

PERANCANGAN APLIKASI SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI PARIWISATA KABUPATEN BIMA, NUSA TENGGARA BARAT

Adinda Mega Khumairah¹, Atria Nuraini Fadilla²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

adindamegakhumairah@student.telkomuniversity.ac.id¹, atriafadilla@telkomuniversity.ac.id²

ABSTRAK: Kabupaten Bima merupakan wilayah yang dikelilingi oleh pegunungan dan lautan. Kabupaten Bima memiliki potensi yang memang menarik dan cukup beragam untuk dikembangkan sebagai destinasi pariwisata. Namun dikarenakan minimnya informasi mengenai destinasi wisata di Kabupaten Bima menjadi hambatan terbesar bagi wisatawan yang berniat untuk berkunjung ke tempat atau destinasi wisata di daerah Bima. Fenomena yang terjadi selama ini adalah kurang optimalnya informasi yang diberikan serta promosi yang dilakukan pariwisata Kabupaten Bima, sehingga hanya beberapa destinasi wisata saja yang diketahui oleh wisatawan dan masyarakat luas. Berdasarkan fenomena tersebut, maka dibuatlah perancangan aplikasi sebagai media interaktif yang dapat membantu menginformasikan dan mempromosikan pariwisata Kabupaten Bima. Dalam memperoleh data penunjang untuk perancangan aplikasi ini digunakan beberapa metode, yaitu observasi yang dilakukan di beberapa destinasi wisata, wawancara dengan pihak terkait, kuesioner, serta studi pustaka berupa teori-teori aplikasi, pariwisata, dan konsep visual. Setelah itu akan dilakukan analisis data dan matriks perbandingan untuk memperkuat data yang diperoleh. Dengan dibuatnya Perancangan aplikasi ini diharapkan dapat membantu mempromosikan serta membangun citra dari Pariwisata Kabupaten Bima. Serta dapat membantu wisatawan untuk mengetahui informasi lebih detail tentang pariwisata yang ada di Bima.

Kata Kunci : Destinasi wisata, Pariwisata Kabupaten Bima, Aplikasi, Media Informasi, Promosi

ABSTRACT: Bima Regency is an area surrounded by mountains and oceans. Bima Regency has interesting and quite diverse potential to be developed as a tourism destination. However, due to the lack of information about tourist destinations in Bima Regency, it is the biggest obstacle for tourists who intend to visit places or tourist destinations in the Bima area. The phenomenon that has occurred so far is the lack of optimal information provided and promotions carried out by Bima Regency tourism so that only a few tourist destinations are known by tourists and the wider community. Based on this phenomenon, an application design was made as an interactive media that can help to inform and promote tourism in Bima Regency. In obtaining supporting data for the design of this application, several methods were used, namely observations made in several tourist destinations, interviews with related parties, questionnaires, and literature studies in the form of application theories, tourism, and visual concepts. After that, data analysis and comparison matrix will be carried out to strengthen the data obtained. With the design of this application, it is hoped that it can help promote and build the image of Bima Regency Tourism. And can help tourists to find out more detailed information about tourism in Bima.

Keywords: Tourism Destinations, Bima Regency Tourism, Applications, Information Media, Promotion

1. Pendahuluan

Kabupaten Bima merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi yang menarik dan cukup beragam untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata, antara lain: wisata alam, wisata budaya, wisata rekreasi hingga kuliner. Memiliki wisata budaya dengan sejarah yang panjang dengan berbagai cerita rakyat didalamnya serta wisata alam yang menawarkan pemandangan yang membentang indah, dan memanjakan mata menjadi daya tarik tersendiri yang mana dapat menarik perhatian wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berwisata alam. Namun, lokasi destinasi wisata Kabupaten Bima yang cukup jauh dari daerah perkotaan, dan juga minimnya informasi mengenai destinasi wisata tersebut menyebabkan objek-objek wisata tersebut jarang dikunjungi oleh wisatawan, selain yang bermukim didaerah tersebut.

Pada saat ini promosi pariwisata lebih sering dilakukan secara digital, aplikasi *mobile* merupakan salah satu media yang paling sering digunakan dalam upaya pengenalan pariwisata, hal ini dikarenakan aplikasi *mobile* atau *platform* pariwisata memiliki kelebihan dimana memiliki fitur-fitur yang memudahkan *user* (pengguna) untuk menemukan objek wisata yang menarik untuk dikunjungi, serta mengatur perjalanan wisata yang ingin mereka lakukan di suatu daerah yang menjadi tujuan wisatanya dalam satu perangkat. Sekarang banyak aplikasi atau *platform* yang dapat menginformasikan dan mengenalkan sektor pariwisata, salah satunya seperti aplikasi Traveloka dan TripAdvisor.

Berdasarkan permasalahan dan fenomena yang ada, maka dibuatnya perancangan aplikasi sebagai media yang dapat membantu menginformasikan dan mempromosikan pariwisata Bima, Nusa Tenggara Barat, yang dimana dapat menjadi panduan bagi wisatawan lokal maupun mancanegara untuk mendapat informasi *up-to-date* mengenai destinasi pariwisata yang ada di Kabupaten Bima serta menciptakan suatu citra tersendiri untuk Pariwisata Bima, dan dapat menumbuhkan ketertarikan masyarakat Indonesia untuk berwisata ke Bima, NTB.

2. Landasan Teori

Aplikasi

Aplikasi berasal dari kata dalam bahasa inggris yaitu *application* yang berarti penerapan, lamaran atau penggunaan. Menurut Hendrayudi (2009:143) menerangkan bahwa aplikasi merupakan kumpulan dari beberapa perintah program yang dibuat secara khusus untuk melakukan suatu pekerjaan-pekerjaan tertentu.

User Interface

Menurut McLeod (1995) *user interface* adalah suatu kejadian dialog antara program dan pemakai atau *user*, yang mengakibatkan sistem menerima instruksi dan informasi atau input dari *user*, yang juga memberikan informasi kepada *user*. *User Interface* atau antarmuka yang efektif dan ramah atau *user – friendly* sangatlah penting. *User interface* memiliki dua macam jenis, yaitu: *Command Line Interface (CLI)* dan *Graphical User Interface (GUI)*. Merancang suatu *user interface* tidak dilakukan secara sembarangan, ada beberapa prinsip yang harus dipatuhi agar dapat memudahkan pengguna atau *user* untuk dapat berinteraksi, antara lain: *User Familiarity* (Mudah dikenali), *Consistency* (Konsistensi), *Minimal Surprise* (Tidak membuat ka-

get pengguna), *Recoverability* (Pemulihan), *User Guidance* (Bantuan Pengguna), *User Diversity* (Pembeda bagi Pengguna).

User Experience

Menurut Canziba (2018) *UX design* adalah proses mendesain fisik suatu produk berupa digital yang berguna dan mudah digunakan, serta dapat memberikan pengalaman hebat dalam berinteraksi dengannya. Dalam merancang sebuah *user experience* terdapat hal-hal yang harus dipenuhi, antara lain: *Effectiveness* (Efektifitas), *Efficiency* (Efisiensi), *Safety* (Keamanan), *Utility* (Kegunaan yang baik), *Learnability* (Mudah dipelajari), *Memorability* (Mudah diingat).

Wireframe

Wireframe merupakan suatu tahapan paling mendasar dalam membuat suatu rancangan atau desain sebuah media digital (*screen design process*). *Wireframe* dapat diartikan sebagai *blueprint* atau kerangka gambar pada suatu desain, yang dimana dalam *UX/UI design* memungkinkan untuk menghubungkan struktur konseptual ke permukaan sebuah website atau *mobile app*. Dengan kata lain *wireframe* akan menjadi representasi visual dari struktur website atau aplikasi. *Wireframe* seringkali dibuat secara manual menggunakan pulpen dan kertas (Zulkarnain, 2019).

Pariwisata

Menurut arti katanya, pariwisata berasal dari Bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua kata, yaitu kata “pari” yang berarti penuh, seluruh, atau semua dan kata “wisata” yang memiliki makna perjalanan. Pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait dalam bidang tersebut (Utama, 2017:2).

Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual merupakan seni dalam menyampaikan informasi atau pesan dengan menggunakan bahasa rupa atau visual yang disampaikan melalui sebuah media berupa desain. Desain komunikasi visual bertujuan menginformasikan, mempengaruhi, hingga mengubah perilaku target (*audience*) sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan. Proses desain pada umumnya memperhitungkan aspek fungsi, estetika, dan berbagai aspek lainnya, yang biasanya datanya didapatkan dari riset, pemikiran, brainstorming, maupun dari desain yang sudah ada sebelumnya (Anggraini & Nathalia, 2014:15). Unsur desain yang digunakan dalam membuat desain aplikasi mobile meliputi layout, tipografi, logo, warna, simbol, fotografi.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan Tugas Akhir ini, diantaranya: **wawancara**, bertujuan untuk penggalian pemikiran, konsep, pengalaman pribadi, pendirian, atau pandangan dari narasumber, atau untuk memperoleh informasi dari narasumber tentang kejadian yang tidak dapat diamati sendiri secara langsung oleh peneliti, atau tentang peristiwa yang terjadi di masa lampau. (Soewardikoen, 2019:53), wawancara dilakukan secara tidak terstruktur dengan Ibu Khusnul Hatimah, M.Hum, selaku Kasubbag Program dan Pelaporan Dinas Pariwisata Kabupaten Bima yang bertujuan untuk mendapatkan informasi




serta pengembangan pariwisata yang ada di Kabupaten Bima. **Observasi** merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap suatu unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala pada objek penelitian (Nawawi dan Martini, 1992:74), yang dimana dalam penelitian ini observasi dilakukan baik secara langsung dengan melihat keadaan lapangan atau tempat-tempat wisata yang ada di Kabupaten Bima. **Studi Pustaka** merupakan pengumpulan data yang dilakukan melalui tempat-tempat penyimpanan hasil penelitian, yaitu perpustakaan. Studi pustaka didominasi oleh pengumpulan data nonlapangan yang sekaligus meliputi objek yang diteliti dan data yang digunakan untuk membicarakannya, sebagai objek primer sekaligus sekunder (Ratna, 2016). Studi pustaka yang digunakan dalam perancangan ini diperoleh dari buku-buku dan referensi di internet mengenai hal-hal yang memiliki keterkaitan serta dapat membantu menunjang data-data yang dibutuhkan dalam perancangan aplikasi pariwisata Kabupaten Bima. **Kuesioner** atau angket adalah suatu daftar pertanyaan mengenai sesuatu hal atau suatu bidang, yang harus diisi secara tertulis oleh responden, untuk memperoleh data dalam waktu yang relative singkat (Soewardikoen, 2019), penyebaran kuesioner dilakukan melalui *google form* yang dimana dibuat berdasarkan segmentasi target sasaran mengenai pendapat serta pengetahuan masyarakat terhadap pariwisata yang ada di Kabupaten. Setelah data sudah didapat, maka akan dilakukan analisis perbandingan dengan menggunakan metode **analisis matriks** yang dapat membantu mengidentifikasi suatu bentuk penyajian yang lebih seimbang, dengan cara menjajarkan informasi baik berupa gambar maupun tulisan (Soewardikoen, 2019). Analisis matriks akan mengidentifikasi variabel proyek sejenis yaitu Banyuwangi Tourism, Explore Makassar, dan Visit Bali.

4. Hasil dan Pembahasan

Dari hasil penelitian, Kabupaten Bima merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi daya tarik wisata yang layak untuk ditawarkan kepada masyarakat luas. Pariwisata Kabupaten Bima memiliki beberapa daya tarik wisata yang sangat berpotensi, Salah satunya adalah 10 destinasi wisata unggulan Kabupaten Bima, yaitu Taman Nasional TAMBORA, Sangiang Api, Pantai Lariti, Pantai Wane, Pantai Sonube Kolo, Pantai Torombala, Pulau Ular, Pulau Kelapa dan Uma lengge, yang dimana menjadi salah satu destinasi wisata yang paling banyak dimintai oleh wisatawan dalam maupun luar kota. Namun kurang optimalnya media informasi dan promosi yang ada menjadi kendala kurang diminatinya Pariwisata Kabupaten Bima. Berdasarkan hasil responden yang mengetahui dan pernah berkunjung ke Kabupaten Bima, dibutuhkannya sarana atau media yang dapat membantu serta menunjang promosi dan informasi mengenai Pariwisata Kabupaten Bima. Berangkat dari permasalahan tersebut, maka dibuatnya perancangan sebuah aplikasi sebagai media yang dapat membantu menyampaikan informasi dan promosi pariwisata Kabupaten Bima, Nusa Tenggara Barat. Perancangan aplikasi ini bertujuan sebagai media yang dapat memperkenalkan Pariwisata Kabupaten Bima kepada masyarakat luas serta sebagai sarana penyedia informasi yang lengkap mengenai destinasi pariwisata yang ada di Bima. Dengan target wisatawan seluruh masyarakat Indonesia, terutama yang berdomisili di Kabupaten Bima dan sekitarnya, dari remaja-dewasa kisaran 15-25 tahun, yang gemar berwisata atau travelling. Perancangan aplikasi ini juga diharapkan dapat menciptakan suatu citra tersendiri untuk Pariwisata Bima, yang dimana dapat menumbuhkan ketertarikan masyarakat Indonesia untuk berwisata ke Bima, NTB.

4.1 Matriks Perbandingan

Tabel 1 Matriks Perbandingan

Logo			
Nama Aplikasi	Banyuwangi Tourism	Explore Makassar	Visit Bali
Aplikasi			
Konsep Aplikasi	Konsep aplikasi dari Banyuwangi Tourism merupakan sebuah panduan yang menyediakan berbagai macam informasi objek wisata yang ada di banyuwangi.	Konsep aplikasi dari Explore Makassar adalah yang menyediakan berbagai macam informasi tempat wisata yang ada di Makassar, sejarah, akomodasi, dan rute perjalanan.	Konsep aplikasi Visit Bali merupakan sebuah aplikasi sarana informasi dan panduan bagi wisatawan yang ingin menelusuri kota Bali.
Fitur	<ul style="list-style-type: none"> - Akun Profil - Wisata Pilihan/<i>Top destination</i> - <i>Schedule sett</i> - Informasi harga dan jadwal transportasi - Informasi penginapan, tempat makan, dan <i>event/</i> atraksi - Paket wisata - Artikel/berita terkini - Pengkategorian wisata - <i>Review</i> - <i>Call</i> - <i>Maps</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Informasi dan harga transportasi - Informasi penginapan, tempat makan, dan <i>event/</i> atraksi - <i>Language sett</i> - <i>Call</i> - <i>Maps</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Wisata Pilihan/<i>Top destination</i> - <i>Schedule sett</i> - Informasi penginapan, tempat makan, <i>event/</i> atraksi, <i>public service</i> - <i>Language sett</i> - Artikel/berita terkini - Pengkategorian wisata - <i>Review</i> - <i>Call</i> - <i>Maps</i>

Tabel 2 User Interface

User Interface			
<i>User Familiarity</i>	Aplikasi ini fitur yang mudah digunakan oleh pengguna, karena sama seperti aplikasi serupa lain mulai dari tata letak hingga cara penggunaan	Fitur yang ada sedikit berbeda dan sedikit rumit untuk digunakan	Aplikasi ini fitur yang mudah digunakan oleh pengguna, karena sama seperti aplikasi serupa lain mulai dari tata letak hingga cara penggunaan aplikasi

	aplikasi tersebut.		tersebut.
<i>Consistency</i>	Tampilan aplikasi ini sangat konsisten, yang dimana setiap langkah yang kita ambil bersifat tetap, atau tidak berubah dari segi menu, layout, ikon, dll.	Tampilan aplikasi ini cukup konsisten, hampir semua elemen yang ada dalam user interface aplikasi ini sama. Begitu juga dengan tata letak yang konsisten dalam setiap operasi yang kita lakukan.	Sama seperti aplikasi Banyuwangi Tourism, Tampilan aplikasi ini sangat konsisten, yang dimana setiap langkah yang kita ambil bersifat tetap, atau tidak berubah dari segi menu, layout, ikon, dll.
<i>Minimal Surprise</i>	Dibuat sangat baik, Tidak ada operasi yang dapat membingungkan.	Pengoperasiannya sedikit membingungkan.	Dibuat sangat baik, Tidak ada operasi yang dapat membingungkan.
<i>Recoverbility</i>	Aplikasi ini memiliki <i>recoverability</i> yang cukup baik, tersedianya tombol untuk kembali.	Aplikasi ini memiliki <i>recoverability</i> yang cukup baik, tersedianya tombol untuk kembali.	<i>recoverability</i> dari aplikasi ini juga baik, memiliki pemulihan yang dapat membatalkan suatu operasi yang tidak ingin pengguna lakukan.
<i>User Guidance</i>	Adanya fitur bantuan dengan chat.	Aplikasi ini masih belum memiliki sebuah bantuan atau user manual untuk penggunaan aplikasi ini.	Adanya fitur bantuan dengan chat.
<i>User Diversity</i>	Tidak adanya unsur pembeda dalam aplikasi ini	Untuk unsur pembeda adalah antara pengunjung (<i>guest</i>) dengan pengguna yang terdaftar, selain itu terdapat fitur dua pilihan bahasa yaitu Bahasa Indonesia dan Inggris	Aplikasi ini memiliki fitur pembeda yaitu fitur pilihan bahasa, terdapat dua pilihan bahasa dalam aplikasi ini yaitu Bahasa Indonesia dan Inggris

Tabel 3 *Graphical User Interface (GUI)*

<i>Graphical User Interface (GUI)</i>			
<i>Layout</i>	- Layout sudah baik - Susunan tata letak memudahkan user untuk menelusuri aplikasi ini.	- Susunan tata letak sedikit berbeda dengan aplikasi lain, dan sedikit rumit.	-memiliki desain yang lebih fresh dari 2 aplikasi lainnya. - Layout yang dibuat memudahkan user untuk menelusuri aplikasi ini.

<i>Color</i>	Warna konsisten putih dan biru	Warna merah terang, or-ange kemerahan, dan putih.	Dominan putih, biru or-ange dan abu.
<i>Typography</i>	San-Serif	San-Serif	Script dan San-Serif
<i>Icon/Symbol</i>	Ikon bergaya flat design	Ikon bergaya flat design	Ikon bergaya flat design
<i>Photography</i>	Penggunaan fotografi dalam setiap kategori jenis pariwisata membuat daya tarik sendiri.	Penggunaan fotografi dalam setiap kategori jenis pariwisata terlihat biasa	Penggunaan fotografi dalam setiap kategori jenis pariwisata membuat daya tarik sendiri.

Tabel 4 *User Experince*

<i>User Experince</i>			
<i>Effectivness</i>	✓	-	✓
<i>Effeciency</i>	✓	-	✓
<i>Safety</i>	✓	✓	✓
<i>Utility</i>	✓	✓	✓
<i>Learnability</i>	✓	-	✓

4.2 Konsep dan Hasil Perancangan

Konsep Pesan

Berdasarkan dari hasil pengumpulan data dan analisis yang dilakukan, maka *big idea* yang ingin disampaikan adalah menunjukkan Pesona Tanah Bima, melalui media interaktif dengan menampilkan nilai etnik tanah Bima. *Big idea* ini mewakili tujuan utama dalam perancangan aplikasi ini bertujuan memperkenalkan daya tarik pariwisata Kabupaten Bima serta membantu pengunjung agar lebih mengenal dan memahami tentang destinasi wisata yang terdapat di Kabupaten Bima.

Konsep Kreatif

Konsep kreatif yang akan digunakan pada perancangan ini secara visual akan ditampilkan dengan sederhana dan mudah dipahami serta memunculkan kesan khas Bima dari aksan atau motif kain khas Bima. Konsep perancangan ini nantinya akan diterapkan melalui pendekatan emosional (*mood or image*) dengan cara menampilkan visual berupa gambaran secara langsung dengan fotografi landscape dan cuplikan yang menampilkan daya tarik atau keunggulan destinasi wisata yang ada di Bima. Pendekatan emosional ini bertujuan untuk membangkitkan atau membangun suasana liburan yang menyenangkan dan menyegarkan serta bersifat positif untuk wisatawan.

Konsep Visual

Tampilan visual yang akan digunakan dalam perancangan aplikasi pariwisata ini akan menggunakan tiga jenis *software*, yaitu Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator yang digunakan dalam perancangan media penunjang seperti *e-poster* dan merchandise, dan figma untuk perancangan *user interface* dari aplikasi.

1. Fotografi

Elemen gambar yang akan digunakan merupakan foto, dengan penggunaan foto ini dapat meningkatkan kepercayaan target sasaran terhadap pariwisata Kabupaten Bima dengan menunjukkan keadaan asli dari objek wisata Kabupaten Bima itu sendiri.

2. Warna

Penggunaan warna mengacu dari kain tenun khas Bima yang mana merepresentasikan ciri khas atau karakteristik dari Bima itu sendiri. Dalam perancangan ini, warna yang digunakan merupakan turunan warna dari kain khas Bima.

3. Tipografi

Pemilihan huruf yang tepat juga mempengaruhi efektif atau tidaknya suatu pesan yang ingin disampaikan. Dalam memilih huruf yang baik, keterbacaan adalah hal yang paling utama. Pada perancangan aplikasi pariwisata Kabupaten Bima ini tipografi yang digunakan berjenis serif dan sans-serif yaitu roboto, poppins dan quattrocento.

4. Simbol atau Ikon

Simbol atau ikon yang akan digunakan pada aplikasi ini mengacu pada ikon-ikon yang ada pada sample ikon basis Android, selain itu warna dan bentuknya akan disesuaikan berdasar konsep visual yang dibuat.

Konsep Media

Media yang dibuat dibagi menjadi dua, yaitu media utama dan media tambahan/pendukung, diantaranya:

1. Media Utama

Media utama yang dirancang adalah aplikasi yang akan dibuat dan dipresentasikan melalui figma. Aplikasi ini akan berisikan informasi mengenai pariwisata Kabupaten Bima, seperti objek wisata, sejarah, dan lokasi atau navigasi menuju tempat wisata.

2. Media Pendukung

Lalu untuk media pendukung, media yang dipilih terdiri dari e-poster, billboard, x-banner dan merchandise.

Hasil Perancangan

1. Logo.



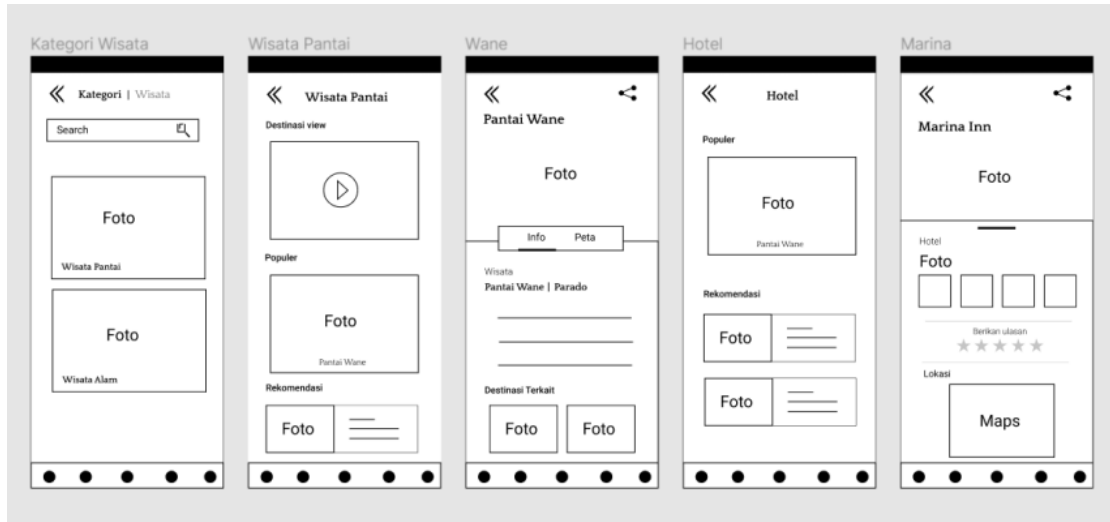
Gambar 1 Logo Aplikasi Pesona Bima

2. Ikon

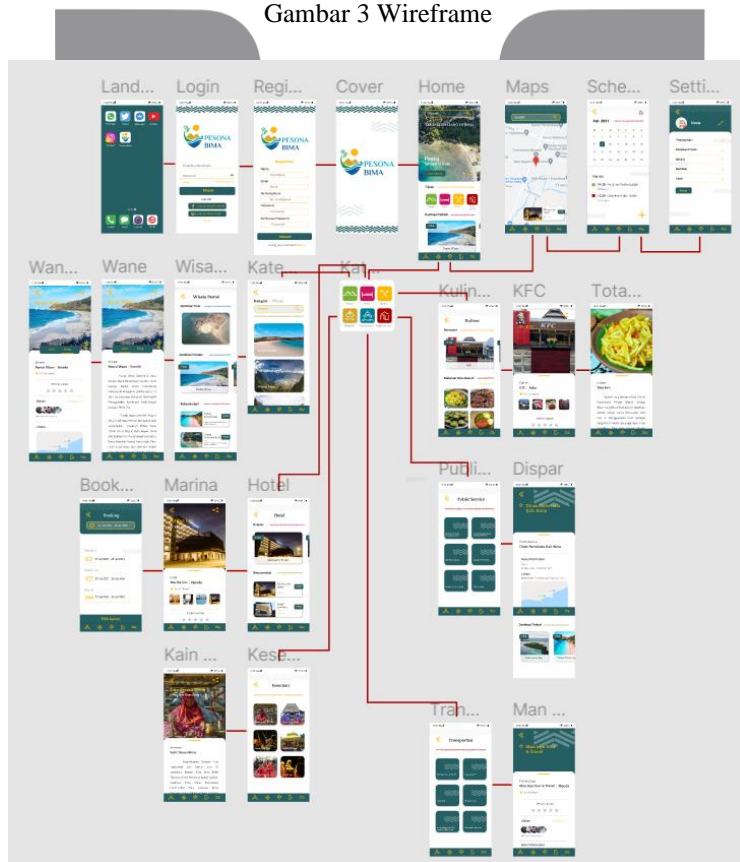


Gambar 2 Ikon

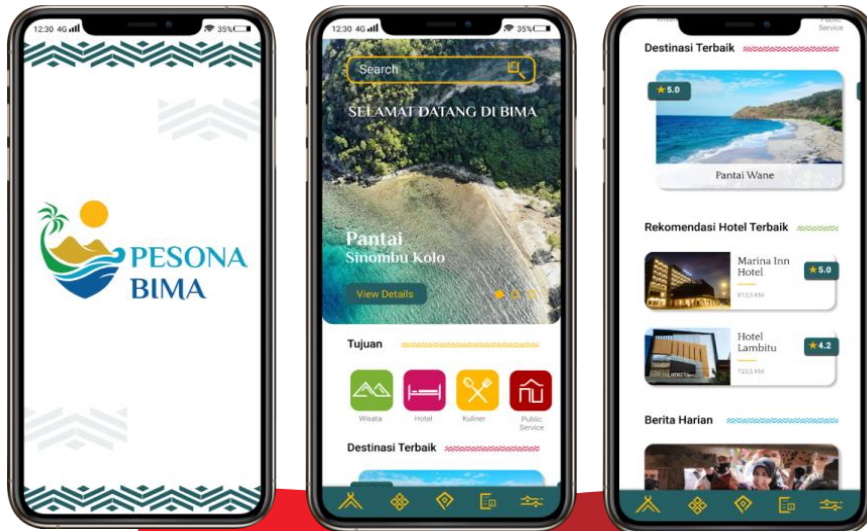
3. Aplikasi



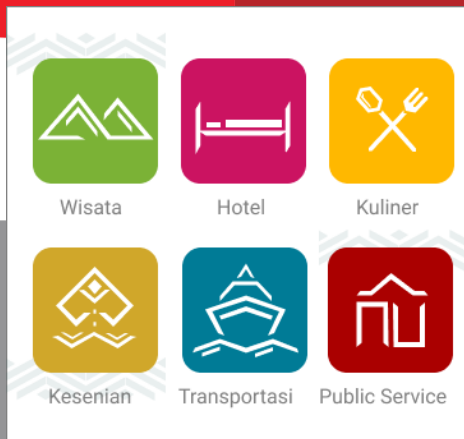
Gambar 3 Wireframe



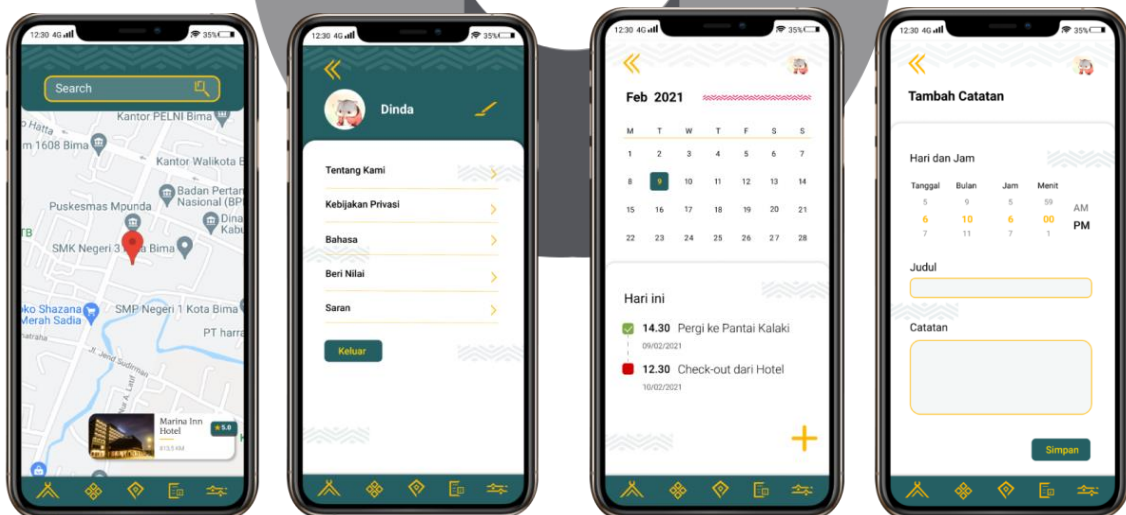
Gambar 4 User Flow



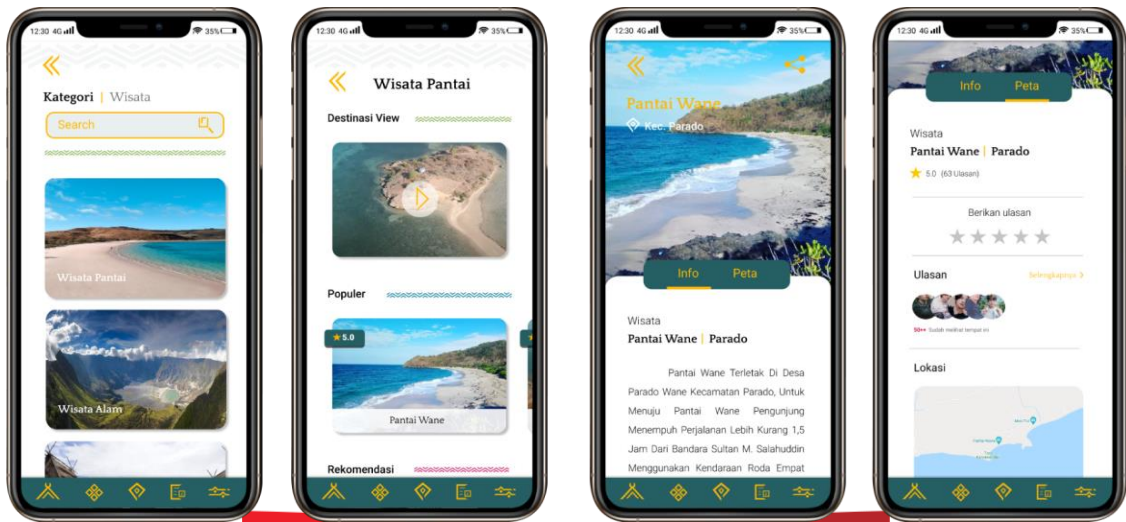
Gambar 5 Tampilan Splash Screen dan Home Page



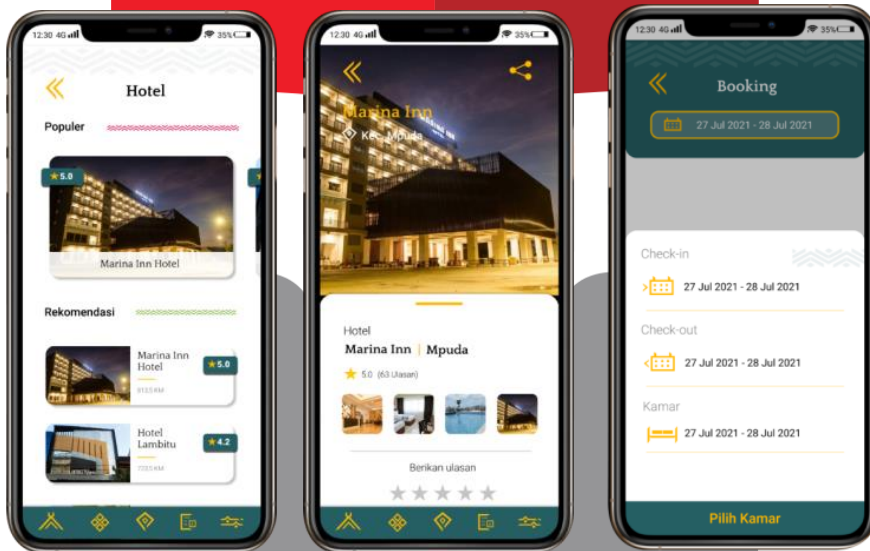
Gambar 6 Tampilan Menu Kategori



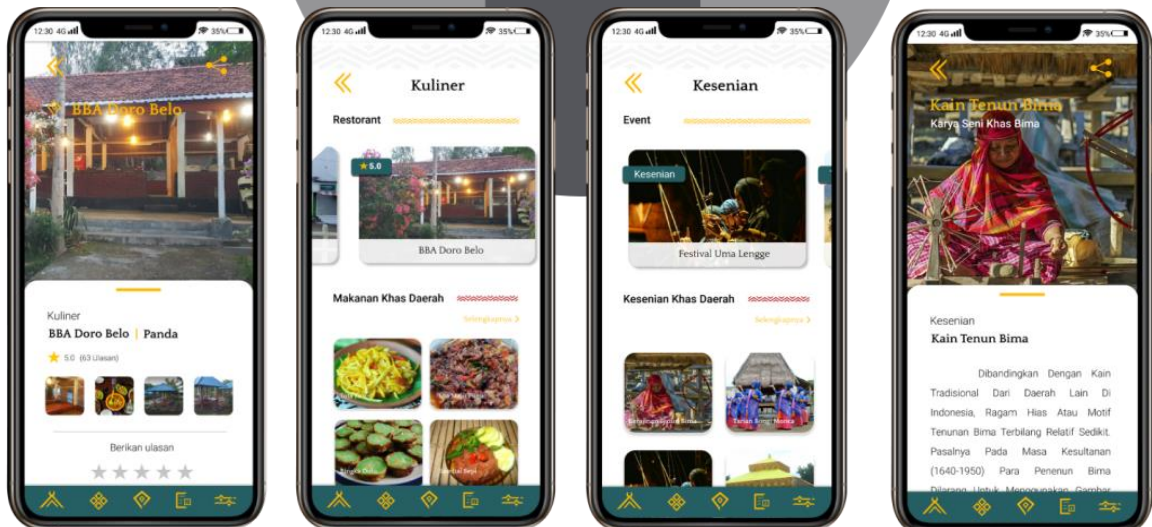
Gambar 7 Tampilan Maps, setting dan Schedule



Gambar 8 Tampilan kategori wisata

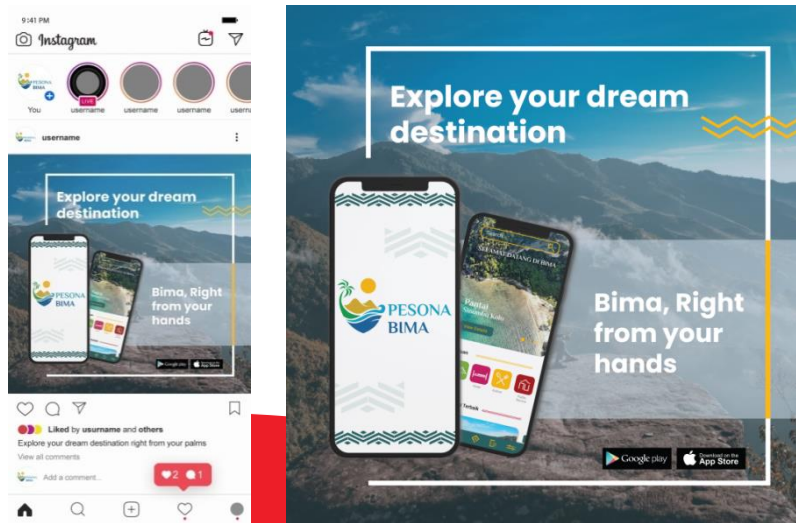


Gambar 9 Tampilan Laman Kategori dan Informasi Hotel

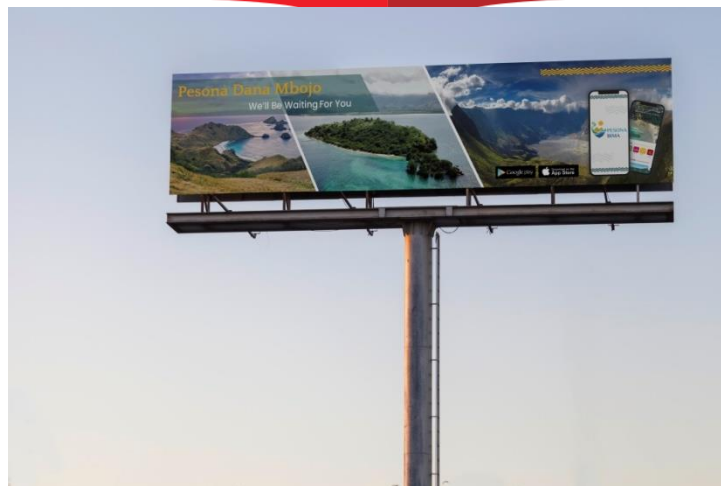


Gambar 10 Tampilan Laman Kategori Kuliner dan Kesenian

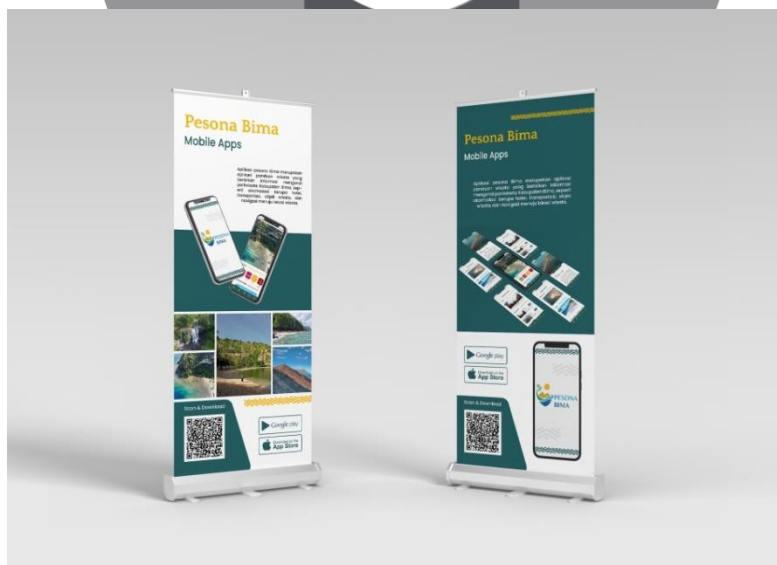
4. Media Pendukung



Gambar 11 E-Poster



Gambar 12 Billboard



Gambar 13 X-banner



Gambar 14 Baju bagian depan dan belakang



Gambar 15 Topi



Gambar 16 Totebag bagian depan dan belakang

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Kabupaten Bima memiliki potensi yang cukup meyakinkan sebagai destinasi wisata. Namun minimnya informasi tentang pariwisata di Kabupaten Bima menjadi hambatan terbesar bagi wisatawan yang berniat untuk berkunjung. Dinas Pariwisata Kabupaten Bima saat ini sudah melakukan banyak promosi baik dengan media offline maupun media online. Sayangnya, media konvensional tersebut ternyata kurang up-to-date dalam menyampaikan informasi seputar pariwisata Kabupaten Bima sehingga tidak tersampaikan kepada masyarakat luas. Diperlukannya media yang dapat membantu menyampaikan informasi secara tepat serta memperkenalkan pariwisata Kabupaten Bima kepada masyarakat luas, salah satunya adalah melalui perancangan aplikasi pariwisata ini. Aplikasi pariwisata ini dapat membantu memenuhi kebutuhan informasi destinasi wisata bagi para wisatawan perorang atau individu, maupun yang berkelompok.

5. Referensi

- Adelphia, A. 2015. *Pintar Mengoperasikan Iphone*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Anggraini, Lia S. & Nathalia, K. 2016. *Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendikia
- Canziba, Elvis. 2018. *Hands-On UX Design for Developers: Design, prototype, and implement compelling user experiences from scratch*. Brimingham: Packt Publishing Ltd.
- Hendrayudi. 2009. *Pengertian Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Hendratman, Hendi. 2008. *Tips & Trik Graphic Design*. Bandung: Informatika.
- ISO 9241 – 210. (2010). *Ergonomics of human – system interaction*. Diakses pada <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9241:-210:ed-1:v1:en>
- Kusuma, Yuliandi. 2013. *Fotografi Lanskap Kreatif*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Maioli, Lisandra. 2018. *Fixing Bad UX Designs: Master proven approaches, tools, and techniques to make your user experience great again*. Brimingham: Packt Publishing Ltd.
- Mas, Dian., & Kartika, Jessica Diana. 2013. *Feng Shui Untuk Logo*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- McLeod, Ray Jr. 1995. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: PT. Prenhalindo
- Nawawi, Hadari dan M. Martini Hadari. 1992. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Razi, A. A., Mutiaz, I. R., & Setiawan, P. (2018). Penerapan Metode Design Thinking Pada Model Perancangan UI/UX Aplikasi Penangan Laporan Kehilangan dan Temuan Barang Tercecer. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Peiklanan (Demandia)*, 3(2): 219-237102
- Rustan, Suryanto. 2009, *Mendesain LOGO*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sadjiman Ebd, Sanyoto. 2009. *Nirmana; Dasar-dasar seni dan desain*. Yogyakarta: Jalasutra
- Salbino, Sherief. 2014. *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*. Jakarta: Kunci Komunikasi.
- Segara, A. 2016. *Penerapan Pola Tata Letak (Layout pattern) pada Wireframing Halaman Situs Web*.
- Suyanto, Asep Herman. 2009. *Step By Step Web Design Theory And Dractices*. Yogyakarta : Penerbit Ardi.
- Sudarma, I Komang. 2014. *Fotografi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Sulistyorini, Dwi E.W., & Suharson, Arif (2019) Produk Kreatif dan Kewirausahaan SMK/MAK Kelas XI. Bidang Keahlian Pariwisata. Program Keahlian Tata Kecantikan. Kompetensi Keahlian Tata Kecantikan Kulit dan Rambut. Yogyakarta: Andi
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. 2019. Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Kanisius
- Swasty, W., & Utama, J. (2019). Warna sebagai Identitas Merek Pada Website
- Turban, Efraim. 2012. Electronic Commerce 2012: Managerial and Social Networks Perspective (Edisi ke-7 Global). London: Pearson.
- Utama Rai, I Gusti Bagus, 2017. Pemasaran Pariwisata, Yogyakarta: Andi
- Wibowo, Ibnu Teguh. 2015. Belajar Desain Grafis. Yogyakarta: Noteboo
- Zulkarnain, A. 2019. Penerapan Mobile-First Design pada Antarmuka Website Profil Sekolah Menggunakan Metode Human-Centered Design (Studi Kasus: SMPN 21 Malang). Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia, 13 (2), 125. <https://doi.org/10.32815/jitika.v13i2.408>

