

BAB V

PENUTUP

A. 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.

Lewat media aplikasi *smartphone*, yang bertema wisata alam Yogyakarta diharapkan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan lokal maupun mancanegara yang sedang berkunjung di Yogyakarta. Beberapa media konvensional seperti blog *traveler* sampai web yang membahas wisata alam Yogyakarta, namun masih belum lengkap informasinya.

1. Dalam mengumpulkan sebuah data membutuhkan proses yang cukup memakan waktu, karena untuk menuju satu objek ke objek lainnya jarak yang ditempuh cukup jauh dan menghabiskan biaya yang tidak sedikit.
2. Untuk merancang sebuah aplikasi *smartphone* dibutuhkan pemahaman mulai dari, membuat *rough layout*, riset, membuat *wireframe* dan *prototype*, uji coba *prototype*.
3. Dalam perancangan ini

B. Saran

Aplikasi Android ini masih jauh dari sempurna, proses pencarian data cukup memakan waktu dan biaya. Karena jarak dari satu objek ke objek wisata lain cukup jauh. Proses pengumpulan data seharusnya bisa lebih baik dan teliti lagi.

1. Saran bagi Target Audience

Mengeksplorasi dan menggali potensi alam yang dimiliki oleh bangsa Indonesia, serta mencintai alam dan lingkungannya. Diharapkan konten yang terdapat di dalam aplikasi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi para *travelers* yang sedang menikmati liburan.

2. Saran bagi Mahasiswa

Dalam proses pembuatan aplikasi ini diharapkan manajemen pembagian waktu, mulai dari pencarian data hingga proses editing agar target yang diinginkan tepat waktu. Dalam merancang sebuah aplikasi perlu adanya pengujian sebelum aplikasi ini di publish ke masyarakat. Tujuannya untuk mendapatkan *User Experience* yang humanis dan dapat diterima oleh target *audience*.

Semoga dengan perancangan ini akan menambah inspirasi bagi mahasiswa lainnya, teman-teman *travelers*, teman-teman desainer, mungkin setelah melihat aplikasi ini teman-teman akan lebih mencintai alam Indonesia. Dan bangga menjadi bangsa Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

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

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.

Tautan

<http://liburanjogja.co.id/obyek-wisata-outdoor-dan-adventure-liburan-jogja/>(di akses pada tanggal 19 Februari 2015 pukul 02.17 WIB)

<http://www.yogyes.com/id/yogyakarta-tourism-object/nature-and-outdoor/>(di akses pada tanggal 19 Februari 2015 pukul 02.20 WIB)

<https://condotelyogyakarta.wordpress.com/tag/condotel-murah-yogya/>(di akses pada tanggal 03 Maret 2015 pukul 15.41 WIB)

<http://wisata.javaindonesia.org/yogyakarta/indahnyagumukparangkusumopadangpasirnyakotayogyakarta/>(di akses pada tanggal 03 Maret 2015 pukul 21.00 WIB)

<http://www.wisatajogja.biz/cave-tubing-di-kali-suci.htm>(di akses pada tanggal 04 Maret 2015 pukul 14.00 WIB)

<http://inet.detik.com/read/2014/05/23/113001/2590524/317/2/android-yang-menggigit>(di akses pada tanggal 04 Maret 2015 pukul 14.00 WIB)

<http://dilihatya.com/1178/pengertian-aplikasi-menurut-para-ahli>(di akses pada tanggal 04 Maret 2015 pukul 15.00 WIB)

<http://mix.co.id/brand-communication/digital-brand-communication/pengaruh-tren-digital-terhadap-masa-depan-pemasaran-wisata>(di akses pada tanggal 04 Maret 2015 pukul 17.00 WIB)

