

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

Sektor industri pariwisata di Indonesia setiap tahun selalu meningkat. Berdasarkan data pada 2018, jumlah kunjungan wisatawan pada Juni 2018 meningkat 15,21 persen dibandingkan dengan Juni 2017 (Pariwisata, 2019). Warisan, budaya, bangunan tua, candi di suatu daerah dapat dijadikan sebagai objek wisata peninggalan. Strategi pengembangan pariwisata dapat dikembangkan dengan aplikasi mobile. Metode yang dapat digunakan meliputi gamifikasi, *User Centered Design*, *Augmented Reality* dll. Tujuan strategi pengembangan adalah untuk meningkatkan daya tarik wisatawan, memberikan informasi, pengalaman perjalanan yang menyenangkan dalam mengunjungi objek wisata.

#### **2.1. Pariwisata *heritage***

*Heritage* adalah salah satu warisan sejarah yang memiliki makna dan nilai sejarah di suatu daerah. Di setiap daerah memiliki perjalanan sejarah warisan yang berbeda-beda. Pentingnya pelestarian budaya dan sejarah sebagai pembelajaran bagi generasi ke generasi agar tidak hilang (Kidi et al., 2017). Pengenalan dan penyampaian informasi tentang warisan sejarah turun temurun dari generasi ke generasi berikutnya. Dalam penyampaiannya dapat dikemas dalam sebuah destinasi perjalanan pariwisata *heritage*.

Pariwisata *heritage* adalah sebuah perjalanan wisata yang mempunyai nilai sejarah warisan di suatu daerah yang mempunyai tempat tempat warisan sejarah dan budaya sebagai daya tarik wisatanya (Kosmas et al., 2019). Destinasi pariwisata

*heritage* ini sebagai salah satu cara pembelajaran dan pelestarian *heritage* sebagai sejarah warisan dari generasi sebelumnya atau leluhur yang memiliki makna dan kearifan local di suatu daerah. Selain itu, dengan mengembangkan pariwisata *heritage* di suatu daerah dapat berguna untuk melestarikan sejarah warisan dan budaya daerah tersebut, juga dapat meningkatkan perekonomian yang ada di daerah tersebut (Gretzel et al., 2015). Contoh gambar pariwisata *heritage* yaitu candi prambanan yang ada di Indonesia seperti pada gambar dibawah ini.



**Gambar 1.** Candi Prambanan Indonesia

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki wisata warisan budaya. Salah satu wisata peninggalan yang ditemukan di Indonesia adalah wisata candi seperti Candi Prambanan, Candi Borobudur, Candi Ratu Boko, Candi Gedongsongo, Candi Ijo, Candi Plaosan, dll. Dalam penelitian ini, memilih tiga candi yang memiliki area besar untuk dieksplorasi adalah Candi Prambanan, Candi Borobudur, dan Candi

Gedongsongo. Candi Prambanan adalah candi Hindu yang merupakan peninggalan sejarah budaya yang telah diakui oleh UNESCO sejak 1991 (Muryamto et al., 2019). Ada empat area di candi Prambanan, yaitu Rorojonggrang, Lumbung, Bubah, dan Sewu. Candi Prambanan dibangun pada abad ke 9 Masehi. Sedangkan Candi Borobudur adalah peninggalan agama Budha di Magelang, Jawa Tengah (Hermawan et al., 2019). Lokasi candi Borobudur berada di provinsi Magelang dan di bangun sekitar tahun 800-an Masehi. Ada 3 Zona, yaitu Kamadhatu, Rupadhatu, dan Arupadhatu. Yang terakhir adalah candi Gedongsongo, yang merupakan peninggalan budaya Hindu pada 1804. Ada lima Daerah di candi Gedongsongo, yaitu Gedong I, Gedong II, Gedong III, Gedong III, Gedong IV, dan Gedong V.

## **2.2. Gamifikasi**

Gamifikasi adalah salah satu metode pembelajaran yang diterapkan dalam aplikasi pembelajaran dengan menggunakan elemen desain game untuk meningkatkan konteks non-game. Gamifikasi adalah aplikasi *mobile* sangat populer dan telah digunakan untuk berbagai jenis subjek. Gamifikasi dapat digunakan untuk memanfaatkan teknologi elektronik untuk proses pembelajaran/ edukasi (Fan et al., 2015) (González, 2018). Gamifikasi dapat digunakan dalam beberapa bidang seperti pendidikan (Tinati et al., 2017), kesehatan (Mccoy et al., 2016) (Miller et al., 2014), kebudayaan (Kidi et al., 2017), bisnis, pariwisata (Xu et al., 2017) dll. Dengan menggunakan pendekatan game membantu pengguna dalam mengetahui informasi atau pengetahuan yang ada dalam permainan tersebut.

Penggunaan metode gamifikasi dalam pembelajaran dapat memudahkan dalam proses pembelajaran dan dapat motivasi pengguna. Element desain yang dapat digunakan dalam dalam gamifikasi antara lain *points, level / stages, badges, leaderboards, prizes and rewards, progress bars, storyline, feedback* (Aldemir et al., 2017)(Sailer et al., 2017). Gamifikasi juga memberikan keterlibatan, motivasi kepada pengguna (Buckley & Doyle, 2018)(Koivisto & Hamari, 2019) dan dapat menyampaikan informasi dan pengetahuan dengan pendekatan berbasis game (Warmelink et al., 2018)(Nowostawski et al., 2018). Terdapat paper yang menjelaskan tentang desain framework yang digunakan dalam gamifikasi (Mora et al., 2017). Pada sektor pariwisata konsep gamifikasi dapat menggunakan *Augmented Reality (AR)* (Boboc et al., 2019)(Hammady, 2018), *Geocaching* (Skinner et al., 2018), dan aplikasi berbasis GPS. Gamifikasi dapat digunakan sebagai metode pembelajaran yang memberikan feedback kepada penggunanya. Menurut penelitian sebelumnya desain atau pemodelan gamifikasi dibagi menjadi dua yaitu dinamik game dan mekanik game yang memiliki elemen game yang berdeda-beda.

Gamifikasi dalam bidang pariwisata dan budaya dapat berkontribusi dalam membantu penyampian dan pelestarian informasi sejarah budaya warisan leluhur yang terdapat dalam tempat pariwisata *heritage* serta dapat berkontribusi untuk pemasaran pariwisata (Xu et al., 2017). Selain itu game juga dapat digunakan sebagai komunikasi virtual antar pemain untuk menginformasikan tentang tujuan pembuatan game edukasi tersebut. dengan adanya komunikasi virtual dapat memberikan pengalaman berlibur yang berdeda dan mengesankan. Oleh karena itu dengan metode gamifikasi dapat

digunakan sebagai bentuk pemasaran pariwisata untuk meningkatkan daya tarik pengunjung (Vainstein et al., 2016). Dengan adanya gamifikasi dalam pariwisata merupakan cara baru penyampaian pembelajaran, inovasi pemasaran, meningkatkan kesadaran tentang sejarah warisan dan budaya serta dapat meningkatkan pengalaman wisata yang menyenangkan, mengesankan dan fantasi (dapat berimajinasi) yang dapat mengarah pada tingkat kepuasan yang tinggi dalam berwisata (Xu et al., 2017).

