

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



PENCiptaan KARYA DESAIN

Oleh:

Zainal Arifin

PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2016

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN APLIKASI *SMARTPHONE*
SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA ALAM
YOGYAKARTA



PENCIPTAAN KARYA DESAIN

Oleh:

Zainal Arifin

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S-1
dalam bidang Desain Komunikasi Visual
2016

Tugas Akhir Desain berjudul:

PERANCANGAN APLIKASI *SMARTPHONE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA ALAM YOGYAKARTA

Diajukan oleh Zainal Arifin NIM 101 1997 024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir tanggal 19 Januari 2016 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Ketua /Anggota

M. Faizal Rochman, S.Sn., MT.
NIP 19780221 200501 1 002

Pembimbing II/ Anggota

Anji Haryanto, S.Sn., M.Sn.
NIP 19801125 200812 1 003

Cognate/ Anggota

Terra Bai rasrosa, S.Sn., M.Sn.
NIP 19870412200604 1 004

Karnadi DKV/ Anggota

Drs. Martono Karnadi, M.Sn.
NIP 19650209 199512 1 001

Ketua Jurusan Desain/ Ketua

Drs. Baskoro SB, M.Sn.
NIP 19650522 199203 1 003

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Suastiwi T, M.Des.
NIP 19590802 1988032002

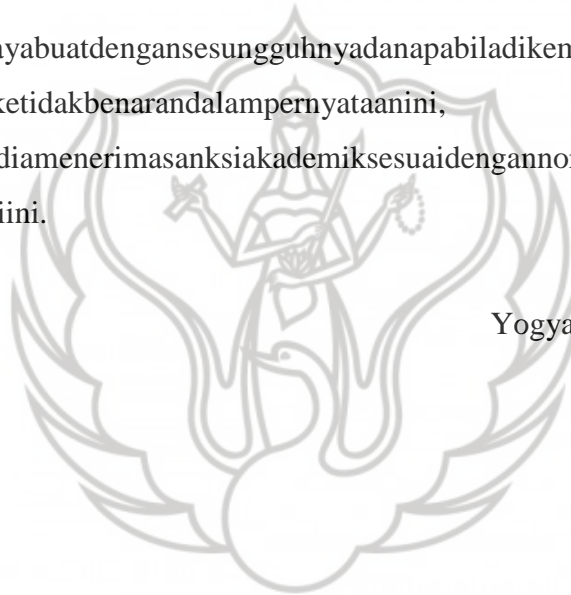
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul **PERANCA
NGAN APLIKASI SMARTPHONE SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA
ALAM** **YOGYAKARTA** merupakan hasil penelitian,
pemikiran dan pemaparan asli dari penulis sendiri,
baik dalam naskah laporan maupun kegiatan yang
tercantum sebagai bagian dari Laporan Tugas Akhir ini. Apabila terdapat karya orang
lain, penulis akan mencantumkan sumber secara jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat pen
yimpang dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini,
maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan norma yang berlaku di
perguruan tinggi ini.

Yogyakarta, 19 Januari 2016

Zainal Arifin



QUOTE

Just do it

-NIKE-



KATA PENGANTAR

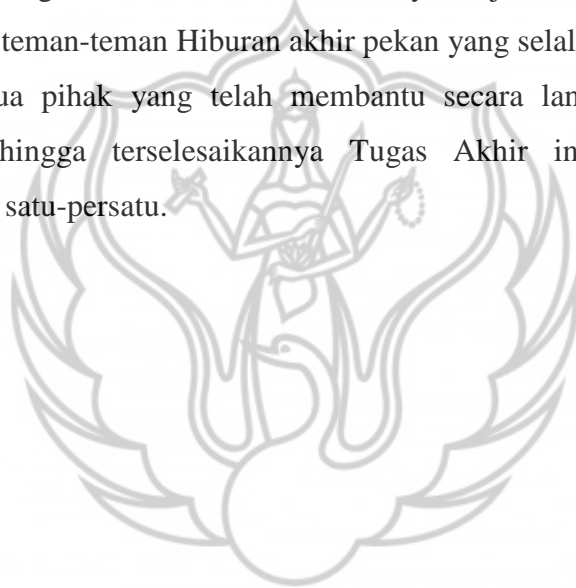
Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat, penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir Karya Desain ini dengan baik.

Tugas Akhir ini merupakan tugas karya penciptaan melalui sebuah perancangan karya yang harus diselesaikan sebagai salah satu syarat guna mengakhiri studi pada jenjang Strata Satu (S1) di Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta. Judul dari Tugas Akhir ini adalah “Perancangan Aplikasi Smartphone Sebagai Media Promosi Wisata Alam Yogyakarta”.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya yang ditujukan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa beserta ciptaannya.
2. Bapak Prof. Dr. M. Agus Burhan, M. Hum, selaku Rektor ISI Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Suastiwi, M.Des. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Baskoro SB, M.Sn selaku Ketua Jurusan Desain ISI Yogyakarta.
5. Bapak Drs. Hartono Karnadi, M.Sn. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta.
6. Bapak M. Faizal Rochman, S.Sn., MT selaku Dosen Pembimbing I yang sudah membantu memberi arahan, membimbing, memotivasi, sehingga karya ini dapat diselesaikan.
7. Bapak Andi Haryanto, S.Sn., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing II yang sudah membantu memberi arahan, membimbing, memotivasi, sehingga karya ini dapat diselesaikan.
8. Bapak, Terra Bajraghosa, M.Sn. selaku *cognate* Tugas Akhir dan selaku dosen wali.
9. Seluruh staff pengajar dan karyawan Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta dan Seluruh Karyawan Akmawa Jurusan Seni Rupa ISI Yogyakarta yang banyak membantu dan memperlancar studi penulis.

10. Bapak saya Solichin dan Ibu saya Siti Asyah yang memberikannya semangat untuk saya. Serta kakak dan adik saya yang selalu memberikan semangat.
11. Teman-teman angkatan 2010 yang selalu mendukung, membantunya dalam Tugas Akhir, Kalian istimewa, terimakasih sudah menjadi rekan-rekan yang menggemirakan.
12. Rekan-rekan yang bersama-sama menempuh Tugas Akhir.
13. Teman-teman Kontraan Bpk. Supri (Ambon, Abi, Bimo, Doni, Reog, Oby), teman kost Hijau Hermiyati (Azik, Ega, Iwan) teman kontraan Druwo (Ajik, Bolot, Gepeng, Yeriko, Billal, Dia, Ekoy, Paijo, Regio) teman kampung Sawit, dan teman-teman Hiburan akhir pekan yang selalu membuat tertawa.
14. Serta semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.



Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu saran dan kritik membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan penyusunan Tugas Akhir.

Akhirnya penulis mohon maaf apabila ada kekurangan maupun kesalahan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Semoga bermanfaat bagi banyak pihak. Terimakasih.

Yogyakarta, 12 Januari 2015



Zainal Arifin

ABSTRAK

Zainal Arifin

PERANCANGAN APLIKASI *SMARTPHONE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI WISATA ALAM YOGYAKARTA

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. Dengan sistem operasi android sebagai media utamanya. Android digunakan karena pasar OS android banyak digunakan di Indonesia.

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

Zainal Arifin

***Designing Smartphone App asa Promotional Medium
for Natural Tourism in Yogyakarta.***

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 challege, 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. This app is using android operational system as the main media because android is an OS that used by Indonesian people the most.

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.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN DEDIKASI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
<i>QUOTE</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB IPENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Tujuan Perancangan.....	6
E. Manfaat Perancangan.....	6
F. Metode Perancangan.....	7
G. Skematika Perancangan.....	9
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS	10
A. Identifikasi data.....	10
1. Tinjauan Perancangan.....	10
a. Definisi Pariwisata.....	10
b. Definisi Wisatawan.....	10
1) Wisatawan masal kelompok.....	10
2) Wisatawan masal individu.....	11
3) Penjelajah atau <i>Explore</i>	11
4) Petualang atau <i>Drifter</i>	11

c. Definisi Wisata Alam	12
1) Gunung Merapi.....	12
2) Gunung Api Purba.....	16
3) Pantai Sanglen	19
4) Pantai Wediombo	22
5) Sandboarding Parangkusumo	24
6) Merapi <i>Lava Tour</i>	27
2. Aplikasi Android.....	30
a. Sejarah Operating Sistem Android.....	30
b. Pengertian Aplikasi	31
c. Aplikasi menggunakan media navigasi	31
d. <i>User Interface</i>	33
e. <i>User Experience</i>	34
f. <i>Prototype</i> 35	
g. <i>Layout</i> 36	
3. Promosi wisata melalui <i>mobile app</i>	38
B. Analisis Pemasaran	40
1. <i>Market Positioning</i>	40
a. <i>Market share</i>	40
b. Khalayak sasaran adventure	40
C. Analisis data.....	41
D. Analisis media.....	42
E. Analisis objek.....	43
BAB III KONSEP PERANCANGAN	45
A. TujuanPerancangan.....	45
B. Konsep Perancangan.....	45
C. Konsep Kreatif	45
1. TujuanKreatif	46
2. StrategiKreatif	46
3. IsiPesan.....	47

D. Konsep Media	50
E. Strategi Visual	64
BAB IV VISUALISASI.....	71
A. Studi Visual.....	71
1. Data Wisata Alam	71
2. Studi Logo.....	74
3. Skenario	80
4. <i>Wireframe</i>	81
5. <i>Rough</i> Tombol dan icon.....	82
6. Final icon	85
7. <i>Rough Layout</i>	86
8. Final Layout.....	90
B. Media Pendukung	101
1. <i>Rough layout ads banner</i>	101
2. <i>Final layout ads banner</i>	102
3. Penerapan <i>ads banner</i>	103
4. <i>T-shirt</i>	104
5. Topi.....	105
6. Emblem.....	105
7. Sticker pack.....	106
8. Pin	106
BAB V PENUTUP	107
A. Kesimpulan.....	107
B. Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN	111

DAFTAR GAMBAR

Grafik1 :Jumlah kunjungan wisatawan Yogyakarta	3
Grafik2 : Perkembangan jumlah pengguna Smartphone di Indonesia.....	4
Grafik3 : Perkembangan OS android di Indonesia	4
Grafik4 : Diagram pengguna OS android di Dunia	5
Grafik5 :Presentase aplikasi paling banyak di unduh	5
Gambar1 :Sistematika perancangan.....	9
Gambar2 : <i>Sign system</i> Taman Nasional Gunung Merapi	13
Gambar3 :Pasar bubrah	14
Gambar4 :Jalur pendakian Gunung Merapi	15
Gambar5 :Salah satu puncak Gunung api purba	16
Gambar6 :Jalur pendakian Gunung api purba.....	17
Gambar7 : Jalur pendakian Gunung api purba.....	18
Gambar8 :Pantai Sanglen	19
Gambar9 : Area camping ground	20
Gambar10 :Pemandangan sunrise dari atas bukit	21
Gambar11 :Pantai Wediombo	22
Gambar12 :Jalan menuju pantai Wediombo	23
Gambar13 : Api unggun.....	23
Gambar14 : Gumuk pasir Parangkusumo	24
Gambar15 :Bukit gumuk pasir	25
Gambar16 :Meluncur di atas papan	26
Gambar17 :Suasana senja di gumuk pasir	26
Gambar18 : <i>Trail lava tour</i>	27
Gambar19 :Jalan yang akan dilewati	28
Gambar20 :Museum mini	29
Gambar 21: UI pada aplikasi Tripoto.....	32
Gambar22 :UI pada aplikasi Touristeye	32
Gambar 23: Contoh UI.....	33
Gambar24:Contoh pengguna UI	34

Gambar25 :Contoh <i>Prototype</i>	35
Gambar26 :Contoh <i>Layout</i>	36
Gambar27 : <i>Loading screen</i>	37
Gambar28 : <i>Layout menu</i>	37
Gambar29 : <i>Layout navigasi</i>	38
Gambar30 :Contoh gaya <i>White space</i>	65
Gambar31 :Acuan warna yang akan digunakan.....	66
Gambar32 : <i>Typografi</i>	67
Gambar33 :Contoh <i>layout</i> menggunakan aimetris dan simetris	68
Gambar34 :Contoh icon dengan gaya grunge.....	69
Gambar35 :Diagram navigasi	70
Gambar36 :PasarBubrah, GunungMerapi.....	71
Gambar37 :GunungApiPurba, Nglangeran.....	72
Gambar38 :PantaiSanglen, GunungKidul.....	72
Gambar39 :PantaiWediombo, GunungKidul.....	72
Gambar40 :GumukPasir, Parangkusumo.....	73
Gambar41 :Merapi Lava Trail	73
Gambar42 :Sketsa logo	74
Gambar43 :Final logo	75
Gambar44 :Penggunaan font pada logo	76
Gambar45 :Logo positif	77
Gambar46 :Logo negatif	77
Gambar47 :Logo grid	78
Gambar48 : Skala logo.....	79
Gambar49 :Rancangan <i>wireframe</i>	81
Gambar50 :Sketsa icon objek wisata	82
Gambar51 :Sketsa icon informasi	83
Gambar52 :Sketsa icon media sosial.....	84
Gambar53 :Final icon objek wisata	85
Gambar54 :Final icon informasi	85
Gambar55 :Final icon media sosial.....	85

Gambar56 :Rough layout home.....	86
Gambar57 :Rough layout main menu.....	87
Gambar58 :Rough layout objek wisata	88
Gambar59 :Rough layout menu informasi	89
Gambar60 :Final layout home	90
Gambar61 :Final layout menu gunung	91
Gambar62 :Final layout halaman Gunung Merapi	92
Gambar63 :Final layout halaman menu informasi dan gallery.....	93
Gambar64 :Final layout halaman Gunung api purba	94
Gambar65 :Final layout halaman menu pantai	95
Gambar66 :Final layout pantai Sanglen.....	96
Gambar67 :Final layout pantai Wediombo	97
Gambar68 :Final layout menu adventure	98
Gambar69 :Final layout halaman Sandboarding	99
Gambar70 :Final layout halaman Merapi lava tour.....	100
Gambar71 :Rough layout ads bannner	101
Gambar72 :Final layout ads banner	102
Gambar73 :Konsep penerapan ads banner	103
Gambar74 :Konsep penerapan ads banner	103
Gambar75 : Desain T-shirt.....	104
Gambar76 : Desain topi trucker	105
Gambar77: Desain emblem.....	105
Gambar78 : Desain sticker pack	106
Gambar79 : Desain pin.....	106

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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.

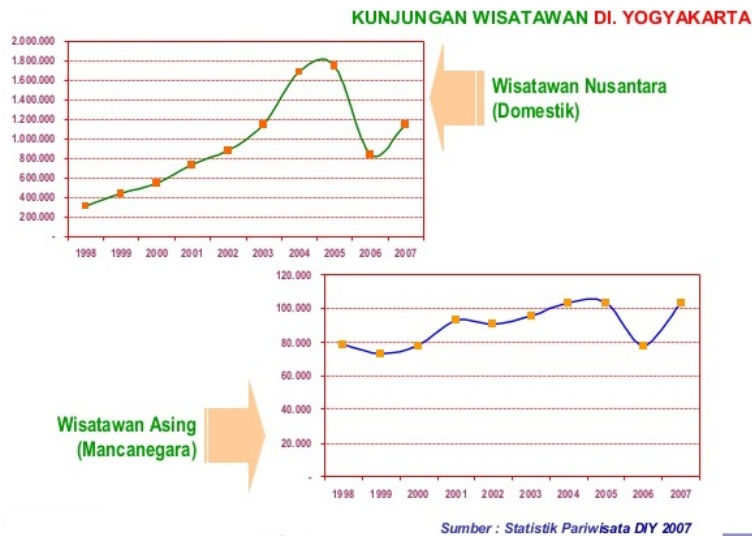
Salah satu tempat yang menjadi destinasi surga bagi para *traveler* adalah Yogyakarta. Banyaknya tempat objek wisata mulai dari wisata *Culture and Art* (seni dan budaya), wisata *History* (sejarah), wisata kuliner, wisata *Shop* (belanja), dan *Nature* (alam) menjadikan Yogyakarta sebagai salah satu 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 rekreasi 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 memilih 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.



Grafik 1. Jumlah kunjungan wisatawan di Yogyakarta dari tahun 1998-2007
 (Sumber : Badan Statistik provinsi DIY
<http://www.slideshare.net/EddyPurnomo/merencanakan-dan-melaksanakan-kegiatan-pemasaran-by-odoritour-tour-operator-di-jogjatour-operator-di-yogyakarta>)

Di era perkembangan teknologi yang sangat pesat, dalam beberapa aspek sudah mengubah pola kehidupan masyarakat. Teknologi telah memberikan kemudahan berinteraksi antara satu dengan yang lain, serta memberikan kemudahan seseorang dalam menjalankan aktifitasnya. Media baru yang dapat memberikan kemudahan untuk saling berinteraksi satu sama lain. Mudahnya dalam mengakses letak objek wisata yang akan dikunjungi, berapa jarak yang akan di tempuh, dan dapat berbagi cerita menarik akan pengalaman Adventure di kota Yogyakarta menjadikan media yang satu ini layak untuk di jadikan bentuk promosi wisata Alam dan *Outdoor* di Yogyakarta.

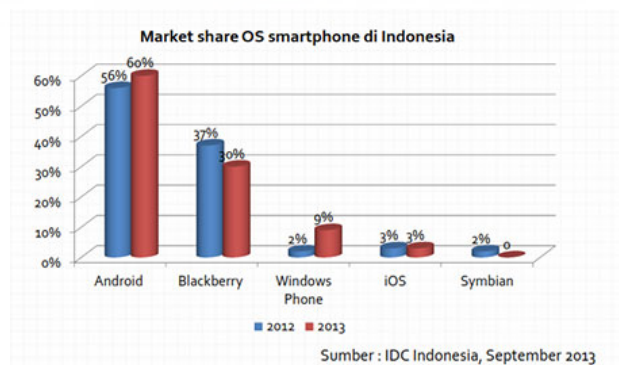
Pada saat ini perkembangan *smartphone* di Indonesia semakin berkembang pesat hampir sebagian masyarakat Indonesia telah menggunakan *smartphone*. Sebuah laporan baru dari Emarketer menyatakan bahwa Indonesia akan melampaui 100 juta pengguna *smartphone* aktif pada tahun 2018. Hal ini menjadikan negara terbesar

keempat di dunia setelah China, India, dan Amerika Serikat. Dapat di lihat pada (*grafik 2*) pertumbuhan pengguna *Smartphone* di Indonesia.



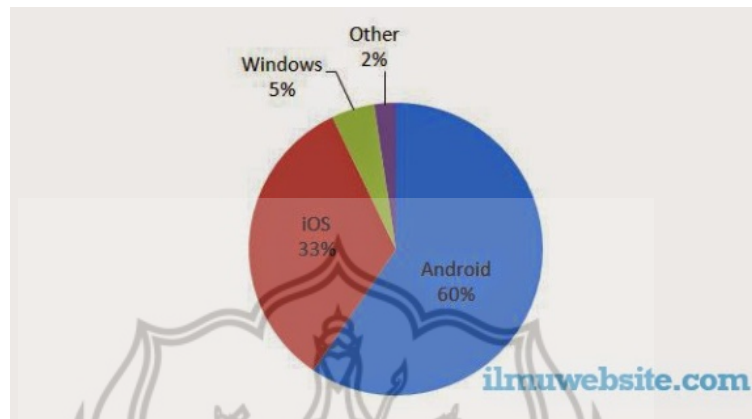
Grafik 2 Perkembangan Jumlah pengguna *Smartphone* di Indonesia dari tahun 2013-2018
(Sumber : Emarketer
<http://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-smartphone-di-indonesia-2018/>)

Terlepas dari meningkatnya jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia, penggunaan OS (*oprating system*) di Indonesia pun taklepas dari perseteruan antara Apple dan Samsung. Sistem operasi Android bisa di bilang menjadi no satu seiring popularitasnya yang semakin meroket. Menurut data IDC pada tahun 2013, Android menjadi sistem operasi favorit di Indonesia dengan market share 60% sedangkan pesaing abadinya IOS hanya mencapai 3% dapat terlihat pada (*grafik 3*).



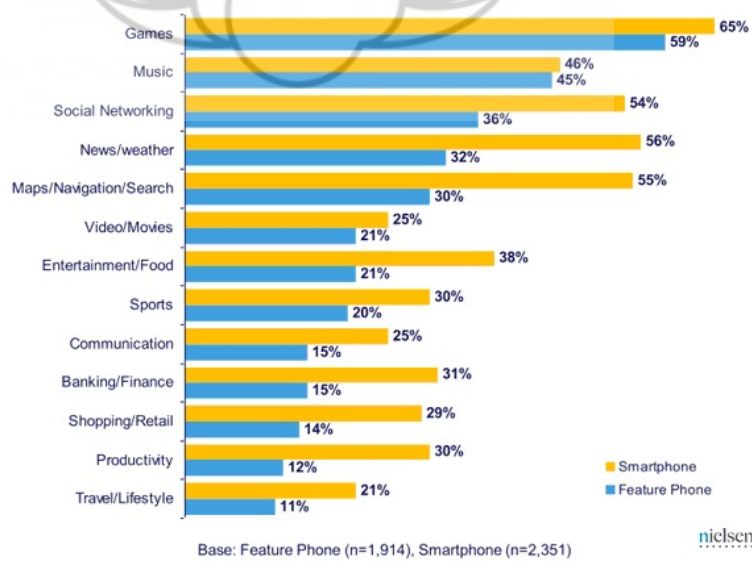
Grafik 3 Grafik perkembangan OS Android di Indonesia dari tahun 2012-2013
(Sumber : <http://inet.detik.com/read/2014/05/23/113001/2590524/317/android-yang-menggigit>)

Bukan hanya di Indonesia saja, sistem operasi android juga paling banyak di gunakan terlihat pada (diagram 4) sebanyak 60% penduduk dunia menggunakan sistem operasi android untuk melakukan aktivitas sehari-harinya. Ini membuktikan bahwa pengguna internet paling banyak berasal dari *smartphone* yang menggunakan sistem operasi android.



Grafik 4 Diagram pengguna OS Android di Dunia
 (Sumber : <http://komputer.ilmuwebsite.com/2014/08/sisi-lain-linux-sistem-operasi-populer.html>)

Pada (grafik 5) menunjukkan presentase jenis aplikasi yang paling banyak di unduh oleh pengguna *smartphone* melalui google play store.



Grafik 5 Grafik presentase aplikasi yang paling banyak di unduh oleh pengguna *smartphone*
 (Sumber : <http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2010/the-state-of-mobile-apps.html>)

Dari data-data diatas dapat disimpulkan bahwa teknologi telah menjadi gaya hidup oleh sebagian masyarakat, karena itu perlu untuk dibuat suatu perancangan aplikasi *smartphone* yang dapat memberikan informasi mengenai objek wisata alam yang komunikatif, informatif, mudah dibawa, dalam bentuk navigasi yang memudahkan *traveler* menuju objek wisata yang diinginkan.

B. 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?

C. Batasan Masalah

Perancangan aplikasi ini berupa aplikasi *smartphone* menggunakan sistem oprasi Android sebagai medianya. Didalamnya terdapat informasi tentang objek wisata alam yang ada di Yogyakarta. Terdapat 3 kategori yang pertama gunung, pantai, dan *adventure*.

D. Tujuan Perancangan

Merancang multimedia interaktif berupa berupa aplikasi pada *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.

E. Manfaat Perancangan

Manfaat dari perancangan ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat bagi target *audience*(wisatawan): Sebagai media sosial untuk memudahkan para wisatawan mencari sebuah informasi mengenai wisata Alam dan *Outdoor* yang ada di kota Yogyakarta.

2. Manfaat bagi mahasiswa desain komunikasi visual; Perancangan aplikasi dapat menjadi pengalaman dalam menciptakan sebuah Aplikasi yang informatif dan komunikatif serta memberikan kemudahan bagi target *audience*.
3. Manfaat bagi dinas pariwisata kota Yogyakarta; dapat meningkatkan kunjungan pariwisata lokal maupun mancanegara yang akan berkunjung di kota Yogyakarta.

F. Metode Perancangan

1. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dari berbagai sumber pustaka dan studi literatur dari berbagai media baik media konvensional cetak maupun media *online*.

Pengumpulan data juga dilakukan dengan mengunjungi obyek wisata secara langsung untuk memastikan informasi yang akurat.

2. Metode analisis data

Dari semua data yang diperoleh, dapat di ambil suatu proses analisis yaitu dengan menggunakan 5W+1H (*What, Why, Who, Where, When, How*) yaitu:

a. *What* / Apa yang dibuat?

Apa yang akan menjadi obyek dalam perancangan *smartphone* wisata alam Yogyakarta?

b. *Why* ?

Mengapa merancang sebuah aplikasi *smartphone* wisata alam Yogyakarta?

c. *Who*?

Siapa target *audience* nya dari perancangan aplikasi *smartphone* wisata alam Yogyakarta ini?

d. *Where?*

Dimana saja tempat obyek wisata alam yang akan di angkat dalam aplikasi *smartphone*?

e. *When ?*

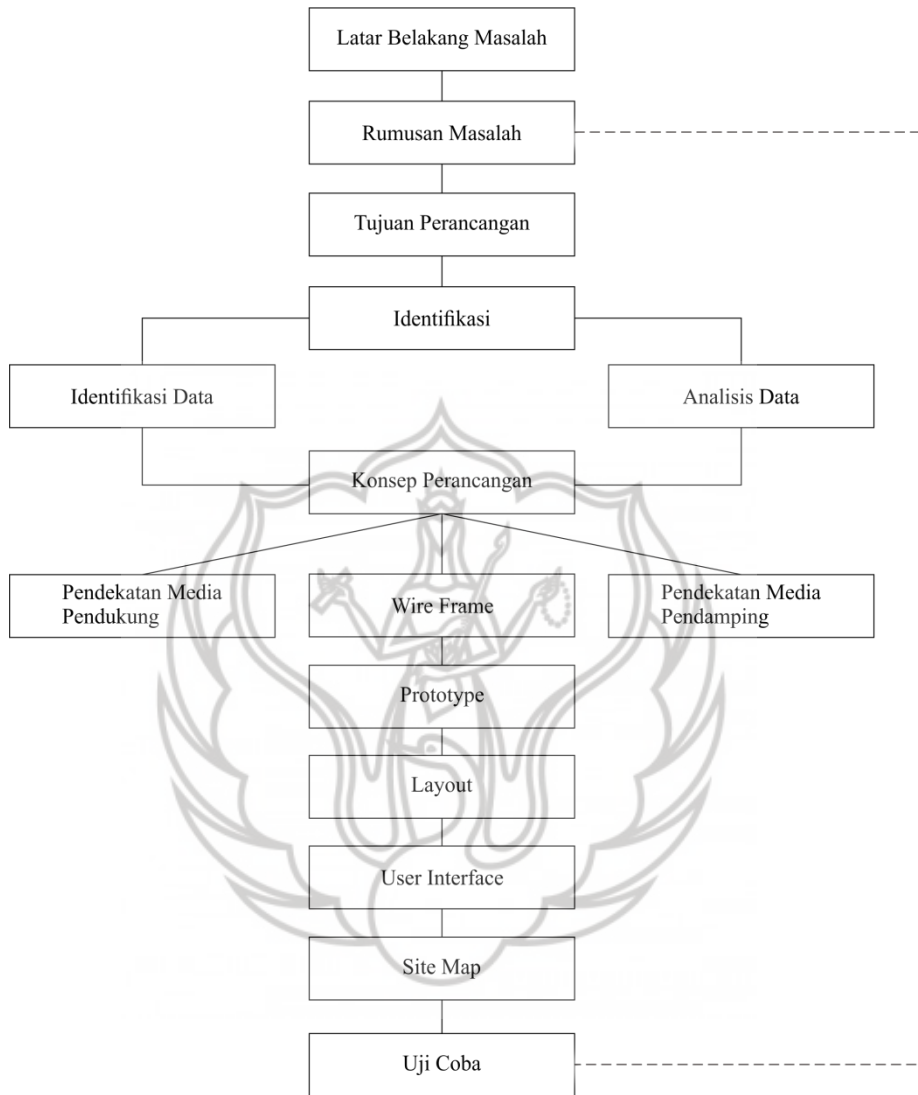
Kapan perancangan aplikasi *smartphone* ini bisa diunduh oleh target *audience*?

f. *How?*

Bagaimana penyajiannya aplikasi *smartphone* wisata alam Yogyakarta?



G. Skematika Perancangan



Gambar 1. Sistematika perancangan