

INTISARI

Berfokus pada objek wisata buatan yang ada di Bandar Lampung karena belum ada *website* yang khusus memperkenalkan objek wisata buatan sehingga pencarian informasi yang dilakukan menggunakan internet tidak terpacu pada *website* wisata Provinsi Lampung dan Kota Bandar Lampung yang masih disatukan dengan jenis objek wisata lainnya. Tidak hanya sekedar memberikan informasi tetapi *website* yang dibangun perlu menggunakan konsep marketing sebagai upaya memperkenalkan objek wisata. Penggunaan *E-marketing* untuk pembuatan *website* pariwisata saat ini sebagai solutif untuk menarik minat masyarakat melakukan kegiatan wisata. *Website* yang dibangun menggunakan konsep *marketing* generasi 4.0 dengan komponen 5A (Aware, Appeal, Ask, Act, Advocate). Metode pengembangan sistem menggunakan metode prototype dengan perangan sistem perangkat lunak berorientasi objek menggunakan UML. Sistem dibangun menggunakan framework Laravel dan Bootstrap dengan bahasa pemrograman menggunakan bahasa pemrograman PHP, menggunakan database MySQL dengan text editor menggunakan Visual Studio Code. Pengujian sistem menggunakan ISO 25010 dengan aspek Function Suitability dan Usability. Hasil dari pengujian sistem menyatakan bahwa sistem *E-marketing* objek wisata buatan di kota Bandar Lampung memperoleh hasil pengujian aspek Functional Suitability dengan nilai x lebih besar dari 50% dan aspek Usability sebesar 88,89%. yang dapat disimpulkan bahwa perangkat lunak dapat diterima dan telah memenuhi standar pengujian ISO 25010.

Kata Kunci: Wisata buatan; E-marketing; Web; Prototype; ISO 25010

ABSTRAK

Focusing on artificial tourism objects in Bandar Lampung because there is no website that specifically introduces artificial tourism objects so that information searches carried out using the internet are not triggered on the tourism website of Lampung Province and Bandar Lampung City which are still put together with other types of attractions. Not only providing information but the website that is built needs to use the concept of marketing as an effort to introduce tourist objects. The use of e-marketing for making tourism websites today as a solution to attract people to do tourism activities. The website built uses the concept of marketing genrasi 4.0 with 5A components (Aware, Appeal, Ask, Act, and Advocate). The system development method uses the prototype method with an object-oriented software system using UML. The system is built using Laravel and Bootsrap farmework with programming language using PHP programming language, using MySQL database with text editor using Visual Studio Code. System testing uses ISO 25010 with aspects of Function Suitability and Usability. The results of system testing stated that the E-marketing system for artificial attractions in the city of Bandar Lampung obtained the results of testing the Functional Suitability aspect with an x value greater than 50% and the Usability aspect of 88.89%. It can be concluded that the software is acceptable and has been Meets ISO 25010 testing standards.

Keywords: Artificial tourism; E-marketing; Web; Prototype; ISO 25010