

# Perancangan Multimedia Interaktif Panduan Wisata Kuliner Salatiga

Amadea Safirinka<sup>1</sup>, Andrian Dektisa H.,S.Sn.,M.Si<sup>2</sup>,  
Bernadette Dian Arini M.,S.Sn.,M.A<sup>3</sup>

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra  
Jalan Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236

## Abstrak

Salatiga adalah sebuah kota kecil di Jawa Tengah. Letak geografisnya berada di kaki Gunung Merbabu sehingga Salatiga sering dikunjungi sebagai kota transit pariwisata karena pemandangan alam dan udaranya yang sejuk. Sebagai kota transit wisata, Salatiga juga memiliki potensi kuliner yang masih belum diketahui oleh para wisatawan. Perancangan ini dibuat untuk memperkenalkan potensi kuliner yang dimiliki oleh Salatiga kepada wisatawan. Perancangan ini berupa panduan wisata dalam bentuk *mobile application* yang dapat memudahkan wisatawan untuk mendapatkan informasi tentang kuliner di Salatiga.

**Kata kunci:** Salatiga, Wisata Kuliner, *Mobile Application*, Transit Wisata, Panduan.

## Abstract

**Title:** Interactive Media Guide for Salatiga Culinary Tourism

Salatiga is a small town in Central Java at the foot of Mount Merbabu. Due to its geographical location Salatiga frequented as a transit tourism for its natural scenery and the fresh air. As a tourist transit city, Salatiga also has a culinary potential is still unknown by tourists. This design was made to introduce the tourist Salatiga's culinary potential. This project design a travel guide in the form of mobile application so that it can be easier for tourist to get information about culinary in Salatiga

**Keywords:** Salatiga, Culinary Tourism, Mobile Application, Transit Tourism, Guide

## Pendahuluan

Salatiga adalah sebuah kota kecil yang berada di Provinsi Jawa Tengah berada di kaki Gunung Merbabu. Salatiga dikelilingi oleh Gunung Telomoyo, Pegunungan Gajah Mungkur, dan juga Gunung Ungaran. Letak geografis ini membuat Salatiga memiliki udara yang sejuk. Selain itu Salatiga juga berada di kawasan Joglosemar (Jogja- Solo Semarang) membuat kota ini sering dilewati wisatawan sebagai kota transit pariwisata. Sejak jaman Belanda kota ini digunakan sebagai tempat peristirahatan karena memiliki udara yang sejuk dan pemandangan yang indah, sampai sekarang masih banyak bangunan kuno yang bisa dijumpai di Salatiga.

Lokasi Salatiga yang berada di kaki gunung Merbabu memberikan udara yang sejuk dan cenderung dingin dengan panorama yang indah membuat banyak orang yang datang ke Salatiga untuk singgah sebentar sebelum melanjutkan perjalanan mereka. Dengan potensi geografis yang dimiliki Salatiga memang

digunakan sebagai tempat transit para wisatawan, jarang sekali wisatawan yang menjadikan Salatiga sebagai tempat tujuan utama wisata mereka. Fasilitas yang menunjang pariwisata di Salatiga juga cukup memadai, adanya hotel berbintang yang memberikan pelayanan tidak kalah dengan hotel di kota besar lainnya. Banyak tempat yang mudah dijangkau dengan menggunakan angkutan umum sehingga memudahkan para wisatawan untuk berkeliling Salatiga dengan mudah.

Pariwisata merupakan penyumbang devisa negara terbesar, karena itu penting bagi setiap daerah untuk memaksimalkan potensi wisata yang dimiliki sehingga menarik wisatawan. UU No 2 tahun 1999 dan UU No 25 tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Daerah mengatakan agar tiap daerah dapat mengupayakan pendapatan daerah secara mandiri, salah satunya dengan menggali potensi wisata. Wisata Kuliner adalah salah satu aspek dalam pariwisata yang sedang disukai pada masa kini.

Menteri Pariwisata Arief Yahya mengatakan :

Pada tahun 2013 sektor kuliner memberikan kontribusi nilai tambah bruto sebesar Rp208,6 triliun, dengan rata-rata pertumbuhan 4,5 persen dari tahun 2012-2013. Sektor kuliner juga menyerap tenaga kerja sebesar 3,7 juta orang dengan rata-rata pertumbuhan sebesar, 26 persen. Unit usaha yang tercipta dari sektor ini tercatat sebesar 3,0 juta dengan rata-rata pertumbuhan sebesar, 0,9 persen. Hal ini menunjukkan bahwa kuliner Indonesia dapat menjadi salah satu faktor penggerak ekonomi masyarakat.

Wisata Kuliner merupakan perpaduan antara menikmati makanan dan juga menikmati suasana jalan-jalan atau dapat dikatakan sebagai berwisata sambil mencari makanan khas. Kuliner adalah hasil olahan berupa masakan. Kebutuhan kuliner tidak dapat dipisahkan dalam kebutuhan sehari-hari. Kuliner bukan hanya sekedar mengkonsumsi makanan namun juga merupakan bagian dari budaya. Banyak orang yang menyukai makanan dengan cita rasa tertentu, sehingga mereka rela untuk berwisata kuliner di tempat yang jauh hanya untuk memenuhi hasrat makan mereka. Tak sedikit juga orang yang berwisata kuliner karena rasa ingin tahu pada makanan khas daerah tersebut.

Kuliner sebagai wujud dari budaya perlu dilestarikan dan diolah sehingga dapat menjadi daya tarik. Masih banyak orang yang tidak mengetahui keunikan potensi kuliner yang dimiliki Kota Salatiga, tidak hanya makanannya namun juga suasana makan yang berbeda. Berbagai macam wisata kuliner unik di Salatiga memiliki cita rasa yang khas, menyajikan menu beragam yang merupakan modifikasi dari berbagai macam makanan dari nusantara. Dengan adanya wisata yang unik ini dapat mengubah persepsi para wisatawan yang menganggap bahwa Salatiga sebagai kota transit atau kota pelajar menjadi kota transit wisata yang juga menawarkan pengalaman berkuliner yang berbeda.

Dengan berkembangnya teknologi pada jaman sekarang, sangat banyak informasi yang bisa didapatkan melalui media internet. Namun sayangnya belum ada informasi yang lengkap tentang kuliner di Salatiga sehingga banyak wisatawan tidak mengetahui potensi ini dan juga belum ada usaha dari pemerintah untuk mempromosikan kuliner Salatiga. Perlu adanya informasi untuk menunjukkan potensi yang dimiliki Kota Salatiga sehingga para wisatawan dapat dengan mudah mengetahui lokasi kuliner Salatiga. Oleh karena itu perlu adanya panduan media interaktif yang memudahkan dan memberikan informasi lengkap tentang kuliner Salatiga, sehingga wisatawan tertarik untuk mengunjungi Salatiga sebagai kota wisata. Adanya media interaktif panduan wisata kuliner ini diharapkan dapat mendukung misi pemerintah kota dalam pemberdayaan ekonomi lokal dan juga menambah pendapatan daerah. Selain itu diharapkan dengan adanya media interaktif panduan wisata kuliner ini adanya peningkatan *awareness* wisatawan

pada kota Salatiga, sehingga kota Salatiga bisa menjadi alternatif dalam berwisata di Jawa Tengah.

## Metode Perancangan

Dalam penulisan tugas akhir ini, peneliti menggunakan metode penelitian sebagai berikut :

### Metode Pengumpulan Data

- Data Primer

#### 1. Wawancara (Interview)

Untuk mendapatkan informasi dalam perancangan ini, akan dilakukan wawancara atau *interview* kepada pelaku kuliner di kota Salatiga yang selama ini sudah ada. Selain itu wawancara juga akan dilakukan kepada pemerintah kota Salatiga dalam bidang pariwisata. Melalui metode wawancara ini, informasi tentang obyek perancangan yang didapat lebih akurat.

#### 2. Pengamatan (Observasi)

Pengamatan adalah kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang objek perancangan dengan cara mengamati kejadian atau kegiatan yang terjadi. Dengan metode ini diharapkan dapat mengetahui keadaan objek perancangan dan juga target perancangan. Sehingga perancangan dapat sesuai dengan kebutuhan target perancangan. Pengamatan yang akan dilakukan adalah pengamatan secara langsung, kemudian mengabadikannya menggunakan kamera. Selain itu juga digunakan metode observasi secara tidak langsung. Alat yang digunakan adalah kamera, untuk merekam aktifitas target *audience*, sehingga dapat mengerti kebiasaan target perancangan.

- Data Sekunder

#### 1. Penelitian Pustaka

Mengumpulkan dan memilih data yang sudah ada di media cetak seperti buku, koran, maupun media digital. Data yang dicari memuat informasi yang sesuai dengan kepentingan perancangan karya desain sebagai landasan teori.

#### 2. Dokumentasi Data

Mengumpulkan data dan informasi yang ada, kemudian mendokumentasikan menggunakan kamera. Data yang dikumpulkan berupa gambar, buku, foto, arsip, dan sebagainya. Data tersebut digunakan sebagai acuan dalam mengembangkan perancangan.

## Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menganalisis data untuk perancangan ini adalah metode kualitatif. Untuk memperoleh data atau informasi tentang objek perancangan ini diperlukan wawancara terhadap informan mengenai makna dan hal yang berkaitan dengan Wisata Kuliner kota Salatiga. Untuk dapat menganalisis data hal yang harus dilakukan adalah melakukan wawancara kepada pelaku kuliner di kota Salatiga, wawancara kepada pemerintah kota Salatiga, melakukan pengamatan kepada target perancangan. Data yang akan diperoleh menggunakan metode analisis 5W1H (*What, Why, Where, When, Who, dan How*).

### 1. Apa (*What*)

Apa saja wisata kuliner di Salatiga ?

### 2. Siapa (*Who*)

Siapa saja yang menjadi sasaran wisata kuliner di Salatiga ?

### 3. Mengapa (*Why*)

Mengapa kuliner Salatiga harus diekspose ?

### 4. Dimana (*Where*)

Dimana saja letak lokasi kuliner Salatiga?

### 5. Kapan (*When*)

Kapan biasanya wisatawan datang ke Salatiga ?

### 6. Bagaimana (*How*)

Bagaimana promosi wisata kuliner Salatiga ?

## Pembahasan

Lokasi kota Salatiga yang berada diantara perlintasan Joglosemar merupakan kota yang sering dilewati para wisatawan, biasanya wisatawan akan menghabiskan waktu 1 atau 2 hari untuk menginap di Salatiga sekedar untuk menikmati cuaca yang sejuk. Selain itu banyak juga wisatawan yang memilih untuk menginap di Salatiga karena jarak dari Salatiga menuju kota wisata seperti Semarang atau Solo cukup dekat. Sebagai kota transit pariwisata, Salatiga memang lebih dikenal dengan cuacanya yang sejuk, namun banyak wisatawan yang belum mengetahui bahwa Salatiga juga memiliki potensi wisata kuliner yang unik. Kuliner ini ditawarkan karena Salatiga sebagai kota transit pariwisata memiliki kuliner yang berupa makanan sebagai kebutuhan primer yang diperlukan oleh wisatawan.

Pariwisata pada masa kini merupakan industri yang sangat berkembang pesat, hal ini disebabkan karena adanya gerakan manusia dalam mencari sesuatu yang belum diketahuinya, menjelajah wilayah yang baru, mencari perubahan suasana, atau untuk mendapat perjalanan baru (Murphy 1985). Kuliner adalah salah satu pariwisata yang diminati pada masa kini. Biasanya para wisatawan tidak memiliki panduan khusus tentang kuliner, informasi yang didapat biasanya hanya dari mulut ke mulut saja, atau referensi dari teman. Karena itu perlu adanya panduan wisata kuliner yang memudahkan wisatawan untuk mengetahui kuliner di daerah tertentu.

Dalam membuat media interaktif yang menarik perlu memberikan pengalaman yang sesuai dengan tujuan dan dapat dirasakan oleh pengguna. Sebelum menentukan media yang akan dipilih, penting untuk mengetahui target audiens yang ingin dituju. Dengan mengetahui umur konsumen, kita bisa menentukan kebiasaan dan juga perilaku mereka sehingga media yang dipilih sesuai dengan kebutuhan. Teknologi *mobile* adalah salah satu teknologi yang yang dapat ditemui di kehidupan sehari-hari. *Mobile* dapat diartikan perpindahan dari suatu tempat ke tempat lain tanpa terjadinya pemutusan komunikasi. Melalui teknologi ini kita bisa mendapatkan informasi dan memudahkan kita untuk berkomunikasi setiap saat, selain dengan ukuran yang cukup kecil memudahkan pengguna untuk membawanya kemana saja.

## Konsep Perancangan

### Tujuan Kreatif

Tujuan perancangan ini adalah untuk mengenalkan kepada wisatawan akan potensi wisata kuliner yang dimiliki kota Salatiga. Meningkatkan *awareness* di benak wisatawan bahwa kota Salatiga merupakan kota transit pariwisata yang juga memiliki potensi kuliner. Adanya media interaktif panduan wisata kuliner Salatiga agar memudahkan wisatawan yang datang ke Salatiga mendapatkan informasi tentang kuliner, dan dapat mengenal berbagai kuliner yang ada di Salatiga. Selain itu tujuan perancangan ini juga dapat memudahkan wisatawan untuk menemukan lokasi kuliner yang tersebar di Salatiga. Diharapkan dengan adanya perancangan media interaktif panduan wisata kuliner Salatiga meningkatkan minat wisatawan untuk datang ke Salatiga dan mencoba kuliner Salatiga.

### Strategi Kreatif

Dalam berwisata biasanya para wisatawan akan mencari informasi tentang tempat yang akan dituju. Pada masa kini sudah terdapat panduan wisata yang biasanya berbentuk buku, atau mencari informasi lewat internet. Buku adalah sebuah media yang dapat memberikan informasi yang sebanyak-banyaknya dan lengkap. Namun bagi para wisatawan buku panduan dirasa kurang efektif dan kurang praktis karena tidak mudah untuk dibawa-bawa, informasi yang ada di dalam buku panduan juga tidak bisa diubah, sehingga jika ada perubahan wisatawan tidak bisa mengetahui, selain itu juga tidak banyak wisatawan yang mau mengeluarkan uang untuk membeli sebuah buku panduan. Selain itu informasi yang ada di internet terkadang kurang dapat dipastikan kebenarannya. Maka dari itu perlu adanya media yang mudah digunakan, mudah dibawa oleh wisatawan. Media tersebut harus bisa menyampaikan informasi selengkapnyanya, dan juga memberikan *update* informasi terbaru yang cepat.

Strategi dalam perancangan ini adalah membuat media yang memudahkan wisatawan untuk mendapatkan informasi, dan juga memudahkan wisatawan untuk menemukan lokasi. Media tersebut

berupa *mobile application* yang didapat di *download* di *smartphone* wisatawan. Melalui *mobile application* tersebut dengan mudah wisatawan bisa mendapatkan informasi tentang Salatiga dan juga kulinernya. Informasi yang akan didapat merupakan jenis makanan yang dijual, harga, jam buka, foto kuliner yang ditawarkan dan di dalamnya terdapat peta yang menunjukkan arah lokasi kuliner sehingga wisatawan dapat dengan mudah menemukan kuliner yang diinginkan.

### Sub Pokok Bahasan

Pada panduan ini akan berisi tentang fotografi makanan yang disajikan, keterangan tentang makanan, informasi mengenai tempat, jam buka, dan *range* harga, dan peta lokasi. Dan juga terdapat informasi tentang kota Salatiga secara luas.

### Alur Desain Interaktif

Panduan ini akan berisi tentang makanan yang ada di Salatiga, di dalam panduan ini nantinya akan terdapat daftar tempat kuliner serta informasi tentang tempat tersebut, wisatawan juga akan dimudahkan dengan adanya peta yang membantu mengarahkan wisatawan ke lokasi kuliner. Selain itu kuliner juga akan dikelompokkan sesuai dengan jam buka, sehingga aplikasi ini akan menawarkan jadwal makanan pagi, siang, dan malam, sehingga wisatawan tidak perlu bingung mencari kuliner di Salatiga. Panduan ini akan membantu dalam berkuliner di kota Salatiga.

### Alur Desain



Gambar 1. Alur Desain Interaktif

### Gaya Desain (Design Style)

Perancangan ini menggunakan gaya desain *modern style*, gaya design ini cenderung *simple*. Dipadukan dengan *handwritten typography* sehingga menimbulkan kesan *friendly* dan *fun* namun tetap menojolkan fotografi sehingga *target audience* dapat fokus kepada foto kuliner yang akan ditampilkan.

### Warna (Color Tone)

Warna memiliki peranan penting dalam kehidupan sehari-hari. Warna dapat mempengaruhi seseorang

dalam berpikir, bertindak, dan melakukan aksi-reaksi. Pada perancangan ini warna yang digunakan adalah warna hangat dan kontras sehingga dapat menonjolkan kelezatan makanan dan menggugah selera makan. Warna yang digunakan adalah warna *orange* dan *tosca*.

### Tipografi (Design Type)

*Typeface* yang akan digunakan untuk *Headline* adalah *Din 1415 Mittelschrift* yang memiliki stroke cukup tebal dengan bentuk lonjong. *Typeface* yang digunakan untuk *content* adalah *Montserrat Typeface* yang merupakan *Geometric Fonts* yang memiliki ciri garis stroke yang tebal, dan memiliki lengkungan. Tipe ini biasanya digunakan untuk *display font*, karena tingkat *legible* atau kejelasan huruf yang tinggi.

### Gaya Layout (Page Layout)

Layout dalam panduan ini akan menggunakan *grid sistem* sehingga mudah dibaca, mengatur kombinasi antara foto, teks, dan ilustrasi. Elemen tersebut akan ditata sehingga fokus pada foto makanan yang akan ditampilkan.

### Visualisasi Desain

#### 1. Logo



Gambar 2. Logo

Inuk Tenin adalah istilah Salatiga yang memiliki arti enak sekali.

#### 2. Ilustrasi

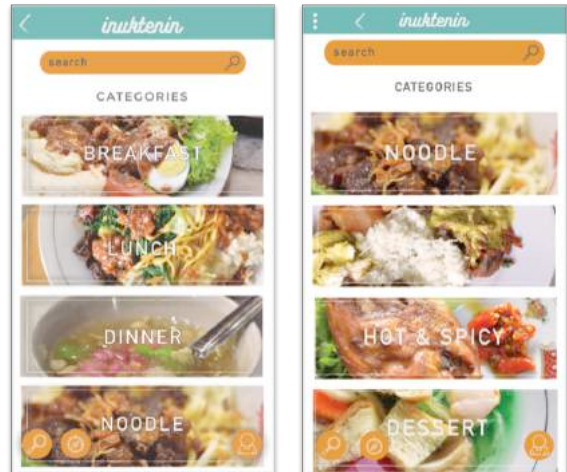


Gambar 3. Ilustrasi bahan makanan

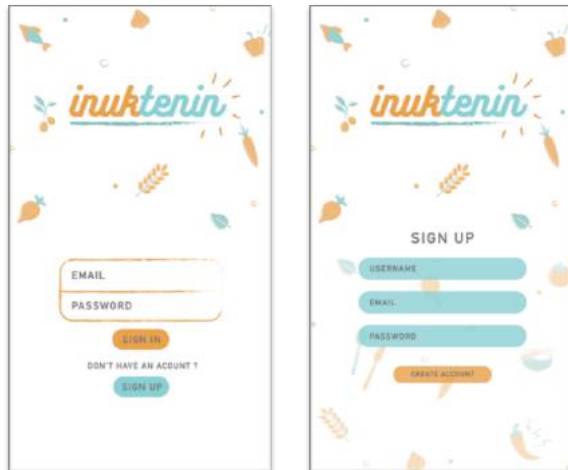
### 3. Interface Design



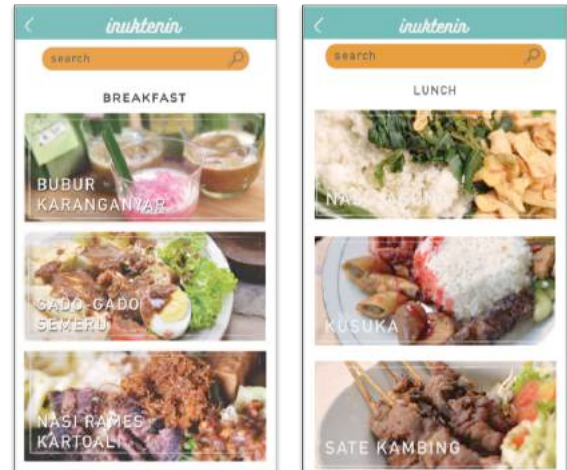
Gambar 4. Landing Page Mobile App.



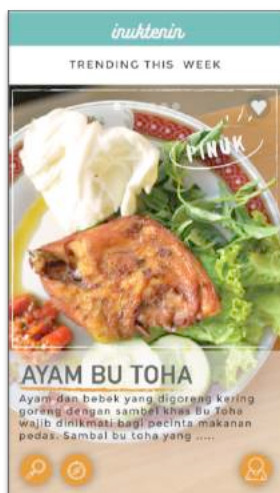
Gambar 7. Search & categories page



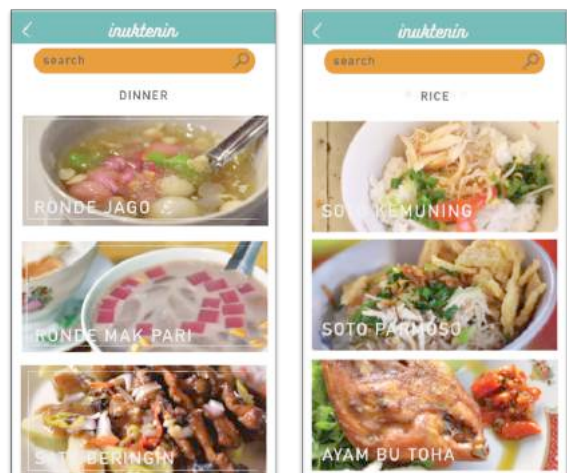
Gambar 5. Sign In dan Sign Up Page



Gambar 8. Categories Breakfast & Lunch



Gambar 6. Home Page (trending this week)



Gambar 9. Categories Dinner & Rice

*inukterin*  
HOT & SPICY



**BUBUR KARANGANYAR**  
Bubur tradisional seperti bubur candil, ketan hitam, kacang ijo, bubur sumsum, bubur telo ini sangat pas untuk dinikmati di pagi hari.....

*inukterin*  
HOT & SPICY



**ES COBRA**  
Terjadi dengan es Cobra yang berisi buah-buahan dengan gula yang mengempakan sangat cocok untuk dinikmati di siang hari.....

*inukterin*  
HOT & SPICY



**CAFE KUSUKA**  
Depot kecil yang menjual aneka masakan chinese food dan masakan babi ini memiliki rasa yang sangat enak dan cukup murah.....

*inukterin*  
HOT & SPICY



**ES KESAMBI**  
Es legendaris ini sudah ada sejak 1948 ini memiliki menu special Es Kesambi dan Es Cempur yang special. Es yang berisi pudding, roti, yenghon.....

*inukterin*  
HOT & SPICY



**GADO GADO SEMERU**  
Warung kecil yang menjual gado-gado ini sudah ada sejak tahun 1980. Selain Gado-gado, warung ini menjual es bubur kacang hijau yang sangat lezat.....

*inukterin*  
HOT & SPICY



**GUDEG AAN**  
Gudeg yang dikombinasikan dengan koya ini adalah menu yang tidak perlu diragukan lagi rasanya. Warung yang sudah ada sejak tahun 1980 ini.....

*inukterin*  
HOT & SPICY



**PECEL KEONG**  
Pecel yang berisi sayuran ini dihidangkan dengan oseng-oseng keong dengan memiliki rasa yang khas, tak hanya keong kila.....

*inukterin*  
HOT & SPICY



**RONDE MAK PARI**  
Warung ronde yang menyediakan ronde dengan berbagai macam kuah ini sudah ada sejak tahun 1942. Kuah ronde yang bervariasi membuat.....

*inukterin*  
HOT & SPICY



**NASI RAMES KARTOALI**  
Kuliner legendaris Saralaga ini sudah ada sejak tahun 1980. Warung ini memang ini berada di tempat yang cukup tersembunyi namun.....

*inukterin*  
HOT & SPICY



**SOTO KEMUNING**  
Soto dengan potongan tomat ini sangat segar untuk dinikmati di pagi hari. Selain itu juga tersedia beberapa makanan pelengkap seperti.....

*inukterin*  
HOT & SPICY



**WARUNG JOGLO BU RINI**  
Warung ini memiliki menu special Iga Bakar, dan juga sop iga yang dagingnya sangat lembut, dan rasanya meresap hingga kekalangnya.....

*inukterin*  
HOT & SPICY



**PECEL MADYA**  
Pecel Madya adalah salah satu masakan legendaris di Saralaga, warung yang menjual pecel dan juga jeroan ini telah berjalan dari.....

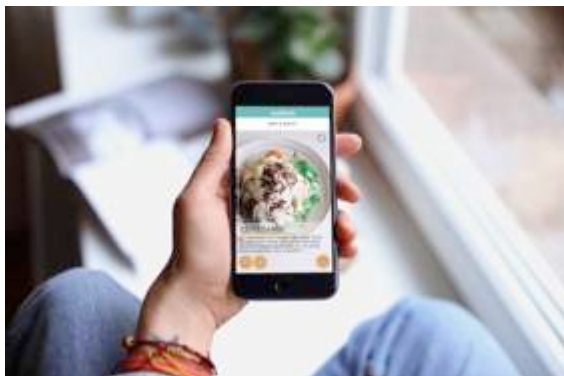
Gambar 10. Profile Makanan



Gambar 12. Instagram & Facebook Ad



Gambar 13. Mock Up Topi



Gambar 11. Mock Up Mobile App



Gambar 14. Mock Up Tshirt



**Gambar 15. Catalogue**



**Gambar 16. Mock Up Tote Bag**

**Kesimpulan**

Sebagai kota transit pariwisata Salatiga lebih dikenal akan keindahan alam dan cuacanya, namun sebenarnya kota ini memiliki potensi kuliner yang selama ini belum terekspos. Kuliner Salatiga merupakan modifikasi makanan Nusantara yang memiliki citarasa unik. Kuliner adalah bagian dari budaya maka dari itu perlu adanya tindakan untuk memperkenalkannya. Sesuai dengan *target audience* yang mengikuti perkembangan jaman dan teknologi, *mobile application* dapat memudahkan pengguna untuk mengakses informasi dengan cepat dan efisien. Selain itu design juga memiliki peranan penting untuk



membuat pengguna menjadi tertarik dan juga meningkatkan *mood*.

Untuk itu dalam mempromosikan wisata kuliner Salatiga perlu adanya sebuah aplikasi yang memudahkan pengguna untuk mendapatkan informasi dan juga memberikan kesan melalui *design*.

### Saran

Saran dari penulis bagi yang akan membuat panduan wisata kuliner diharapkan dapat membuat panduan yang berbeda dari sebelumnya baik dalam segi media, isi, secara visual maupun verbal. Seiring dengan perkembangan waktu bisa juga menggunakan media lain yang lebih interaktif.

### Daftar Pustaka

- Buyens,J. (2001). *Web Database Development*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Doering,A.& Robyler.M.D. (2010). *Intergrating Educational Technology Into Teaching*. Pearson Education.
- “Ganjar: Mebel, Kuliner, Batik, Jamu, Itu Keunggulan Kita”. *Kompas*. 26 Januari 2016: 11
- Garrand,T.(2006). *Writing for Multimedia and the Web*. USA: Focal Press
- Green,T.D& Brown.A. (2002). *Multimedia Project in the Classroom*. California: Corwin Press, Inc.
- “Indonesia Menuju Destinasi Wisata Kuliner Terfavorit Dunia”. *Industri*. 12 Desember.2014.<<http://industri.bisnis.com/read/20141212/12/382066/indo-nesia-menuju-destinasi-wisata-kuliner-terfavorit-dunia>>
- Kadir, A. (2005). *Dasar Pemrograman Web dengan ASP*. Yogyakarta:Andi
- Kamus Besar Bahasa Indonesia* < <http://kbbi.web.id>>
- Long,L.(1998). *Culinary Tourism*. Kentucky: Kentucky Press
- Murphy,P.E (1985). *Tourism: A Community Approach*. London: Methuen.
- Pemerintah Kota Salatiga* <<http://salatigakota.go.id/>>
- Pitana,I.G.& Gayatri,P.G.(2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- “Potensi Salatiga Sebagai Daerah Tujuan Wisata”. *Hati Beriman*. 19 September. 2007. < <http://beriman-hati.blogspot.co.id/search?q=potensi+salatiga>>
- Pramono,G.(2007). *Aplikasi Component Display Theory dalam Multimedia dan Web Pembelajaran*. Jakarta: Pustekkom Kemdiknas
- Safaat, H.N. (2011). *Android*. Bandung: Bandung Informatika
- Soekadijo,R.G. (2000). *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sutopo, A.H. (2005). *Multimedia dengan Flash*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Thorn,W.J. (2005). *Points to Considers when Evaluating Interactive Media*
- Wahab,S. (1989) *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Wahono, R.S. (2006). *Aspek dan Kriteria Penilaian Multimedia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- “Wisata Kuliner Akan Dijadikan Ikon Pariwisata.” *Kemenpar*. 4 Januari 2012
- < <http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=3024> >
- Yoeti,O.A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa