukur dan dikelola dengan benar, Wisata Minat Khusus dapat berkontribusi signifikan terhadap jumlah kunjungan tujuan (Mckercher & Chan, 2005).

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah menjadi pendorong utama perubahan industri pariwisata ke dalam sebuah bentuk baru dengan manajemen operasional dan strategis yang adaptif dan interaktif yang memiliki dampak besar pada bisnis dan pemangku kepentingannya (Law, Leung, & Chan, 2019; Hausmann & Weuster, 2018; Tscheu & Buhalis, 2016). Penelitian mengenai TIK dalam obyek pariwisata dan perhotelan banyak dibahas, baik dalam bidang pariwisata atau informasi dan teknologi karena perkembangan teknologi yang tidak dapat dihindari yang menyebar ke semua sektor, termasuk pariwisata. Namun, penggunaan TIK yang tepat akan sangat mempengaruhi pengembangan tujuan dan memiliki dampak lebih lanjut pada daerah perkotaan dan pedesaan (Mariani, Baggio, Buhalis, & Longhi, 2014).

Saat ini pemanfaatan TIK pada destinasi pariwisata minat khusus terutama sejarah dan budaya khususnya di Indonesia dapat dikatakan belum optimal. Tidak mengherankan mengingat fakta bahwa berdasarkan berbagai penelitian baik secara teoritis dan empiris, penerapan TIK di bidang pariwisata warisan budaya saat ini masih dalam permulaan, terutama yang berkaitan dengan masalah pemasaran dan keterlibatan wisatawan (Hausmann, Weuster, & Nouri-Fritsche, 2015; Pantano & Servidio, 2010). Saat ini pengelola situs Warisan Budaya diduga menghadapi kesulitan dalam pemasaran untuk bersaing dengan atraksi serupa lainnya. Dengan berinvestasi TIK di situs mereka disinyalir dapat memberikan dampak besar yang selanjutnya dapat mempengaruhi keunggulan kompetitif (Tscheu & Buhalis, 2016). Meskipun alat non-digital tradisional seperti brosur dan pemandu wisata masih lebih banyak digunakan oleh produsen, TIK diduga dapat mengubah cara analisis Warisan Budaya untuk dapat berkembang ke tingkat selanjutnya (Brogni, Avizzano, Evangelista, & Bergamasco, 1999).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengisi kekosongan penelitian yang dimaksudkan untuk mengarahkan perhatian ke bidang yang tertinggal tetapi sangat relevan untuk konteks Wisata Minat Khusus, khususnya pariwisata Warisan Budaya. Hal ini dapat dieksplorasi secara luas karena wisatawan Minat Khusus bersedia membayar lebih untuk pengalaman yang didapatkan dari adanya penerapan TIK. Studi ini mencoba untuk mengeksplorasi apa yang dipikirkan oleh Wisatawan Minat Khusus tentang implementasi dan penggunaan TIK mengenai nilai tambah dari

pengalaman yang selanjutnya dapat memengaruhi pemasaran dan keunggulan kompetitif situs. Struktur makalah ini adalah sebagai berikut: setelah latar belakang, bagian selanjutnya adalah tinjauan. Penjelasan mengenai peralatan pendukung pariwisata yang saat ini digunakan dan TIK apa yang berpotensi untuk digunakan di masa yang akan datang sesuai konteks destinasi akan diuraikan pada bagian berikutnya. Usulan metodologi analisis kualitatif dari wawancara mendalam dengan wisatawan dari lokasi Subak kemudian disediakan. Makalah ini akan disimpulkan dengan hasil analisis mengenai potensi implementasi TIK yang diharapkan terkait dengan implikasi manajerial dalam mewujudkan pariwisata keberlanjutan.

## KAJIAN PUSTAKA

### TIK dan Pariwisata Keberlanjutan

Untuk tujuan studi ini, istilah TIK berfungsi sebagai istilah umum yang mencakup beragam alat komunikasi digital, perangkat, dan teknologi, serta berbagai layanan dan aplikasi yang terkait dengannya (Blurton, 1999; Lewis, 2009). Penggunaan TIK untuk pariwisata berkelanjutan membantu inovasi dengan mendorong kemitraan yang lebih baik dengan para pemangku kepentingan dan juga terlibat dalam dialog dengan masyarakat (Ruggieri & Calò, 2018). Untuk mendukung pariwisata keberlanjutan maka terlebih dahulu pengelola harus dapat melakukan interpretasi atas apa yang sebenarnya diinginkan oleh wisatawan dengan memanfaatkan penggunaan TIK. TIK telah secara dramatis mengubah cara di mana informasi dikumpulkan, disimpan, dikelola, diproses, dan didistribusikan (Ali & Frew, 2013; Buhalis, 2003).

Untuk memahami arah yang efektif, maka diperlukan definisi pariwisata berkelanjutan. Definisi resmi keberlanjutan dalam bidang pariwisata telah diberikan oleh WTO pada 2005: "Prinsip keberlanjutan mengacu pada aspek lingkungan, ekonomi dan sosial budaya dari pengembangan pariwisata dan keseimbangan yang sesuai harus ditetapkan antara ketiga dimensi ini untuk menjamin jangka panjangnya. istilah keberlanjutan ". Untuk mencapai tujuan ini, analisis skenario aktual di tujuan harus didefinisikan melalui seperangkat alat untuk mengevaluasi dampak pariwisata (Ruggieri & Calò, 2018).

TIK dapat menjadi sebuah pendekatan praktis yang inovatif untuk para pengelola destinasi dalam perjuangannya untuk mendukung

pariwisata keberlanjutan. Isu fundamental bagi sektor pariwisata yakni bagaimana cara mengadopsi strategi-strategi keberlanjutan juga kebijakan-kebijakan lainnya di masa yang akan datang. TIK membantu personalisasi pengalaman untuk lebih memenuhi kebutuhan spesifik dari segmen pengunjung yang berbeda (Damiano et al., 2008; Etxeberria et al., 2012). TIK juga memungkinkan pengembangan pendidikan dengan cara pembelajaran berorientasi hiburan (Bogdanovych, Rodriguez-Aguilar, Simoff, & Cohen, 2010; Chen et al., 2010; Pantano & Corvello, 2014). Berbagai penelitian tersebut menyetujui bahwa TIK dapat memperluas daya tarik *landmark* budaya bagi wisatawan. Penggunaannya membantu pengunjung untuk lebih memahami warisan, memperkaya pengalaman mereka sehingga dengan demikian menumbuhkan sikap yang lebih mendalam tentang para turis (Garau, 2014; Grainger Clemson, 2014; Tscheu & Buhalis, 2016).

### Pariwisata Minat Khusus

Industri pariwisata dengan pangsa pasar yang umum di mana konsumen menginginkan hal yang seragam pada setiap destinasi yang dikunjungi seperti kualitas akomodasi yang baik ataupun perbandingan nilai dengan biaya yang dikeluarkan dijelaskan dalam konsep *General Interest Tourism* oleh Brotherton & Himmetoglu (1997). Hal ini yang disinyalir memicu terjadinya *mass tourism*, di mana para pengelola menawarkan konsep pariwisata yang hampir sama seperti kualitas akomodasi yang baik ataupun paket wisata dengan harga murah. Hal ini banyak terjadi sebelum dekade 1980an (Hall & Weiler, 1992).

Dalam sebuah ceruk pasar terdapat satu wilayah tertentu dalam pasar untuk produk serta konsumennya yang dapat dimanfaatkan. Hal ini berlandaskan sebuah premis dimana pasar tidak bisa dilihat secara sederhana dan homogen dengan kebutuhan konsumen secara umum, namun harus dilihat sebagai kumpulan berbagai macam individu dengan kebutuhan yang sangat spesifik terkait dengan kualitas serta fitur dari produk tertentu. Kumpulan karakteristik individu serta kebutuhan yang sangat spesifik tersebut dapat dikumpulkan menjadi beberapa segmen di dalam ceruk pasar. Dalam konteks pariwisata, pariwisata ceruk dapat dibagi menjadi dua, yaitu ceruk makro, terdiri dari pariwisata kultural ataupun pedesaan, serta ceruk mikro, seperti

pariwisata tata boga, olahraga, kegiatan sukarela, serta petualangan (Mckercher & Chan, 2005).

Mengenai pariwisata minat khusus, sebelumnya harus dapat dijelaskan perbedaan karakteristik pariwisata secara umum dengan pariwisata minat khusus. Brotherton & Himmetoglu (1997) di dalam penelitiannya menjelaskan perbedaan pariwisata secara umum dengan pariwisata minat khusus dengan menggunakan *continuum* mengenai tingkatan pariwisata. *Continuum* ini dimulai dengan Wisatawan Minat Umum (*General Interest Tourists/GIT*), diikuti dengan Wisatawan Minat Campuran (*Mixed Interest Tourists/MIT*), serta Wisatawan Minat Khusus (*Special Interest Tourists/SIT*) yang masing-masing memiliki karakteristik yang berbeda. Para wisatawan minat khusus memiliki orientasi lebih terhadap aktivitas ataupun minat yang ingin dilakukan atau dipenuhi. Hal ini terkait dengan karakteristik individu yang cenderung pintar serta kritis serta memiliki cukup banyak pengalaman berwisata sehingga tempat tujuan wisata bukan lagi menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan berwisata. Prioritas utama dalam berwisata adalah adalah aktivitas yang ingin dilakukan, di mana pertanyaan yang sering dilontarkan sebelum melakukan perjalanan wisata adalah bukan “ingin ke mana?” namun lebih kepada “ingin melakukan apa?” baru kemudian tempat tujuan wisata ditentukan.

The World Tourism Organization (1985) yang dikutip oleh S. J. Lee & Bai (2016) menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan pariwisata minat khusus adalah sebuah jenis pariwisata yang terspesialisasi yang melibatkan individu atau kelompok yang memiliki minat yang sama untuk kemudian direalisasikan di dalam sebuah kunjungan terhadap suatu destinasi. Terlihat definisi ini memperkuat pernyataan bahwa yang dikejar oleh para wisatawan minat khusus bukanlah tempat tujuannya, namun aktifitas ataupun kegiatan apa yang dapat memuaskan hasrat para wisatawan. Stebbins (1982) menjelaskan mengenai pariwisata minat khusus sebagai sebuah bentuk “kesenggangan serius” (*serious leisure*) dimana para pelakunya cenderung mengejar minat mereka untuk mencapai aktualisasi diri, interaksi sosial, dan keterikatan melalui aktivitas-aktivitas khusus. Berikut ini ditampilkan perbedaan karakteristik secara lebih terperinci antara GIT, MIT, serta SIT.

**Tabel 1.1**  
**Perbedaan antara Wisatawan Minat Umum, Wisatawan Minat Campuran, dan Wisatawan Minat Khusus**

Wisatawan Minat Umum	Wisatawan Minat Campuran	Wisatawan Minat Khusus
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merupakan mayoritas dari keseluruhan populasi wisatawan</li> <li>• Sensitif terhadap harga</li> <li>• Relatif tidak memiliki pengalaman berwisata</li> <li>• Kebanyakan psikosentris</li> <li>• Tidak memiliki minat khusus, terutama di waktu liburan</li> <li>• Memiliki keinginan untuk mengunjungi tempat wisata yang <i>fashionable</i>, untuk kebutuhan nilai sosial</li> <li>• Konsistensi pola bepergian</li> <li>• Berperilaku senormal mungkin sesuai dengan tempat kunjungan</li> <li>• Memiliki kebutuhan akomodasi dengan kualitas tinggi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki pengalaman, serta tidak lagi begitu menikmati wisata minat umum</li> <li>• Bersedia untuk mengganti pilihan tempat liburan, namun pilihan penggantinya tidak ekstrim.</li> <li>• Mulai dapat merubah preferensi wisata</li> <li>• Menginginkan petualangan, namun masih memiliki kebutuhan pemenuhan nilai sosial</li> <li>• Masih tertarik dengan tujuan wisata yang <i>fashionable</i></li> <li>• Dapat memiliki minat khusus, namun tidak serta-merta merubah pilihan liburan kepada minat khusus tersebut</li> <li>• Masih tertarik kepada kualitas akomodasi yang baik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merupakan minoritas dari keseluruhan populasi wisatawan</li> <li>• Biasanya berasal dari kalangan menengah ke atas</li> <li>• Tidak sensitif terhadap harga</li> <li>• Sangat berpengalaman dalam melakukan perjalanan wisata</li> <li>• Memiliki ekspektasi tinggi dalam aktivitas minat khususnya, namun bukan dalam hal fasilitas akomodasi</li> <li>• Menyukai petualangan, <i>allocentric</i>, tidak mengikuti mayoritas</li> <li>• Tidak membutuhkan komitmen sosial dalam liburannya serta tidak mengikuti waktu liburan pada umumnya</li> <li>• Liburan minat khusus adalah perpanjangan dari aktivitas sehari-harinya</li> <li>• Melihat tujuan-tujuan wisata alternatif sebagai konteks untuk mengejar kebutuhan minat khususnya</li> </ul>

Sumber: Brotherton & Himmetoglu (1997:18)

Pariwisata Minat Khusus memiliki karakter yang berseberangan dengan pariwisata massal, dimana fokus dari pariwisata minat khusus adalah bentuk baru pariwisata yang memiliki potensi untuk

memenuhi kebutuhan wisatawan. Termasuk di dalamnya adalah wisata pedesaan, wisata petualangan dan alam, wisata sejarah dan budaya, serta festival. Berikut ditampilkan jenis kategori minat atau aktivitas yang termasuk ke dalam pariwisata minat khusus dan kegiatan yang paling populer untuk setiap kategorinya.

**Tabel 1.2**  
**Kategori Aktivitas Minat Khusus**

No.	Kategori aktivitas atau minat	Tipe yang paling populer
1.	Olahraga air	Memancing ( <i>sailing/yachting</i> )
2.	Olahraga musim dingin	Ski menuruni bukit ( <i>downhill skiing</i> )
3.	Tur aktivitas/minat khusus	Tur budaya/sejarah ( <i>cultural/historical study tours</i> )
4.	Olahraga darat	Berjalan kaki/mengembara ( <i>walking rambling</i> )
5.	Hobi/pengembangan diri	Kursus-kursus edukasional ( <i>educational courses</i> )
6.	Wisata alam/ <i>ecotourism</i>	Kunjungan ke objek wisata alam/ <i>ecotourism</i>
7.	Acara-acara khusus	Kunjungan ke taman hiburan dan acara olahraga

Sumber: Brotherton & Himmetoglu (1997:26)

Pariwisata sejarah adalah satu cabang dalam industri pariwisata, khususnya pariwisata minat khusus yang berlandaskan pengalaman dimana para pengunjungnya memiliki motivasi tertentu yang berkaitan dengan aspek sejarah, seni, gaya hidup, maupun budaya (Trauer, 2006:183; Li & Hunter, 2015:248). Pariwisata sejarah menawarkan lini bauran produk yang cukup lebar yang sangat bervariasi, mulai dari monumen hingga gaya hidup, yang menggeser tren pariwisata dari rekreasi menjadi wahana perenungan diri (*self-contemplating*) atas apa yang terjadi di masa lampau (Vasavada & Kour, 2016:22). Dengan mengunjungi situs maupun reruntuhan bersejarah, seseorang dapat melakukan kilas balik atas apa yang telah terjadi, serta apa yang membentuk lingkungan saat ini. Hal ini membuka sebuah peluang pasar baru dalam industri pariwisata. Pariwisata sejarah yang erat kaitannya dengan aspek pengalaman telah bertransformasi dari yang awalnya hanya berupa kegiatan memamerkan produk, saat ini berubah lebih ke arah pemenuhan kualitas pengalaman pribadi pengunjung (Apostalakis & Jaffry, 2005:309). Wisata sejarah juga memberikan kesempatan untuk memotret waktu

lampau hingga saat ini yang memungkinkan pengunjung untuk mengalami apa yang terjadi di masa lampau dengan melakukan interpretasi atas apa yang dialaminya saat ini (Nuryanti, 1996:250). Semua pengalaman tersebut, seperti aktivitas sehari-hari yang dilakukan oleh penduduk, upacara adat, ataupun ritual keagamaan dapat dirasakan oleh pengunjung sesuai dengan interpretasinya masing-masing.

### Pemanfaatan TIK di dalam Destinasi

Sebuah destinasi didefinisikan sebagai sebuah area geografis yang di dalamnya terkandung produk dan jasa pariwisata yang akan dinikmati oleh wisatawan sebagai bagian dari pengalaman yang dikelola oleh organisasi (Ruggieri & Calò, 2018). Untuk mendukung manajemen destinasi yang baik, maka pemanfaatan TIK yang biasa digunakan saat ini baik dari sisi *demand* maupun *supply* adalah:

- *Destination management system (DMS)*
- *Intelligent transport system (ITS)*
- *Environment management information system (EMIS)*
- *Location based services (LBS)*
- *Global positioning system (GPS)*
- *Geographical information system (GIS)*

Di dalam Lanskap Budaya Subak saat ini hanya diterapkan GPS yang didukung oleh Google untuk memudahkan wisatawan menemukan koordinat lokasi. Selain itu belum ditemukan implementasi TIK lainnya baik untuk sekedar memudahkan pengunjung dalam memahami aspek budaya maupun sejarah, ataupun menambah sisi hiburan (*entertainment*).

Selain itu, ada beberapa alat TIK lainnya yang dapat digunakan untuk mendukung dan menambah nilai kunjungan destinasi. Alat-alat tersebut antara lain *Community Informatics (CI)*, *Virtual Tourism (VT)*, dan *Computer Simulation (CS)*.

### METODOLOGI PENELITIAN

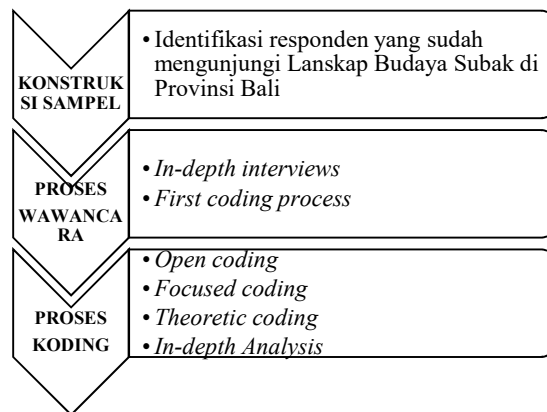
Karena penelitian ini masih berada di tahap awal, kami memilih pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam dengan para wisatawan (Yin, 2015). Hal ini berarti walaupun temuan penelitian ini nanti tidak bisa digeneralisasikan, namun hasilnya akan dapat digunakan sebagai penambah wawasan di masa yang akan datang mengenai pemahaman tentang relevansi TIK dari perspektif permintaan (*demand-side perspective*). Kami membatasi

responden menjadi 10 orang yang sudah mengunjungi Lanskap Budaya Subak yang tersebar di beberapa lokasi di Provinsi Bali. *Demand-side perspective* digunakan karena kami ingin menangkap apa sebetulnya yang diinginkan dan dibutuhkan wisatawan dalam setiap kunjungannya ke masing-masing destinasi dengan memanfaatkan TIK sebagai media untuk menambah nilai. Berdasarkan hasil observasi ke 5 lokasi Lanskap Budaya Subak, praktis hampir tidak ada dukungan implementasi TIK untuk membantu pengunjung memahami setiap aspek sejarah maupun budaya yang ditawarkan oleh masing-masing destinasi.

### PEMBAHASAN

Jenis *in-depth*, dan *semi-structured interview* dipilih untuk mengumpulkan data-data kualitatif yang berguna bagi penelitian. Para responden akan diberikan sejumlah pertanyaan-pertanyaan *open-ended* mengenai implementasi dan penggunaan TIK di dalam konteks wisata budaya. Tahap selanjutnya adalah proses transkripsi wawancara. Dengan menggunakan pendekatan koding induktif (*Inductive Coding Approach*), transkripnya kemudian akan digunakan untuk mengidentifikasi pola serta pernyataan-pernyataan yang berulang kali disebutkan di dalam teks. Setelah itu material yang dianggap relevan kemudian dirangkum dan dihitung berdasarkan kategori-kategori tertentu yang dianggap sering keluar sebelum kemudian dianalisa dan diinterpretasikan secara mendalam di bagian akhir.

Proses koding dari hasil wawancara di dalam penelitian ini dibagi menjadi 3 tahap (Bryman, 2012). Di dalam proses *open coding*, ide-ide yang penting serta kalimat-kalimat dirangkum kemudian dituliskan di dalam transkrip. Semua pernyataan kemudian diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia untuk mempermudah analisis. Didalam proses *focused coding*, semua pola dari setiap kategori dikumpulkan kemudian ditandai. Tahap ketiga dari proses analisis data adalah *theoretic coding*. Dengan bantuan dari dua tahapan sebelumnya, kategori yang relevan terhadap penelitian dapat diidentifikasi. Kategori-kategori ini digunakan untuk menciptakan tema yang kemudian dihubungkan ke dalam sebuah narasi (Krippendorff, 2012). Penjelasan mengenai rancangan desain penelitian dirangkum di dalam gambar di bawah ini.



Gambar 3.1. Rancangan Desain Penelitian

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Untuk mencapai sebuah pariwisata keberlanjutan dengan menggunakan TIK tentu tidak dapat dicapai dalam waktu singkat, terlebih dengan kondisi Lanskap Budaya saat ini yang memang hampir belum menerapkan TIK dalam pengelolaannya selama ini. Hasil dari penelitian ini diharapkan akan berguna bagi pengelola maupun pemerintah dalam penyediaan peralatan TIK yang dapat menambah nilai kunjungan bagi wisatawan untuk mencapai pariwisata keberlanjutan. Walaupun begitu penelitian ini terbatas hanya kepada usulan perangkat yang dapat digunakan di dalam sebuah destinasi pariwisata. Penerapan TIK dalam konteks pariwisata, khususnya pariwisata sejarah dapat mempermudah akses, menambah pengalaman, bahkan membuka jalan bagi pengunjung yang sebelumnya mungkin berpikir tidak dapat menikmati kunjungan wisatanya, seperti para kaum difabel. Penerapan TIK juga dapat memberikan gambaran kepada pengunjung bagaimana suasana otentik situs pada masanya. Integrasi antar situ Lanskap Budaya Subak juga dapat digambarkan secara detil dengan menggunakan TIK.

Ke depannya dapat dilakukan penelitian lanjutan mengenai bagaimana kesesuaian perangkat TIK bagi sebuah destinasi baik dengan dengan menggunakan analisis kualitatif maupun kuantitatif. Penelitian dengan unit analisis yang berbeda dapat dilakukan karena setiap destinasi memiliki karakteristiknya masing-masing sehingga penerapan TIK dapat berbeda satu sama lain. Penelitian serupa yang diorientasikan kepada sisi penawaran (*supply side*) akan dapat berguna untuk pengembangan ilmu baik secara teoritis maupun praktis di masa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A., & Frew, D. (2013). Information and communication technologies for sustainable tourism. Oxon: Taylor and Francis.
- Apostalakis, A., & Jaffry, S. (2005). A Choice Modeling Application for Greek Heritage Attractions. *Journal of Travel Research*, 43(February), 309–318. <https://doi.org/10.1177/0047287504272035>
- Blurton, C. (1999). New directions of ICT-use in education. Retrieved from <http://www.unesco.org/education/educprog/lwfi/dl/edict.pdf> BMWi.
- Brotherton, B., & Himmetoglu, B. (1997). Beyond Destinations - Special Interest Tourism. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 8(3), 11–30. <https://doi.org/10.1080/13032917.1997.9687118>
- Bogdanovych, A., Rodriguez-Aguilar, J. A., Simoff, S., & Cohen, A. (2010). Authentic interactive reenactment of cultural heritage with 3D virtual worlds and artificial intelligence. *Applied Artificial Intelligence*, 24(6), 617–647. doi:10.1080/088839514.2010.492172
- Brogni, A., Avizzano, C. A., Evangelista, C. & Bergamasco, M. (1999). Technological Approach for Cultural Heritage: Augmented Reality [online]. Pisa: Scuola Superiore S. Anna. Available from: [http://www0.cs.ucl.ac.uk/staff/ucacaxb/publicdownload/1999\\_Brogni\\_TAF.pdf](http://www0.cs.ucl.ac.uk/staff/ucacaxb/publicdownload/1999_Brogni_TAF.pdf)
- Bryman A. (2012). Social research methods. (4th ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Buhalis, D. (2003). ETourism: Information technology for strategic tourism management. London: Pearson.
- Chen, W., Zhang, M., Pan, Z., Liu, G., Shen, H., Chen, S., & Liu, Y. (2010). Animations, games and virtual reality for Jing-Hang grand canal. *IEEE Computer Graphics & Applications*, 30(3), 84–88. doi:10.1109/MCG.2010.49
- Damiano, R., Gena, C., Lombardo, V., Nunnari, F., & Pizzo, A. (2008). A stroll with Carletto: Adaptation in drama-based tours with virtual characters. *User Modeling & User-Adapted Interaction*, 18(5), 417–453. doi:10.1007/s11257-008-9053-1
- Etzeberria, A. I., Asensio, M., Vicent, N., & Cuenca, J. M. (2012). Mobile devices: A tool for tourism and learning at archaeological sites. *International Journal of Web Based Communities (IJWBC)*, 8(1), 57–72. doi:10.1504/IJWBC.2012.044682
- Garau, C. (2014). From territory to smartphone: Smart fruition of cultural heritage for dynamic tourism development. *Planning, Practice & Research*, 29(3), 238–255. doi:10.1080/02697459.2014.929837
- Grainger Clemson, H. (2014). Trailfinders-curating an interactive city promenade experience with mobile phones. *Digital Creativity*, 25(4), 330–342. doi:10.1080/14626268.2014.904362
- Hall, M., & Weiler, B. (1992). Introduction. What's special about special interest tourism? In B. Weiler, & C.M. Hall (Eds.), *Special interest tourism*. Bellhaven Press.
- Hausmann, A., & Weuster, L. (2018). Possible marketing tools for heritage tourism: the potential of implementing information and communication technology. *Journal of Heritage Tourism*, 13(3), 273–284. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2017.1334786>
- Krippendorff K. H. (2012). Content analysis: An introduction to its methodology (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Law, R., Leung, D., & Chan, I. C. C. (2019). Progression and development of information and communication technology research in hospitality and tourism: A state-of-the-art review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2018-0586>
- Lewis, G. (2009). The impact of ICT on customs. *World Customs Journal*, 3(1), 1–11. Retrieved from [http://worldcustomsjournal.org/Archives/Volume%203,%20Number%201%20\(Apr%202009\)/02%20Lewis.pdf](http://worldcustomsjournal.org/Archives/Volume%203,%20Number%201%20(Apr%202009)/02%20Lewis.pdf)
- Lee, S. J., & Bai, B. (2016). Influence of popular culture on special interest tourists' destination image. *Tourism Management*, 52, 161–169. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.019>
- Li, Y., & Hunter, C. (2015). Community involvement for sustainable heritage tourism: a conceptual model. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 5(3), 248–262. [ISSN: 2655-965X](https://doi.org/10.1108/JCHMSD-08-2014-</a></p></div><div data-bbox=)

0027

- Mariani, M. M., Baggio, R., Buhalis, D., & Longhi, C. (2014). *Tourism management, marketing and development (The Importance of Networks and ICTs, Vol. 1)*. New York: Palgrave MacMillan. Mason
- Mckercher, B., & Chan, A. (2005). How Special Is Special Interest Tourism? *Journal of Travel Research*, 44(August), 21–31. <https://doi.org/10.1177/0047287505276588>
- Nuryanti, W. (1996). Heritage and postmodern tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 249–260. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00062-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00062-3)
- Pantano, E., & Servidio, R. (2010). An exploratory study of the role of pervasive environments for promotion of tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 2(1), 50–65. doi:10.1108/17579881111112412
- Ruggieri, G., & Calò, P. (2018). ICT and tourism impacts in islands. *Ecocycles*, 4(2), 4–11. <https://doi.org/10.19040/ecocycles.v4i2.102>
- Stebbins, R. A. (1982). Serious Leisure: A Conceptual Statement. *The Pacific Sociological Review*, 25(2), 251–272.
- Trauer, B. (2006). Conceptualizing special interest tourism - Frameworks for analysis. *Tourism Management*, 27(2), 183–200. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.10.004>
- Tscheu, F., & Buhalis, D. (2016). Augmented Reality at Cultural Heritage sites. *Information and Communication Technologies in Tourism, 1*, 607–619. <https://doi.org/10.5593/sgem2015/b21/s7.018>
- Vasavada, F., & Kour, G. (2016). Heritage Tourism: How Advertising is Branding the Intangibles? *Journal of Heritage Management*, 1(1), 22–34. <https://doi.org/10.1177/2455929616640688>
- Yin, R. K. (2015). *Qualitative research from start to finish* (2nd ed.). New York, NY: Guilford Press.

#### **BIODATA PENULIS**

Nama: Gallang Perdana Dalimunthe  
Tempat/Tanggal Lahir: Bandung, 14 Juli 1985  
Pekerjaan: Mahasiswa Doktor Ilmu Manajemen  
Universitas Padjadjaran 2016  
E-mail: [gallang.dalimunthe@gmail.com](mailto:gallang.dalimunthe@gmail.com)