

PERANCANGAN *PROTOTYPE* APLIKASI *MOBILE* UNTUK WISATA PANGALENGAN BANDUNG

Muhammad Irsyaad Abdillah Darusiam¹, Dicky Hidayat², Aria Ar Razi³

^{1,2,3} Universitas Telkom, Bandung

irsyadabdlh@telkomuniversity.ac.id¹, dickyhidayat@telkomuniversity.ac.id²,
ariarrazi@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak: Berwisata merupakan kegiatan yang banyak dilakukan pada saat masa liburan tiba. Ada beberapa kategori wisata yang dijadikan kegiatan pada saat masa liburan tiba yaitu wisata kuliner, wisata sejarah budaya dan juga wisata alam, Pangalengan adalah salah satu destinasi wisata kala masa liburan tiba, namun terdapat beberapa kekurangan jika ingin mengunjungi tempat Pangalengan karena kurangnya media informasi terkait tempat tempat yang ada di Pangalengan yang dapat dikunjungi oleh masyarakat. Metode perancangan yang akan digunakan dalam pengumpulan data dari perancangan ini adalah observasi, wawancara, dan kuesioner. Kemudian dianalisis dengan matriks perbandingan sehingga mendapatkan penarikan kesimpulan dari data-data yang telah dianalisis. Hasil perancangan *prototype* ini dibuat sebagai *platform* yang akan membantu masyarakat khususnya *user* untuk lebih mudah mendapatkan informasi mengenai tempat wisata di pangalengan.

Kata kunci: *Prototype*, Aplikasi *Mobile*, Pariwisata, Pangalengan

Abstract: *Traveling is an activity that is often done during the holidays. There are several categories of tourism that are used as activities during the holiday period, namely culinary tourism, cultural history tourism and also nature tourism, Pangalengan is one of the tourist destinations when the holiday period arrives, but there are some drawbacks if you want to visit Pangalengan because of the lack of media information related to the place. places in Pangalengan that can be visited by the public. Design methods that will be used in collecting data from this design are observation, interviews, and questionnaires. Then it is analyzed with a comparison matrix so that conclusions can be drawn from the data that has been analyzed. The results of this prototype design are made as a platform that will help the community, especially users, to more easily get information about tourist attractions in Pangalengan.*

Keywords: *Prototype, Mobile Application, Tourism, Pangalengan.*

Pendahuluan

Pangalengan adalah salah satu destinasi wisata kala masa liburan tiba, namun terdapat beberapa kekurangan jika ingin mengunjungi tempat Pangalengan karena kurangnya informasi menurut mitra yang penulis gunakan kurangnya informasi yang terkumpul dalam sebuah media menjadikan kendala masyarakat terkini untuk mengetahui tempat tempat yang ada di Pangalengan yang dapat dikunjungi oleh masyarakat, sehingga masyarakat pun tidak menjadikan Pangalengan sebagai obyek wisata utama karena wisatawan sulit untuk mencari informasi terkini terkait tempat tempat yang ada di pangalengan yang dapat dikunjungi. Di Pangalengan sendiri ada beberapa tempat yang masih belum diketahui dikarenakan kurang memiliki media informasi, semisal makam bosscha penemu teropong bintang yang ada di lembang ternyata terdapat makamnya di pangalengan adapula situ cileunca yaitu tempat penampungan air untuk PDAM dan ada juga pemandian air panas yang tidak kalah dari sari ater, oleh karena itu kurangnya media informasi bahwa pangalengan mempunyai destinasi wisata yang dapat dikunjungi dikala masa liburan tiba. Dan itu semua masih banyak tempat yang belum terekspose oleh masyarakat dikarenakan kurangnya informasi.

Sudah seharusnya media informasi digunakan dengan baik karena kita sendiri sudah berada pada era informasi dimana informasi dapat diakses dengan mudah menggunakan aplikasi mobile melalui internet, dengan adanya aplikasi mobile tersebut membuat hal menjadi mudah dilakukan. dimana era sudah semakin canggih orang orang banyak sekali memakai *smartphone* dan menggunakan aplikasi mobile sangat menguntungkan untuk mendapatkan informasi akan segala hal terutama tempat wisata yang ingin kita kunjungi. Dapat dilihat dari *social media* dimana masyarakat banyak mengunjungi beberapa tempat wisata di pangalengan namun nyatanya pangalengan memiliki banyak obyek wisata namun belum semua tersingkap. Terkait pariwisata pangalengan diberberapa tempat sudah ada banyak perubahan karena sebuah website cenderung mengambil foto melalui internet namun akan berbeda jika ada media informasi yang memberikan informasi terkini terkait tempat-tempat

wisata yang akan menjadi tujuan bagi para wisatawan mancanegara maupun domestik karena adanya info info terkini terkait hal-hal kecil semisal harga tiket masuk ataupun reservasi terkait tempat yang akan dituju. Perlunya sebuah informasi melalui aplikasi mobile dikarenakan dapat memudahkan para wisatawan mendapatkan informasi dimana hal tersebut sangat mendukung karena sudah banyak masyarakat menggunakan smartphone dan internet mudah sekali diakses.

Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis bermaksud merancang sebuah aplikasi yang dapat memudahkan masyarakat mengetahui pangalengan melalui media informasi berupa aplikasi mobile terkait wisata pangalengan karena dilihat dari permasalahan minimnya informasi terkini terkait tempat wisata pangalengan, aplikasi mobile ini nantinya akan memberikan informasi-informasi terkini terkait tempat wisata di pangalengan. Masyarakat sulit menemukan media informasi terkait obyek wisata di Pangalengan dan juga belum terdapat media yang memudahkan wisatawan dalam mendapatkan informasi dalam satu *platform* media. Oleh karena itu tujuan perancangan ini merancang media informasi dalam bentuk aplikasi *mobile* untuk wisata Pangalengan Bandung serta memberikan kemudahan terhadap user dalam mencari informasi terkait obyek wisata alam di Pangalengan.

Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan perancangan ini tidak menggunakan metode observasi dikarenakan situasi Covid-19 tempat wisata di sekitar harus terpaksa tutup, oleh karena itu penelitian dilakukan melalui studi pustaka, kuesioner dan wawancara. Wawancara sendiri dilakukan dengan 3 narasumber yaitu dari masyarakat sekitar pangalengan dan kepala bagian pengembangan destinasi wisata dari dinas pariwisata dan budaya kabupaten bandung, untuk kuesioner dibagikan kepada remaja yang suka pada alam dan liburan dan mendapatkan sebanyak 104 koresponden terkait media informasi untuk pariwisata pangalengan, sedangkan studi pustaka sendiri dilakukan melalui internet, jurnal, buku guna melengkapi data data terkait tempat wisata yang dijadikan sebagai alat penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Pada perancangan *prototype* aplikasi *mobile* untuk wisata Pangalengan Bandung ini dibutuhkan foto tempat wisata di pangalengan, UI serta informasi maupun berita seputar Pangalengan. Menu menu yang terdapat di dalam *prototype* ini didapat dengan melakukan riset yang dilakukan pada metode penelitian, hasilnya pun memiliki tujuan agar memudahkan pengguna dalam mencari informasi tempat wisata di Pangalengan yang terperinci.

Konsep Perancangan

Hasil dari data dan analisis yang telah dilakukan terkait Perancangan *Prototype* Aplikasi *Mobile* Untuk Wisata Pangalengan Bandung ini memiliki tujuan untuk memudahkan pengguna dalam mencari informasi tempat wisata di pangalengan yang terperinci dan dapat dijelaskan konsep perancangannya sebagai berikut:

Konsep Pesan

Pesan yang terdapat pada perancangan *prototype* aplikasi *mobile* ini yaitu memudahkan pengguna dalam mencari informasi terkait tempat wisata yang berada di Pangalengan sesuai dengan kebutuhannya, serta memudahkan para pengguna dalam melakukan reservasi tiket, informasi tempat wisata secara *online*. Serta menjadi sebuah aplikasi *mobile* yang berguna dalam hal mencari informasi terkait obyek wisata di Pangalengan.

Strategi Pesan

Strategi pesan yang digunakan dalam perancangan *prototype* aplikasi *mobile* untuk wisata Pangalengan Bandung ini menggunakan metode AISAS yaitu:

- a. *Attention* : Menggunakan poster, instagram feeds.
- b. *Interest* : Membuat instagram story dan instagram post sebagai media menarik calon pengguna untuk menggunakan aplikasi ini
- c. *Search* : Menggunakan media sosial seperti facebook dan instagram untuk mempromosikan aplikasi ini.
- d. *Action* : Para pengguna aplikasi ini dapat mencari informasi terkait obyek wisata di pangalengan dengan menggunakan *smartphone* dengan melakukan *download* terlebih dahulu melalui *platform Google playstore* untuk android maupun *appstore* untuk pengguna *ios*.
- e. *Share* : membagikan moment terbaik yang didapat setelah menggunakan aplikasi ini sekaligus memberikan testimoni di media sosial yang sangat membantu mengiklankan aplikasi ini.

Tujuan Komunikasi

Target pengguna aplikasi *mobile* ini adalah pengguna dengan rentan umur 18-40 tahun dimana khususnya anak remaja yang sudah di atas umur memiliki KTP dan juga sim sehingga bisa bepergian bersama temannya dan orangtua yang ingin berlibur bersama keluarga semasa liburan tiba. Tujuan aplikasi ini hadir untuk masyarakat yang berada di kota Bandung dan sekitar Kota Bandung raya yang memiliki *smartphone* dan ingin berwisata ke pangalengan dan juga memiliki internet. Brand yang digunakan untuk penamaan aplikasi ini adalah “Visit Pangalengan” terinspirasi dari “Visit Indonesia”, tidak ada arti tersendiri hanya saja ingin mewadahi para wisatawan yang ingin berkunjung ke pangalengan dan dapat mencari informasi terkait obyek wisata dengan lengkap.

Konsep Kreatif

Konsep kreatif yang digunakan dalam aplikasi *mobile* ini yaitu memudahkan pengguna dalam mencari informasi terkait obyek-obyek wisata Pangalengan sesuai dengan kebutuhan para wisatawan terkait reservasi tiket maupun informasi lainnya. Aplikasi ini dibuat agar menarik untuk digunakan oleh pengguna baik dari segi visual dan memudahkan *user* dalam menggunakan aplikasi ini. Terdapat beberapa fitur dalam aplikasi ini seperti reservasi tiket, timeline untuk para pengguna membagikan moment mereka selama di tempat wisata Pangalengan, informasi berita terkait wisata maupun non wisata di pangalengan, dan juga informasi terkait obyek wisata Pangalengan secara detail.

Konsep Visual

a. Tipografi

Dalam perancangan aplikasi *mobile* ini penulis menggunakan jenis font sans serif jenis avenir karena dengan gaya yang simple minimalis dan modern masuk kedalam kalangan remaja hingga dewasa dan dalam keterbacaan dapat dibaca dengan mudah untuk digunakan pada aplikasi sedangkan pada logo menggunakan font pumpkin pancakes.



Gambar 1.1 avenir font

Sumber : www.freefonts.com/avenir-font-free-download

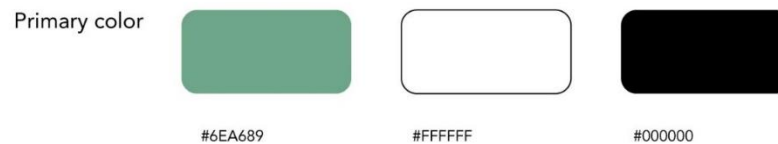


Gambar 1.2 Pumpkin pancake font

Sumber: dokumentasi pribadi

b. Warna

Warna yang akan digunakan dalam aplikasi *mobile* ini adalah warna dominan hijau. Warna hijau diartikan sebagai pertumbuhan, stabilitas, tema keuangan dan tema lingkungan dalam (wirania et al., 2017) sehingga memiliki kesan dengan nuansa lingkungan alam.

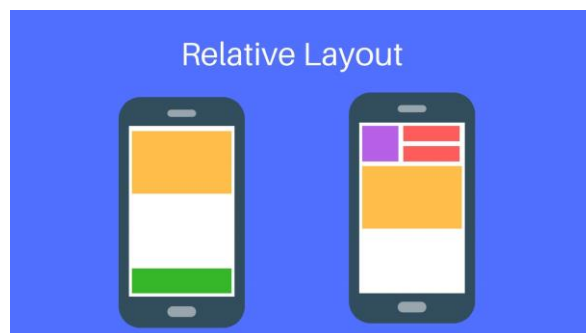


Gambar 1.3 Palet Warna

Sumber : Dokumen Pribadi

C. Layout

Layout yang penulis gunakan yaitu *relative layout*. *Relative layout* merupakan *layout* yang berfungsi untuk mengatur tata letak komponen atau *widget* aplikasi android dengan cara *relative* (secara bebas) tidak hanya vertikal atau horizontal saja seperti pada *Linear Layout*. *Relative Layout* memungkinkan kita untuk memposisikan komponen mana saja yang kita inginkan, sehingga dianggap sebagai *layout* yang paling fleksibel.



Gambar 1.4 Relative Layout

Sumber: www.webhozz.com/belajar-linear-layout-dan-relative-layout-android

Konsep Media

a. Media Utama

Pada perancangan aplikasi *mobile* ini penulis media utama yang digunakan yaitu aplikasi *mobile* karena bertepatan dengan *audiens* dan masyarakat sudah banyak yang menggunakan *smartphone* dilengkapi dengan internet dan dengan *smartphone* aplikasi dapat diakses dengan mudah. Para pengguna dapat menggunakan aplikasi ini dengan mengunduh terlebih dahulu aplikasi ini melalui 2 platform yaitu *Google PlayStore* di *Android* maupun *Appstore* di *IOS*.

b. Media pendukung

Pada perancangan laporan ini media pendukung yang digunakan yaitu melalui metode AISAS dimana tujuan dari media pendukung ini untuk mempromosikan aplikasi *mobile* ini sendiri.

Tabel 1.1
pendukung

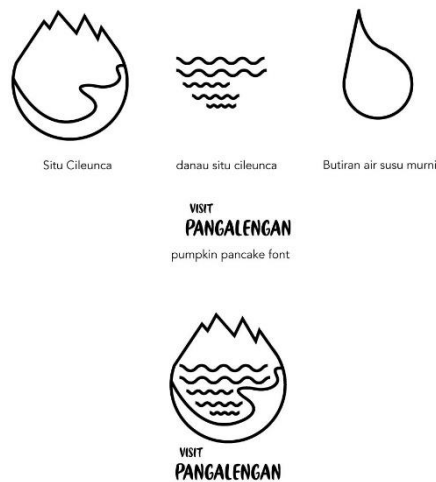
	Media
<i>Attention</i>	<i>Instagram feeds, poster</i>
<i>Interest</i>	<i>Instagram post, instagram post</i>
<i>Search</i>	<i>Instagram, facebook</i>
<i>Action</i>	<i>Google playstore, App Store</i>
<i>Share</i>	<i>Instagram, Facebook, twitter, line</i>

Media

Sumber: dokumentasi pribadi

Hasil Perancangan

Logo



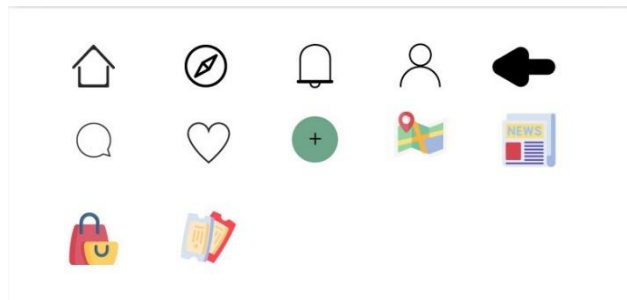
Gambar 1.5 Logo breakdown

Sumber: dokumentasi pribadi

Logo visit Pangalengan ini terdiri dari gabungan makna yang berbeda dan digabungkan menjadi kesatuan

- 1. Situ Cileunca**, saya mengambil situ cileunca dikarenakan situ cileunca adalah obyek wisata yang sering yang dikunjungi oleh wisatawan ketika datang ke Pangalengan.
- 2. Danau situ Cileunca**, sebagai mana situ Cileunca dijadikan obyek wisata yang sering dikunjungi maka wisatawan pun melihat dan mengunjungi danau situ Cileunca.
- 3. Air susu murni**, Pangalengan sendiri memiliki ciri khasnya yaitu air susu murni KPBS Pangalengan dimana kesegaran dan keaslian susu murni dari sapi perah yang dapat dinikmati menjadikan simbol untuk logo.

4.2.2 Ikon



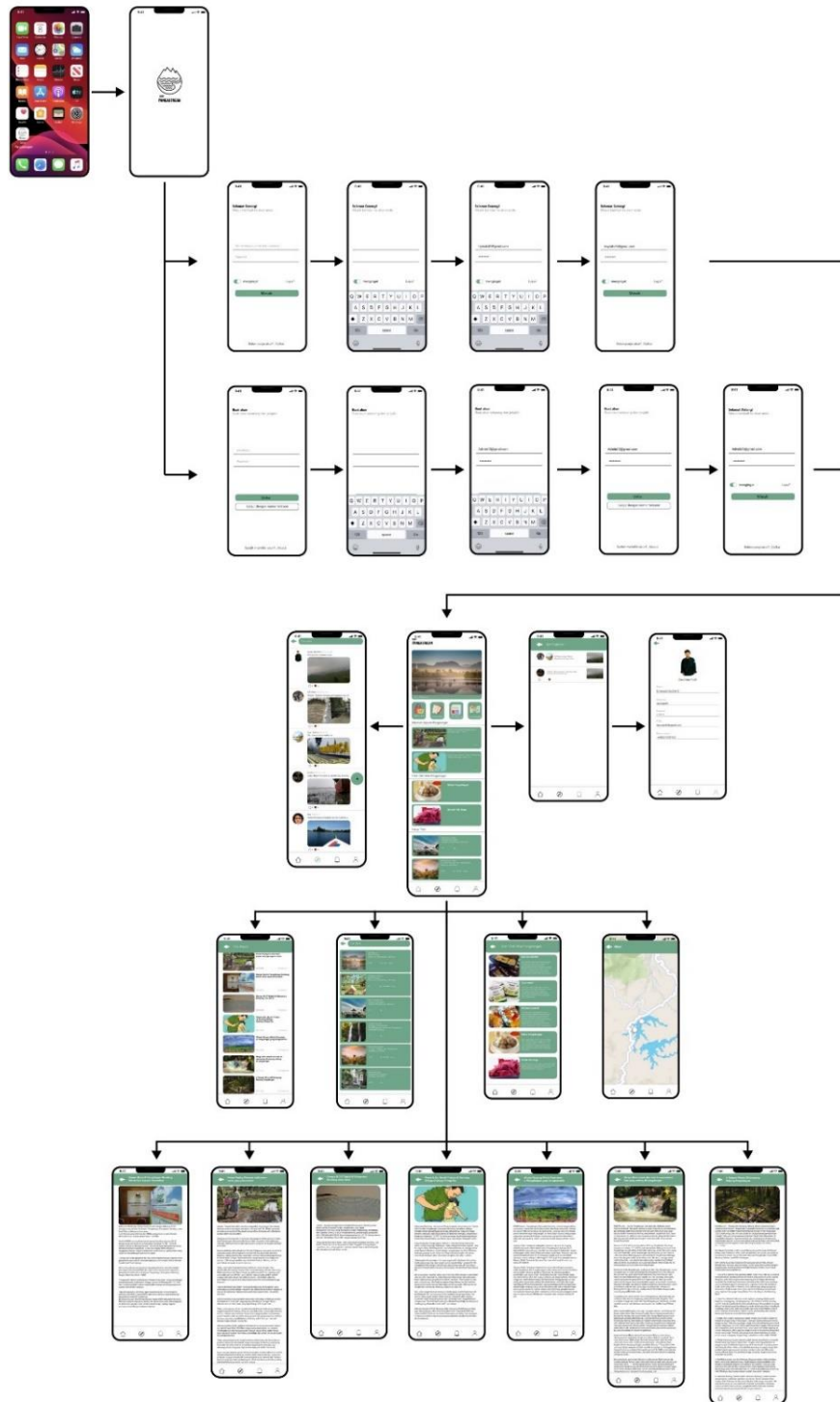
Gambar 1.6 ikon pack

Sumber: dokumentasi pribadi

Ikon yang digunakan untuk memudahkan pengguna dalam menggunakan aplikasi dan memahami arti dari ikon ikon yang ada pada aplikasi dengan menggunakan konsep *flat icon*.

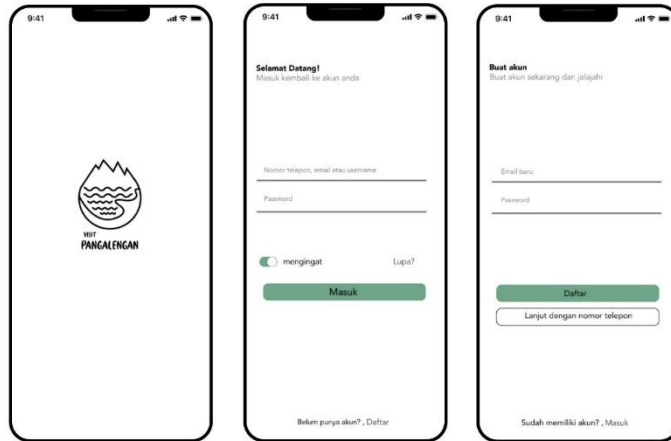
User interface

A. Detail User Interface



Gambar 1.7 Alur Sistem

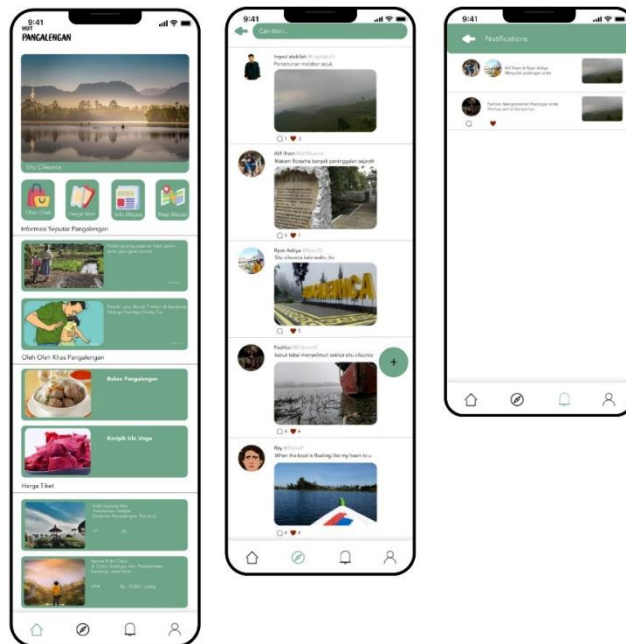
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 1.8 Tampilan splash, masuk, daftar

Sumber: dokumentasi pribadi

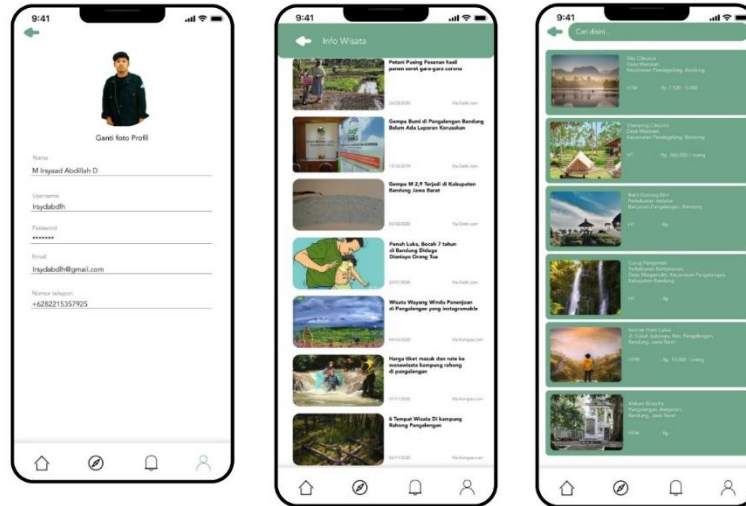
Saat membuka aplikasi Visit Pangalengan tampilan pertama yang dilihat adalah logo Visit Pangalengan lalu langsung menuju halaman *welcome* disertai dengan opsi masuk ke akun yang sudah dibuat lalu jika belum mempunyai akun bisa mengklik daftar dan masuk ke menu daftar setelah itu proses registrasi akun selesai.



Gambar 1.9 Tampilan Home, Discovered, Notification

Sumber: dokumentasi pribadi

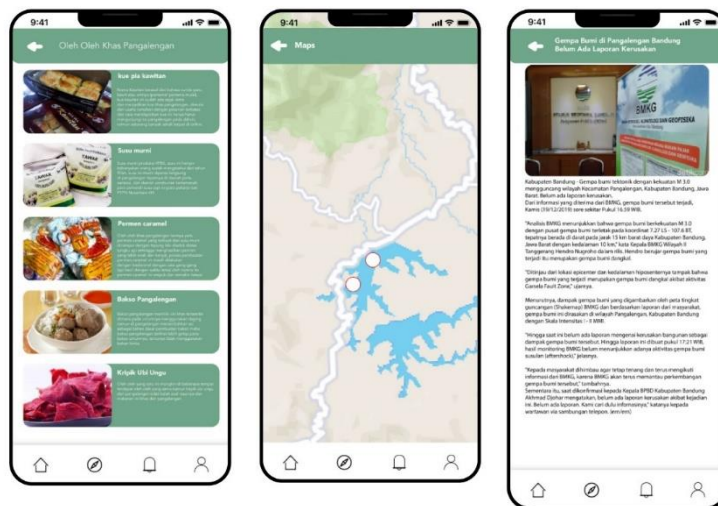
Setelah registrasi akun atau masuk menggunakan akun yang sudah dimiliki langsung melihat tampilan *home* dimana ada berbagai fitur yaitu oleh-oleh pangalengan, informasi wisata, harga tiket dan juga maps serta ada highlight dari informasi wisata, oleh oleh khas Pangalengan, harga tiket masuk. Ada juga tampilan menu *Discovered* yaitu seperti timeline dimana para pengguna dapat berbagi moment mereka selama di pangalengan, ada menu notifikasi.



Gambar 1.10 Profile, Info Wisata, Harga tiket

Sumber: dokumentasi pribadi

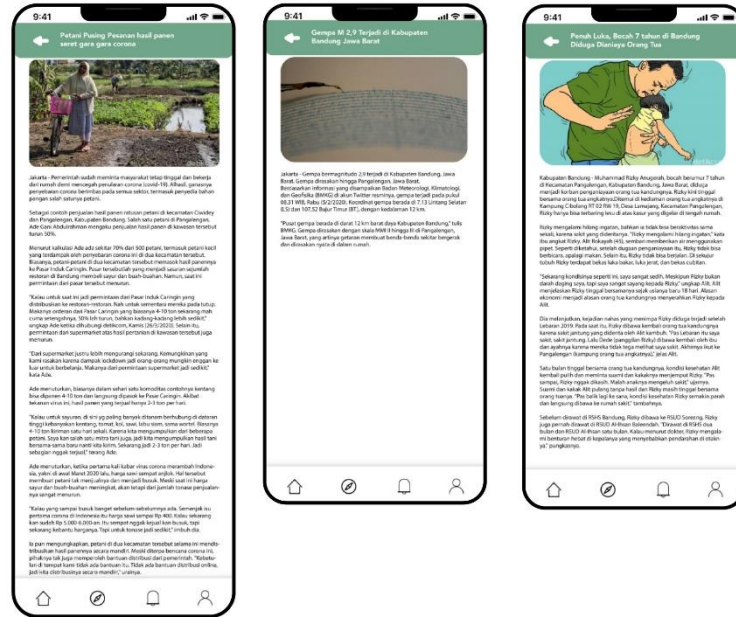
Pada icon Info wisata pengguna dapat melihat info mengenai wisata seputar Pangalengan baik wisata maupun non wisata, lalu jika menyetuk icon harga tiket akan langsung menampilkan harga tiket menuju tempat tempat wisata yang ada di Pangalengan, icon oleh oleh memberi informasi seputar oleh-oleh khas yang dimiliki oleh Pangalengan, dan terakhir icon maps akan menunjukkan peta lokasi tempat wisata yang ada di Pangalengan.



Gambar 1.11 Oleh-oleh, Maps, Detail informasi wisata

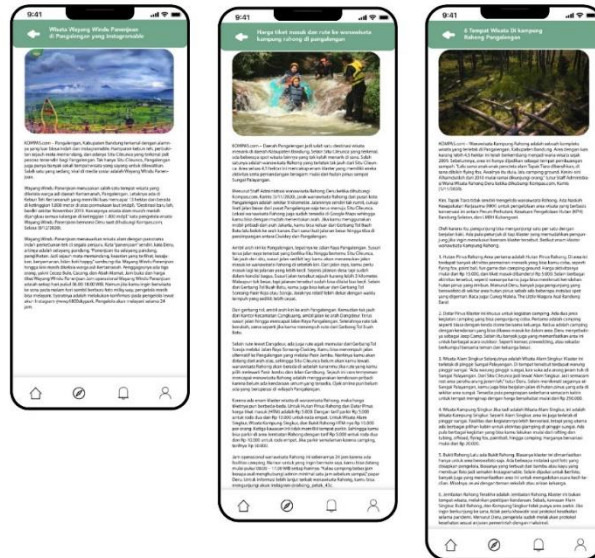
Sumber: dokumentasi pribadi

Icon oleh oleh memberi informasi seputar oleh oleh khas yang dimiliki oleh Pangalengan, dan terakhir icon maps akan menunjukkan peta lokasi tempat wisata yang ada di Pangalengan Pada menu ini menampilkan detail dari informasi wisata pariwisata maupun non wisata. Lalu terdapat menu detail dari informasi wisata.



Gambar 1.12 Tampilan detail Info Wisata

Sumber: dokumentasi pribadi



Gambar 1.13 Detail Info Wisata

Sumber: dokumentasi pribadi

Kesimpulan

Berdasarkan laporan perancangan yang telah dibuat, dapat disimpulkan sebagai berikut :

Berdasarkan kuesioner yang telah saya bagikan terkait pengetahuan tempat wisata Pangalengan, sebagian masyarakat tidak mengetahui bahwa Pangalengan memiliki tempat wisata lebih dari 5 tempat. Masyarakat maupun calon wistawan tidak mengetahui informasi terkait obyek wisata di Pangalengan semisal jam operasional, reservasi tiket dan harga tiket masuk. Hadirnya media sosial seperti info pangalengan belum memberikan jawaban atas apa yang masyarakat cari terkait obyek wisata Pangalengan dikarenakan penyampaiannya kurang maksimal. Dibutuhkan media informasi yang dapat memberikan jawaban terkait hal hal obyek wisata Pangalengan seperti informasi wisata, harga tiket masuk obyek wisata, buah tangan khas pangalengan, peta obyek wisata Pangalengan. Temuan yang penulis dapatkan dalam perancangan yaitu dengan adanya media informasi berbasis aplikasi mobile dapat memberikan efisiensi waktu dalam pencarian informasi terkait seputar Pangalengan baik wisata maupun non wisata.

REFERENSI

- Aditya Candra, Alif., Siasah Masruri, Muhsinatun (2015). Pengembangan Multimedia Interaktif Dengan Pendekatan Saintifik Untuk Pembelajaran PKN Smp.
- Anggraini, Lia., 2016, Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula.
- Ar Razi, Aria., Mutiaz, I. R., & Setiawan, Pindi. (2018). Penerapan Metode Design Thinking pada Model Perancangan UI/UX Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan dan Temuan Barang Tercecer. *Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan*, 3(2), 77-78.
- Dharmawan, Adi., "Jurnal Kepariwisata Indonesia- Vol. 14 No. 2 (2020)" diakses pada <http://ejournal.kememparekraf.go.id/index.php/jki> (19 maret 2021, 06:56).
- Hidayat, Dicky., Asyiek Bin Mat Desa, Mohd (2019) Representasi Nilai-Nilai Pandangan Hidup Orang Sunda Dalam Mobile Apps Kisah Lutung Kasarung (Analisis Semiotika Roland Barthes).
- Munir., (2012). Multimedia Konsep & Aplikasi Dalam Pendidikan.
- Proboyekti, Umi. (2012). User Interface Design. Rekayasa Perangkat Lunak Teknik Informatika UKDW. Yogyakarta.
- Soewardikoen, D. W. (2019). Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual
- Triantoro, T., Fadilla, A. N., & Komariah, S. H. (2020). Perancangan Aplikasi Sebagai Media Informasi Rinjani Lombok Geopark. *eProceedings of Art & Design*, 7(1).
- Wiryawan, M. B. (2011). User Experience (UX) sebagai bagian dari pemikiran desain dalam pendidikan tinggi desain komunikasi visual. *Humaniora*, 2(2), 1158-1166.
- Wahyuningsih, Sri., (2015) Desain Komunikasi Visual.
- Yoga Kharisma Pradana, Gede., "Sosiologi pariwisata" diakses pada <https://scholar.google.com/scholar>(19 maret 2021, 08:31.)