

Multimedia Pengenalan Objek Wisata Bendungan Telaga Tunjung Berbasis *Website*

I Made Widi Diantara¹⁾, I Gusti Ngurah Mega Nata²⁾, AA Ayu Meitridwiastiti³⁾

Sistem Informasi¹⁾, Manajemen Informatika²⁾, Sistem Informasi³⁾

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Denpasar, Indonesia

e-mail: 200030193@stikom-bali.ac.id¹, mega@stikom-bali.ac.id², aaameitri@stikom-bali.ac.id³

Abstrak

Pariwisata di Bali dikenal sebagai salah satu tujuan wisata utama, menarik minat wisatawan domestik dan mancanegara. Meskipun terjadi penurunan jumlah kunjungan wisman pada November 2023, Bali tetap menjadi magnet wisata global, dengan Australia sebagai penyumbang terbesar. Di tengah kekayaan alam dan budaya Bali, terdapat objek wisata yang kurang dikenal, yaitu Bendungan Telaga Tunjung di Tabanan, yang menawarkan panorama indah serta spot foto dan memancing yang menarik. Namun, minimnya promosi mengakibatkan rendahnya kesadaran masyarakat terhadap objek ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan “Multimedia Pengenalan Objek Wisata Bendungan Telaga Tunjung Berbasis Website” sebagai solusi untuk memperkenalkan objek wisata ini kepada publik. Dengan menggunakan pendekatan berbasis website, diharapkan dapat meningkatkan visibilitas dan akses informasi mengenai Bendungan Telaga Tunjung, sehingga menarik lebih banyak pengunjung. Penelitian ini juga mengacu pada studi sebelumnya yang relevan, yang diharapkan dapat memberikan kontribusi inovatif dalam promosi pariwisata di Bali.

Kata kunci: Bendungan Telaga Tunjung, Objek Wisata, Promosi, Multimedia Pengenalan, Website.

1. Pendahuluan

Bali merupakan salah satu pulau bagian dari Negara Indonesia yang dijuluki dengan pulau surge dan “The Island Of God” dikarenakan keindahan alamnya selain itu Bali juga identik dengan keramah-tamahan penduduknya, budaya yang unik dan ini sebagai dayatarik untuk wisatawan baik lokal maupun mancanegara berkunjung ke Bali oleh karena itu Bali disebut “Pulau Dewata”. Serta Bali sangat identik dengan keberadaan pura yang terdiri atas pura keluarga dan klan, pura desa dan kerajaan, gunung dan danau, serta pura hutan dan sumber air, sehingga dijuluki “Pulau Seribu Pura”[1].

Pariwisata di Bali merupakan salah satu tujuan wisata yang sudah tidak diragukan lagi oleh wisatawan domestik maupun wisatawan asing. Pariwisata di Bali sudah menjadi tujuan wisata dunia yang terkenal di seluruh manca negara. Tidak hanya wisatawan lokal saja bahkan wisatawan asing juga tidak berhenti berkunjung ke pulau Bali Wisatawan mancanegara (wisman) yang datang langsung ke Provinsi Bali pada bulan November 2023 tercatat sebanyak 401.870 kunjungan, turun 12,91 persen dibandingkan bulan sebelumnya yang tercatat sebanyak 461.441 kunjungan[2].

Tabanan merupakan salah satu daerah di Bali yang menjadi tujuan para wisatawan. Adapun salah satu objek wisata alam yang terdapat di daerah Tabanan yaitu objek wisata Bendungan Telaga Tunjung. objek wisata Bendungan Telaga Tunjung ini berlokasi di Desa Timpag, Kerambitan, Kabupaten Tabanan. Lokasi wisata ini dibuka untuk umum pada tahun 2007[3].

Bendungan Telaga Tunjung memiliki keunikan tersendiri yaitu tempat wisata nya tersembunyi tetapi banyak spot foto bagus dan menarik dikarenakan banyak menampilkan *view* yang menarik bagus buat yang memiliki hobi *photographer* namun tidak hanya itu saja terdapat juga banyak spot mancing bagus buat yang memiliki hobi mancing. Selain itu Bendungan Telaga Tunjung dijadikan sebagai sumber air utama untuk mengairi pertanian, serta menjadi salah satu bendungan terbesar di Bali. Sayangnya objek wisata Bendungan Telaga Tunjung ini masih jarang diketahui oleh orang. Hal tersebut dapat terjadi karena masih rendahnya usaha dalam memperkenalkan objek wisata Bendungan Telaga Tunjung kepada masyarakat. Objek wisata ini perlu diperkenalkan kepada masyarakat karena objek wisata Bendungan Telaga Tunjung memiliki potensi wisata yang baik dengan pesona yang indah dan keasrian yang terjaga.

Untuk mengatasi kendala tersebut, diperlukan sebuah *website* untuk memperkenalkan wisata Bendungan Telaga Tunjung agar wisatawan asing maupun domestik dapat mengenal wisata tersebut. Salah satu solusi yang dapat digunakan adalah dengan membuat “Multimedia Pengenalan Objek Wisata

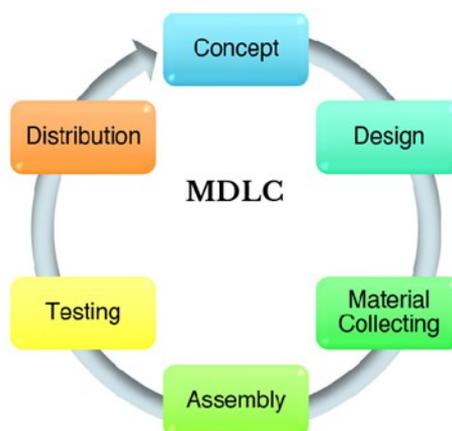
Bendungan Telaga Tunjung Berbasis *Website*". Dengan menggunakan *website* ini agar dapat membantu pengunjung yang belum banyak mengetahui objek wisata Bendungan Telaga Tunjung.

Adapun penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini yaitu "*Website* Pengenalan Objek Wisata Buatan di Kabupaten Temanggung" oleh Muhammad Eka Bhkti Wiyana dan Sigit Apriyanto, Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Magelang. *Website* ini memberikan informasi serta pengenalan kepada masyarakat luas mengenai keberadaan Objek Wisata Buatan yang berada di Kabupaten Temanggung[4]. Dan "*Penerapan Virtual Tour 360* Sebagai Promosi Wisata Kenderan Berbasis *Website*" oleh Gusti Ngurah Mega Nata. *Website* ini memberikan informasi mengenai objek wisata Desa Kenderan[5]. Penelitian tersebut akan dijadikan acuan referensi dalam merancang *website* yang akan dibangun penulis.

Berdasarkan uraian diatas, maka dalam penelitian ini dibangun sebuah "*Multimedia* Pengenalan Objek Wisata Bendungan Telaga Tunjung Berbasis *Website*". Dikarenakan *website* ini mempunyai fitur-fitur yang unik seperti menampilkan spot foto yang dilengkapi dengan pemandangan indah, serta terdapat spot bagus untuk para pemancing. Diharapkan dengan dibuatnya multimedia pengenalan ini dapat membantu memberikan informasi mengenai Objek Wisata Bendungan Telaga Tunjung kepada masyarakat lokal maupun mancanegara.

2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini yaitu Multimedia pengenalan objek wisata bendungan telaga tunjung berbasis website menggunakan metode pengembangan *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)*. Dalam metode pengembangan ini terdapat enam tahapan yang terdiri dari *Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing dan Distribution*[6].



Gambar 1. Multimedia Development Life Cycle (MDLC)

Concept ini menggunakan analisa 5W+1H yaitu what, who, when, why, where, how serta menggunakan metode SWOT yaitu *strenght, weakness, opportunities, threats*[7].

Design menampilkan struktur menu, terdapat beberapa seperti menu *home*, menu spot foto, menu spot pemancing, menu tentang kami dan menu kontak kami.

Material Collecting mengumpulkan bahan-bahan tersebut berupa vektor, foto, animasi ,video, audio[8].

Assembly (pembuatan) adalah tahap pembuatan semua objek atau bahan multimedia. Pembuatan *website* didasarkan pada tahap desain, seperti *Flowchart* dan *Mock Up* semua material yang telah dikumpulkan dimasukkan kedalam adobe photoshop, adobe premiere pro dan adobe after effect sebagai software pendukung untuk mempermudah pembuatan *website* ini[9].

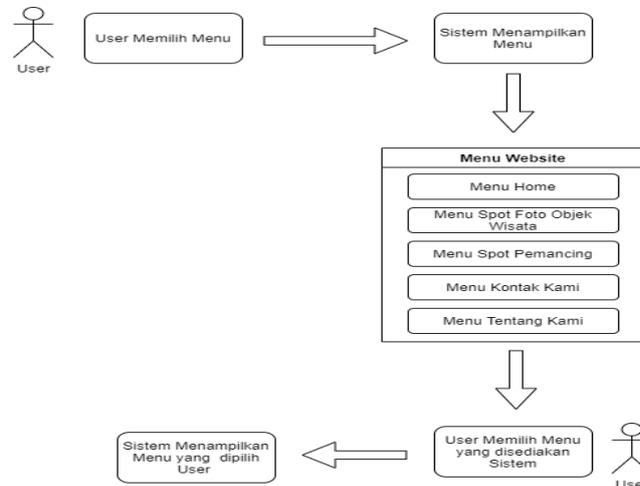
Testing (pengujian) dilakukan setelah menyelesaikan tahap pembuatan (assembly) dengan menjalankan *website* atau program dan dapat dilihat apakah ada kesalahan atau tidak. Pengujian dilakukan dengan cara pengujian *black box testing*[10].

Distribution (distribusi) *website* ini akan di distribusikan kepada masyarakat lokal maupun mancanegara melalui media hosting web[11].

3. Hasil dan Pembahasan

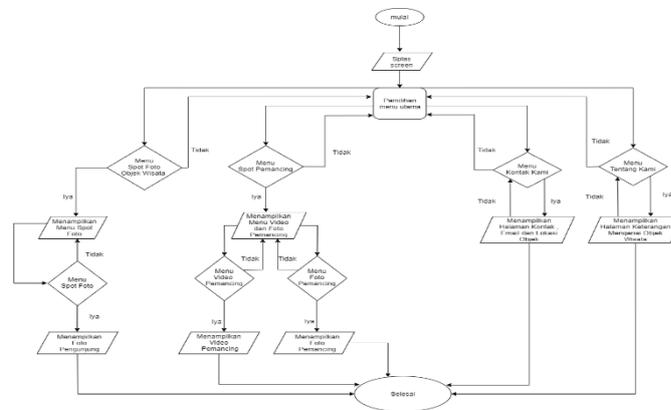
3.1 Perancangan Umum Sistem

Gambaran umum penggunaan *website* Multimedia Pengenalan Objek Wisata Bendungan Telaga Tunjung diawali dengan user memilih menu yang tersedia dalam sistem, selanjutnya sistem menampilkan menu yang tersedia. Menu utama terdiri dari menu spot foto objek wisata, spot pemancing, kontak kami dan tentang kami, setelah itu sistem menampilkan menu yang sudah dipilih user



Gambar 2. Perancangan Umum Sistem

Pada tahap perancangan *website* multimedia pengenalan objek wisata Bendungan Telaga Tunjung, flowchart ini digunakan untuk mengilustrasikan jalannya proses logika *website*. Diagram alir tersebut dapat direpresentasikan seperti *flowchart* umum. Langkah-langkah dalam *flowchart* umum terdiri dari memulai *website*, muncul layar awal (*splash screen*), lalu masuk ke menu utama (*home*).



Gambar 3. Flowchart Umum

3.2 Desain Antarmuka

Pada halaman Menu Utama (*Home*) terdapat 4 submenu, yaitu spot foto objek wisata, spot pemancing, kontak kami dan tentang kami.



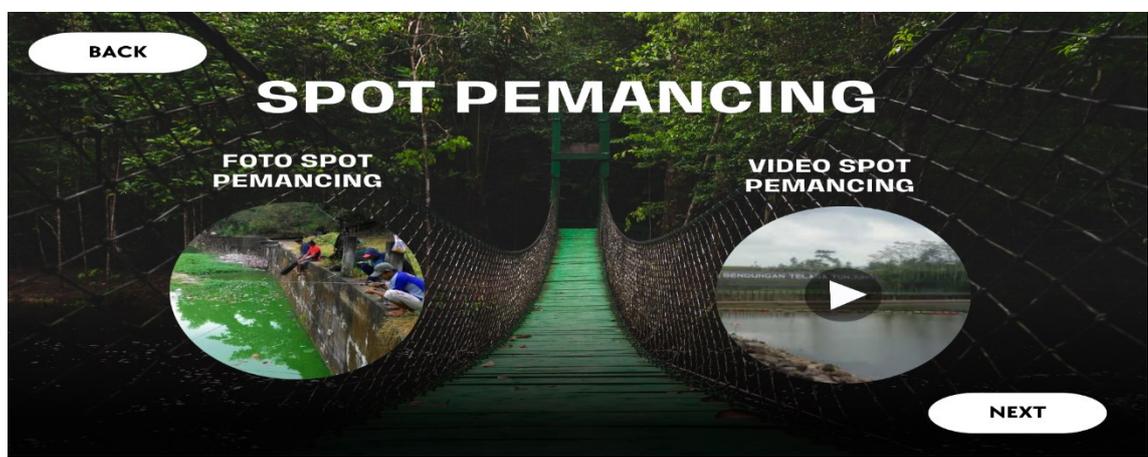
Gambar 4. Tampilan Menu Home

Kemudian terdapat *Menu Spot Foto* yang berisikan kumpulan foto-foto menarik yang terdapat pada objek wisata Bendungan Telaga Tunjung.



Gambar 5. Menu Tampilan Spot Foto

Berikutnya terdapat *Menu Spot Pemancing* yang berisikan foto dan video tentang pemancing yang berada di Objek wisata Bendungan Telaga Tunjung.



Gambar 6. Menu Tampilan Spot Pemancing

Berikutnya terdapat *Menu Kontak Kami (Contact Person)* yang berisikan nomor telepon atau email yang bisa dihubungi dan terdapat juga lokasi objek wisata Bendungan Telaga Tunjung



Gambar 7. Menu Kontak Kami (Contact Person)

Yang terakhir terdapat *Menu Tentang Kami (About Us)* yang berisikan tentang objek wisata Bendungan Telaga Tunjung



Gambar 8. Menu Tentang Kami (About Us)

4. Kesimpulan

Hasil penerapan Multimedia Pengenalan Objek Wisata Telaga Tunjung telah menghasilkan beberapa kesimpulan yakni sudah menghasilkan rancangan multimedia pengenalan objek wisata Bendungan Telaga Tunjung dengan menggunakan metode penelitian *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)* yang mana sudah dibangun sebuah *website*, multimedia pengenalan objek wisata yang dapat digunakan sebagai media promosi. Penempatan menu dan tampilan *website* yang sederhana dan mudah dimengerti dapat membantu pengguna dalam mengakses setiap informasi.

Daftar Pustaka

- [1] D. Novanda, F. Syafira, N. Noviana, and M. S. Zuhrdi, "Pengaruh Daya Tarik Budaya Tari Kecak

-
- Sebagai Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Garuda Wisnu Kencana,” *J. Ilm. Wahana Pendidik.*, vol. 9, no. 7, pp. 138–143, 2023, [Online]. Available: <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP%0APengaruh>
- [2] Y. H. Nggini, “Analisis Swot (Strength, Weaknes, Opportunity, Threats) Terhadap Kebijakan Pengembangan Pariwisata Provinsi Bali,” *J. Ilm. Din. Sos.*, vol. 3, no. 1, p. 141, 2019, doi: 10.38043/jids.v3i1.1739.
- [3] I. M. W. Candranegara, I. W. Mirta, I. N. M. Suryana, and I. putu E. Mahardika, “Pemberdayaan Masyarakat dan Pengelolaan Ekowisata D ’ Bendungan View Telaga Tunjung Sebagai Wahana Rekreasi Wisata Alam Pedesaan.,” *J. Public Inspir.*, vol. 4, no. 2, pp. 97–104, 2019.
- [4] M. E. Bhekti and S. Arfiyanto, “PENGENALAN OBJEK WISATA BUATAN DI KABUPATEN TEMANGGUNG BERBASIS WEB,” 2017, *Tugas Akhir, Universitas Muhammadiyah Magelang*.
- [5] G. N. M. Nata, “Penerapan Virtual Tour 360 Sebagai Promosi Wisata Desa Kenderan Berbasis Website,” *J. Sist. Dan Inform.*, vol. 17, no. 1, pp. 30–39, 2022.
- [6] R. Arpiansah, Y. Fernando, and J. Fakhrurozi, “Game Edukasi VR Pengenalan dan Pencegahan Virus Covid-19 Menggunakan Metode MDLC Untuk Anak Usia Dini,” *J. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 2, no. 2, p. 88, 2021, [Online]. Available: <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTSI>
- [7] S. N. Utami, N. Nugraha, and A. Nasution, “Perancangan Strategi Pemasaran Produk Susu Olahan KPBS dengan Metode Analisis SWOT dan Metode 5W1H (Studi Kasus: Pemasaran Ritel Keliling KPBS),” *Pros. Tek. Ind.*, pp. 10–19, 2017.
- [8] L. Lampiran and M. Pelajaran, “Lampiran – lampiran 85,” pp. 85–118.
- [9] Medi Triawan and H. Heriansyah, “Multimedia Interaktif Pengenalan Objek Wisata Kota Pagar Alam,” *J. Ilm. Bin. STMIK Bina Nusant. Jaya Lubuklinggau*, vol. 4, no. 2, pp. 99–104, 2022, doi: 10.52303/jb.v4i2.85.
- [10] L. Rahmadi and M. Triawan, “The Game ‘Quiz Besemah’ Sebagai Media Untuk Memperkenalkan Budaya Kota Pagar Alam,” *J. Inf. Syst. Informatics*, vol. 3, no. 4, pp. 673–685, 2021, doi: 10.51519/journalisi.v3i4.200.
- [11] Muhammad Romzi and B. Kurniawan, “Membangun Website Uptd Puskesmas Peninjauan Menggunakan Php Dan Mysql,” *JTIM J. Tek. Inform. Mahakarya*, vol. 03, no. 2, pp. 37–44, 2020.
-