

JURNAL TUGAS AKHIR
PERANCANGAN APLIKASI *SMARTPHONE*
SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA ALAM
YOGYAKARTA



Oleh:

Zainal Arifin

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2016

Jurnal Tugas Akhir Karya Desain berjudul :

PERANCANGAN APLIKASI *SMARTPHONE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA ALAM YOGYAKARTA

diajukan oleh Zainal Arifin NIM 101 1997 024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan Pembimbing I dan II dan mengetahui Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual pada tanggal 9 November 2015 dan dinyatakan telah memenuhi Syarat untuk diterima.



n Studi
Visual

M.Sn.
2 1 001

PERANCANGAN APLIKASI *SMARTPHONE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA ALAM YOGYAKARTA

Zainal Arifin

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Desain
Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
2016

ABSTRAK

Pesona keindahan alam yang dimiliki kota Yogyakarta, mulai dari keindahan Gunung, Pantai, dan Wisata *adventure* lainnya menjadikan kota Yogyakarta sebagai destinasi surga bagi para wisatawan. Semakin berkembangnya media terutama media sosial, telah memberikan dampak yang sangat positif. Berawal dari postingan tentang wisata alam yang ada di Yogyakarta, para wisatawan pun tertarik untuk mengunjungi wisata alam Yogyakarta. Informasi mengenai wisata alam Yogyakarta dari berbagai media online kian banyak, namun kurangnya media yang dapat memberikan akses yang lebih efektif dan fleksible. Oleh karena itu dibutuhkan media baru yang dapat memberikan solusi dari permasalahan tersebut. Sebuah aplikasi *smartphone* sebagai bentuk promosi wisata alam Yogyakarta, dirancang mengikuti perkembangan jaman. Perancangan aplikasi *smartphone* ini dibuat untuk mempermudah wisatawan yang akan berkunjung ke Yogyakarta, dengan bantuan navigasi wisatawan dapat mudah menemukan lokasi wisata alam Yogyakarta yang ingin dituju.

Kata Kunci : Panduan kota, Wisata Alam Yogyakarta, Android.

ABSTRACT

The beauty of Yogyakarta's nature, such as the mountain, beaches and another vacation spot around makes Yogyakarta as one of heavenly destination for the travellers. The progress of knowing Yogyakarta as a vacation destination supported by development of technology such as social media. In social media, the posts of natural vacation destinations attract travellers and tourists to visit the places and get to know more about them. The informations about Yogyakarta natural vacation are increasing and spreading around people, but there's one problem. There is no media that easily accessible to give information effectively and flexible about the topic. So to answer the challenge, the situation needs a new media that able to give solutions. A smartphone app that serves as a promotion and an advertisement of Yogyakarta natural vacation destination. And of course it designed with the newest discovery and technology. The designing purpose of this smartphone app is to help travellers and tourists who visit Yogyakarta. With the help of this app, which is giving travellers and tourist the navigation so it will be easy for them to find the destinations.

Keywords: City guide, Nature Yogyakarta, Android.

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang

Indonesia yang memiliki ribuan pulau, suku, budaya, flora dan fauna, beserta keindahan alamnya, dimana setiap pulau memiliki keindahan yang berbeda-beda. Kenapa mesti jauh-jauh keluar negeri untuk menikmati liburan, jika di negeri kita sendiri memiliki keindahan alam yang begitu mempesona. *Traveling* dinilai sebagai salah satu cara untuk mencintai dan bangga menjadi warga negara Indonesia, dengan *traveling* kita dapat belajar mengenai budaya serta menjaga dan melestarikan alam Indonesia. Begitu banyak pulau yang ada di Indonesia, dan kita dapat menjelajahnya mulai dari sabang sampai merauke.

Salah satu tempat yang menjadi destinasi surga bagi para *traveler* adalah Yogyakarta. Banyaknya tempat objek wisata mulai dari wisata *Culture and Art* (seni dan budaya), wisata *History* (sejarah), wisata kuliner, wisata *Shop* (belanja), dan *Nature* (alam) menjadikan Yogyakarta sebagai salah satu tempat yang layak untuk dikunjungi oleh para wisatawan lokal maupun manca. Alam Yogyakarta yang masih terjaga akan keindahan dan ekosistemnya seperti keindahan pantai, keindahan bawah laut, dan gunung yang belum sepenuhnya terjamah oleh wisatawan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Wisata Alam adalah perjalanan yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan tata lingkungannya sebagai obyek tujuan wisata. Definisi wisata alam sendiri adalah suatu kegiatan berekreasi yang memanfaatkan potensi dan sumberdaya alam baik yang masih alami atau sudah ada usaha budidanyanya, dengan tujuan mendapatkan pengetahuan dan pengalaman serta menumbuhkan rasa cinta terhadap alam.

Setelah melakukan sedikit riset tentang objek wisata di Yogyakarta, banyak dari para *traveler* belum mengetahui sepenuhnya objek wisata yang ada di Yogyakarta khususnya objek wisata alam. Kendala pertama wisatawan yang umumnya bukan berasal dari Yogyakarta adalah tidak tahu harus kemana untuk dapat pergi ke tempat objek wisata. Berbekal pengetahuan yang seadanya dan informasi dari *internet* yang tidak selalu akurat, para *traveler* pun nekat mengunjungi objek wisata dan tak jarang dari mereka yang tersesat di jalan. Pada akhirnya mereka, biasanya bertanya kepada penduduk sekitar mengenai informasi objek wisata yang dimaksud. Sedangkan mereka *traveler* yang memiliki *budget* lebih, bisa mendatangi biro perjalanan atau menyewa *tour guide* untuk memandu perjalanan mereka. Dalam menggunakan jasa biro perjalanan selain biaya yang relatif mahal juga memakan waktu yang tidak sedikit untuk memilh

jasa biro perjalanan mana yang terbaik dan terpercaya.

Kondisi seperti ini yang membuat jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata alam jumlahnya terbilang sedikit jika dibandingkan dengan objek wisata *Shop* (belanja) yang justru dibanjiri oleh pengunjung setiap harinya. Alasan kenapa wisatawan enggan untuk mengunjungi objek wisata alam adalah pertama untuk dapat mengunjungi objek wisata alam para *traveler* harus mengetahui informasi letak daerah objek wisata tersebut. Kedua minimnya informasi mengenai jenis transportasi yang dapat membawa *traveler* menuju ke objek wisata. Dan masih kurangnya informasi mengenai objek wisata alam membuat kunjungan wisatawan terbilang masih sedikit.

2. Rumusan dan Tujuan Perancangan

a. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang media promosi berupa aplikasi android yang memudahkan para wisatawan mendapatkan informasi tentang wisata alam dan *Outdoor* yang ada di kota Yogyakarta?

b. Tujuan Perancangan

Merancang multimedia interaktif berupa aplikasi *smartphone* berbasis Android yang mengkomunikasikan tentang informasi mengenai wisata alam dan *Outdoor* yang ada di kota Yogyakarta secara informatif dan menarik, serta bantuan navigasi sebagai panduan untuk menuju objek lokasi wisata alam.

3. Teori dan Metode Perancangan

a. Teori Perancangan

1) Pariwisata.

Secara Etimologi pariwisata di identikan dengan kata "*travel*" dalam bahasa Inggris yang berarti suatu perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari suatu tempat ke tempat lain.

2) Wisatawan.

Wisatawan adalah orang yang melakukan suatu perjalanan ke sebuah tempat baru dengan sebuah perencanaan bukan untuk menetap dan mencari nafkah dinamakan wisatawan.

3) Wisata Alam.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Wisata Alam adalah perjalanan yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan tata lingkungannya sebagai obyek tujuan wisata.

4) Aplikasi Android.

sistem operasi berbasis Linux sebagai karnelnya. Perangkat lunak untuk mobile dengan sistem operasi middleware dan aplikasi utamanya mobile.

5) Aplikasi menggunakan media navigasi.

Tampilan *user interface* yang di dalamnya terdapat peta atau navigasi. Panduan navigasi bertujuan untuk menunjukkan sebuah tempat objek wisata.

b. Metode Perancangan

Penelitian ini menggunakan metode observasi dan studi pustaka. Metode observasi dimulai dengan mengumpulkan informasi data dengan mengunjungi obyek wisata secara langsung untuk memastikan informasi yang akurat. Metode studi pustaka mengumpulkan data digunakan sebagai refrensi seperti jurnal, buku, dan internet.

Tahap berikutnya adalah menentukan elemen-elemen yang terdapat dalam aplikasi *smartphone*. Elemen yang dimaksud adalah judul aplikasi *smartphone*, pemilihan warna, tipografi, layout. Tahap berikutnya adalah menentukan halaman layout yang ada di dalam aplikasi *smartphone* dan menentukan icon-icon yang ada di dalamnya.

B. Pembahasan dan Konsep Perancangan

1. Konsep Perancangan

Banyak dari para *traveler* belum mengetahui sepenuhnya objek wisata yang ada di Yogyakarta khususnya objek wisata alam. Kendala pertama wisatawan yang umumnya bukan berasal dari Yogyakarta adalah tidak tahu harus kemana untuk dapat pergi ke tempat objek wisata. Berbekal pengetahuan yang seadanya dan informasi dari *internet* yang tidak selalu akurat, *paratraveler* pun nekat mengunjungi objek wisata dan tak jarang dari mereka yang tersesat di jalan. Pada akhirnya mereka, biasanya bertanya kepada penduduk sekitar mengenai informasi objek wisata yang dimaksud. Sedangkan mereka *traveler* yang memiliki *budget* lebih, bisa mendatangi biro perjalanan atau menyewa *tour guide* untuk memandu perjalanan mereka.

Untuk itu dibutuhkan sebuah media baru yang nantinya akan mengenalkan objek wisata kepada wisatawan yang akan berkunjung ke kota Yogyakarta. Aplikasi *mobile* wisata alam Yogyakarta menggunakan *smartphone* dengan OS Android sebagai media utamanya. Fungsi dari aplikasi ini nantinya selain mengenalkan wisata alam Yogyakarta, juga sebagai refrensi liburan bagi para *travelers* yang akan berkunjung ke

kota Yogyakarta. Aplikasi ini akan menjadi jawaban dimana dan harus kemana? Di dalam aplikasi ini nantinya terdapat navigasi yang memudahkan para travelers menemukan letak objek wisata yang diinginkan. Selain itu juga terdapat info wisata alam, harga, transportasi, serta tips dan trik.

2. Element Aplikasi

a. Pemilihan Bahasa

Pemilihan bahasa untuk penyampaian pesan menggunakan bahasa Indonesia yang baku agar dapat mudah dimengerti oleh target *audience*. Secara komunikatif dapat menarik perhatian, membujuk khalayak agar mau mengunjungi objek wisata alam di Yogyakarta.

b. Pemilihan Warna

Penggunaan warna yang kurang tepat dapat mempengaruhi psikologi terhadap target *audience*, untuk itu warna yang akan digunakan pada aplikasi ini menggunakan skema warna RGB yang cenderung terlihat soft karena diturunkan value warnanya. Penggunaan warna RGB bertujuan untuk mengurangi sistem warna cahaya yang dihasilkan layar elektronik yang mengakibatkan efek mata lelah jika menatap warna dengan tingkat kemurnian 100%. Warna yang dipilih adalah warna yang berkesan soft untuk memberikan kesan dramatis.

c. Pemilihan Jenis Huruf

Pemilihan *type font* sangatlah penting dalam sebuah desain karena setiap jenis huruf memiliki sifat dan kesan yang berbeda satu dengan lainnya. Jenis font *Wasted*, *Corbert*, *Bebas kai*, *Worthwile*, *Ostrich Sans Heavy* mendukung tema yang akan digunakan yaitu *whitespace*. Hal ini bertujuan memperjelas dan mendukung makna yang ingin disampaikan. Maka jenis font yang akan digunakan adalah jenis font yang memiliki tingkat keterbacaan yang baik untuk *bodytext* maupun judul dan sub judul. Sedangkan untuk logo aplikasi menggunakan font yang memiliki karakter yang kuat namun tetap bisa dibaca, font yang dipilih adalah:

1) Font untuk logo aplikasi

Jenis font yang akan digunakan pada logo aplikasi ini adalah *Wasted*.



2) Font untuk isi text aplikasi

Jenis font yang akan digunakan untuk isi text aplikasi ini adalah.

Corbert.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890!@\$(),./?;:"

d. User interface

User interface adalah sistem oprasi sebagai sarana interaksi antara pengguna dengan sistem operasi. *User interface* yang mana dua mekanisme interaksi terjadi mengenai apa saja yang user perintahkan, user butuhkan dan bagaimana komputer merespon kembali kepada user. *User interface* juga berfungsi untuk menghubungkan informasi antara pengguna (User) dengan sistem operasi. *User interface* juga bisa diartikan mekanisme integrasi dari perangkat keras dan lunak yang membentuk pengalaman komputer.

e. User Expirience

User experience adalah bagaimana cara seseorang ketika menggunakan sebuah produk atau sistem, merasakan pengalaman, pengaruh, arti dan nilai dari interaksi tingkah laku pengguna saat menggunakan sistem oprasi. Pengalaman yang yang dirasakan pengguna menyoroti aspek-aspek pengalaman pengaruh arti dan nilai interaksi manusia-komputer dan kepemilikan sebuah produk, juga termasuk persepsi seseorangmengenai aspek-aspek praktis seperti kegunaan, kemudahan pengguna, dan efisiensi dari sebuah sistem.Pengalaman pengguna pada dasarnya subyektif karena pengalaman pengguna berdasar atas perasaan dan pemikiran individu mengenai sebuah sistem.

f. Prototype

Sebelum merancang sebuah aplikasi hal yang paling utama adalah menggunakan simulasi atau prototype, dari bentuk prototype ini yang nantinya akan dikembangkan lagi menjadi sebuah model representative dari bentuk akhirnya. Ada beberapa tahapan dalam menentukan sebuah proses pengembangannya, pengumpulan data, membangun prototype, evaluasi prototype, pengkodean sistem, pengujian sistem, evaluasi sistem.

g. Studi Layout

Layout merupakan elemen yang penting dalam perancangan ini, diperlukan banyak pertimbangan dalam mentukannya. *Layout* dalam aplikasi ini seperti halnya pada *layout* aplikasi yang sudah ada. Yaitu menampilkan *layout loading screen*, halaman menu, navigasi, dan unsur-unsur lain yang ada pada aplikasi. Dalam hal ini pembuatan *layout* mengutamakan unsur keseimbangan asimetris, teratur, dan konsisten. *Layout* pada aplikasi ini menggunakan tema *white space* agar tekesan elegan dan mudah dibaca mengingat aplikasi ini akan didominasi oleh gambar fotografi alam. Selain itu penggunaan *white space* juga akan mendukung gaya visual fotografi yang cenderung minimalis.

1) *Layout loading screen*.

Loading screen sebagai halaman pembuka sebelum memasuki halaman utama. Pada awal *loading screen* akan muncul pertamakali sebuah *loading bar* di tengah-tengah *layout* halaman. Setelah *loading* selesai maka akan memasuki halaman menu.

2) Halaman menu.

Halaman menu merupakan halaman yang mengkategorikan objek wisata alam yang ada di Yogyakarta. Kategori wisata alam terbagi menjadi tiga yaitu objek wisata pantai, objek wisata gunung, dan objek wisata adventure.

3) Halaman navigasi.

Halaman navigasi inilah yang akan mengarahkan target audience untuk dapat menuju ketempat objek wisata yang ingin dituju.

h. Studi Tombol dan Icon

Ikon merupakan hal yang paling penting dalam sebuah perancangan Aplikasi *Smartphone*. Ikon dapat membantu menerjemahkan pesan verbal yang akan disampaikan melalui media visual. Perancangan ikon dan tombol yang nantinya akan membantu dalam menyampaikan pesan verbal kedalam bentuk visual. Penggunaan tombol sendiri berfungsi untuk memudahkan pengguna menuju kehalaman yang diinginkan. Ikon yang akan digunakan dalam perancangan aplikasi *smartphone* ini bergaya *Grunge Icons*. Ikon bergaya *Grunge Icons* dapat mempresentasikan kebebasan, kuat, natural. *Grunge* memiliki karakter dengan kebebasan pola garis yang tegas dan dibuat dengan teknik vector tanpa mementingkan kesempurnaan bentuk. Contoh ikon yang menggunakan gaya *Grunge icon* seperti pada gambar dibawah ini.

3. Tampilan Antar Muka

a. Halaman *Loading screen*

FADE IN

Halaman *loading screen* berisikan logoLet's go explore Yogyakarta dengan *background* pemandangan salah satu gunung di Yogyakarta, pemilihan gunung sebagai *background* halaman *loading screen* dengan maksud menampilkan salah satu elemen unsur alam yang ada di Yogyakarta. Halaman ini nantinya akan muncul selama 3 detik dan masuk kehalaman home.

b. Halaman home

IN FRAME

Setelah halaman *loading screen* akan muncul halaman home. Halaman home pada bagian kiri atas atau *header* terdapat 3 kategori menu gunung, pantai, dan *adventure*. Pada bagian kanan atas terdapat logoLet's go explore Yogyakarta. Untuk halaman home perancang ingin menampilkan 3 elemen yang mewakili objek wisata yang ada di Yogyakarta, salah satunya yang mewakili Gunung adalah Gunung Api Purba, mewakili Pantai adalah Pantai Sanglen dan mewakili Adventure adalah Sandboarding Parangkusumo. Terdapat juga menu icon video yang nantinya jika di *tap in* akan memutar video. Bagian *footer*terdapat icon media sosial diantaranya facebook,twitter, dan instagram.

c. Halaman menu Gunung

IN FRAME

Pada halaman menu Gunung dibawah header terdapat search yang berfungsi untuk mencari objek wisata lain. Dibawahnya terdapat menu Gunung Api Purba, Gunung Merapi, Bukit Kukusan, Bukit Becici, dan Bukit Suroloyo.

1) Gunung Merapi

IN FRAME

Pada halaman header Gunung Merapi di sisi kiri terdapat icon back yang berfungsi jika di *tap in* kembali ke halaman menu gunung, pada bagian kanan terdapat icon menu yang didalamnya terdapat menu harga tiket didalamnya kita bisa mengetahui berapa biaya yang akan dibutuhkan untuk pergi Gunung Merapi, menu transportasi yang mana menginformasikan jenis transportasi umum yang akan menuju keGunung Merapi, dan *nearby* yang menginformasikan wisata terdekat dari Gunung Merapi. Pada bagian bawah header terdapat foto tampak dari belakang pendaki yang sedang melakukan pendakian di Gunung Merapi.Dibawah

foto tersebut terdapat informasi mengenai Gunung Merapi, kemudian navigasi yang menunjukkan lokasi keberadaan Gunung Merapi tersebut. Terdapat gallery foto, dan berikutnya tips dan trik yang memberikan informasi kapan waktu terbaik untuk pergi kesana, dan bekal atau perlengkapan apa saja yang harus dibawa.

2) Gunung Api Purba

IN FRAME

Pada halaman header Gunung Api Purba di sisi kiri terdapat icon back yang berfungsi jika di *tap in* kembali ke halaman menu gunung, pada bagian kanan terdapat icon menu yang didalamnya terdapat menu harga tiket didalamnya kita bisa mengetahui berapa biaya yang akan dibutuhkan untuk pergi Gunung Api Purba, menu transportasi yang mana menginformasikan jenis transportasi umum yang akan menuju ke Gunung Api Purba, dan *nearby* yang menginformasikan wisata terdekat dari Gunung Api Purba. Pada bagian bawah header terdapat foto tampak dari belakang pendaki berada di salah satu puncak Gunung Api Purba dengan latar belakang pemandangan deretan bukit sekitar Gunung Api Purba. Dibawah foto tersebut terdapat informasi mengenai Gunung Api Purba, kemudian navigasi yang menunjukkan lokasi keberadaan Gunung Api Purba tersebut. Terdapat gallery foto, dan berikutnya tips dan trik yang memberikan informasi kapan waktu terbaik untuk pergi kesana, dan bekal atau perlengkapan apa saja yang harus dibawa.

d. Halaman menu Pantai

IN FRAME

Pada halaman menu Pantai dibawah header terdapat search yang berfungsi untuk mencari objek wisata lain. Dibawahnya terdapat menu Pantai Wediombo, Pantai Sedahan, Pantai Sanglen, Pantai Greweng, dan Pantai Jungwok.

1) Pantai Sanglen

IN FRAME

Pada halaman header Pantai Sanglen di sisi kiri terdapat icon back yang berfungsi jika di *tap in* kembali ke halaman menu pantai, pada bagian kanan terdapat icon menu yang didalamnya terdapat menu harga tiket didalamnya kita bisa mengetahui berapa biaya yang akan dibutuhkan untuk pergi Pantai Sanglen, menu transportasi yang mana menginformasikan jenis transportasi umum yang akan menuju ke Pantai Sanglen, dan *nearby* yang menginformasikan wisata terdekat dari Pantai Sanglen. Pada bagian bawah header

terdapat foto tampak dari belakang wisatawan yang sedang menikmati suasana Pantai Sanglen. Di bawah foto tersebut terdapat informasi mengenai Pantai Sanglen, kemudian navigasi yang menunjukkan lokasi keberadaan Pantai Sanglen tersebut. Terdapat *gallery* foto, dan berikutnya tips dan trik yang memberikan informasi kapan waktu terbaik untuk pergi kesana, dan bekal atau perlengkapan apa saja yang harus dibawa.

2) Pantai Wediombo

IN FRAME

Pada halaman header Pantai Wediombo di sisi kiri terdapat icon back yang berfungsi jika di *tap in* kembali ke halaman menu pantai, pada bagian kanan terdapat icon menu yang di dalamnya terdapat menu harga tiket di dalamnya kita bisa mengetahui berapa biaya yang akan dibutuhkan untuk pergi Pantai Wediombo, menu transportasi yang mana menginformasikan jenis transportasi umum yang akan menuju ke Pantai Wediombo, dan *nearby* yang menginformasikan wisata terdekat dari Pantai Wediombo. Pada bagian bawah header terdapat foto tampak dari belakang wisatawan yang sedang menikmati suasana Pantai Wediombo yang memegang papan surfing. Di bawah foto tersebut terdapat informasi mengenai Pantai Wediombo, kemudian navigasi yang menunjukkan lokasi keberadaan Pantai Wediombo tersebut. Terdapat *gallery* foto, dan berikutnya tips dan trik yang memberikan informasi kapan waktu terbaik untuk pergi kesana, dan bekal atau perlengkapan apa saja yang harus dibawa.

e. Halaman menu *Adventure*

IN FRAME

Pada halaman menu *Adventure* di bawah *header* terdapat search yang berfungsi untuk mencari objek wisata lain. Di bawahnya terdapat menu *Sandboarding*, *Lava tour*, *Rafting* Sungai Elo, Goa Jomblang, dan Paralayang.

1) Sandboarding

IN FRAME

Pada halaman header Sandboarding di sisi kiri terdapat icon back yang berfungsi jika di *tap in* kembali ke halaman menu *adventure*, pada bagian kanan terdapat icon menu yang di dalamnya terdapat menu harga tiket di dalamnya kita bisa mengetahui berapa biaya yang akan dibutuhkan untuk pergi *Sandboarding* Parangkusumo, menu transportasi yang mana menginformasikan jenis transportasi umum yang akan menuju ke *Sandboarding* Parangkusumo, dan

nearby yang menginformasikan wisata terdekat dari *Sandboarding* Parangkusumo. Pada bagian bawah header terdapat foto tampak dari belakang wisatawan yang sedang memainkan papan *sandboarding*.Dibawah foto tersebut terdapat informasi mengenai *Sandboarding*, kemudian navigasi yang menunjukkan lokasi keberadaan Sandboarding Parangkusumo tersebut. Terdapat *gallery* foto, dan berikutnya tips dan trik yang memberikan informasi kapan waktu terbaik untuk pergi kesana, dan bekal atau perlengkapan apa saja yang harus dibawah.

2) Merapi Lava Tour

IN FRAME

Pada halaman header Merapi Lava Tour disisi kiri terdapat icon back yang berfungsi jika di *tap in* kembali ke halaman menu *adventure*, pada bagian kanan terdapat icon menu yang didalamnya terdapat menu harga tiket didalamnya kita bisa mengetahui berapa biaya yang akan dibutuhkan untuk pergi Merapi Lava Tour, menu transportasi yang mana menginformasikan jenis transportasi umum yang akan menuju ke Merapi Lava Tour, dan *nearby* yang menginformasikan wisata terdekat dari Merapi Lava Tour. Pada bagian bawah header terdapat foto tampak dari belakang wisatawan yang sedang mengendarai motor trail dengan pemandangan jalur Merapi Lava Tour.Dibawah foto tersebut terdapat informasi mengenai Merapi Lava Tour, kemudian navigasi yang menunjukkan lokasi keberadaan Merapi Lava Tour tersebut. Terdapat *gallery* foto, dan berikutnya tips dan trik yang memberikan informasi kapan waktu terbaik untuk pergi kesana, dan bekal atau perlengkapan apa saja yang harus dibawah.

4. Media Pendukung

a. Virtual

1) Distribusi

promosi melalui media online akan dilakukan terus menerus, sehingga tidak memiliki batasan waktu tertentu.

2) Jenis

Jenis yang digunakan untuk media online atau internet ini tentunya adalah media digital.

b. Merchandise

Ada beberapa media yang digunakan untuk mendukung media utama, seperti :Merchandise (t-shirt, sticker pack, pin dan emblem)

1) T-Shirt

Menggunakan warna misty dan terdapat logo Let's go explore Yogyakarta, di bagian depan. Pada bagian belakang terdapat quote "*don't follow me i'm lost too*" yang artinya jangan ikuti saya, saya juga tersesat.

2) Sticker pack

Sticker pack berisikan 5sticker, dua diantaranya berbentuk bulat bergambar logo Let's go explore Yogyakarta dan menggunakan warna black and white. Sticker ketiga berbentuk persegi panjang dengan tulisan *Let's go explore*. Sticker keempat berbentuk bendera dengan inisial E dan X singkatan dari kata *explore*. Sticker kelima berbentuk rubah dengan tulisan *Live is an adventure enjoy it*.

3) Emblem

Emblem dengan logo Let's go explore Yogyakarta berbentuk bulat dan menggunakan warna hitam dan putih.

4) Pin

Pin dengan logo Let's go explore Yogyakarta berbentuk bulat dan menggunakan warna hitam dan putih.

5) Topi

Topi trucker berwarna hitam dan putih terdapat logo Let's go explore Yogyakarta berbentuk bulat dibagian depan.

C. Kesimpulan

Keindahan alam yang dimiliki Indonesia adalah sebuah anugrah dari Tuhan. Tidak terhitung berapa banyak objek wisata yang kita miliki. Alam Indonesia itu luas, Yogyakarta sendiri memiliki ratusan obyek wisata yang tersebar di beberapa daerah seperti Gunung kidul, Sleman, Kulon progo, dan Bantul. Kunjungan wisata di sektor wisata alam terbilang masih minim. Banyak faktor juga mempengaruhi kurangnya minat untuk berkunjung ke objek wisata alam. Contohnya kurangnya media informasi, tidak adanya sign sistem penunjuk jalan, dll. Para wisatawan pun beralih ke objek wisata seperti mall, bioskop, dan rekreasi lainnya. Pada akhirnya wisata alam pun terpinggirkan.

Aplikasi *Smartphone* merupakan media komunikasi yang memiliki berbagai kelebihan diantaranya interaktif, fleksibel dan mudah dibawa kemana-mana, mampu menyampaikan pesan dengan cepat. Tetapi, proses pembuatan aplikasi *smartphone* tidak mudah. Membutuhkan persiapan waktu dan konsep yang matang untuk membuat aplikasi *smartphone* agar nantinya pesan yang akan disampaikan kepada target audience mudah diterima.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Ismayanti, *Pengantar pariwisata*, Jakarta : Kompas Gramedia, 2010

Morissan, *Periklanan komunikasi pemasaran terbadu*, Jakarta : Kencana, 2010

Rustan, Surianto, *Layout dasar & penerapan*, Jakarta : PT. Gramedia pustaka utama, 2008

Raj Lal, *Digital design essentials*, USA : Rockport publishers, 2013

B. Jurnal

Thalib, Fachrudin Nurdin. 2013. "Perancangan aplikasi mobile berbasis sistem operasi android untuk informasi lokasi pariwisata di pulau Flores". Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Amikom Yogyakarta.

Correa, Cynthia. 2014. "*Mobile marketing of Brazilian Tourist Board*". School of Arts, Sciences and Humanities University of São Paulo, Brazil.

C. Pertautan

Objek Wisata Outdoor dan Adventure Jogja .[Online]. Tersedia: <http://liburanjogja.co.id/obyek-wisata-outdoor-dan-adventure-liburan-jogja/>[19 Februari 2015]

29 *Wisata Alam dan Outdoor.* [Online]. Tersedia:
<http://www.yogyes.com/id/yogyakarta-tourism-object/nature-and-outdoor/> [19 Februari 2015]

Indahnya Gumuk Pasir Parangkusumo, Yogyakarta. [Online]. Tersedia:
<http://wisata.javaindonesia.org/yogyakarta/indahnya-gumuk-parangkusumo-padang-pasirnya-kota-yogyakarta/> [03 Maret 2015]

Android yang Menggigit! [Online]. Tersedia:
<http://inet.detik.com/read/2014/05/23/113001/2590524/317/2/android-yang-menggigit> [04 Maret 2015]

Pengertian Aplikasi Menurut Para Ahli. [Online]. Tersedia:
<http://dilihatya.com/1178/pengertian-aplikasi-menurut-para-ahli>
[04 Maret 2015]

Pengaruh Tren Digital Terhadap Masa Depan Pemasaran wisata [Online].
Tersedia:<http://mix.co.id/brand-communication/digital-brand-communication/pengaruh-tren-digital-terhadap-masa-depan-pemasaran-wisata>
[04 Maret 2015]

