

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Perancangan Aplikasi sebagai Panduan Wisata Candi di Yogyakarta adalah salah satu wujud atas kepedulian akan pentingnya suatu media yang mampu menginformasikan dan mengkomunikasikan tentang keberadaan obyek wisata Candi di Yogyakarta beserta sejarah singkatnya. Candi merupakan warisan budaya Indonesia yang sudah selayaknya untuk dilestarikan oleh setiap generasi. Generasi yang berkembang dari masa ke masa tentunya mengalami banyak sekali perubahan mengenai cara memperoleh informasi.

Berkaitan dengan cara memperoleh informasi tersebut, dibutuhkan suatu media yang mampu mengkomunikasikan isi dari informasi agar dapat diterima dan dipahami oleh target audience. Target audience yang sesuai dengan kondisi dan perkembangan jaman saat ini. Candi di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah peninggalan sejarah dan budaya yang patut dilestarikan, sedangkan target audience adalah wisatawan domestik maupun mancanegara yang erat dengan perkembangan teknologi. Teknologi telekomunikasi disini adalah *mobile phone* atau tablet dengan akses internet dan memungkinkan memuat aplikasi-aplikasi sebagai nilai jualnya. Sehingga pilihan yang tepat jika dirancang sebuah media berbentuk aplikasi yang akrab dengan penggunanya (target audience).

Karakteristik aplikasi berbentuk multimedia interaktif ini sangat akrab dengan target audience sebagai pengguna *smart phone* atau tablet. Jadi, informasi mengenai candi-candi di Daerah Istimewa Yogyakarta akan sangat mudah dikomunikasikan melalui media ini. Target audience bisa berinteraksi langsung melalui *icon-icon (button)* di *interface* aplikasi ini. Informasi yang termuat disajikan secara ringkas namun mampu memenuhi kebutuhan target audience mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata candi di

Daerah Istimewa Yogyakarta. Peta wilayah, hotel atau penginapan, transportasi, resto/rumah makan yang dekat dengan area wisata candi juga menjadi bagian informasi yang berusaha dikomunikasikan secara efektif kepada target audience.

Aplikasi berbentuk multimedia interaktif ini menjadi penyambung informasi kepada target audience yang semula hanya berwujud media-media konvensional menjadi media baru secara digital. Digitalisasi obyek pariwisata merupakan solusi untuk lebih mendekatkan obyek pariwisata khususnya candi-candi di Yogyakarta kepada target audience saat ini.

## **B. Saran**

Candi sebagai warisan sejarah dan budaya Indonesia sudah selayaknya untuk dilestarikan. Berwisata ke Candi bukanlah hal yang dianggap kuno jika dibandingkan dengan mengunjungi taman-taman rekreasi yang dibangun di era sekarang. Keberadaan obyek wisata candi harusnya tidak kalah menarik bagi wisatawan domestik atau mancanegara. Nilai sejarah dan budaya sudah sepantasnya menjadi kebanggaan generasi kita dan daya tarik bagi wisatawan mancanegara yang tidak memiliki warisan seperti kita.

Perancangan Aplikasi sebagai Panduan Wisata Candi di Yogyakarta menjadi salah satu solusi untuk mengkomunikasikan secara verbal dan visual secara digital tentang keberadaan candi beserta sejarah singkatnya. Target audience diharapkan menjadi *aware* terhadap wisata candi beserta sejarahnya, sehingga timbul ketertarikan untuk berwisata obyek tersebut.

Efektifitas dan efisiensi penyampaian pesan (informasi) yang ada menjadi keharusan yang perlu disadari dalam setiap perancangan media. Visualisasi yang menarik, pengemasan tulisan (verbal) yang jelas dan mudah dipahami oleh target audience menjadi kunci pokok keberhasilan untuk mengkomunikasikan pesan atau informasi. Multimedia Interaktif (aplikasi) di mana ditempatkan pada suatu media *mobile phone* atau tablet adalah contoh bagaimana seorang perancang ide kreatif atau desainer yang melek media. Tidak hanya media yang konvensional saja, namun media yang lebih

mengikuti perkembangan jaman. Tentu saja tanpa meninggalkan pemahaman tentang karakteristik target audience.



## Daftar Pustaka dan Rujukan

- Binanto, Iwan., *Multimedia Digital: Dasar Teori dan Pengembangannya*, Yogyakarta: Andi Publisher, 2008
- Craford, C., "The Art of Interactive Design", *A euphonious and illuminating guide to building successful software*, San Francisco: No Starch Press., 2003
- Furht, B, *Handbook of multimedia for digital entertainment and arts*, London: Springer Science + Business Media., I.L.C 2009
- Jordaan, Roy., *Memuji Prambanan, Bunga Rampai Para Cendekiawan Belanda Tentang Kompleks Percandian Loro Jonggrang*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, KITLV-Jakarta, 2009
- Kasilo, Djito., *Komunikasi Cinta, Menembus G-Spot Konsumen Indonesia*, Jakarta: KPG (Kepustakaan Populer Gramedia), 2008
- Komplek Percandian Prambanan (Loro Jonggrang), dan Candi Candi Sekitarnya*, PT. Taman Wisata Candi, Borobudur Prambanan Dan Ratu Boko, Unit Taman Wisata Candi Prambanan
- Padmiyati D. I., *Buku Saku Panduan Wisata Jogja*, Yogyakarta: Naiine Aksara, 2011
- Putra, Darma., *Pengolahan Citra Digital*, Yogyakarta: Andi Publisher, 2010
- Sanyoto E, Sadjiman, *Dasar-Dasar Tata Rupa & Disain (Nirmana)*, Yogyakarta: Arti Bumi Intaran, 2005



*The Magnificent World Cultural Heritage Site, The Largest Buddhist Temple In  
The World, PT. Taman Wisata Candi, Borobudur, Prambanan Dan Ratu Boko  
(persero), Unit Taman Wisata Candi Prambanan*

