

## DESAIN APLIKASI E-TOURISM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA BANTEN

### *APPLICATION DESIGN AS A BANTEN TOURISM PROMOTION MEDIA*

Fauzi<sup>1</sup>, Anton Siswo Raharjo Ansori<sup>2</sup>, Randi Erfa Saputra.<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Prodi S1 Teknik Komputer, Fakultas Teknik Elektro, Universitas Telkom

<sup>1</sup>[fauzi@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:fauzi@student.telkomuniversity.ac.id), <sup>2</sup>[raharjo@telkomuniversity.ac.id](mailto:raharjo@telkomuniversity.ac.id), <sup>3</sup>[resaputra@telkomuniversity.ac.id](mailto:resaputra@telkomuniversity.ac.id)<sup>4</sup>

---

#### Abstrak

Devisa Negara tertinggi berasal dari Pariwisata, tak heran jika banyak usaha ataupun inovasi yang dilakukan untuk mengembangkan pariwisata itu sendiri. Pariwisata modern saat ini telah dipercepat perkembangannya oleh proses globalisasi dan juga oleh pesatnya perkembangan teknologi informasi. Salah satu wilayah Indonesia yang memiliki potensi wisata adalah Banten, dibuktikan dengan adanya sekitar 204 Objek Daerah Tujuan Wisata (ODTW) yang tersebar di seluruh wilayah Provinsi Banten. Terdiri dari 84 Objek Wisata Alam, 34 Objek Wisata Sejarah dan Budaya, 24 Objek Wisata Buatan, 9 Objek Wisata Living Culture dan 48 Objek Wisata Atraksi Kesenian. Sayangnya potensi pariwisata yang ada di sana belum banyak diketahui oleh wisatawan baik di dalam maupun di luar Negri. Maka perlu adanya strategi promosi dan pemasaran pariwisata Banten melalui pemanfaatan teknologi yang berkembang yaitu perancangan desain aplikasi e-tourism yang menarik, guna meningkatkan jumlah kunjungan serta ketertarikan wisatawan terhadap pariwisata Banten. Pada perancangan desain aplikasi e-tourism penulis menggunakan metode User Centered Design (UCD) yang banyak digunakan saat ini. Teori – teori yang digunakan untuk menyusun desain aplikasi ini adalah e-tourism, teori perancangan visual, teori aplikasi, teori desain, dan teori pemasaran.

Kata Kunci : e-tourism, aplikasi, desain, pariwisata, Banten, UCD

---

#### Abstract

The highest foreign exchange comes from the tourism sector, so it is not surprising that many efforts or innovations have been made to develop tourism itself. Today's modern tourism has been accelerated by the process of globalization and also by the rapid development of information technology. One of Indonesia's regions that has tourism potential is Banten as evidenced by the existence of around 204 Tourist Destinations (ODTW) spread throughout Banten Province. The tourist destinations consist of 84 Natural Tourism Objects, 34 Historical and Cultural Tourism Objects, 24 Artificial Tourism Objects, 9 Living Cultural Tourism Objects, and 48 Art Attractions. Unfortunately, the tourism potential is not yet well known and familiar to both domestic and foreign tourists. Therefore, it is necessary to have a promotion and marketing strategy for Banten tourism through the use of developing technology, namely the design of an attractive e-tourism application design to increase the number of visits and tourist interest in Banten tourism. In designing the design of this e-tourism application, the author uses the User Centered Design (UCD) method which is widely used today. The theories used to develop this application design are e-tourism, visual design theory, application theory, design theory, and marketing theory.

Keywords: e-tourism, application, design, tourism, Banten, UCD

## 1. Pendahuluan

Provinsi Banten sebagai salah satu Provinsi di Negara Kesatuan Republik Indonesia ditetapkan berdasarkan UU No 23 tahun 2000. Luas wilayah Banten 8.800,83 km<sup>2</sup> dengan populasi penduduk mencapai 9.423.367 jiwa berdasarkan sensus penduduk tahun 2007. Mayoritas penduduk beragama Islam dengan mata pencaharian dari sektor pertanian, perdagangan, industri dan jasa. Unit pemerintahan dibagi atas 4 kabupaten dan 4 kota: Kabupaten Serang, Kabupaten Pandeglang, Kabupaten Lebak, Kabupaten Tangerang, Kota Tangerang, Kota Cilegon, Kota Serang dan Kota Tangerang Selatan. Masing-masing wilayah memiliki karakteristik sumber daya pariwisata budaya, alam, buatan dan kehidupan masyarakat tradisional (living culture) yang berkembang sebagai destinasi wisata berskala nasional bahkan internasional seperti Pesona Pantai Anyer, Carita & Tanjung Lesung, wisata bahari Pulau Umang, Taman Nasional Ujung Kulon, wisata Religi Banten Lama dan keunikan Masyarakat Tradisional Baduy, serta wisata – wisata lokal lainnya. pariwisata Provinsi Banten diidentifikasi atas 204 Objek Daerah Tujuan Wisata (ODTW) yang tersebar di seluruh wilayah Provinsi Banten. Terdiri dari 84 Objek Wisata Alam, 34 Objek Wisata Sejarah dan Budaya, 24 Objek Wisata Buatan, 9 Objek Wisata Living Culture dan 48 Objek Wisata Atraksi Kesenian. Sebanyak 71 ODTW (34,8%) merupakan kawasan wisata yang telah berkembang baik dalam skala nasional maupun internasional [1].

## 2. Dasar Teori

### 2.1 E-Tourism

E-tourism adalah bentuk pemanfaatan teknologi informasi internet untuk mendukung industri pariwisata, biro perjalanan, hotel serta industri terkait pariwisata lainnya (I Gusti Rai Bagus utama, 2017: 287)

Menurut Hendriksson ada empat karakteristik utama jika ingin mengembangkan Etourism, yaitu:

1. Produk Pariwisata.
2. Dampak berantai yang dapat ditimbulkan oleh Industri Pariwisata.
3. Struktur Industri Pariwisata.
4. Ketersediaan infrastruktur teknologi komunikasi dan informasi.

### 2.2 Layout

Layout adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang. Tujuan utama layout adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.

Prinsip dasar desain layout [2].

#### 1. Penggunaan Grid

Grid adalah yang memberi urutan pada desain grafis. Dengan adanya grid, pekerjaan perancang bisa menjadi lebih mudah, terutama dalam hal penentuan tempat suatu konten, agar tampilannya menjadi proporsional. Grid juga dapat memberi kita kemudahan ketika bekerja dalam sebuah tim. Dengan adanya grid, desainer akan sangat dimudahkan dalam membuat desain secara bersama-sama di dalam sebuah team.

#### 2. Penekanan dan Skala

Mata kita umumnya membutuhkan tempat untuk beristirahat atau sesuatu yang menarik untuk membuatnya terpaku, jika tidak, kita akan dengan cepat melanjutkan ke bagian atau tempat lainnya. Katakanlah Anda mengambil foto ibumu di reuni keluarga. Tujuan Anda adalah untuk membawa perhatian ke momen tersebut. dan kegembiraan karena berkumpul dengan menjadikan ibumu subjek dan titik fokus komposisi Anda.

#### 3. Keseimbangan

Dalam membuat desain web ini menyeimbangkan elemen berukuran berbeda dengan sempurna dengan mendukungnya dengan ruang putih yang sama, dapat membantu untuk membuat keseimbangan.

### 2.3 Warna

Pembahasan mengenai keberadaan warna secara ilmiah dimulai dari temuan Sir Isaac Newton yang dijelaskan dalam bukunya “Optics” (1704). Dia mengungkapkan bahwa warna itu terdapat dalam cahaya. Cahayalah yang menjadi sumber warna bagi setiap benda [3].

Gagasannya ini dimulai dengan sebuah lingkaran yang hanya mewakili tiga warna primer (merah, biru dan hijau) yang berasal dari sistem warna aditif. Kemudian diikuti dengan menggabungkan sedikit demi sedikit warna pada batasan sehingga nantinya akan didapat warna yang baru dan batasan yang baru. Selanjutnya

gabungkan sedikit demi sedikit warna pada batasan warna sekunder, maka akan didapatkan warna tersier dan begitu seterusnya.

## 2.4 Ilustrasi

Secara etimologi kata ilustrasi berasal dari bahasa latin *Illustrate* yang artinya menjelaskan atau menerangkan sesuatu. Sedangkan menurut Rohidi (1984: 87) berpendapat bahwa gambar ilustrasi dalam hubungannya dengan seni rupa adalah menggambar [4] ilustrasi sebagai penggambaran sesuatu melalui elemen rupa untuk lebih menerangkan, menjelaskan atau pula memperindah sebuah teks, agar pembacanya dapat ikut merasakan secara langsung melalui mata sendiri, sifat-sifat dan gerak, dan kesan dari cerita yang disajikan. Pengertian gambar ilustrasi di atas menekankan bahwa gambar yang dibuat untuk menjelaskan atau menerangkan sesuatu naskah tertulis agar mudah ditangkap isi dan kandungannya [4].

## 2.5 Tipografi

Tipografi, seni cetak atau tata huruf adalah suatu kesenian dan teknik memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, guna kenyamanan membaca semaksimal mungkin, kemudian menurut Dendi Sudiana (2001:1) dalam buku “Pengantar Tipografi” Gambar adalah elemen grafis yang paling mudah dibaca. Tetapi melalui kata-kata yang terdiri dari huruf. Oleh huruflah memandu pemahaman pembaca pesan atau ide [5].

Dalam beberapa literatur tipografi, rupa huruf dapat digolongkan ke dalam beberapa klasifikasi, yang memudahkan identifikasi rupa huruf tersebut. Berdasarkan klasifikasi yang umum dan sering dipakai, klasifikasi berdasarkan bentuk rupa hurufnya:

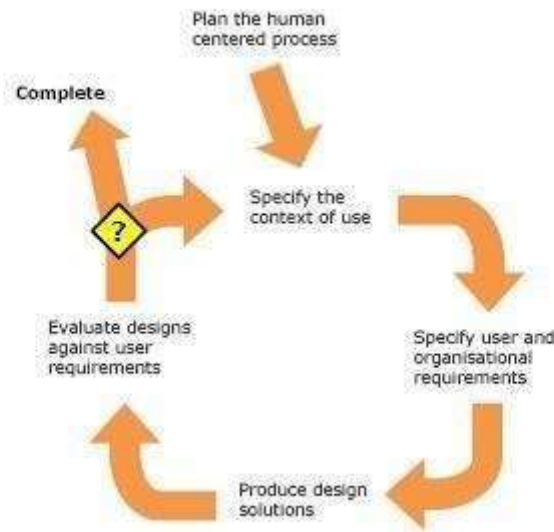
1. Roman, pada awalnya adalah kumpulan huruf kapital seperti yang biasa ditemui di pilar dan prasasti Romawi, namun kemudian definisinya berkembang menjadi seluruh huruf yang mempunyai ciri tegak dan didominasi garis lurus kaku.
2. Serif, dengan ciri memiliki sirip di ujungnya. Selain membantu keterbacaan, siripan juga memudahkan saat huruf diukir ke batu.
3. Egyptian, atau populer dengan sebutan slab serif. Cirinya adalah kaki/sirip/serif yang berbentuk persegi seperti papan dengan ketebalan yang sama atau hampir sama. Kesan yang ditimbulkan adalah kokoh, kuat, kekar dan stabil.
4. Sans Serif, dengan ciri tanpa sirip/serif, dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir sama. Kesan yang ditimbulkan oleh huruf jenis ini adalah modern, kontemporer dan efisien.
5. Script, merupakan goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas atau pensil tajam dan biasanya miring ke kanan. Kesan yang ditimbulkannya adalah sifat pribadi dan akrab.
6. Serbaneka, merupakan pengembangan dari bentuk-bentuk yang sudah ada. Ditambah hiasan dan ornamen, atau garis-garis dekoratif. Kesan yang dimiliki adalah dekoratif dan ornamental.

## 2.6 User Centered Design

UCD adalah pendekatan proyek yang menempatkan pengguna terletak di pusat desain dan pengembangan. Fitur yang menonjol dari pendekatan UCD adalah: pertama melibatkan para pemangku kepentingan secara langsung selama seluruh proses pembangunan dan kedua proses yang dilakukan dengan siklus yang berulang sampai tujuan proyek dengan tingkat kualitas tinggi (kebergunaan) telah dicapai. Hal ini membuat penting bahwa peserta dalam metode ini secara akurat mencerminkan profil pengguna yang sebenarnya (Rekha Devi et al, 2012).

Menurut Usability Professionals' Association (UPA) (2008), yang dikutip oleh (Turkka Keinonen, 2010) UCD sebagai pendekatan untuk merancang dasar dari proses informasi terhadap orang-orang yang akan menggunakan produk. Proses UCD fokus pada pengguna melalui perencanaan, desain dan pengembangan produk.

## ISO 13407:1999 Human-centered design process for interactive

Gambar 2. 1 Alur *User Centered Design*

## 2.7 Aplikasi *Mobile*

Aplikasi *Mobile* adalah perangkat lunak yang berjalan pada perangkat mobile seperti *smartphone* atau tablet PC. Aplikasi *Mobile* juga dikenal sebagai aplikasi yang dapat diunduh dan memiliki fungsi tertentu sehingga menambah fungsionalitas dari perangkat mobile itu sendiri. Untuk mendapatkan *mobile application* yang diinginkan, pengguna dapat mengunduhnya melalui situs tertentu sesuai dengan sistem operasi yang dimiliki. *Google Play* dan *iTunes* merupakan beberapa contoh dari situs yang menyediakan beragam aplikasi bagi pengguna Android dan IOS untuk mengunduh aplikasi yang diinginkan.

## 2.8 *User Interface*

*User Interface* (UI) adalah suatu istilah yang digunakan untuk menggambarkan tampilan dari mesin atau komputer yang berinteraksi langsung dengan pengguna. Desain dan penyusunan tampilan antarmuka perlu diperhatikan untuk menghasilkan tampilan yang bagus.

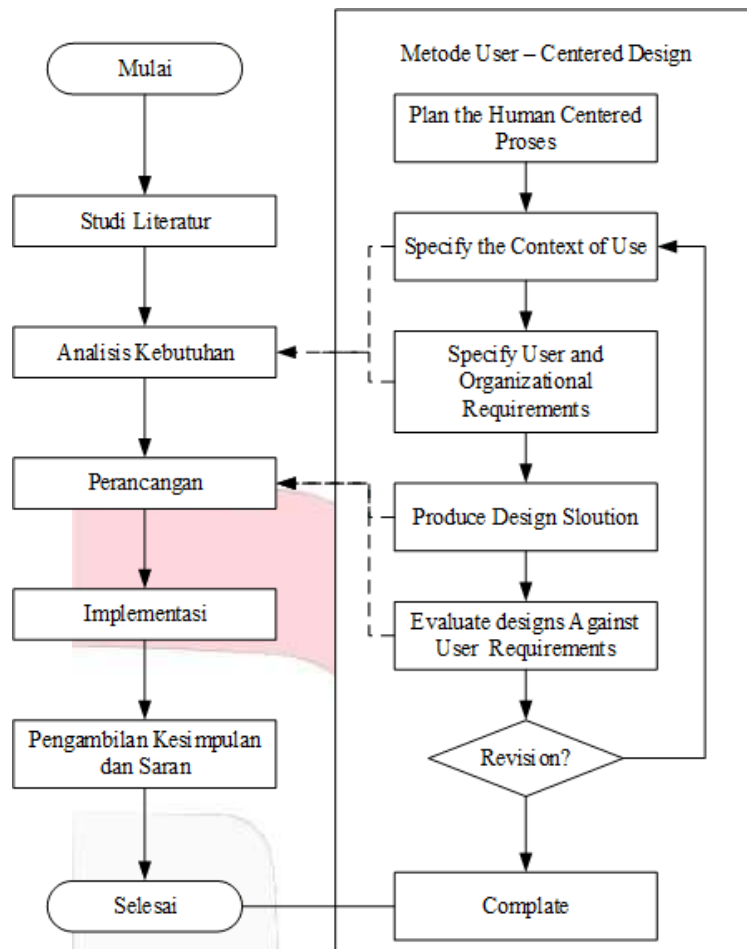
## 2.9 *User Experince*

Menurut definisi dari ISO 9241-210, *User Experience* adalah persepsi seseorang dan responnya dari penggunaan sebuah produk, sistem, atau jasa. *User Experience* (UX) menilai seberapa kepuasan dan kenyamanan seseorang terhadap sebuah produk, sistem, dan jasa. Sebuah prinsip dalam membangun UX adalah khalayak mempunyai kekuasaan dalam menentukan tingkat kepuasan sendiri (*customer rule*).

Dalam *user experience* terdapat *usability*, *usability* adalah sejauh mana produk dapat digunakan oleh pengguna untuk mencapai suatu tujuan dengan efisien dan efektif.

### 3. Perancangan

#### 3.1 Alur pembuatan *User Experience*



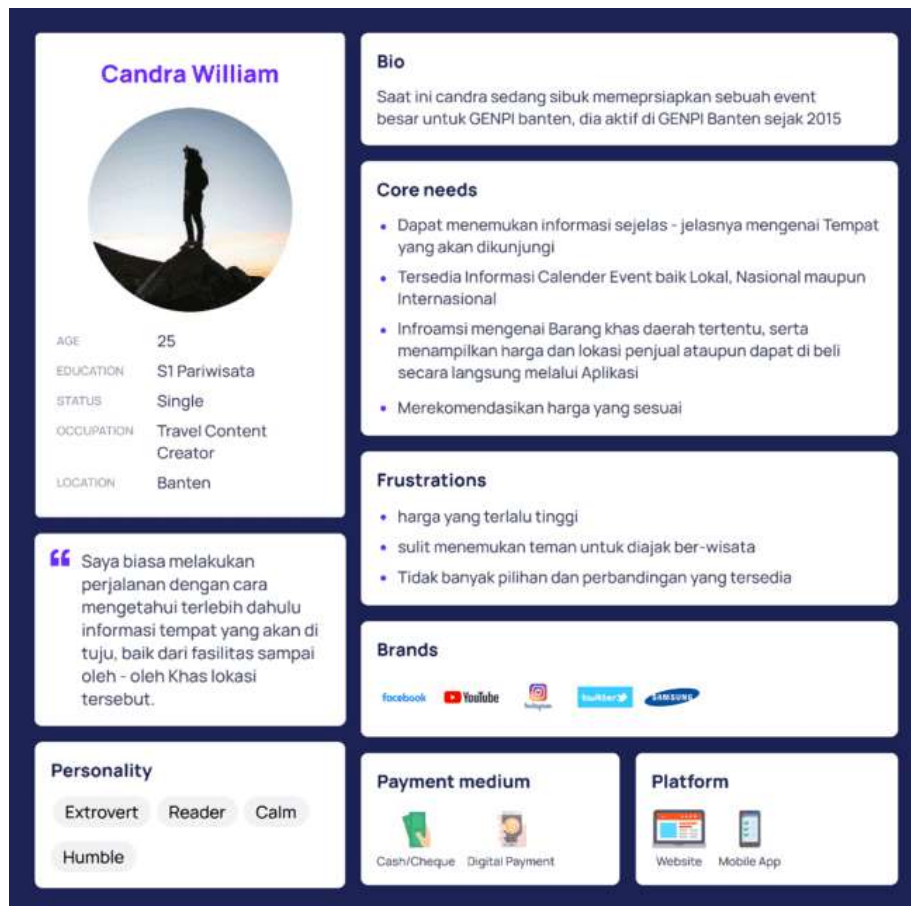
Gambar 2. 2 Alur Pembuatan *User Experience*

#### 3.2 Matriks Perbandingan

Dari beberapa hasil observasi oleh penulis baik melalui analisis penulis sendiri maupun hasil survei. Aplikasi *e-tourism* sangat berguna bagi wisatawan yang akan berkunjung ke destinasi wisata suatu daerah atau tempat. Fitur dalam *e-tourism* sangat beragam. Fitur menjadi daya tarik sendiri bagi setiap pengguna dalam menentukan penggunaan aplikasi layak pakai atau tidak. Fitur yang ada seperti denah lokasi, informasi destinasi adalah salah satu fitur yang wajib ada dalam sebuah aplikasi *e-tourism*, agar pengguna dapat dengan mudah menemukan informasi mengenai destinasi tujuan. Mayoritas aplikasi menggunakan *layout* yang hampir sama, dengan tata letak yang dapat dipahami oleh pengguna. Begitu pula dengan tipografi yang dipilih hampir semua menggunakan jenis *sans serif*. Ikon yang digunakan di aplikasi dapat mempresentasikan dari ciri khas tempat atau daerah tersebut. Sama halnya dengan daerah atau tempat lain, kini saatnya Banten mempunyai aplikasi sendiri yang dapat memberikan informasi serta dukungan ke wisatawan dalam menjangkau pariwisata Banten. Guna meningkatkan strategi pemasaran dan promosi pariwisata Banten sehingga dapat dikenal lebih oleh wisatawan lokal maupun mancanegara.

#### 3.3 User Persona

User Persona Merupakan representasi fiksi dari pelanggan ideal pengguna Layanan atau Aplikasi. Sebagai desainer UX, kita harus memulai proses desain dengan melakukan user research untuk membangun empati dengan pengguna target dan mengidentifikasi dengan tepat apa yang mereka butuhkan dari produk yang kita rancang. Persona umumnya didasarkan pada penelitian pengguna ini dan menggabungkan kebutuhan, sasaran, dan pola perilaku yang diamati dari audiens target [6].

Gambar 3. 1 *User Persona*

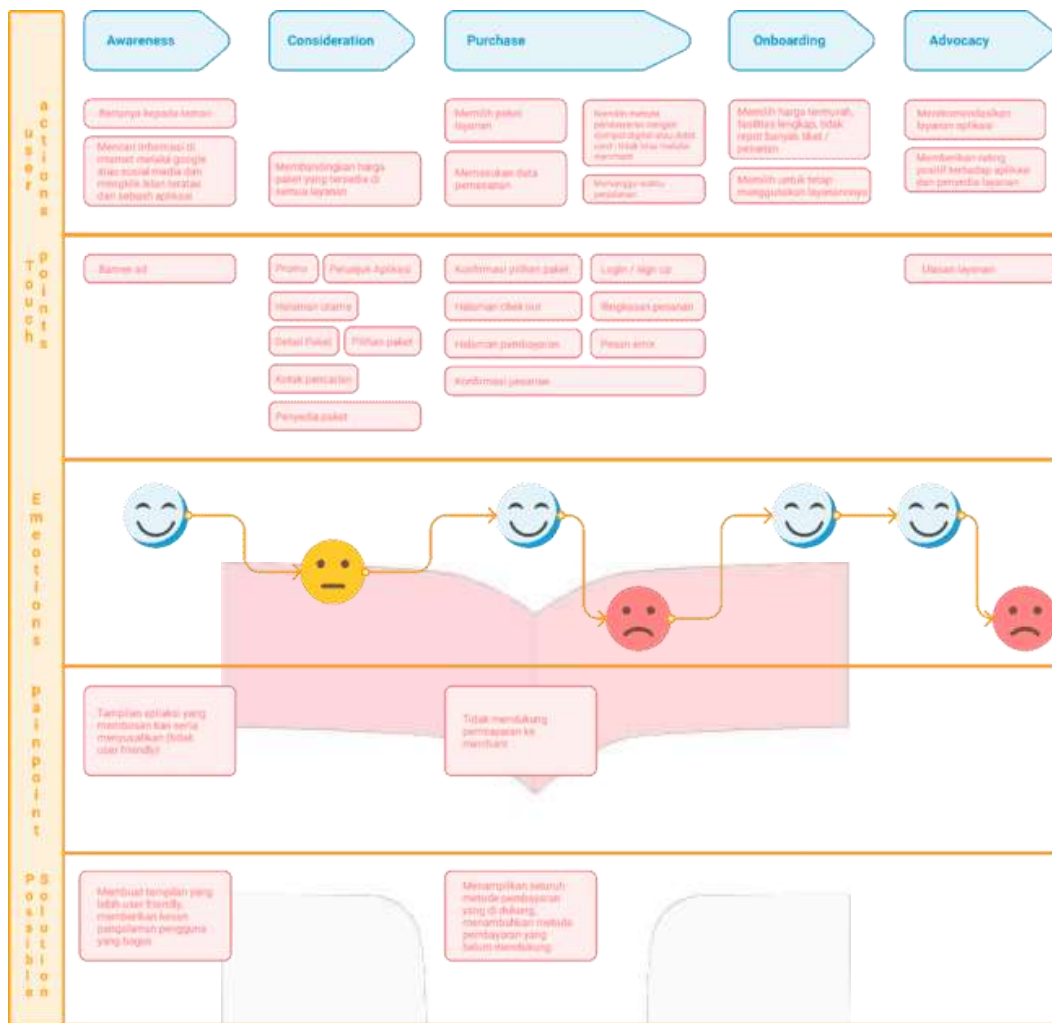
### 3.4 Kebutuhan Pengguna

Berdasarkan pembuatan User Persona serta hasil Survei Online dan Wawancara sebagai gambaran spesifik pengguna yang akan menggunakan aplikasi E-Tourism ini, maka didefinisikan kebutuhan pengguna dalam uraian fitur berikut :

1. Pertama kali pengguna membuka aplikasi, maka di situ pengguna akan dijelaskan oleh tampilan Splash Screen dan UX Writer yang ada.
2. Di dalam aplikasi pengguna akan dimanjakan dengan tampilan yang full color serta Icon yang unik.
3. Fitur yang diinginkan oleh user persona tersedia di dalam aplikasi
4. Pengguna dapat memfavoritkan tempat ataupun layanan yang ada di aplikasi
5. Aplikasi menyediakan layanan rekomendasi berdasarkan lokasi.
6. Pengguna dapat melakukan perencanaan perjalanan baik secara mandiri, bersama teman ataupun Keluarga
7. Pengguna juga bisa mengikuti paket wisata yang disediakan oleh pengguna lain.

### 3.5 User Journey

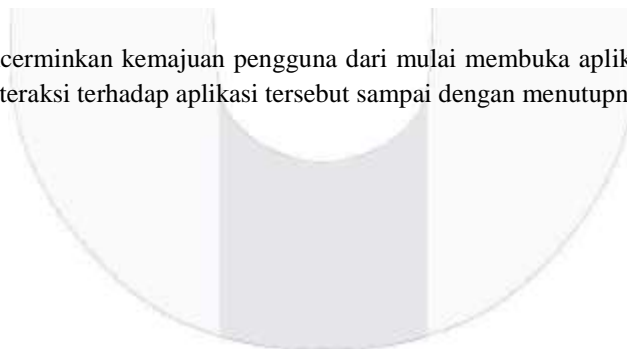
*User Journey* merupakan visualisasi dari suatu proses yang dilalui pengguna untuk mencapai tujuan yang terkait dengan bisnis atau produk tertentu (Gibbons, 2017). Terdapat dua jenis User Journey yaitu, Retrospective Map dan Prospective Map (Brignull, 2016). Retrospective Map yaitu pemetaan di mana pengguna saat ini melakukan suatu hal (as-is) dan biasanya berdasarkan hasil temuan penelitian [7].

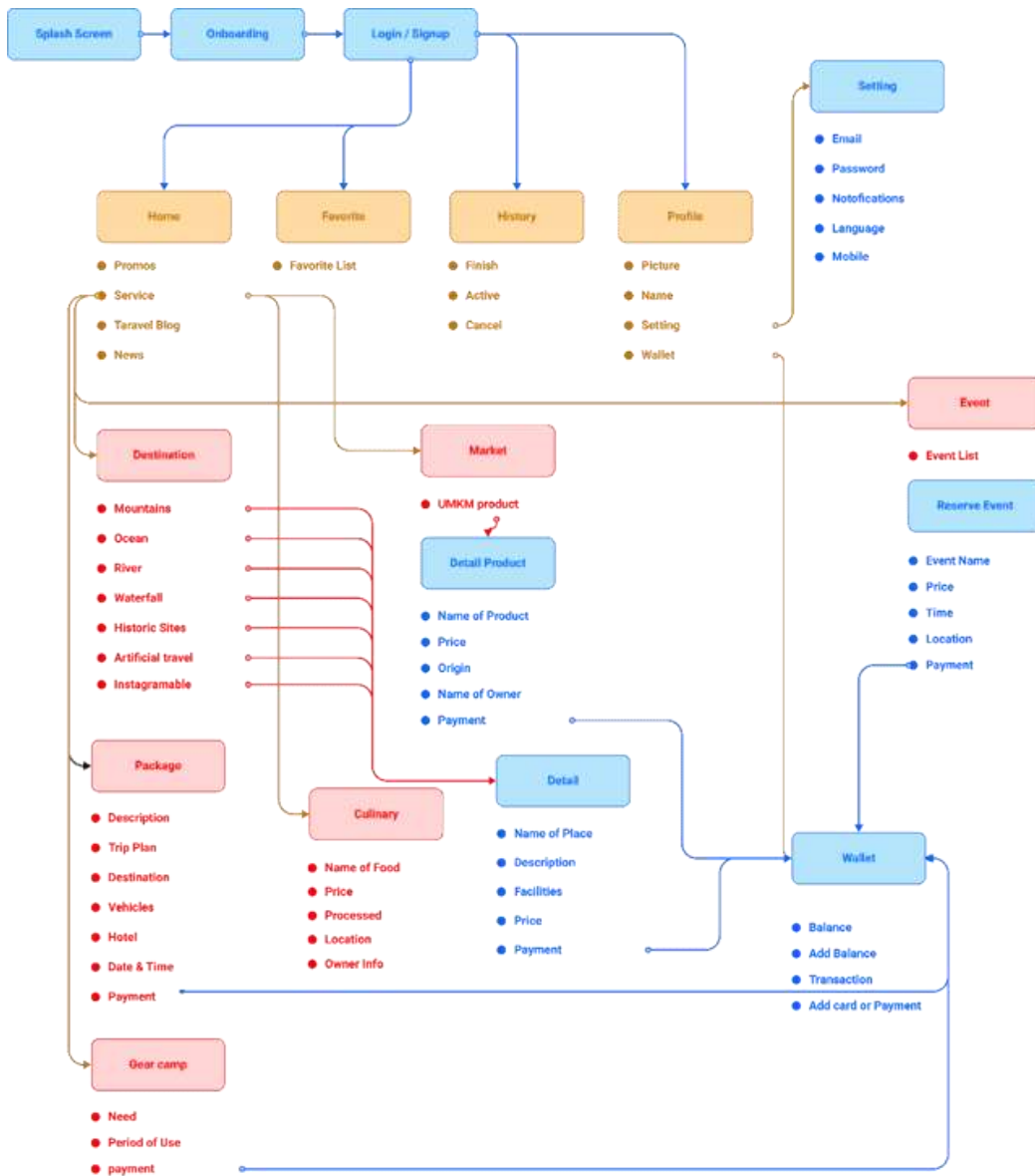


Gambar 3. 2 User Journey

3.6 User Flow

User Flow mencerminkan kemajuan pengguna dari mulai membuka aplikasi sampai menjelajah aplikasi hingga melakukan interaksi terhadap aplikasi tersebut sampai dengan menutupnya kembali.

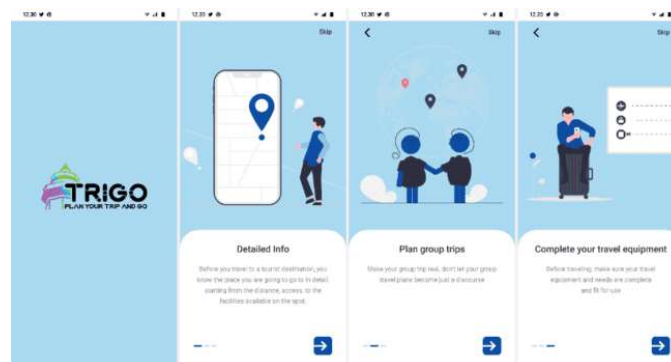




Gambar 3. 3 User Flow

#### 4. Implementasi Desain

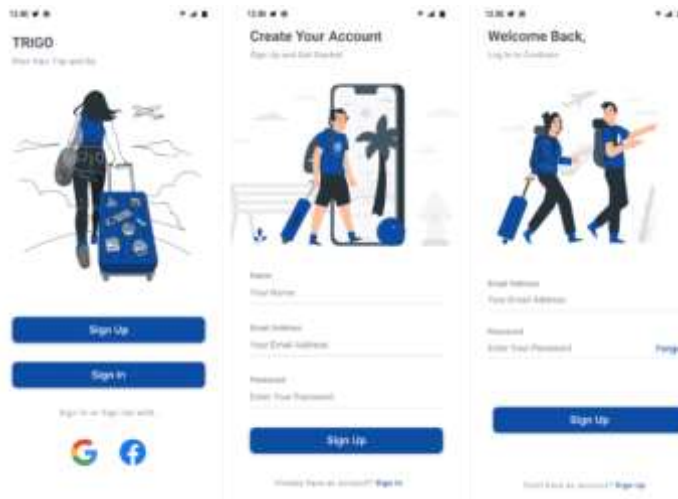
##### 4.1 Desain antarmuka



Gambar 4. 1 Flash Screen

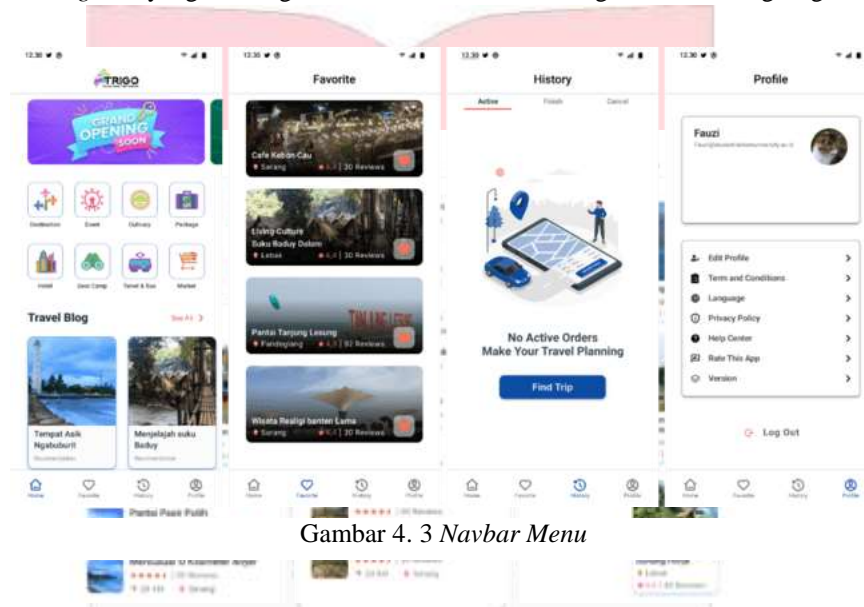
Flash Screen menampilkan beberapa unggulan aplikasi sebelum pengguna mengakses aplikasi sepenuhnya





Gambar 4. 2 Register and Login

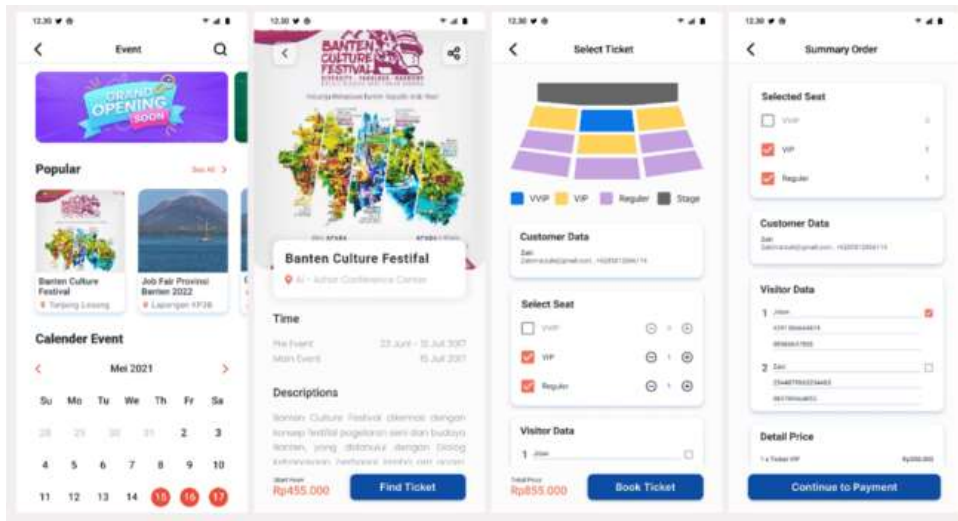
Register dan sign in yang berfungsi untuk user melakukan registrasi serta sign agar dapat melakukan transaksi.



Gambar 4. 3 Navbar Menu

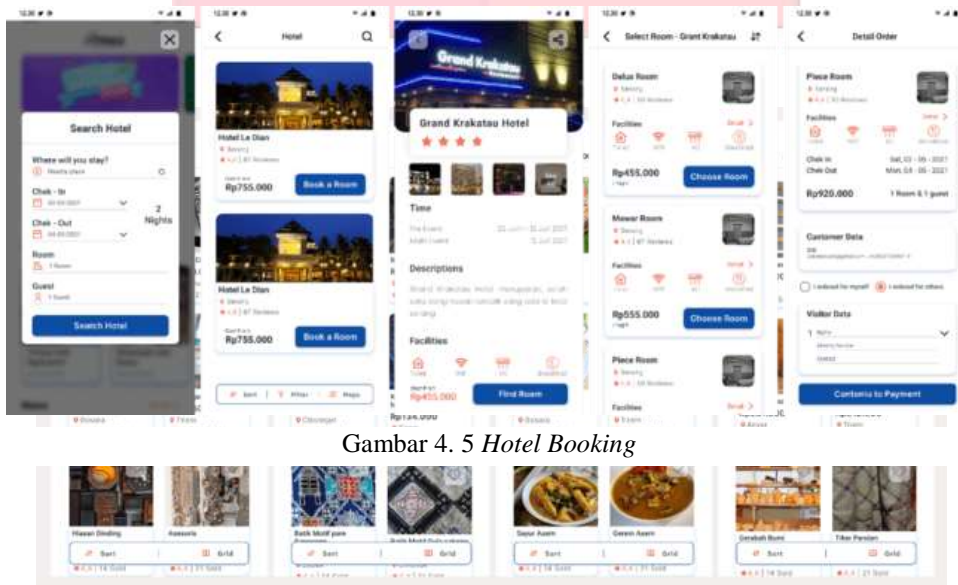
Gambar 4. 4 Destinasi

Tampilan unggulan yang ada di tampilan aplikasi Trigo, yaitu berisi *Home*, *Favorite*, *History* dan *profile*. Tampilan Destinasi yang berisi pembagian destinasi berdasarkan kategori seperti, air terjun, pantai, tebing, Pegunungan dan yang lainnya.



Gambar 4. 6 Event

Tampilan *event*, berisi kalender *event* yang dapat dilihat oleh seluruh pengguna serta dapat melakukan reservasi tiket *event* tersebut.



Gambar 4. 5 Hotel Booking

Gambar 4. 7 Market

Tampilan pemesanan hotel, berguna untuk *user* dapat melakukan reservasi penginapan yang ada di areanya.

*Market* berguna untuk menampilkan barang yang dijual oleh para UMKM yang menggunakan layanan aplikasi ini

#### 4.2 Pengujian

Pengujian dilakukan kepada beberapa orang untuk dapat menghasilkan feedback yang berguna untuk mengembangkan desain tersebut agar dapat di develop oleh programmer serta dapat digunakan oleh user.

Tabel 4. 1 Skenario Pengujian

Fitur Yang Diuji	Detail Pengujian	Task Pengujian
Register & Login	Melakukan registrasi lalu login ke dalam aplikasinya	saya ingin login ke dalam aplikasinya agar dapat melakukan transaksi, namun saya belum mempunyai akun. cara melakukan registrasi

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buka Aplikasi Trigo</li> <li>- Ikuti langkah - langkah yang tersedia</li> <li>- Pilih <i>Sign Up</i> lalu isi data yang di perlukan dilanjutkan klik <i>button sign up</i></li> <li>- dilanjutkan dengan <i>login</i> ke dalam aplikasi dengan akun yang sudah di daftarkan</li> <li>- selesai</li> </ul>
<i>Buy Ticket</i>	Pembelian Tiket paket wisata ke Pandeglang	<p>saya ingin memesan tiket perjalanan ke Pandeglang. langkah yang perlu dilakukan adalah :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- buka halaman <i>package</i></li> <li>- pilih trip pantai carita &amp; coconut island</li> <li>- setelah itu akan keluar tampilan detail mengenai perjalannya</li> <li>- lanjutkan dengan melakukan klik <i>find ticket</i></li> <li>- lalu isi titik penjemputan dan apabila mempunyai voucher diskon (potongan silakan di sisi)</li> </ul>
<i>Booking Hotel</i>	Melakukan pemesanan kamar hotel	<p>Teman saya meminta saya untuk memesan hotel di sekitar saya, langkah pemesanan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- buka menu hotel</li> <li>- lalu di arahkan untuk mencari hotel berdasarkan : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tanggal chek-in 2 mei</li> <li>• Tanggal chek-out 4 mei</li> <li>• Cari kamar untuk 1 Orang Dewasa</li> </ul> </li> <li>- aka akan tampil beberapa pilihan hotel</li> <li>- lalu pilih hotel Grandkrakatau dan kamar mawar</li> <li>- isi data pemesan</li> <li>- lakukan pembayaran</li> </ul>
<i>Buy Merchandise</i>	Melakukan pembelian <i>souvenir</i> berupa baju adat Baduy	<p>saya sedang berwisata di Baduy ingin membeli <i>souvenir</i> (oleh-oleh) berupa baju adat Baduy namun terkendala dengan lokasi penjualnya yang tidak tau di mana. cara membeli dari aplikasi :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- buka menu <i>Market</i></li> <li>- klik <i>fashion</i></li> <li>- pilih baju adat Baduy pria</li> <li>- masukan ke keranjang lalu lakukan <i>chek out</i></li> <li>- gunakan kode diskon 15.000</li> <li>- pengiriman j&amp;t</li> <li>- lakukan pembayaran</li> </ul>
<i>Payment With Fintech</i>	Melakukan pembayaran menggunakan Dompot Digital OVO	Lakukan pembayaran menggunakan <i>Digital Wallet (OVO)</i> lalu Selesai.
<i>Payment With Debit Instant</i>	Melakukan pembayaran dengan fitur debit <i>instant</i> (Mandiri Debit <i>Instant</i> )	Lakukan pembayaran menggunakan <i>Debit Instant (Mandiri Debit Instant)</i> lalu konfirmasi pembayaran dan Selesai.

Dengan skenario yang dapat dilihat pada tabel diatas, penulis dapat menyimpulkan mengenai hasil pengujian tersebut pada tabe berikut.

Tabel 4. 2 Hasil Pengujian

Fitur Yang Diuji	Nilai Keberhasilan ( 1 - 10)
<i>Register dan Sign in</i>	9.2
Pembelian Tiket Trip	8.8
Pemesanan Kamar Hotel	8.8
Pembelian <i>Souvenir</i>	8.6

Pada penilaian berdasarkan skala yang ditentukan sebelumnya, yaitu : dari 1 hingga 10, dengan masing masing penilaian 1 - 5 adalah kurang, 5.1 – 7.5 adalah cukup, 7.6 - 9 baik, dan 9.1 - 10 adalah sangat baik. Pada tabel di atas didapatkan nilai 8.85 sehingga dapat dikategorikan baik, serta cukup untuk menarik para pengguna untuk menggunakan layanan tersebut berdasarkan desain yang dikembangkan.

## 5. Kesimpulan dan Saran

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian yang telah dilakukan oleh penulis pada bab sebelumnya, ada beberapa kesimpulan yang ditemukan, di antaranya :

1. Perancangan desain *User Interface* dilakukan menggunakan Aplikasi figma dan Adobe Illustrator.
2. Pada tahap testing penulis mendapatkan skor 8.85 sehingga dapat dikategorikan dengan mudah dan cukup untuk dikembangkan pada tahap develop.

### 5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan oleh penulis berkaitan dengan Desain Aplikasi *E-Tourism* Sebagai Media Promosi Pariwisata Banten yaitu :

1. Pemerintah Daerah Provinsi Banten

Dari beberapa konflik yang pernah terjadi, saran kepada pemerintah Daerah untuk melakukan sinergitas antar pelaku wisata mulai dari pemilik wisata hingga ke pemandu guna menciptakan pariwisata yang terkelola dengan baik, sehingga Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada sudah siap memberikan pelayanan terbaik ketika para wisatawan datang berkunjung.

2. Penulis

Dalam proses perancangan media promosi wisata hal yang perlu diperhatikan adalah kemudahan orang-orang untuk menemukan informasi tersebut, hal ini dianggap penting guna tersampainya informasi yang diberikan ke orang-orang yang dituju. Sehingga diharapkan dalam penelitian selanjutnya perlu dibuatkannya *branding* mulai dari Logo, Maskot, Media Sosial hingga Aksesoris pendukung lainnya.

## REFERENSI

- [1] "Dispar Banten," Dinas Pariwisata Banten, [Online]. Available: <https://dispar.bantenprov.go.id/>. [Accessed 25 November 2020].
- [2] "Appkey," [Online]. Available: <https://appkey.id/desain/design-ui/layout-adalah/>. [Accessed 25 November 2020].
- [3] "Edupaint.com," [Online]. Available: <http://edupaint.com/warna/585-mengenal-teori-warna-isaac-newton-yuk>. [Accessed 25 November 2020].
- [4] "Wikipedia," [Online]. Available: <https://id.wikipedia.org/wiki/Ilustrasi>. [Accessed 25 November 2020].
- [5] D. Sudiana, *Tipografi: Sebuah Pengantar*, Indonesia: Fikom Unisba, 2001.
- [6] P. Raven L. Veal, "careerfoundry.com," Career Foundry, 29 Desember 2020. [Online]. Available: <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/how-to-define-a-user-persona/#1-what-is-a-user-persona>. [Accessed 26 April 2021].
- [7] I. A. H. M. A.-Z. Annisa Nurfitri, "Pemetaan User Journey untuk Sistem Informasi Praktik Kerja Lapangan," *jurnal pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. III, no. 8, 2019.
- [8] H. Septia, "kelasdesain.com," [Online]. Available: <https://kelasdesain.com/pengertian-illustrator>. [Accessed 24 April 2021].
- [9] T. R. Rohidi, *Lintasan peristiwa & tokoh seni rupa Indonesia*, Washington, D.C, 1993.
- [10] Mat, "Art Tractiv," Art Tractiv, 9 September 2019. [Online]. Available: <https://arttractiv.com/en/graphic-design-softwares/>. [Accessed 24 Juni 2021].
- [11] S. Herdiani, "kelasdesain.com," [Online]. Available: <https://kelasdesain.com/pengertian-illustrator/>. [Accessed 24 April 2021].
- [12] C. Blogger, "Perpus Maya," 05 2015. [Online]. Available: <https://perpus-maya.blogspot.com/2015/05/komposisi-warna.html>. [Accessed 24 juni 2021].
- [13] H. Aliya, "Glints.com," Glints, 18 January 2021. [Online]. Available: <https://glints.com/id/lowongan/usability-testing-adalah/#.YMRbY6gzbIU>. [Accessed 12 Juni 2021].
- [14] "idcloudhost.com," Idcloudhost, 2020. [Online]. Available: <https://idcloudhost.com/mengenal-apa-itu-figma-fitur-fungsi-cara-kerja-menggunakannya>. [Accessed 8 April 2021].
- [15] "Ergonomics of human-system interaction," in *Part 210: Human-centred design for interactive systems*, ISO 9241, 2019, p. 33.

## LAMPIRAN





