

PROPOSAL TUGAS AKHIR

MATA KULIAH

PEMROGRAMAN WEB 1

DOSEN PENGAMPU :

Dr. Harja Santanapurba, M.Kom

Novan Alkaf B. S., S.Kom., M.T

Ihdalhubbi Maulida, M.Kom

DISUSUN OLEH:

Alif'fa Nur Adya	2410131120004
------------------	---------------

Muhammad Rizki	2410131210014
----------------	---------------

Naila Rajwaa Nabila Praditha	2410131220038
------------------------------	---------------



PROGRAM STUDI PENDIDIKAN KOMPUTER

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

2025

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	ii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH	2
C. BATASAN MASALAH	2
D. TUJUAN PENULISAN	3
E. MANFAAT PENULISAN	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
BAB III METODE PENULISAN	5
A. Identifikasi Isu.....	5
B. Penggunaan Metode APKL	8
C. Penjelasan Metode APKL.....	9
D. Kesimpulan Metode APKL	10
G. Penggunaan Metode USG	11
H. Penjelasan Metode USG	12
BAB IV PERENCANAAN	15
BAB V PENUTUP	19
DAFTAR PUSTAKA.....	20

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam pembangunan ekonomi daerah, termasuk di Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan. Keindahan alam dan kekayaan budaya yang dimiliki daerah ini menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan lokal. Namun, kurangnya akses informasi yang terpusat, menarik, dan mudah diakses mengenai lokasi-lokasi wisata menjadi kendala utama dalam pengembangan sektor pariwisata. Dalam era digital saat ini, pemanfaatan website, menjadi solusi strategis untuk mempromosikan potensi wisata daerah secara luas. Website tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana informasi bagi calon wisatawan. Oleh karena itu website ini dikembangkan sebagai platform digital untuk memperkenalkan berbagai destinasi wisata di Kabupaten Banjar. Dengan tampilan peta interaktif dan fitur klik lokasi, pengguna dapat mengetahui informasi seputar objek wisata hanya dengan menekan titik lokasi pada peta. Website ini juga menyediakan deskripsi singkat, gambar pendukung, dan tombol lanjutan untuk menelusuri informasi lebih detail tentang destinasi wisata yang dipilih.

Selain peta interaktif, website ini juga dilengkapi dengan fitur galeri dan menu navigasi yang responsif, sehingga pengunjung dapat dengan mudah mengeksplorasi berbagai konten yang tersedia. Dengan adanya website ini, diharapkan dapat membantu pemerintah daerah, pelaku industri pariwisata, dan masyarakat setempat dalam memperkenalkan kekayaan wisata Kabupaten Banjar secara luas serta meningkatkan kunjungan wisatawan yang pada akhirnya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Mengapa belum tersedia website khusus yang fokus menyajikan informasi objek wisata di Kalimantan Selatan?
2. Apa saja kekurangan informasi lokasi pada website wisata yang telah ada?
3. Bagaimana menyajikan informasi objek wisata yang terstruktur dan mudah diakses?
4. Mengapa penting menyediakan dokumentasi visual berupa video dan foto untuk objek wisata?
5. Apa penyebab terbatasnya akses masyarakat terhadap informasi lokasi dan detail tempat wisata?

C. BATASAN MASALAH

1. Fokus sistem hanya mencakup objek wisata yang berada di wilayah Kabupaten Banjar, tidak mencakup wilayah lain di Kalimantan Selatan.
2. Informasi yang ditampilkan terbatas pada nama objek wisata, deskripsi singkat, lokasi lengkap, serta dokumentasi visual berupa foto dan video.
3. Website bersifat informatif dan tidak digunakan sebagai media transaksi atau reservasi tiket, namun menyediakan fitur untuk mengagendakan rencana kunjungan wisata.
4. Dokumentasi visual hanya mencakup konten foto dan video yang menampilkan suasana dan aktivitas di lokasi wisata.
5. Web hanya dapat diakses melalui browser dan belum berbentuk aplikasi mobile.

D. TUJUAN PENULISAN

1. Mengembangkan website yang menyajikan informasi lengkap mengenai objek wisata di wilayah Kabupaten Banjar.
2. Menyediakan informasi lokasi yang akurat dan mudah diakses, termasuk tautan langsung ke Google Maps.
3. Menyusun informasi objek wisata secara terstruktur dan mudah dinavigasi oleh pengguna.
4. Menyediakan dokumentasi visual berupa foto dan video untuk meningkatkan daya tarik dan pemahaman wisatawan.
5. Menambahkan fitur perencanaan kunjungan yang memungkinkan pengguna membuat agenda perjalanan wisata secara mandiri.

E. MANFAAT PENULISAN

1. Mempermudah akses informasi objek wisata di Kabupaten Banjar bagi masyarakat dan wisatawan, sehingga dapat membantu meningkatkan kunjungan wisata.
2. Menyajikan data lokasi yang akurat dan terstruktur, termasuk tautan ke Google Maps, memudahkan pengguna dalam mencari dan menentukan destinasi wisata.
3. Meningkatkan daya tarik wisatawan melalui dokumentasi visual berupa foto dan video yang menggambarkan suasana dan aktivitas di lokasi wisata.
4. Mendukung perencanaan kunjungan wisata dengan fitur agenda perjalanan.
5. Menjadi sumber informasi wisata yang terpercaya dan mudah diakses melalui browser, khususnya untuk objek wisata di wilayah Kabupaten Banjar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut (Nugroho et al., 2025) digitalisasi sektor pariwisata melalui website sangat penting untuk meningkatkan daya saing daerah wisata. Informasi yang lengkap, termasuk alamat, foto, video, dan rute lokasi, terbukti mampu menarik lebih banyak wisatawan untuk datang secara langsung. Namun, sebagian besar daerah wisata di Indonesia masih belum memiliki platform digital yang terintegrasi dengan baik (Aziz, 2022). Penelitian dari (Aling et al., 2024) menunjukkan bahwa tampilan visual yang menarik (seperti galeri foto dan video) pada situs wisata meningkatkan persepsi positif dan keinginan untuk berkunjung. Sementara itu, (*MARKETING OPTIMIZATION OF HALAL TOURISM MAR AYU FOTINA Student ID: 29122005 (Master of Business Administration Program) INSTITUT TEKNOLOGI BANDUNG January 2024 ABSTRACT MARKETING OPTIMIZATION OF HALAL TOURISM DESTINATIONS IN ACEH PROVINCE Mar Ayu Fotin, 2024*) menyatakan bahwa banyak situs pariwisata lokal tidak menyediakan tautan peta digital seperti Google Maps, yang penting dalam membantu navigasi wisatawan. Sejalan dengan itu, strategi pengembangan sistem informasi berbasis web untuk destinasi wisata daerah harus mencakup struktur informasi yang sistematis, fitur interaktif, serta dokumentasi multimedia agar pengunjung dapat merencanakan perjalanannya secara mandiri (Wildan Hamdani & Suharnawi, 2018). strategi pengembangan sistem informasi destinasi wisata daerah berbasis web harus mencakup struktur informasi yang sistematis, penyediaan fitur interaktif, serta dokumentasi multimedia yang memadai agar pengunjung dapat merencanakan perjalanan mereka secara mandiri. Dengan landasan teori tersebut, maka pengembangan website objek wisata Kabupaten Banjar yang dilengkapi fitur seperti peta interaktif, galeri foto dan video, serta agenda kunjungan pribadi menjadi langkah tepat dalam mendukung promosi pariwisata lokal secara digital dan berkelanjutan.

BAB III

METODE PENULISAN

A. Identifikasi Isu

1) Kurangnya Informasi Terpadu Tentang Destinasi

- Kondisi saat ini :

Banyak tempat wisata terutama yang belum terkenal, masih kesulitan menyediakan informasi yang mudah diakses. Informasi seperti lokasi, fasilitas, jam buka, dan ulasan sering tersebar di berbagai platform atau bahkan tidak tersedia online. Akibatnya, wisatawan jadi kesulitan merencanakan perjalanan mereka. Menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Uno, wisatawan mengalami kesulitan dalam mencari informasi wisata di Indonesia karena kurangnya penggunaan teknologi informasi sebagai jendela referensi sektor pariwisata

- Kondisi yang diharapkan :

Dengan pengembangan website wisata yang terintegrasi, diharapkan dapat mengatasi permasalahan kurangnya informasi terpadu tentang destinasi lokal. Website ini akan berfungsi sebagai informasi yang menyediakan data destinasi.

2) Minimnya Informasi Mengenai Kegiatan dan Fasilitas Destinasi

- Kondisi saat ini :

Saat ini masih banyak yang belum memiliki informasi kegiatan dan fasilitas yang lengkap dan mudah diakses. Wisatawan sering kesulitan menemukan data tentang kegiatan ataupun fasilitas pendukung lainnya karena informasi tersebut tidak banyak tersedia atau tersebar di

berbagai platform. Kondisi ini menyulitkan mereka dalam menyusun rencana perjalanan yang nyaman.

- Kondisi yang diharapkan :

Dengan adanya website wisata diharapkan bisa menjadi solusi atas kurangnya informasi tentang fasilitas di tempat wisata. wisatawan dapat mengakses informasi yang mengenai berbagai kegiatan fasilitas yang tersedia di setiap destinasi, sehingga perencanaan perjalanan menjadi lebih mudah dan nyaman.

3) Kurangnya visual yang terpublikasikan

- Kondisi saat ini :

Kurangnya dokumentasi visual yang ada menyebabkan calon wisatawan kesulitan mendapatkan gambaran yang jelas tentang tempat yang akan dikunjungi. Penelitian menunjukkan bahwa dokumentasi visual yang berkualitas tinggi berperan penting dalam membentuk persepsi positif dan membangun kepercayaan calon wisatawan. Namun, banyak destinasi yang belum memanfaatkan potensi ini secara maksimal.

- Kondisi yang diharapkan :

Website diharapkan bisa membuat perubahan signifikan dalam cara destinasi dipresentasikan dan diakses oleh calon wisatawan. Website tersebut akan menjadi pusat informasi digital yang menyajikan konten visual yang terfokus dan mudah diakses.

4) Informasi objek destinasi yang kurang terstruktur

- Kondisi saat ini :

Pada saat ini, banyak objek wisata di berbagai daerah di Indonesia belum memiliki penyajian informasi yang terstruktur dengan baik. Informasi yang tersedia seringkali tersebar di berbagai media tanpa konsistensi, validasi, atau

standar penyajian yang jelas. Hal ini mengakibatkan wisatawan kesulitan memperoleh data yang komprehensif dan dapat dipercaya mengenai destinasi yang akan dikunjungi. Hal ini menghambat efektivitas promosi wisata dan pengembangan potensi daerah.

- Kondisi yang diharapkan :

Dengan dibangunnya sebuah website wisata yang terstruktur dan berbasis digital, diharapkan dapat mengatasi permasalahan ketidaktersediaan informasi yang sistematis. Website tersebut akan berfungsi sebagai pusat informasi yang menyajikan data mengenai objek wisata secara terorganisir, akurat, dan mudah diakses oleh masyarakat luas.

5) Minimnya akses informasi ke tempat destinasi

- Kondisi saat ini :

Wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, sering kali mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi yang akurat dan terkini tentang lokasi, fasilitas, serta aktivitas yang tersedia di destinasi wisata. keterbatasan infrastruktur digital dan kurangnya integrasi informasi antar destinasi menyebabkan wisatawan kesulitan dalam merencanakan perjalanan mereka secara efisien. Kondisi ini menghambat potensi pertumbuhan sektor pariwisata dan mengurangi daya saing destinasi wisata Indonesia di kancah internasional.

- Kondisi yang diharapkan :

Pengembangan website pariwisata diharapkan mampu menjadi pusat informasi yang akurat, dan mudah diakses mengenai berbagai destinasi.

B. Penggunaan Metode APKL

NO	ISU	FAKTOR				KETERANGAN
		A	P	K	L	
1	Kurangnya Informasi Terpadu Tentang Destinasi Lokal	✓	✓	✓	✓	Tanpa informasi yang terpusat, wisatawan kesulitan mengenal potensi lokal. Situs web Anda bisa menjadi pusat informasi terpercaya
2	Minimnya Informasi Mengenai Kegiatan dan Fasilitas Destinasi	✓	✓	✓		Informasi kegiatan/fasilitas sangat dibutuhkan dalam perencanaan wisata.
3	Kurangnya visual yang terpublikasikan	✓	✓			Visual menarik mendorong minat kunjungan; perlu konten visual berkualitas.
4	informasi objek destinasi yang kurang terstruktur	✓	✓		✓	Struktur informasi yang bagus memudahkan pengguna menemukan apa yang di cari
5	Minimnya akses informasi ke tempat destinasi	✓	✓			Akses informasi penting untuk navigasi dan logistik pengunjung.

C. Penjelasan Metode APKL

1) Kurangnya Informasi Terpadu Tentang Destinasi Lokal

- Aktual (A) :

Wisatawan sering bingung karena informasi destinasi berserakan di media sosial pribadi, blog, atau tidak ada sama sekali.

- Problematik (P) :

Kurangnya info membuat destinasi tidak dilirik. Ini hambatan promosi pariwisata lokal.

- Kehalayakan (K) :

Bisa digunakan oleh siapa saja dan tidak terpaku oleh wisatawan non local. Data bisa dikumpulkan dari dinas pariwisata, komunitas lokal, atau observasi langsung. Tidak butuh alat mahal.

- Layak (L) :

Layak dijadikan prioritas karena dampaknya sangat luas untuk promosi dan pemberdayaan lokal.

2) Minimnya Informasi Kegiatan & Fasilitas Destinasi

- Aktual (A) :

Banyak wisatawan yang ingin berkunjung kurang mengetahui kegiatan yang dapat dilaksanakan ataupun fasilitas yang ada di tempat destinasi (Andina & Aliyah, 2021).

- Problematik (P) :

Pengunjung kesulitan memutuskan untuk datang tanpa tahu apa yang bisa dilakukan.

3) Kurangnya visual yang terpublikasi

- Aktual (A) :

Visual yang menarik dapat meningkatkan minat wisatawan, namun banyak destinasi belum memiliki dokumentasi visual yang memadai (Agung et al., n.d.).

- Problematik (P) :
Banyak destinasi tidak punya dokumentasi visual yang layak tampil. Ini nyata di lapangan.
- 4) Informasi objek destinasi yang kurang terstruktur
- Aktual (A) :
Banyak website desa/wisata membingungkan karena struktur yang tidak user-friendly.
 - Problematik (P) :
Informasi tidak terstruktur menyulitkan pengguna menyebabkan penurunan kunjungan dikarenakan sulit mengakses informasi
 - Layak (L) :
Tanpa struktur yang baik pengguna akan kesulitan mencari destinasi yang akan didatangi

D. Kesimpulan Metode APKL

Penerapan metode APKL dalam analisis kebutuhan website wisata menunjukkan bahwa isu seperti kurangnya informasi terpadu, minimnya informasi kegiatan dan fasilitas, serta struktur informasi yang tidak terorganisir merupakan masalah yang paling mendesak dan layak untuk segera ditangani. Ketiga isu ini sangat penting karena berhubungan langsung dengan kemudahan wisatawan dalam mengakses dan memahami informasi destinasi (Andina & Aliyah, 2021).

Sementara itu, isu visual dan akses lokasi tetap relevan, namun perlu dikembangkan secara bertahap karena memerlukan sumber daya dan data yang lebih kompleks (Agung et al., n.d.). Dengan pendekatan ini, pembangunan website dapat dilakukan secara efisien, terarah, dan berdampak langsung bagi pengembangan wisata lokal. Metode APKL membantu menyaring mana masalah

yang paling urgen dan bisa ditangani duluan. Dengan fokus pada hal-hal mendasar, website wisata yang akan dibuat bisa lebih efektif menjawab kebutuhan pengguna, meningkatkan pengalaman wisatawan, dan mendorong promosi destinasi lokal secara strategis.

G. Penggunaan Metode USG

NO	ISU	FAKTOR			KETERANGAN
		U	S	G	
1	Kurangnya Informasi Terpadu Tentang Destinasi Lokal	4	3	3	10
2	Minimnya Informasi Mengenai Kegiatan dan Fasilitas Destinasi	5	3	3	11
3	Kurangnya visual yang terpublikasikan	5	4	3	12
4	Informasi objek destinasi yang kurang terstruktur	4	4	2	10
5	Minimnya akses informasi ke tempat destinasi	5	4	3	11

H. Penjelasan Metode USG

1) Kurangnya Informasi Terpadu Tentang Destinasi Lokal

- Urgency (U) : 4

Saat ini informasi masih bisa ditemukan dari berbagai sumber (media sosial, blog pribadi, YouTube). Namun, hal ini menyulitkan wisatawan untuk membandingkan dan merencanakan kunjungan secara efisien.

- Seriousness (S) : 3

Dampaknya cukup serius, terutama bagi wisatawan luar daerah. Tanpa informasi terpadu, keputusan berkunjung bisa tertunda bahkan batal. Sumber yang terpisah-pisah menyebabkan kebingungan dan memperpanjang waktu riset.

- Growth (G) : 3

Pertumbuhannya stabil. Jika dibiarkan, masalah ini akan tetap ada, tidak memburuk drastis, tapi membuat destinasi sulit bersaing dengan daerah yang sudah terintegrasi secara digital.

2) Minimnya Informasi Mengenai Kegiatan dan Fasilitas Destinasi

- Urgency (U) : 5

Wisatawan sering bingung mengenai apa saja aktivitas yang bisa dilakukan di lokasi. Kegiatan seperti event lokal, wisata edukatif, atau atraksi budaya sering tidak dipublikasikan. Namun, urgensinya masih sedang karena wisatawan bisa tetap menikmati destinasi meski tanpa mengikuti kegiatan.

- Seriousness (S) : 3

Ini berdampak langsung pada lamanya kunjungan dan pengalaman wisatawan. Tanpa informasi ini, wisata menjadi singkat dan kurang berkesan, padahal event lokal bisa menambah nilai ekonomi dan budaya.

- Growth (G) : 3

Masalah ini tidak cepat berkembang karena sifatnya pasif. Tapi jika tidak diatasi, destinasi tetap akan tertinggal dari segi “pengalaman wisata”.

3) Kurangnya visual yang terpublikasikan

- Urgency (U) : 5

Bukan kebutuhan mendesak karena sebagian besar orang masih bisa memutuskan tanpa visual yang banyak, terutama jika sudah pernah dengar atau direkomendasikan orang terdekat.

- Seriousness (S) : 4

Kurangnya gambar atau video bisa berdampak pada minimnya rasa penasaran atau daya tarik awal, apalagi untuk destinasi baru atau belum terkenal. Namun, tidak terlalu serius karena bisa ditutupi dengan deskripsi yang kuat.

- Growth (G) : 3

Di era digital yang sangat visual (Instagram, TikTok, YouTube), ketertinggalan visual akan makin mencolok. Jika tidak segera diatasi, wisata lokal akan kalah bersaing dengan destinasi lain yang aktif secara visual.

4) Informasi objek destinasi yang kurang terstruktur

- Urgency (U) : 4

Saat ini informasi memang tersedia, tapi penyajiannya tidak konsisten atau tidak logis, membuat pengguna harus “menebak-nebak” urutan atau kategori.

- Seriousness (S) : 4

Ini menyebabkan pengguna kesulitan memahami jenis objek (alam, budaya, kuliner), waktu kunjungan, harga tiket, dan sebagainya. Kurangnya struktur ini menghambat pengalaman pencarian yang nyaman.

- Growth (G) : 2

Ketika konten makin banyak, jika tidak ditata dengan baik, akan menjadi semakin kacau dan tidak berguna, seperti blog acak yang tidak bisa dinavigasi.

5) Minimnya akses informasi ke tempat destinasi

- Urgency (U) : 5

Banyak destinasi tidak menyertakan petunjuk arah, moda transportasi umum, alternatif jalur, atau bahkan apakah kendaraan besar bisa masuk. Ini adalah kendala nyata yang sering dialami pengunjung dari luar kota.

- Seriousness (S) : 4

Informasi ini sangat penting bagi wisatawan yang menggunakan kendaraan sendiri atau transportasi umum. Jika tidak jelas, mereka bisa salah jalan, tersesat, atau memilih untuk tidak datang karena tidak yakin dengan aksesibilitasnya. Ini bisa menghambat kunjungan dalam jumlah besar.

- Growth (G) : 3

Masalah ini cukup konstan; tidak memburuk drastis, tapi membuat destinasi sulit dijangkau oleh pasar yang lebih luas.

BAB IV PERENCANAAN

A. TARGET PENGGUNA

- Wisatawan Lokal: Masyarakat Kabupaten Banjar dan sekitarnya yang ingin mencari informasi lengkap dan akurat mengenai destinasi wisata di wilayahnya untuk keperluan rekreasi atau liburan.
- Wisatawan dari Luar Kabupaten Banjar: Pengunjung dari daerah lain yang membutuhkan panduan lengkap terkait objek wisata di Kabupaten Banjar, termasuk lokasi dan fasilitas yang tersedia.
- Pelaku Industri Pariwisata dan Pemerintah Daerah: Pengelola objek wisata, agen perjalanan, dan pemerintah daerah yang membutuhkan platform untuk mempromosikan destinasi wisata serta memantau minat dan perilaku pengunjung.

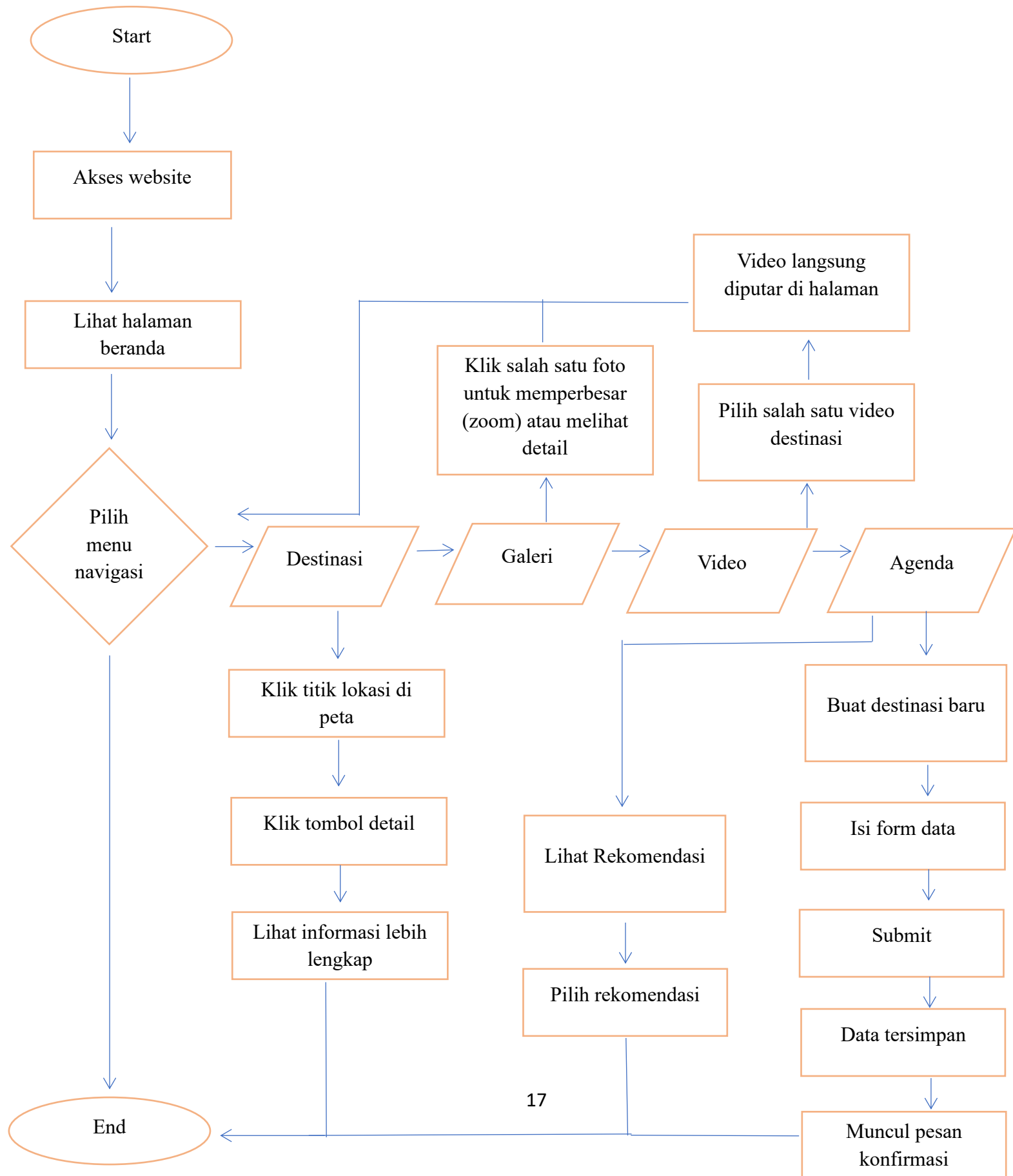
B. INTERAKSI PENGGUNA

1) Akses Website

- Pengguna membuka browser di perangkat mereka (HP, laptop, dll) dan mengakses website Tilik Banua. Halaman beranda berisi navigasi utama dengan 4 menu: Destinasi, Galeri, Video, dan Agenda.
- Saat pengguna klik menu Destinasi, website menampilkan peta interaktif Kabupaten Banjar dengan titik-titik lokasi wisata. Pengguna dapat mengklik titik lokasi wisata untuk melihat: Nama objek wisata, Gambar objek wisata, Deskripsi singkat, dan Tombol Detail untuk informasi lebih lengkap
- Menu Galeri menampilkan kumpulan foto destinasi wisata yang disusun dalam grid responsif. Pengguna dapat mengklik foto untuk memperbesar (zoom) atau melihat detail gambar.

- Pada menu Video, pengguna dapat menonton berbagai video dokumentasi destinasi wisata. Video dapat diputar langsung di halaman website.
- Pengguna mengakses menu Agenda untuk mengisi form perencanaan kunjungan wisata dengan input: Nama destinasi tujuan, Tanggal kunjungan, dan Jam kunjungan. Setelah mengisi, pengguna klik tombol Submit, dan data tersebut disimpan sebagai rencana kunjungan pribadi.

2) Alur Interaksi Pengguna



Akses website > Lihat halaman beranda > Pilih menu Navigasi (Destinasi / Galeri / Video / Agenda). Klik titik lokasi wisata di peta > Tampil info singkat > Klik tombol Detail > Lihat informasi lengkap.

- Jika pilih Galeri:
Lihat foto-foto destinasi > Klik foto untuk zoom/detail.
- Jika pilih Video:
Pilih video > Putar video langsung di halaman.
- Jika pilih Agenda:
Pilih buat destinasi baru lalu isi form (nama destinasi, tanggal, jam kunjungan), atau pilih dari daftar rekomendasi > Klik Submit > Data tersimpan > Muncul pesan konfirmasi.

BAB V

PENUTUP

Website objek wisata Kabupaten Banjar dikembangkan sebagai solusi digital untuk mengatasi kurangnya akses informasi mengenai destinasi wisata lokal. Dengan memanfaatkan teknologi peta interaktif, galeri foto, dan tampilan navigasi yang responsif, website ini memberikan kemudahan bagi calon wisatawan dalam memperoleh informasi yang lengkap dan menarik. Platform ini tidak hanya berperan sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana edukatif dan informatif yang memperkenalkan kekayaan alam serta budaya daerah. Diharapkan, keberadaan website ini dapat mendukung pengembangan sektor pariwisata, meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, serta berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal di Kabupaten Banjar. Alur penggunaan website yang dirancang secara sistematis dan intuitif memungkinkan pengguna untuk dengan mudah mengeksplorasi destinasi melalui fitur navigasi, galeri, video, dan agenda kunjungan. Dengan pilihan untuk melihat informasi detail, mengakses media visual, serta merencanakan kunjungan secara mandiri atau berdasarkan rekomendasi, website ini memperkuat posisinya sebagai media digital yang interaktif, efektif, dan ramah pengguna dalam memajukan pariwisata daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, M., Kadir, I., & Mandar, P. (n.d.). *PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PARIWISATA KABUPATEN POLEWALI MANDAR*.
- Aling, F. A. N., Semara, I. M. T., & Amir, F. L. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Seni Fotografi dalam Meningkatkan Keputusan Berwisata. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 3(8), 1420–1425. <https://doi.org/10.22334/paris.v3i8.858>
- Andina, S. A., & Aliyah, I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur. *Jurnal Cakra Wisata*, 22(3), 27–38.
- Aziz, M. H. (2022). Model Pariwisata Digital dalam Pengembangan Pariwisata Indonesia. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 2279. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2246>
- MARKETING OPTIMIZATION OF HALAL TOURISM MAR AYU FOTINA Student ID : 29122005 (Master of Business Administration Program) INSTITUT TEKNOLOGI BANDUNG January 2024 ABSTRACT MARKETING OPTIMIZATION OF HALAL TOURISM DESTINATIONS IN ACEH PROVINCE Mar Ayu Fotin. (2024). 29122005(January).*
- Nugroho, P., Prabowo, S. A., Izzuddin, A. R., Informatika, T., Teknik, F., Ilmu, D., Nusantara, U., & Kediri, P. (2025). *Smart Tourism Berbasis Web Untuk Optimalisasi Pengelolaan Dan Promosi Pariwisata Di Kabupaten Nganjuk*. 4, 464–470.
- Wildan Hamdani, & Suharnawi. (2018). Pengembangan Sistem Informasi Pariwisata Kabupaten Tegal Berbasis Website. *Wildan Hamdani, Suhrnawi*, 3(1), 1–9.