

ANIMASI INTERAKTIF PENGENALAN OBJEK WISATA DI D.I. YOGYAKARTA

Ahmad Setiadi

AMIK BSI Karawang
Jl. Banten No. 1 Karangpawitan, Karawang
Telp : (0267)8454893
E-Mail : ahmad.ams@bsi.ac.id

Abstrak

D.I. Yogyakarta merupakan salah satu daerah tujuan wisata utama di Indonesia. Propinsi ini memiliki banyak objek wisata menarik untuk dikunjungi. Promosi yang gencar pun dilakukan oleh pemerintah demi memajukan industri pariwisata dengan berbagai macam cara, antara lain dengan menghasilkan banyak media untuk mengenalkan dunia pariwisata Indonesia, khususnya D.I. Yogyakarta seperti buku panduan wisata, Video *Compact Disc* (Video CD) dan situs-situs internet. Animasi interaktif merupakan media yang tepat untuk menyampaikan informasi pariwisata. Elemen-elemen animasi interaktif yang ada, seperti informasi mengenai objek wisata yang disajikan dalam bentuk gambar yang menarik dan efek suara yang tepat akan memberikan kepuasan tersendiri bagi penggunaannya dan membuat pengguna merasa terlibat dalam animasi yang dibuat. Oleh karena itu diperlukan sebuah animasi interaktif yang berisi pengenalan objek-objek wisata di D.I. Yogyakarta. Dengan animasi interaktif ini, informasi yang disampaikan menjadi mudah, menarik dan dirasakan bermanfaat oleh pengguna, sehingga secara tidak langsung diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisata di D.I. Yogyakarta.

Kata Kunci: Animasi, objek wisata, D.I. Yogyakarta

Pendahuluan

Indonesia adalah negara yang kaya akan budaya dan pariwisata. Hal ini terbukti dari banyaknya daerah kunjungan wisata yang tersebar di seluruh provinsi di Indonesia. Melihat begitu banyaknya potensi pariwisata yang terdapat di Indonesia, mendorong banyak pihak untuk mengembangkan kepariwisataan Indonesia dengan berbagai cara, diantaranya dengan mengadakan pameran seni dan budaya, pertunjukkan kesenian budaya setempat, dan membuka usaha perjalanan wisata sebagai kegiatan promosi daerah tujuan wisata tersebut.

Sektor pariwisata saat ini telah menjadi salah satu sektor unggulan bagi pemerintah Republik Indonesia dalam mendapatkan devisa negara. Dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan wisata ke Indonesia, Pemerintah telah mencanangkan program *Visit Indonesia Year 2008*, kemudian dilanjutkan tahun 2009, 2010 dan 2011 di berbagai daerah tujuan wisata.

D.I. Yogyakarta sebagai salah satu tujuan pariwisata yang dimiliki Indonesia merupakan kota yang memiliki potensi besar untuk berkontribusi bagi kemajuan industri pariwisata negara Indonesia. Dengan banyak kelebihan yang dimiliki, propinsi ini mampu bersaing dengan lokasi-lokasi pariwisata yang lainnya. Tingkat kunjungan wisata terus mengalami perubahan yang dinamis. Hal ini terlihat dari data kunjungan wisatawan manca negara dan wisatawan nusantara yang berkunjung ke D.I. Yogyakarta setiap tahunnya.

Agar jumlah kunjungan wisatawan terus meningkat, promosi pun gencar dilakukan oleh pemerintah demi memajukan kembali industri pariwisata dengan berbagai macam cara, antara lain dengan menghasilkan banyak media untuk mengenalkan dunia pariwisata Indonesia khususnya D.I. Yogyakarta seperti buku panduan wisata, video *Compact Disc* (CD) yang berisikan informasi berguna bagi para wisatawan, dan situs-situs internet yang memberikan kesempatan masyarakat luas untuk mengakses informasi-

informasi penting mengenai lokasi-lokasi wisata di D.I. Yogyakarta.

Tabel 1. Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke DIY tahun 2008 – 2012

TAHUN	Wisatawan Mancanegara	Pertumbuhan (%)	Wisatawan Nusantara	Pertumbuhan (%)	Wisatawan Mancanegara dan Nusantara	Pertumbuhan (%)
2008	128.660	24,64	1.156.097	0,86	1.284.757	2,83
2009	139.492	8,42	1.286.565	11,29	1.426.057	11,00
2010	152.843	9,57	1.304.137	1,37	1.456.980	2,17
2011	169.565	10,94	1.438.129	10,27	1.607.694	10,34
2012	197.751	16,62	2.162.422	50,36	2.360.173	46,80

Sumber: Statistik Kepariwisata (2012:7)

Penggunaan media-media tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran umum mengenai objek-objek pariwisata yang diminati, dan juga keunggulan dari lokasi wisata yang akan dikunjungi, sehingga wisatawan yang telah menggunakan media ini diharapkan merasa tertarik untuk mengunjungi objek wisata tersebut dan memiliki gambaran yang lengkap meskipun belum pernah mengunjungi objek wisata tersebut secara langsung.

Penggunaan media buku memang bermanfaat, tetapi terkadang membaca buku akan membosankan bagi wisatawan karena membaca terkadang dirasakan monoton bagi sebagian orang. Penggunaan video CD memang mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai objek wisata, hanya saja penggunaan media ini dirasakan tidak ada interaksi didalamnya, sehingga pengguna tidak merasakan terlibat dalam eksplorasi informasi mengenai objek wisata tersebut.

Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) terus mengalami perkembangan pada berbagai bidang, tidak terkecuali di bidang pariwisata. Perkembangan tersebut didukung oleh teknologi perangkat lunak (*software*) dan

perangkat keras (*hardware*) komputer, termasuk teknologi animasi dan multimedia.

Pada awal perkembangannya, teknologi komputer digunakan untuk membantu mempermudah pekerjaan manusia, namun seiring dengan meningkatnya kebutuhan manusia, maka teknologi pun berkembang untuk tujuan lain yang lebih luas, termasuk penyebaran informasi wisata. Salah satu implementasi dari penerapan teknologi komputer untuk penyebaran informasi wisata tersebut adalah penggunaan animasi (Noviyanto, 2008:158).

Saat ini, banyak perangkat lunak yang dapat digunakan untuk membangun aplikasi animasi yang didukung dengan multimedia, diantaranya adalah Macromedia Flash. Perangkat tersebut dapat digunakan untuk membuat sebuah *game* ataupun animasi.

Animasi memiliki banyak kelebihan, antara lain:

- a. Gambar objek pada animasi lebih fleksibel dan terlihat seperti nyata.
- b. Penggunaan animasi dan efek spesial digital mampu menekan biaya produksi hingga menjadi lebih murah dibandingkan penggunaan efek spesial yang manual.

c. Animasi lebih komunikatif, artinya Informasi yang menggunakan gambar dan animasi lebih mudah dipahami oleh audiens dibandingkan informasi yang dibuat dengan cara lain. Informasi yang diperoleh dengan membaca kadang-kadang sulit dimengerti, dan orang harus membaca berulang-ulang. Selain itu, untuk membaca suatu informasi biasanya orang harus menyediakan waktu khusus yang sulit diperoleh karena kesibukan.

d. Animasi adalah media informasi yang interaktif, mudah dibuat dan dimodifikasi juga biaya produksi jauh lebih murah. Animasi menyampaikan pesan dengan cara membuat sebuah cerita atau interaksi, dan menuangkannya ke dalam animasi tersebut.

Elemen-elemen yang ada dalam animasi, seperti informasi, gambar dari objek wisata dan efek suara akan memberikan kepuasan tersendiri bagi penggunaannya dan membuat pengguna merasa berada di dalamnya, sehingga media ini diharapkan dapat menjadi semacam simulasi awal sebelum nantinya para wisatawan tersebut benar-benar mengunjungi lokasi objek wisata yang ada di Yogyakarta.

Mengingat banyaknya kelebihan yang dimiliki oleh media berupa animasi interaktif ini, maka penulis merasa pentingnya pembuatan aplikasi animasi interaktif mengenai pengenalan objek wisata di D.I. Yogyakarta ini untuk menambah pengetahuan serta pengalaman wisatawan, disamping pengetahuan dan pengalaman yang dapat ditemui pada media lainnya.

Hasil dari aplikasi ini nantinya adalah sebuah file aplikasi berbasis *flash* (.swf) yang berisi informasi mengenai lokasi wisata di D.I. Yogyakarta yang dikemas dalam bentuk CD. Kelebihan dari file yang disimpan dalam bentuk CD ini akan bisa disimpan dalam jangka waktu yang lama dan lebih praktis. Aplikasi ini diharapkan dapat digunakan oleh masyarakat D.I. untuk mempromosikan lokasi-lokasi wisata di D.I. Yogyakarta. Dengan adanya animasi interaktif yang disimpan dalam media CD ini diharapkan dapat menumbuhkan minat masyarakat di luar D.I. Yogyakarta untuk mengunjungi objek-objek wisata yang ada di D.I. Yogyakarta.

Tinjauan Teori

Animasi

Animasi menurut Fernandez (2002:2) adalah sebuah proses merekam dan memainkan kembali serangkaian gambar statis untuk mendapatkan sebuah ilusi pergerakan". Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat diartikan bahwa animasi adalah menghidupkan, yaitu usaha untuk menggerakkan sesuatu yang tidak bisa bergerak sendiri.

Animasi adalah suatu proses dalam menciptakan efek gerakan atau perubahan dalam jangka waktu tertentu, dapat juga berupa perubahan warna dari suatu objek dalam jangka waktu tertentu dan bisa juga dikatakan berupa perubahan bentuk dari suatu objek ke objek lainnya dalam jangka waktu tertentu (Bustaman, 2001:32-33).

Pengertian lain tentang animasi adalah pembuatan gambar atau isi yang berbeda-beda pada setiap *frame*, kemudian dijalankan rangkain *frame* tersebut menjadi sebuah *motion* atau gerakan sehingga terlihat seperti sebuah film (Zeembry, 2001:43).

Sedangkan menurut Suciadi (2003:9), animasi adalah sebuah objek atau beberapa objek yang tampil bergerak melintasi *stage* atau berubah bentuk, berubah ukuran, berubah warna, berubah putaran, berubah properti-properti lainnya.

Menurut Bustaman (2001:27), ada 6 hal penting untuk menciptakan perancangan animasi yang efektif dan interaktif, yaitu:

1. Simbol dan Simbol Editor

Simbol yang dibuat akan dijadikan *master* dan disimpan di dalam *library movie*, simbol-simbol ini juga dapat dipergunakan berkali-kali tanpa perlu takut ukuran file dalam flash. Dalam aplikasi flash, simbol editor akan terpisah dari *stage*.

2. Animasi

Animasi akan tercipta dengan mengubah isi beberapa *frame* berurutan dalam jangka waktu tertentu, animasi ini dapat berupa *frame-by-frame animation* yang didapat dengan mengubah isi setiap *frame* secara berurutan.

3. Sound

Unsur interaksi dan suara adalah tujuan utama dalam pembuatan animasi multimedia pada flash dimana unsur suara dapat mengisi kekosongan yang terdapat pada pembuatan animasi.

4. Action Script

Action script merupakan bahasa pemrograman komputer yang terintegrasi di dalam perangkat lunak perancangan animasi flash. Bahasa ini merupakan bahasa pemrograman yang digunakan dalam perancangan animasi mulai macromedia flash rilis 2.0 sampai saat ini. Pemrograman dapat mengintergrasikan fungsi-fungsi navigasi maupun interaksi yang kompleks serta pernyataan program yang dapat mendukung animasi.

5. Publikasi Flash

Publikasi flash adalah tujuan yang akan dicapai dari apa yang kita buat, yang pada nantinya akan dinikmati oleh setiap orang, baik berupa presentasi, CD interaktif atau situs.

6. Flash dan HTML

Flash dan HTML adalah fungsi yang akan dijadikan *movie* pada *web browser*, seperti biasa kita harus meletakkan flash *movie* ke dalam halaman HTML (*Object Embeded*).

Pariwisata

Spillane (1982:20) mengemukakan bahwa pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain.

Menurut Salah Wahab dalam Yoeti (1994, 116.). Pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau di luar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Pariwisata menurut Robert McIntosh dan Shashinant Gupta dalam Yoeti (1994:8) adalah gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah tuan rumah serta masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan-wisatawan serta para pengunjung lainnya.

Pembangunan kepariwisataan sebagai bagian dari pembangunan nasional mempunyai tujuan antara lain memperluas kesempatan berusaha dan lapangan kerja. Sejalan dengan tahap-tahap pembangunan nasional, pelaksanaan pembangunan kepariwisataan nasional dilaksanakan secara menyeluruh, berimbang, bertahap, dan berkesinambungan. Nampak jelas

bahwa pembangunan di bidang kepariwisataan mempunyai tujuan akhir untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Waluyo, 1993:30).

Pariwisata termasuk dalam program pembangunan nasional di Indonesia sebagai salah satu sektor pembangunan ekonomi (Soemardjan, 1974:56). Oleh karena itu, pembangunan pariwisata di Indonesia perlu ditingkatkan. Melalui pariwisata, pemerintah berusaha untuk menambah penghasilan atau devisa negara, terutama dengan masuknya wisatawan mancanegara.

Obyek wisata menurut Chafid Fandeli dalam Hakim dan Yulianto (2012:1) adalah perwujudan dari pada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan. Sedangkan obyek wisata alam adalah obyek wisata yang daya tariknya bersumber pada keindahan sumber daya alam dan tata lingkungannya.

Kota Yogyakarta

Daerah Istimewa Yogyakarta atau yang lebih dikenal dengan sebutan Jogja merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia. Yogyakarta adalah daerah tujuan wisata terbesar kedua setelah Bali. Pariwisata bagi Jogja menjadi andalan dalam meningkatkan pendapatan daerah.

Yogyakarta memiliki banyak lokasi potensial untuk dimanfaatkan dalam bidang kepariwisataan. Berbagai jenis objek wisata dikembangkan di wilayah ini, seperti wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, wisata pendidikan, wisata malam, dan beberapa jenis objek wisata lainnya. Objek-objek wisata di Yogyakarta adalah tempat-tempat menarik yang banyak dikunjungi oleh masyarakat lokal, wisatawan nusantara, serta wisatawan mancanegara.

Objek wisata yang ada di D.I. Yogyakarta tersebar di 5 daerah kota atau kabupaten, yaitu Kotamadya Yogyakarta, Kabupaten Bantul, Kabupaten Sleman, Kabupaten Kulon Progo, dan Kabupaten Gunung Kidul. Berdasarkan Rencana strategis Pembangunan Kepariwisataan DIY, Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta merupakan wilayah kabupaten/kota dengan jumlah objek wisata terbanyak yaitu masing – masing 29 objek wisata dan 17 objek wisata. Kota Yogyakarta sendiri masih menyandang predikat “Kota Pariwisata”.

Macromedia Flash

Aplikasi Macromedia Flash ini diproduksi oleh Macromedia Corporation, sebuah perusahaan pengembang perangkat lunak dalam bidang animasi, pengembangan sistem web dan multimedia.

Flash dikembangkan dua sejak tahun 1996, dan pada awalnya hanyalah merupakan program animasi sederhana GIF *animation*, tetapi sekarang sudah berkembang menjadi aplikasi raksasa yang digunakan oleh hampir semua orang yang menekuni bidang desain dan animasi berbasis komputer.

Sampai saat ini, Macromedia Flash telah dikembangkan dalam beberapa versi. Setelah sampai pada versi Flash 6, muncul teknologi Flash 7 yang dikenal dengan nama Macromedia MX dan yang terakhir sampai saat penulisan buku ini adalah Flash versi 8 atau dikenal dengan Macromedia Flash Professional 8.



Gambar 1. Tampilan Awal Macromedia Flash

Macromedia Flash merupakan aplikasi interaktif dengan berbagai kelebihan. Beberapa faktor yang mendukung kepopuleran Flash sebagai sebuah aplikasi untuk keperluan desain dan animasi antara lain adalah memiliki format grafis berbasis vektor, kapasitas file hasil yang kecil, memiliki kemampuan tinggi dalam mengatur interaktivitas program, memiliki kelengkapan fasilitas dalam melakukan desain, dan sebagainya.

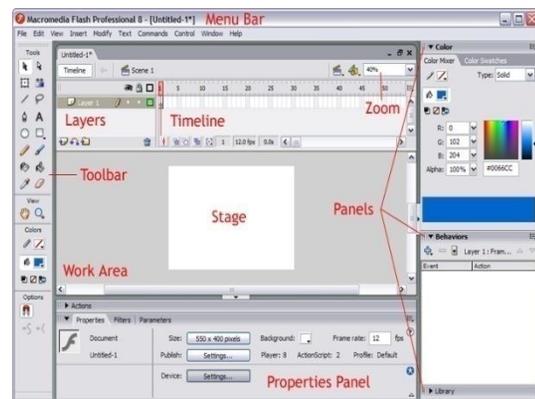
Dengan aplikasi Macromedia Flash, pengguna dapat membuat berbagai jenis aplikasi seperti:

Animasi Aplikasi. Aplikasi yang menggunakan animasi tersebut misalnya *banner*, kartu ucapan

online, kartun, iklan, dan sebagainya. Macromedia Flash menyediakan berbagai elemen animasi yang cukup lengkap.

Games. Beberapa *game*, terutama yang berbasis dua dimensi banyak yang dibangun dengan aplikasi ini. *Game* menggabungkan kemampuan animasi pada flash dengan bahasa *skripting* yang dimilikinya yang dikenal dengan *ActionScript*.

User Interface. Aplikasi *user interface* yang biasa dibangun menggunakan Macromedia Flash adalah aplikasi-aplikasi berbasis web. *Interface* tersebut biasanya dilengkapi dengan kotak-kotak navigasi sederhana sampai pada antarmuka yang lain yang lebih kompleks.



Gambar 2 Tampilan Area Kerja Macromedia Flash

Metode Penelitian

Perancangan dan implementasi animasi interaktif pengenalan objek wisata ini dilakukan langkah-langkah penelitian sebagai berikut:

3.1. Studi Pustaka

Merupakan tahapan dalam pengumpulan informasi mengenai beberapa lokasi wisata di D.I. Yogyakarta. Disamping itu, dikumpulkan pula informasi mengenai Macromedia Flash yang meliputi cara pengoperasian Macromedia Flash dan aplikasi-aplikasi yang dapat dihasilkan dengan Macromedia Flash.

3.2. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu:

a. Pengamatan (*Observasi*)

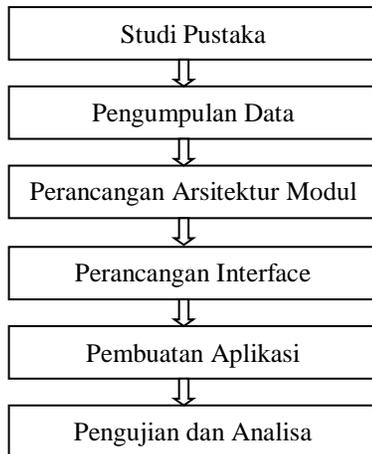
Merupakan metode pengumpulan data dan informasi dengan cara mengunjungi langsung sasaran lokasi.

b. Kepustakaan (*Library Research*)

Merupakan metode pengumpulan data dan informasi dengan cara mengunjungi langsung sasaran lokasi.

c. Wawancara (*Interview*)

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara mewawancarai langsung narasumber baik dengan cara tatap muka maupun via telepon.



Gambar 4. Langkah-langkah Penelitian

3.3. Perancangan Arsitektur Modul

Perancangan arsitektur modul ini digunakan untuk memberikan gambaran mengenai keterkaitan antara modul yang satu dengan modul yang lain, sehingga aplikasi ini menjadi satu kesatuan yang terintegrasi.

3.4. Perancangan Interface

Perancangan interface ini merupakan tahap dalam menentukan desain awal aplikasi yang akan dibuat. Perancangan *interface* ini akan digunakan sebagai acuan dalam pembuatan perangkat lunak animasi.

3.5. Pembuatan Aplikasi

Pembuatan aplikasi animasi interaktif ini menggunakan perangkat lunak Macromedia Flash.

3.6. Pengujian dan Analisa

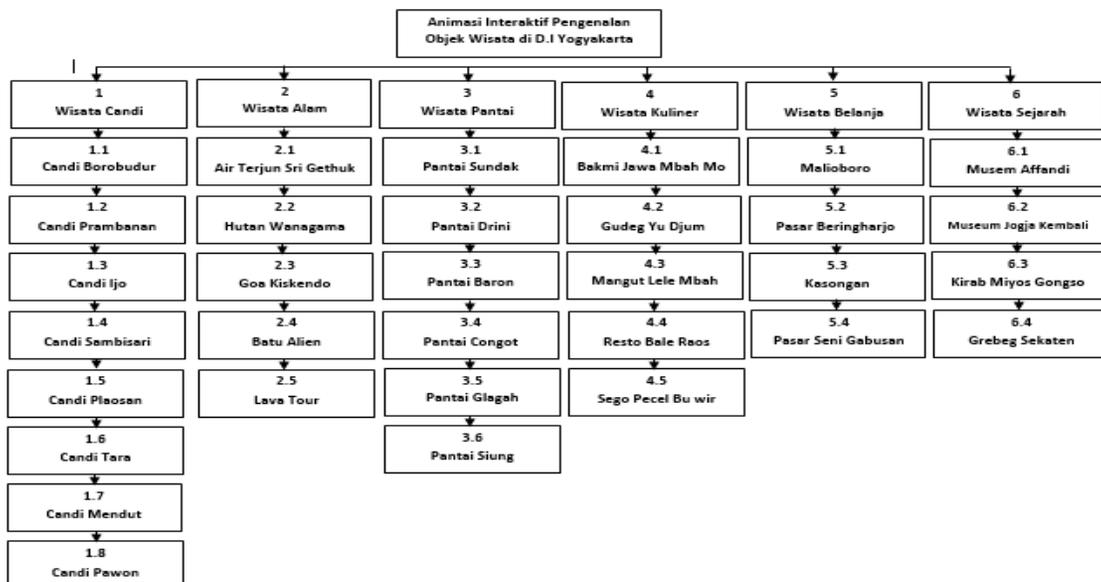
Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap aplikasi animasi interaktif yang dibuat. Setelah aplikasi selesai diuji, dilanjutkan dengan penyebaran kuesioner.

Hal ini bertujuan untuk melihat respon dari masyarakat tentang aplikasi animasi ini. Dalam tahap ini responden diminta untuk menggunakan animasi interaktif yang telah dibuat. Berdasarkan pengalaman tersebut, responden diminta untuk menjawab sejumlah pertanyaan yang ada pada form kuesioner. Metode ini digunakan juga sebagai evaluasi untuk mengukur tingkat keberhasilan pembuatan aplikasi animasi pengenalan objek-objek wisata di D.I. Yogyakarta ini.

Hasil dan Pembahasan

Perancangan Arsitektur Modul

Berikut adalah gambar perancangan arsitektur modul dari Animasi Interaktif Pengenalan Objek Wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta.

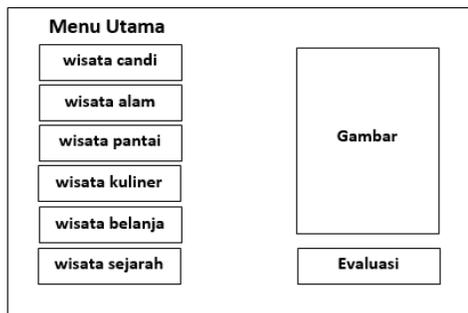


Gambar 5. Arsitektur Modul

Perancangan Interface

Perancangan *interface* adalah gambaran rancangan antarmuka yang akan dibuat. Berikut akan ditampilkan masing-masing rancangan antarmuka.

Rancangan Antarmuka Modul Pemilihan Menu Utama



Gambar 6. Antarmuka Menu Utama

Antarmuka modul ini digunakan untuk memilih menu yang ada yaitu : wisata candi, wisata alam, wisata pantai, wisata kuliner, wisata belanja, wisata sejarah dan evaluasi. Apabila pengguna memilih salah satu menu maka akan terbuka halaman yang diinginkan.

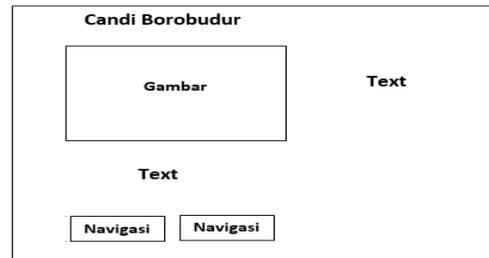
Rancangan Antarmuka Submenu



Gambar 7. Antarmuka Submenu

Antarmuka menu wisata ini memperlihatkan submenu dari menu yang ada di menu utama. Apabila pengguna memilih salah satu submenu maka akan tampil halaman yang berisikan keterangan dari submenu tersebut.

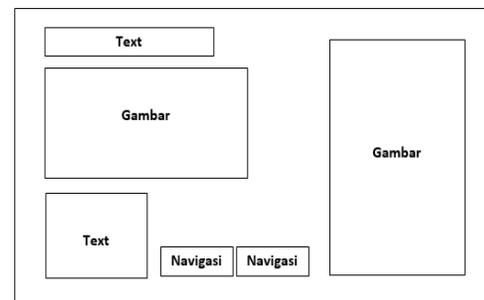
Rancangan Form Objek Wisata



Gambar 8. Antarmuka Objek Wisata

Antarmuka submenu wisata ini memperlihatkan keterangan baik berupa gambar ataupun text dari submenu yang dipilih.

Rancangan Antarmuka Evaluasi



Gambar 9. Antarmuka Evaluasi

Antarmuka evaluasi ini menampilkan pertanyaan-pertanyaan seputar informasi wisata yang sudah ditampilkan pada form-form animasi interaktif sebelumnya.

Pembuatan Aplikasi

Tahap *coding* merupakan tahap pengkodean dari desain kedalam suatu bahasa pemrograman. Dalam sistem ini desain yang telah dibuat dikodekan dengan menggunakan Macromedia Flash.

Dalam implementasi aplikasi animasi ini akan dijelaskan kegunaan masing-masing form dan bentuk form itu sendiri. Adapun form-form yang terdapat dalam aplikasi ini adalah:
Form Awal

Merupakan form permulaan dari perangkat lunak.



Gambar 10. Antarmuka Form Awal

Form Menu Utama

Pada form ini terdapat tujuh menu yang dapat dipilih oleh pengguna yaitu: wisata candi, wisata alam, wisata pantai, wisata kuliner, wisata belanja, wisata sejarah dan evaluasi.



Gambar 11. Form Menu Utama

Form Submenu

Pada form ini terdapat beberapa pilihan objek wisata yang tersedia sesuai dengan kategori yang dipilih dengan menu utama.



Gambar 12. Form Submenu Wisata Candi Form Objek Wisata

Pada form ini terdapat tampilan gambar dan informasi mengenai objek wisata yang dipilih.



Gambar 13. Form Objek Wisata Candi Borobudur

Form Evaluasi

Pada form ini terdapat pertanyaan-pertanyaan seputar informasi wisata yang telah disajikan di dalam animasi interaktif ini sebelumnya .

1. Pada tanggal berapakah Candi Borobudur selesai dibangun..?



- a. 30 Mei 824
- b. 26 Mei 824
- c. 14 Maret 824
- d. 20 Maret 824



Pengujian dan Evaluasi

Pengujian (*testing*) disini terdiri dari dua cara pengujian yaitu *Black Box Test* dan *Alfa Test*.

Black Box Test

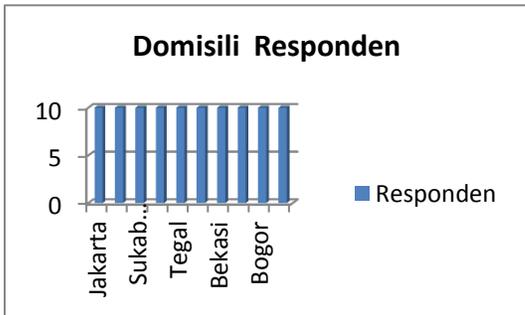
Pengujian *Black Box Test* yaitu pengujian terhadap aplikasi yang dilakukan dengan mengamati keluaran dari berbagai masukan. Jika keluaran dari aplikasi telah sesuai, maka aplikasi tersebut dinyatakan baik.

Alfa Test

Pengujian *Alfa Test* yaitu pengujian sistem yang dilakukan oleh para pemakai sehingga dapat memperoleh tanggapan dari pemakai tentang program tersebut baik dari segi kemudahan

penggunaan, manfaat dari aplikasi serta efek dari penggunaan aplikasi, yaitu keinginan untuk mengunjungi lokasi wisata di D.I. Yogyakarta.

Penilaian dilakukan terhadap seratus responden yang berstatus mahasiswa dan mahasiswi. Responden-responden tersebut merupakan responden yang berdomisili asli di luar D.I. Yogyakarta. Data responden dan hasil data setelah diolah ditunjukkan pada gambar-gambar grafik berikut:



Gambar 15. Grafik Domisili Responden

Penilaian atas pertanyaan “Apakah mudah menggunakan aplikasi ini ?”



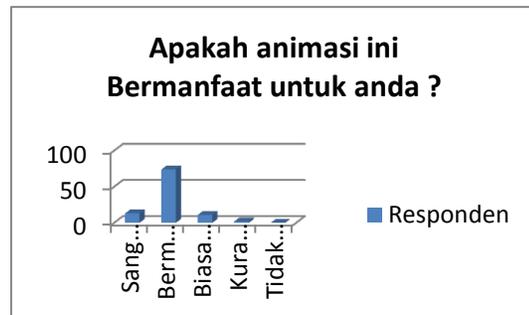
Gambar 16. Grafik Domisili Responden

Penilaian atas pertanyaan “Apakah animasi ini menarik bagi anda ?”



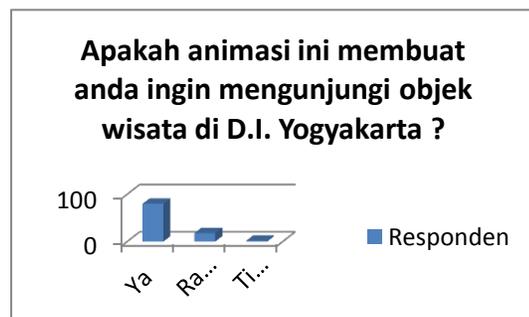
Gambar 17. Grafik Penilaian Ketertarikan Penggunaan Aplikasi

Penilaian atas pertanyaan “Apakah animasi ini bermanfaat untuk anda ?”



Gambar 18. Grafik penilaian Manfaat Aplikasi

Penilaian atas pertanyaan “Apakah animasi ini membuat anda ingin mengunjungi objek-objek wisata di D.I. Yogyakarta?”



Gambar 19. Grafik keinginan masyarakat mengunjungi objek-objek wisata di D.I. Yogyakarta

Dari grafik-grafik di atas dapat diketahui bahwa promosi wisata dengan aplikasi

animasi interaktif dianggap menarik, bermanfaat dan mudah digunakan. Dari grafik tersebut juga terlihat bahwa dengan adanya sebuah aplikasi animasi interaktif pengenalan objek-objek wisata tersebut juga dapat meningkatkan keinginan pengguna untuk mengunjungi objek-objek wisata di D.I. Yogyakarta.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. Aplikasi berupa animasi interaktif diperlukan sebagai suatu media informasi objek-objek wisata di D.I. Yogyakarta.
2. Animasi interaktif ini dapat digunakan sebagai media promosi wisata yang dapat disimpan dengan mudah dan dapat disimpan dalam jangka waktu yang lama.
3. Animasi interaktif yang telah dibuat dan diimplementasikan mudah untuk digunakan karena tidak memerlukan adanya keahlian khusus untuk menjalankannya. Dengan demikian, aplikasi ini mudah digunakan oleh siapapun.
4. Antarmuka grafis yang didukung teknologi multimedia dalam animasi interaktif ini mampu memberikan informasi yang menarik.
5. Animasi interaktif pengenalan objek-objek wisata ini dapat meningkatkan keinginan pengguna untuk mengunjungi objek-objek wisata yang ada di D.I. Yogyakarta.
6. Mengingat banyaknya informasi kepariwisataan yang dibutuhkan oleh pengguna, animasi interaktif ini masih perlu dikembangkan lagi, sehingga kebutuhan masyarakat akan informasi yang mudah, menarik dan bermanfaat dapat terpenuhi.

Daftar Pustaka

Bustaman, Burmansyah. 2001. Web Design dengan Macromedia Flash MX. Yogyakarta: Andi Offset.

Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. 2013. Statistik Kepariwisataaan 2012: Yogyakarta.

Fernandes, Ibiz. 2002. *Animation & Cartooning: A Creative Guide*. California: McGraw-Hill

Hakim, Frestika Cahyo dan Lies Yulianto. 2012. Pengenalan Wisata Pancer Door dengan Animasi

3 Dimensi. *Indonesian Jurnal on Computer Science - Speed (IJCSS) 13 FTI UNSA Vol 9 No 3 – Desember 2012*.

Noviyanto, Fiftin. 2008. *membangun Sistem Pembelajaran Pengenalan Bentuk untuk Anak Berbasis Multimedia dan Game Interaktif*. *Jurnal Informatika Vol. 2, No. 1, Januari 2008*.

Pendit, Nyoman S. 1994. *Ilmu pariwisata: sebuah pengantar*. Jakarta: Pradnya Paramita

Selo Soemardjan, 1974. "Pariwisata dan Kebudayaan", dalam Prisma No. 1 Tahun III Feb 1974.

Spillane, James J. 1982. *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.

Suciadi, Andi Andreas . 2003. *Menguasai Pembuatan Animasi dengan Macromedia Flash MX*. Jakarta: Dinastindo.

Waluyo, Harry. 1993. *Dukungan Budaya Terhadap Perkembangan Ekonomi*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.

Yoeti, Oka. A 1994. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa.

Zembry. 2001. *Animasi Web dengan Macromedia Flash 8*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

