

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan daerah wisata dengan berbagai keunikan dan kekayaan budaya yang mempesona. Sejumlah tempat wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi destinasi favorit yang terdapat dalam daftar tempat wisata di Indonesia, terkenal di kalangan domestik hingga para turis mancanegara. Selain itu, wilayah yang dipimpin oleh seorang Sultan tersebut juga memiliki keindahan alam yang memikat serta kehidupan masyarakat lokal yang unik.

Di Yogyakarta, wisatawan dapat menjumpai tempat yang telah dinyatakan UNESCO sebagai warisan kebudayaan dunia yaitu candi Prambanan. Candi Prambanan adalah candi Hindu termegah yang ada di Indonesia dan merupakan candi yang terbesar pula di kawasan Asia Tenggara. Selain candi Prambanan wisatawan dapat berkunjung di tempat wisata lain seperti, pantai Ngerenehan, Nglanggeran, Kebun teh Kulon Progo, Jalan Malioboro, Monjali (Monumen Jogja Kembali) dan masih banyak tempat lain yang dapat di kunjungi wisatawan,.

Pengunjung tempat wisata mempengaruhi pemasukan yang dihasilkan daerah. Semakin banyak pengunjung yang berkunjung di tempat wisatawan maka semakin banyak pula pemasukan yang dihasilkan daerah tersebut. Untuk menarik wisatawan lokal maupun mancanegara perlu dilakukan pemasaran yang baik. Pemasaran dilakukan untuk menarik minat calon wisatawan untuk pergi berkunjung ke tempat wisata.

Dalam pemasaran tempat wisata saat ini hanya dilakukan dengan membuat *website* dan brosur. Pada media pemasaran saat ini calon wisatawan hanya

ditunjukkan dengan gambar dua dimensi tempat lokasi wisata. Pemasaran selain dengan *website* bisa dilakukan dengan hal lain yaitu dengan katalog. Perlu dilakukan pemasaran tempat wisata yang lebih unik dan kreatif. Tujuan pemasaran tersebut agar calon wisatawan lebih tertarik dengan objek wisata yang akan dikunjungi.

Seiring berkembangnya teknologi yang semakin pesat, banyak metode yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran. *Augmented Reality* dapat dijadikan media pemasaran yang baik agar calon wisatawan tertarik untuk berkunjung. *Augmented Reality* merupakan teknologi yang menggabungkan benda maya dua dimensi dan ataupun tiga dimensi ke dalam sebuah lingkungan nyata tiga dimensi lalu memproyeksikan benda-benda maya tersebut secara *real-time*. Tiga dimensi biasa disingkat 3D atau disebut ruang dari benda yang memiliki panjang, lebar, dan tinggi.

Istilah tiga dimensi biasanya digunakan dalam bidang seni, animasi, komputer dan matematika. *Augmented Reality* bertujuan untuk memproyeksikan benda-benda maya. Benda-benda maya menampilkan informasi berupa label maupun objek *virtual* yang hanya dapat dilihat dengan kamera handphone maupun dengan komputer. Sistem dalam *Augmented Reality* bekerja dengan menganalisa secara *real-time* objek yang ditangkap dalam kamera.

*Augmented Reality* (AR) merupakan salah satu teknologi yang sedang berkembang sangat pesat hampir di seluruh dunia. Ronald T. Azuma (1997) mendefinisikan *Augmented Reality* sebagai penggabungan benda-benda nyata dan maya di lingkungan nyata, berjalan secara interaktif dalam waktu nyata, dan terdapat integrasi antarbenda dalam tiga dimensi, yaitu benda maya terintegrasi dalam dunia nyata.

Penggabungan benda nyata dan maya dimungkinkan dengan teknologi tampilan yang sesuai, penggabungan benda nyata dan maya tersebut dimungkinkan melalui perangkat-perangkat input tertentu. Dengan melihat realita perkembangan teknologi tersebut maka dibuatlah aplikasi *Augmented Reality* pembuatan katalog tempat wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan objek tiga dimensi sehingga nantinya menjadi sebuah perkembangan dalam dunia teknologi sekaligus juga dapat menjadi media pemasaran tempat wisata yang ada di Yogyakarta.

*Augmented Reality* memiliki tiga keunggulan yaitu mengubah *virtual* menjadi *real*, dua dimensi dapat berubah menjadi tiga dimensi dan statis dapat berubah menjadi animasi. *Augmented Reality* saat ini sangat diperlukan untuk pemasaran tempat wisata. Pemasaran yang dilakukan lebih nyata dengan menggambarkan bentuk asli dari tempat wisata.

Pemasaran yang bisa menjadi daya tarik bagi para wisatawan adalah katalog yang di buat dengan sistem *Augmented Reality* dengan objek tiga dimensi. Pemasaran yang berbeda dari yang sudah ada ini dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Katalog tempat wisata dengan *Augmented Reality* yang berobjek tiga dimensi akan jauh menarik wisatawan karena wisatawan dapat melihat lebih nyata dengan melihat katalog yang berobjek tiga dimensi. Tujuan dibuatnya objek tiga dimensi pada aplikasi ini agar dapat melihat bentuk dari tempat wisata tersebut. Agar lebih mempermudah penggunaannya aplikasi *Augmented Reality* pembuatan katalog ini akan berjalan pada *android mobile*.

## **B. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, pembahasan dalam skripsi ini dibatasi pada:

1. Aplikasi ini hanya akan memberikan beberapa gambaran lokasi dan bangunan tempat wisata yang mewakili setiap kabupaten dan kota di DIY.

2. Output yang dihasilkan dari aplikasi ini hanya gambaran lokasi dan bangunan tempat wisata di DIY dengan objek tiga dimensi.
3. Aplikasi ini hanya bisa digunakan user yang menggunakan katalog *Augmented Reality* tempat wisata dan *gadget* berbasis *android*.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka ada beberapa permasalahan yang ada pada penelitian skripsi ini, yaitu:

1. Bagaimana membuat aplikasi objek tiga dimensi tempat wisata di DIY menggunakan *Augmented Reality*?
2. Bagaimana kelayakan dari Aplikasi *Augmented Reality* tempat wisata di DIY?

### **D. Tujuan penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penulisan skripsi ini adalah:

1. Membuat aplikasi objek tiga dimensi tempat wisata di DIY menggunakan *Augmented Reality*.
2. Mengetahui kelayakan dari Aplikasi *Augmented Reality* tempat wisata di DIY.

### **E. Manfaat Penelitian**

Penulisan skripsi ini diharapkan dapat bermanfaat memberikan pengetahuan dan menambah wawasan mengenai aplikasi *Augmented Reality* pembuatan katalog tempat wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan objek tiga dimensi sehingga nantinya menjadi sebuah perkembangan dalam dunia teknologi sekaligus juga mempromosikan tempat wisata yang ada di DIY. Aplikasi ini juga dapat memberikan kemudahan kepada calon wisatawan untuk melihat tempat wisata DIY dengan objek tiga dimensi.