

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil perancangan media *Filter Instagram AR* sebagai media promosi Kampung Flory sebagai Kampung Wisata Keluarga dan Edukasi yang telah dibuat maka dapat diambil kesimpulan bahwa konsep ini telah menghadirkan sebuah konsep berpromosi yang belum pernah Kampung Flory lakukan sekaligus modern yang dilandasi keilmuan DKV, mulai dari perancangan desain beserta asset-asetnya, baik 2D maupun 3D, dengan mempertimbangkan kepraktisan dan pasar yang dituju agar *Branding* Kampung Flory semakin kuat.

Memanfaatkan perkembangan teknologi AR sosial media yaitu Instagram yang terdapat pada *smartphone*, agar sesuai dengan *target audience* perancangan media promosi yaitu kalangan remaja seluruh Indonesia agar turut terlibat secara langsung dalam mempromosikan di sosial media lebih fokusnya Instagram untuk menjadi viral.

Dari perancangan yang telah dibuat, dapat disimpulkan bahwa perancangan AR untuk media promosi yang melibatkan pengguna adalah tepat, karena dari contoh IG *Reels* yang disajikan banyak sekali pengguna yang memberikan like dan komen, lalu penasaran dan melihat pemilik Instagram tersebut maupun IG *Story* yang nantinya dapat dilihat oleh teman pengupload sehingga apa yang ingin disampaikan kepada khalayak dapat diterima dan promosi menjadi lebih efektif dan efisien.

Teknik perancangan filter AR nantinya menggunakan perangkat laptop yang memiliki kamera dan menggunakan *software* (perangkat lunak) pokok yaitu Spark AR, sedangkan aset 3Dnya Blender dan aset gambarnya Adobe Illustrator yang di-*finishing* di Photoshop CC 2022 dan hasil dari perancangan media promosi ini dibagi menjadi media utama dan media pendukung. Media utama yang digunakan adalah Instagram untuk menggunakan filter AR yang menggunakan 3 pelacak, yaitu *face tracking*, *environment tracking*, marker baik di IG *story* maupun *reels*, sedangkan media pendukung yang digunakan adalah

pamflet Kampung Flory, pamflet denah Kampung Flory dan marker yang ditempelkan di beberapa sudut Kampung Flory.

B. Saran

Untuk mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang ingin mengangkat Tugas Akhir terkait dengan perancangan media *Filter Instagram AR* sebagai media promosi perlu memperhatikan bahwa karya yang dihasilkan nanti jadikanlah sarana untuk belajar merancang sebuah media kreatif dengan visualisasi yang memiliki konsep terstruktur dan sesuai dengan keilmuan Desain Komunikasi Visual, sehingga menjadi sebuah karya yang tidak hanya memenuhi Tugas Akhir, namun juga menguatkan *Branding* yang berkualitas sebagai bukti hasil dari pembelajaran akademik selama kuliah di ISI Yogyakarta.

Untuk pemilik desa wisata, yaitu Kampung Flory diharapkan dapat memanfaatkan media-media promosi *Augmented Reality* yang telah dirancang dengan keilmuan DKV menjadi semaksimal mungkin, dikarenakan media promosi merupakan sarana berkomunikasi kepada masyarakat luas yang nantinya dapat meningkatkan pengunjung serta pemasukan Kampung Flory. Saran selanjutnya dengan melakukan kegiatan promosi secara teratur disosial media baik meng-*capture* momen aktivitas pengunjung dan fasilitas baru agar pengunjung tidak mudah jenuh, memperkuat *Branding* Kampung Flory baik di logo, *icon*, tipografi, maskot maupun warna yang akan memperkuat brand Kampung Flory dipikiran serta hati masyarakat, lebih memperhatikan media promosi digital daripada media konvensional seperti pamflet, karena di era yang telah maju, pengaruh digital jauh lebih kuat.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Affolter, D. (2001). *In Tourism and Hospitality in the 21st Century*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Arsyad, A. (2002). Media pembelajaran. In A. Arsyad, *Media pembelajaran* (Vol. 36, p. 4). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Azuma, R. T. (1997). in Presence: Teleoperators and Virtual Environments 6, 4. *A Survey of Augmented Reality*, 355-385.
- Barnouw, Erik. et al. (1997). *Conglomerates and The Media*. New York : The New Press.
- Cetron, M. (2001). *Tourism and Hospitality in the 21st Century*. (A. Lockwood, & S. Medlik, Eds.) Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Fahyuni, E. F., & Istikomah. (2016). Psikologi Belajar & Mengajar (kunci sukses guru dalam interaksi edukatif). In E. F. Fahyuni, & Istikomah, *Psikologi Belajar & Mengajar (kunci sukses guru dalam interaksi edukatif)* (pp. 26-27). Sidoarjo: Nizamia Learning Center.
- Feiner, S., Webster, A., Krueger III, T., MacIntyre, B., & Keller, E. (1995). Architectural Anatomy. *Teleoperators and Virtual Environments*, 4, 318-325.
- Frew, A. (2000). Information and Communications Technology Research in the Travel and Tourism Domain: Perspective and Direction. *Journal of Travel Research*, 136–145.
- Gospodini, A. (2004). Urban morphology and place identity in European cities: Built heritage and innovative design. *Journal of Urban Design*, 225–248.
- Gould, S. (2017). The Shape of Engagement. In S. Gould, *The Shape of Engagement: The Art of Building Enduring Connections with Your Customers, Employees and Communities Paperback*. CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Gunawan, M. (1997). *Pacific Tourism Review*.
- Halim, C. (2010). Tip Praktis Promosi *Online* untuk Berbagai Event. In C. Halim, & W. Yoevestian (Ed.), *Tip Praktis Promosi Online untuk Berbagai Event* (p. 45). Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hermawan, I. (2009). Geografi: Sebuah Pengantar. In I. Hermawan, *Geografi: Sebuah Pengantar* (p. 2). Bandung: Private Publishing.
- Hermawan, L., & Hariadi, M. (2015, Maret 28). Penerapan *Augmented Reality* Pada Brosur Sebagai Media Informasi Kampus. *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi 2015*.

- Hoolwerff, D. (2014). *Does your mascot match your brand's personality? An empirical study on how visual characteristics of a brand mascot can function as a tool for transmitting an archetypical brand personality*. Belanda: University of Twente.
- Judisseno, R. K. (2019). *Branding Destinasi & Promosi Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kartajaya, H. (2007). Hermawan Kartajaya on Marketing Mix. In H. Kartajaya, *Hermawan Kartajaya on Marketing Mix* (p. 17). Bandung: Mizan Pustaka.
- Kasali, R. (1998). Membedik pasar Indonesia segmentasi, targeting, dan positioning. In R. Kasali, *Membedik pasar Indonesia segmentasi, targeting, dan positioning* (p. 91). Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.
- Kipper, G., & Rampolla, J. (2012). *Augmented Reality: An Emerging Technologies Guide to AR*. In G. Kipper, & J. Rampolla, *Augmented Reality: An Emerging Technologies Guide to AR*. Amsterdam: Elsevier Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran Edisi kedua belas Jilid 2. In P. Kotler, & K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi kedua belas Jilid 2*. Jakarta: PT.Indeks.
- Kuntjojo. (2009). Teknik Sampling. In Kuntjojo, *Teknik Sampling*. Kediri.
- Kunto, S. A. (2000). Manajemen Pendidikan. In A. Kunto, *Manajemen Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Migotuwio, N. (2020). *Desain Grafis Kemarin, Kini, dan Nanti*. Semarang: Alinea Media Dipantara.
- Mirfan. (2018). Implementasi *Augmented Reality* Pada Aplikasi Pengenalan Jeni-Jenis Badik Di Sulawesi Selatan Berbasis Android. *ILKOM*, 59.
- Murtono, T. (2019). *Eksperimen Tipografi*. Surakarta: CV Kekata Group.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. (Lutfiah, Ed.) Surabaya, Jawa tengah, Indonesia: Media Sahabat Cendekia. Retrieved Maret 1, 2021, from penerbitmsc@gmail.com
- Nurhadiat, D. (2004). *Pendidikan Seni Rupa SMP*. Jakarta: Grasindo.
- Nuriata. (1992). *Perencanaan Perjalanan Wisata*. Jakarta: Departemen Pendidikan danKebudayaan.
- Nuryanti, W. (1998). *Indonesia and the Malay World*.
- P. Scueffel (2017), *The Concise Fintech Compendium* (p. 1). School of Management Fribourg.
- Pearson, S., & H. K., M. (2002). *Introduction to archetypes : a companion for understanding and using the pearson-marr archetype*. Florida: Center for Applications of Psychological Type, Inc.
- Peddie, J. (2017). *Augmented Reality : Where We Will All Live*. Switzerland: Springer International Publishing.

- Pendit, N. S. (2002). *Ilmu pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Prasetyo, S. A. (2014). *Augmented Reality Tata Surya sebagai Sarana Pembelajaran Interaktif Bagi Siswa Sekolah Dasar Berbasis Android*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Pratas, A. (2014). *Creating Flat Design Websites*. Birmingham: Packt Publishing.
- Ranawijaya, A., Iryanti, E., & Ferdinanda. (2020). Analisis Hasil Penerapan Teknologi *Augmented Reality* Sebagai Alternatif. *Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi*, 4.
- Rukin. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Rukin, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (p. 7). Galesong, Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ryan, D. (2014). *Understanding Digital Marketing*. London: Kogan Page. Retrieved from www.koganpage.com
- Sachari, A., & Sunarya, Y. Y. (2002). *Sejarah dan perkembangan desain & dunia kesenirupaannya di Indonesia*. Bandung: Penerbit ITB.
- Sayuti, S. A. (2002). *Berkenalan dengan puisi*. Yogyakarta: Gama Media.
- Sheldon, P. J. (1997). *Tourism Information Technology*. London: Edward Elgar.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Method). In Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujatmiko, Eko.(2014). *Kamus IPS*. Cetakan I.Surakarta : Aksara Sinergi
- Suprana, J. (2009). *Naskah-Naskah Kompas Jaya Suprana*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sutanta, E. (2003). Sistem Informasi Manajemen. In E. Sutanta, *Sistem Informasi Manajemen* (pp. 9-10). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar Dasar Pariwisata Edisi II*. Yogyakarta: Andi.
- Suwena, I. K., & Ngurah Widyatmaja, I. G. (2017). Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. In I. K. Suwena, & I. G. Ngurah Widyatmaja, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata* (p. 206). Denpasar: Pustaka Larasan.
- Swasatha, B., & Irawan. (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Theobald, W. F. (2004). *Global Tourism*. Maryland Heights, MO: Butterworth-Heinemann.
- Tillman, B. (2019). *Creative Character Design (2nd ed.)*. Bryan Tillman: CRC Press.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran.Edisi ke III*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

- Tulgan, B. (2013). Meet Generation Z: The Second Generation within The Giant Millennial Cohort. *RainmakerThinking*.
- Wheeler, A. (2009). *Designing brand identity : an essential guide for the entire Branding team* (3 ed.). Hoboken, N.J: John Wiley & Sons.

Sumber Jurnal

- Singh, P., & Pandey, M. (2014). Periklanan *Augmented Reality*: Platform yang Berdampak untuk Keterlibatan Konsumen Era Baru. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 16, 25-27. Retrieved from <http://www.iostjournals.org/>
- Tahyudin, M. I., Fitriyanti, N. A., Dewiyanti, N., Amin, F. S., & Firdaus, M. Y. (2015). Inovasi Promosi Obyek Wisata Menggunakan Teknologi *Augmented Reality* (AR) Melalui Layar berbasis Android. *EJurnal AMIKOM Purwokerto*, 8, 1-13.
- I Dewa, W. D., I Ketut Gede, P. P., & Ni Made, I. M. (2015). Aplikasi *Augmented Reality* Magic Book Pengenalan Binatang Untuk Siswa TK. *Jurnal Lontar Komputer*, 589-596.
- Kurniawan, F. L., & Sayatman. (2018). Perancangan Maskot untuk Memperkuat. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 48. Retrieved November 22, 2021
- Mauludin, R. &. (2017, December). Penerapan *Augmented Reality* Sebagai Media Pembelajaran Sistem Pencernaan pada Manusia dalam Mata Pelajaran Biologi. *Jurnal Edukasi dan Penelitian Informatika (JEPIN)*, 3, 42.
- Mauludin, R., Sukamto, A., & Muhardi, H. (2017, December). Penerapan *Augmented Reality* Sebagai Media Pembelajaran Sistem Pencernaan pada Manusia dalam Mata Pelajaran Biologi. *Jurnal Edukasi dan Penelitian Informatika (JEPIN)*, 3, 42.
- Tahyudin, M. I., Fitriyanti, N. A., Dewiyanti, N., Amin, F. S., & Firdaus, M. Y. (2015). Inovasi Promosi Obyek Wisata Menggunakan Teknologi *Augmented Reality* (AR) Melalui Layar berbasis Android. *E-Jurnal AMIKOM Purwokerto*, 1-13.

Sumber Internet

- DIY, H. (2018, April 29). *Yogyakarta*. <https://Yogyakartaprov.go.id/berita/detail/kampung-flori-wujud-pembangunan-desa-mandiri>. Diunduh 2 Februari 2021
- <https://www.marketingsociety.com/the-library/pepsi-pushes-augmented-reality-max>. Diunduh 3 Februari 2021
- Kirdsaeng, P. (2020, Agustus 28). *thesmartlocal.com*.
<https://thesmartlocal.com/thailand/we-bare-bears-filter/>:
<https://thesmartlocal.com/thailand/we-bare-bears-filter/>. Diunduh 10 Februari 2021
- <https://blog.metavision.com/how-neuroscience-based-ar-can-improve-workplace-performance>. Diunduh 9 Maret 2021.
- Aoun, V. A. *What is the genesis of Instagram?* www.quora.com:
<https://www.quora.com/Instagram-company/What-is-the-genesis-of-Instagram>. Diunduh 9 Maret 2021.
- Chang, A. (2012, September 5). *Hands On: Nokia City Lens Beta — Augmented Reality For Your Lumia Phone.*, from Wired.com:
<https://www.wired.com/2012/05/hands-on-nokia-city-lens-beta-augmented-reality-for-your-lumia-phone/>. Diunduh 13 Maret 2021
- Facebook. (2012, April 9). *Facebook to Acquire Instagram.*, from about.fb.com:
<https://about.fb.com/news/2012/04/facebook-to-acquire-Instagram/>. Diunduh 22 Maret 2021
- Boboc, R. G., M. D., Voinea, G.-D., Postelnicu, C.-C., Popovici, D.-M., & Carrozzino, M. (2019, Februari 22). *Mobile Augmented Reality for Cultural Heritage: Following the Footsteps of Ovid among Different Locations in Europe*. *Journal of Natural Sciences in Archaeology and Cultural Heritage*.
<https://doi.org/10.3390/su11041167>. Diunduh 23 Maret 2021
- Gorelik, B. (2011, Agustus 31). *Apa alasan historis yang ada untuk rasio aspek umum?* Retrieved from qastack.id: <https://qastack.id/photo/15298/what-historic-reasons-are-there-for-common-aspect-ratios>. Diunduh 3 Maret 2021
- Gudeg.net. (n.d.). *Kampung Flory Yogyakarta*. (Citraweb Digital Mutisolusi). Gudeg.net:
<https://gudeg.net/direktori/7813/kampung-flory-Yogyakarta.html>. Diunduh 3 Maret 2021
- Hayati, R. (2020, Mei 7). *Contoh Teknik Analisis Data Kualitatif Karya Ilmiah/Makalah*.
<https://penelitianilmiah.com/contoh-analisis-data-kualitatif/>: Rina Hayati.
Diunduh 24 Maret 2021
- Heath, A. (2014, Mei 30). *Cole Rise on Instagram fame and creating Litely, the hottest new photography app.*, from www.cultofmac.com:
<https://www.cultofmac.com/280994/cole-rise/>. Diunduh 23 Maret 2021

- Setiawan, E. (n.d.). <https://kbbi.web.id/kreatif>. <https://kbbi.web.id>: <https://kbbi.web.id/kreatif>. Diunduh 26 Mei 2021
- Burrows, L. (2020). <https://www.creativebloq.com/features/spark-ar>. Diunduh 27 Mei 2021
- Lexico, O. (2021). https://www.lexico.com/definition/colour_tone. <https://www.lexico.com>: https://www.lexico.com/definition/colour_tone. Diunduh 27 Mei 2021
- Merriam-Webster. (n.d.). <https://www.merriam-webster.com/dictionary/layout>., from <https://www.merriam-webster.com>: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/layout>. Diunduh 27 Mei 2021
- Mubarok, S. (2020). *Apa saja kriteria logo yang baik?* Retrieved from id.quora.com: <https://id.quora.com/Apa-saja-kriteria-logo-yang-baik>. Diunduh 27 Mei 2021
- Nuraeni, N. (2008, Maret 9). <http://pengantarperiklanan.blogspot.com/2008/03/jenis-lay-out-iklan-cetak.html>. Retrieved from <http://pengantarperiklanan.blogspot.com>: <http://pengantarperiklanan.blogspot.com/2008/03/jenis-lay-out-iklan-cetak.html>. Diunduh 27 Mei 2021
- Online, K. B. (n.d.). <https://kbbi.kata.web.id/hiburan/>. Retrieved Mei 26, 2021, from <https://kbbi.kata.web.id>: <https://kbbi.kata.web.id/hiburan/>. Diunduh 27 Mei 2021
- Opus, D. W. (2016, Mei 25). *Gaya Desain Grafis*. www.onlinedesignteacher.com: <https://www.onlinedesignteacher.com/2016/05/graphic-design-styles.html>. Diunduh 27 Mei 2021
- PM, I. (2019, November 13). *infokomputer.grid.id*. Retrieved Februari 3, 2020, from <https://infokomputer.grid.id/read/121917628/ada-games-augmented-reality-shopee-sukses-jual-70-juta-barang>: Indah PM. Diunduh 27 Mei 2021
- Selayang Pandang Kampung Flory Yogyakarta*. (2019). (OTAKStudio) Retrieved Maret 3, 2021, from kampungflory.com: <https://kampungflory.com/kampung-flory/>. Diunduh 27 Mei 2021
- Setiawan, E. (n.d.). <https://kbbi.web.id/huruf>. <https://kbbi.web.id>: <https://kbbi.web.id/huruf>. Diunduh 27 Mei 2021
- Desain, J. (2021, Mei 2). *Mengenal Lebih Lanjut Tentang Tipografi Dan Jenis-jenis Font Serta Pemakaiannya*. <https://www.jagodesain.com>: <https://www.jagodesain.com/2018/07/mengenal-tipografi-dan-jenis-font.html>. Diunduh 7 Oktober 2021
- Fathya, F. (2016, Juni 21). *blog.sribu.com*. Retrieved, from 15 Tips Membuat Brosur yang Menarik dan Menjual: <https://blog.sribu.com/id/tips-membuat-brosur-yang-menarik-dan-menjual/>. 24 November 2021
- Frommer, D. (2010, November 1). *Here's How To Use Instagram*. Retrieved from Business Insider: <https://www.businessinsider.com/Instagram-2010-11?r=US&IR=T>. 24 November 2021

- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2016). *KBBI Daring*. (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa). kbbi.kemdikbud.go.id: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/wisata>. Diunduh 10 Oktober 2020
- <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/denah>. (2016). *de.nah /dènah/*. Diunduh 29 Oktober 2020
- <https://kbbi.web.id/kampung>. (2022, Januari 20), from KBBI: <https://kbbi.web.id/modern>. Diunduh 30 Oktober 2020
- <https://kbbi.web.id/filter>. (n.d.). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Kamus Besar Bahasa Indonesia: <https://kbbi.web.id/filter>. Diunduh 29 Oktober 2020
- <https://kbbi.web.id/modern>. (n.d.). *KBBI*, from KBBI: <https://kbbi.web.id/modern>. Diunduh 30 Oktober 2020
- <https://kbbi.web.id/teknologi>. (n.d.). *KBBI*. KBBI: <https://kbbi.web.id/teknologi>. Diunduh 30 Oktober 2020
- <https://www.merriam-webster.com/dictionary/game>. (n.d.). *Merriam-Webster*. Merriam-Webster: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/game>. Diunduh 30 Oktober 2020
- <https://fonts.google.com/specimen/Lato#about>. *Lato*. KBBI: <https://fonts.google.com/specimen/Lato#about>. Diunduh 24 Januari 2022
- Wilson, R. F. (2018, Mei 5). *Practicale Commerce*, dari Practicale Commerce: <https://www.practicalecommerce.com/viral-principles>. Diunduh 30 Oktober 2020
- Wolfard, A. (2021, Maret 24). *Fungsi dan Pengaruh Warna Terhadap Suasana Hati*. Retrieved from <https://interiordesign.id/>: <https://interiordesign.id/psikologi-warna/#h-pengaruh-warna-biru-merah-dan-kuning>. Diunduh 30 Oktober 2021
- Lestari, I. (2019, September 15). *6 Syarat Peta yang Baik Agar Peta Mudah Dibaca*. ilmugeografi.com: <https://ilmugeografi.com/kartografi/syarat-peta-yang-baik>
- Setiawan, E. (n.d.). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*, from kbbi.web.id: <https://kbbi.web.id/iklan>. Diunduh 20 November 2021
- Swisher, K. (2013, Juni). *THE MONEY SHOT*. Retrieved from www.vanityfair.com: <https://www.vanityfair.com/news/business/2013/06/kara-swisher-Instagram>. Diunduh 27 Mei 2021
- Systrom, K. (2016, Januari 12). *What is the genesis of Instagram?*, from www.quora.com: <https://www.quora.com/Instagram-company/What-is-the-genesis-of-Instagram>. Diunduh 23 Maret 2021
- INDE. (2019, September 4). *The Brief History of Social media AR Filters*. www.industry.com: <https://www.industry.com/blog/the-brief-history-of-social-media-ar-filters>. Diunduh 23 Maret 2020
- Indonesia, K. P. (2016). https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/perangkat_lunak. <https://kbbi.kemdikbud.go.id>: https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/perangkat_lunak. Diunduh 23 Maret 2020

Wicaksono, P. (2019, maret 15). *Kampung Flory, Alternatif Wisata di Yogya yang Bikin Jatuh Hati*. (Susandijani, Editor). travel.tempo.co:
<https://travel.tempo.co/read/1185406/kampung-flory-alternatif-wisata-di-yogya-yang-bikin-jatuh-hati/full&view=ok>. 3 Maret 2020