



Efektivitas E-Government fitur Aplikasi E-Plesiran kota Tangerang dan Solo Destinations dengan studi Smart Branding

¹Siti Rafa; ²Anisa Febrianti; ³Muhammad Ghofur 

^{1,2,3}Universitas Islam Syekh Yusuf, Kota Tangerang

ARTICLE INFO

Article history:

Received March 30, 2022

Revised March 30, 2022

Accepted April 30, 2023

Available online May 00, 0000

Kata Kunci :

Smart Branding, E-Plesiran Kota Tangerang, Solo Destination

Keywords:

Keywords: Smart Branding, E-Plesiran Tangerang City, Solo Destination

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright ©2022 by Author. Published by LPPM Universitas Islam Syekh-Yusuf

ABSTRAK

Smart branding merupakan salah satu aspek dalam Kota Cerdas karena di era data sekarang ini, sebuah kota tidak lagi harus memiliki pilihan untuk mengatasi permasalahannya hanya dengan memanfaatkan potensi lingkungannya, namun juga harus memiliki pilihan untuk menarik secara terbuka. kerjasama, baik dari dalam maupun luar daerah. , serta pengelola keuangan dan pendukung keuangan untuk turut serta memberdayakan peningkatan kecepatan pergantian acara provinsi. Pada dasarnya ide penandaan wilayah memiliki kesamaan dengan ide penandaan dalam kemitraan, hanya saja yang penting dalam penandaan perusahaan tujuannya adalah untuk membangun citra organisasi yang mendorong peningkatan gaji dan manfaat organisasi, dalam penandaan lokal tujuannya untuk dicapai adalah membangun brand esteem. kabupaten-kabupaten yang akan mendorong aksi moneter dan kemajuan kehidupan sosial dan bersahabat terdekat yang akan mendorong perluasan bantuan pemerintah daerah. E-plesiran adalah aplikasi Kota Tangerang terbaru yang telah dikoordinasikan ke dalam aplikasi dasar Tangerang LIVE yang merupakan rumah dari berbagai aplikasi yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah Tangerang. E-plesiran adalah aplikasi administrasi data industri perjalanan di Kota Tangerang yang berisi tentang data industri perjalanan wisata seperti destinasi liburan, kuliner dan hiburan. Juga berisi data di Kota Tangerang, misalnya masjid, bank, ATM, toko pojok, markas polisi, klinik kesehatan, spesialis, sekolah, perguruan tinggi, stasiun, terminal, travel planner. SOLO-Surakarta City menuju Kota Cerdas dimana salah satu bagian yang harus dimiliki adalah pemanfaatan inovasi di segala lini. Sejauh akses data, Dinas Komunikasi, Informatika, Wawasan dan Encoding Kota Surakarta saat ini sudah memiliki aplikasi Solo Destination. Aplikasi alat ini merupakan pintu gerbang menuju kota Surakarta.

ABSTRACT

Smart branding is one aspect of a Smart City because in today's data era, a city no longer has to have the option of overcoming its problems just by exploiting the potential of its environment, but must also have the option of being openly attractive. cooperation, both from within and outside the region. , as well as financial managers and financial supporters to participate in empowering the increase in the speed of provincial event change. Basically, the idea of regional marking is similar to the idea of marking in partnerships, only the important thing in company marking is to build an organizational image that encourages an increase in salaries and organizational benefits, in local marking the goal to be achieved is to build brand esteem. districts that will encourage monetary action and the advancement of social and friendly life nearby that will encourage the expansion of local government assistance. E-plesiran is the newest Tangerang City application which has been coordinated into the basic Tangerang LIVE application which is the home of various applications owned by the Tangerang Regional Government. E-plesiran is a travel industry data administration application in Tangerang City which contains travel industry data such as holiday destinations, culinary and entertainment. Also contains data on Tangerang City, for example mosques, banks, ATMs, corner shops, police headquarters, health clinics, specialists, schools, colleges, stations, terminals, travel planners. SOLO-Surakarta City is heading towards a Smart City where one part that must be owned is the use of innovation in all lines. As far as data access is concerned, the Surakarta City Communications, Informatics, Insights and Encoding Department currently has the Solo Destination application. This tool application is the gateway to the city of Surakarta

*Corresponding author.

E-mail addresses: sitirafa200@gmail.com, febriyanti898@gmail.com, gofurard69@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi dan perkembangan populasi yang terus menerus terus menjadi bertambah serta terus menjadi banyak masyarakat untuk pindah ke kota setiap waktunya. Indonesia merupakan negara yang sudah ada internet serta menggunakan internet selaku sesuatu data dan memperoleh layanan yang telah pemerintah berikan untuk masyarakat, dahulu segala sesuatu dilakukan manual serta memakai waktu dan prosesnya sangat panjang. (Oktafrianti et al., 2020)

Fenomena internet mempunyai efek perubahan pada masyarakat, ini sudah sukses membuka media komunikasi baru untuk orang serta seseorang pebisnis yang bisa membagikan kesempatan buat berbicara serta menemukan sesuatu data dengan metode berbeda, internet bisa dengan gampang mengakses data serta metode kerja pelayanan dibandingkan dua puluh tahun kemudian. Perkembangan internet pada mulanya disebabkan kepentingan zona swasta namun pemerintah dikala ini jadi bagian dari revolusi ini. Di segala dunia, pemerintah sudah kerja keras buat sediakan pusat layanan serta data mereka di internet.

Di masa revolusi industri 4.0 disaat ini, konsumsi teknologi elektronik telah senantiasa digunakan di bermacam lembaga ataupun organisasi, pemikiran- pemikiran organisasi yang lama harus ditukar jadi melayani para konsumen dengan sebaik bisa jadi cocok dengan kemauan konsumen. Dengan terdapatnya teknologi, pelayanan jadi gampang, kilat, instan, serta hemat, bukan saja hemat dalam bayaran, tetapi hemat tenaga serta waktu dan keakuratan yang memadai.

Pemerintahan elektronik (e-government) sudah diketahui selaku strategi yang dapat mengubah sistem pemerintah. selama 10 tahun terakhir, pemerintah di segala dunia sudah meningkatkan program e-government berharap memperoleh khasiat berarti semacam penghematan bayaran, kenaikan mutu pelayanan, kenaikan akuntabilitas, serta untuk lebih banyak masyarakat berpartisipasi. (Luna-Reyes & Gil-Garcia, 2011)

Melalui e-government, pemerintah serta sektor publik hendak memperoleh banyak manfaat serta kesempatan semacam kurangi waktu serta bayaran (penawaran serta permintaan), membagikan layanan kepada warga universal, membongkar permasalahan dari 'birokrasi', serta tingkatkan efisiensi serta daya guna lembaga sipil. Pemerintah telah mulai sediakan akses elektronik buat penyampian layanan publik kepada masyarakat sehingga mereka bisa mendapatkan khasiat dari timbulnya masa digital. Layanan elektronik ini hendak berkontribusi pada keberhasilan sistem secara totalitas dalam perihal kepuasan pelanggan serta membolehkan penyedia layanan buat menggapai tujuan jangka panjang dari retensi serta ekspansi pengguna ke daerah lain. (Oktafrianti et al., 2020)

Dalam melaksanakan pengembangan pada sesuatu kota dibutuhkan yang namanya branding ataupun dalam konteks pengembangan kota kerap diucap dengan city branding. Smart Branding merupakan inovasi dalam memasarkan daerahnya sehingga sanggup tingkatkan energi saing wilayah dengan mengembangkan 3 elemen, ialah pariwisata, bisnis, serta wajah kota. Tidak cuma menggunakan kemampuan lokal, namun pula bisa menarik partisipasi warga, baik dari dalam ataupun luar wilayah, dan pelaksana bisnis serta investor buat turut mendesak percepatan pembangunan.

Membuat perubahan harus diikuti oleh pemerintah yang berfungsi yang dapat merangkul organisasi dan media terkait lainnya. Salah satunya adalah dibuatnya aplikasi Tangerang Live dengan penerapan Tangerang Live Room sebagai komunitas kontrol atas

berbagai aplikasi yang telah diberikan oleh Pemerintah Daerah Tangerang. Aplikasi Tangerang Live diawasi oleh Cabang Korespondensi dan Data Kota Tangerang bekerjasama dalam mengawasi dan melakukan latihan pendistribusian dengan tujuan agar tujuan otoritatif dapat dibuat. Aplikasi ini digunakan sebagai media administrasi dalam berbagi informasi sebagai pilihan bagi warga untuk berkomunikasi dengan mudah dengan otoritas publik untuk mendapatkan administrasi dan informasi. (Oktafrianti et al., 2020)

Sampai tahun 2019, aplikasi Tangerang LIVE telah banyak alami pertumbuhan. Disaat ini aplikasi Tangerang LIVE telah tipe 5.1.2 dengan 174 fitur didalamnya. Salah satu fitur didalam aplikasi ini yang hendak dibahas merupakan fitur E-Plesiran. E-Plesiran ialah suatu aplikasi layanan data pariwisata yang terdapat di Kota Tangerang. Di dalamnya berisi data pariwisata semacam objek wisata, kuliner serta hiburan. Tidak hanya itu pula berisi data berbagai sarana semacam masjid, bank, ATM, SPBU, kantor polisi, rumah sakit, dokter, sekolah, universitas, stasiun, halte serta agen travel. (Sari, 2019)

Kota Surakarta Sebagai Kota Budaya, Bebas, Maju dan Sejahtera (RPJM 2005-2025), Kota Surakarta sangat dekat dengan budaya dan inovasi. Unsur-unsur daerah, persyaratan kecepatan administrasi dan data serta legitimasi data merupakan arahan bagi Pemerintah Daerah Surakarta terhadap rencana suatu "instrumen" yang lebih memudahkan masyarakat umum dan wisatawan untuk mendapatkan data. dan administrasi yang dikoordinir oleh Pemerintah Daerah Surakarta dan pihak swasta yang menawarkan jenis bantuan di Kota Surakarta. Saat ini masyarakat pada umumnya atau wisatawan membutuhkan data dan administrasi di Kota Surakarta dengan cara mengunjungi Perhimpunan Alat Kontrasepsi Provinsi (OPD) terkait atau mengunjungi situs OPD atau mitra organisasi spesialis yang ideal. Hal ini tentu saja menjadi membingungkan mengingat jumlah OPD yang jumlahnya mencapai puluhan, Anda dapat membayangkan bahwa sangat sulit untuk mengingat alamat setiap situs tersebut. Selain itu, jumlah partner dari private area bisa mencapai puluhan bahkan ratusan. Tentunya akan semakin membingungkan masyarakat umum dan wisatawan untuk mengakses data dan administrasi dengan puluhan bahkan banyak situs tersebut. Oleh karena itu, Pemerintah Daerah Surakarta menyediakan aplikasi, khususnya Tujuan Mandiri untuk bekerja dengan portabilitas lokal dan wisatawan dalam perjalanan.

Dari pemaparan yang telah dibahas sebelumnya, terdapat persamaan dan perbedaan Antara aplikasi E-Plesiran Kota Tangerang dan Solo Destination. Adapun persamaannya yaitu pelayanan public dibidang pariwisata. Oleh karena itu peneliti akan membahas perbedaan Antara aplikasi E-Plesiran Kota Tangerang dan Solo Destination.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur. Dalam (Putrihapsari dan Fauziah, 2020) Nazir (2014) mencirikan studi menulis sebagai ujian yang dipimpin dengan memeriksa berbagai konsentrasi penulisan yang diperlukan dalam penelitian. Alasan penggunaan strategi konsentrasi tulisan dalam penelitian ini adalah sebagai tahap awal dalam menyusun penelitian dengan menggunakan tulisan untuk mendapatkan informasi di lapangan tanpa harus berjalan lurus. sumber informasi yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini adalah sumber tulisan penting sebagai

sumber informasi penting (informasi penelitian, laporan penelitian, buku harian logis, dan sebagainya), dan sumber informasi tambahan (distribusi pemerintah, buku).

3. HASIL DAN DISKUSI

Smart Branding

Smart branding merupakan salah satu aspek dalam Kota Cerdas karena di era data sekarang ini, sebuah kota tidak lagi harus memiliki pilihan untuk mengatasi permasalahannya hanya dengan memanfaatkan potensi lingkungannya, namun juga harus memiliki pilihan untuk menarik secara terbuka. kerjasama, baik dari dalam maupun luar daerah. , serta pengelola keuangan dan pendukung keuangan untuk turut serta memberdayakan peningkatan kecepatan pergantian acara provinsi. Pada dasarnya ide penandaan wilayah memiliki kesamaan dengan ide penandaan dalam kemitraan, hanya saja yang penting dalam penandaan perusahaan tujuannya adalah untuk membangun citra organisasi yang mendorong peningkatan gaji dan manfaat organisasi, dalam penandaan lokal tujuannya untuk dicapai adalah membangun brand esteem. kabupaten-kabupaten yang akan mendorong aksi moneter dan kemajuan kehidupan sosial dan bersahabat terdekat yang akan mendorong perluasan bantuan pemerintah daerah.

Sasaran dari smart branding adalah untuk meningkatkan intensitas provinsi dengan mengatur esensi kota dan mengiklankan kemungkinan lokal baik secara lokal, luas dan universal. Pembangunan kemajuan Smart Branding dilakukan sebagai berikut:

1. Membangun dan Memamerkan Industri Perjalanan Sistem Biologis (Penandaan Industri Perjalanan) sebuah.
 - A. Membuat dan kembangkan lokasi wisata yang pas untuk wisatawan (lokasi).
 - B. Membangun fondasi yang menjunjung tinggi kenyamanan wisatawan (kenyamanan) seperti jalan, transportasi, losmen/losmen/tempat tidur dan sarapan, kafe, dan sebagainya.
 - C. Membangun budaya yang ramah terhadap tamu (akomodasi) termasuk kemampuan dialek yang tidak diketahui, aksesibilitas pendamping lokal dan lain-lain.

2. Merancang platform dan mempromosikan Ekosistem Bisnis Daerah (Business Branding)
 - A. Membangun sebuah platform dan memasarkan sistem biologis pertukaran yang menguntungkan dan menyenangkan, misalnya pusat komersial lokal.
 - B. Merancang dan menampilkan lingkungan usaha yang sederhana dan sukses, misalnya, Ruang Spekulasi, Dasbor, dan Pintu Masuk Usaha Provinsi.
 - C. Membangun dan mempromosikan produk dan administrasi industri kreatif teritorial, misalnya kuliner, kreasi, gaya, canggih, dan lain-lain.
3. Merancang dan Memasarkan Wajah Kota (City Appearance Branding)
 - A. Memahami penataan kembali wajah kota yang menonjolkan nilai-nilai daerah yang mencerminkan kualitas lokal dan mengikuti unsur-unsur modernisasi yang membutuhkan tata ruang kota yang indah, sempurna, bersih, dan mempunyai nilai serta kualitas struktural intermasional.
 - B. Menentukan batas (tepi), membuat penanda area yang signifikan, penting bagi pelancong (tonggak sejarah), memberikan rute yang luar biasa ke kota (signage), struktur jalan normal (jalan), dan kota (hub, misalnya, alun-alun , persimpangan titik, dll. ([Smart Branding | Satu Data Kota Bima \(bimakota.go.id\)](https://www.bimakota.go.id))

Jadi dalam membranding sebuah kota memerlukan beberapa elemen pendukung, misalnya bagaimana ide dan alasan merek sebenarnya dibuat oleh pemerintah daerah terdekat, kemudian bagaimana menampilkan citra kota sehingga satu kota dapat berubah menjadi kota. artikel yang layak dipromosikan. Dari sini, pentingnya menampilkan surat menyurat akan menjadi acuan bagi pemerintah daerah dalam menentukan tujuannya dalam menandai kota. Korespondensi itu sendiri adalah bagian tak terpisahkan dari keberadaan manusia, tanpa korespondensi tindakan apa pun tidak dapat terjadi. Korespondensi terkait erat dengan media dan media kini telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Sehingga dalam menyelesaikan sebuah iklan diperlukan media sebagai instrumen khusus yang ampuh untuk menyampaikan pesan kepada tujuan yang telah direncanakan. Sehingga pemilihan media harus diperhatikan oleh pemerintah daerah dalam menampilkan kotanya melalui city brand. (Primasari, 2014)

Pengembangan Pariwisata

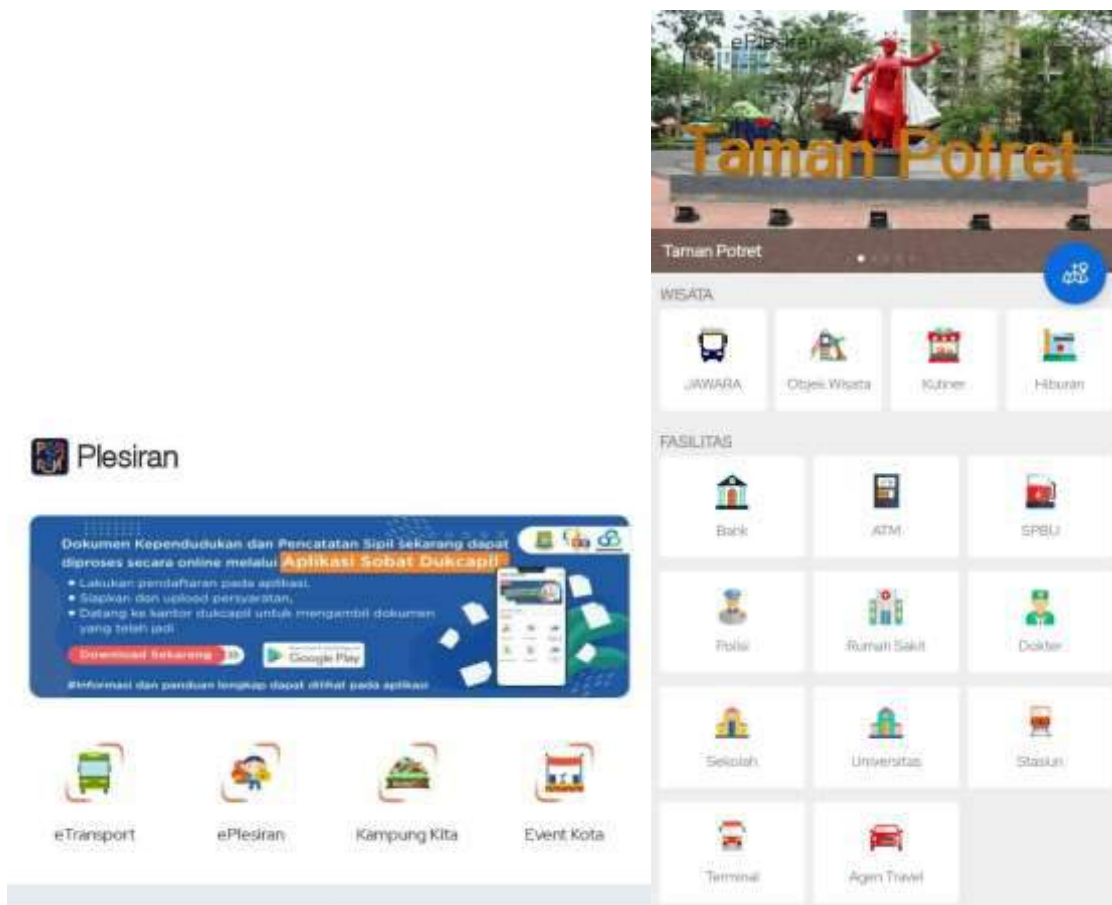
Menurut PP No. 50 Tahun 2011 tentang RIPPARNAS terdapat beberapa hal yang harus dilakukan untuk membangun destinasi pariwisata nasional. Hal-hal tersebut diantaranya:

1. Pembangunan Daya Tarik Wisata
 - A. Daya Tarik Wisata Alam; beanekaragaman dan keunikan lingkungan alam baik di wilayah perairan laut maupun daratan. Adapun untuk wilayah perairan laut diantaranya bentang pesisir pantai, bentang laut, dan dasar laut. Sedangkan untuk wilayah daratan seperti pertanian, pegunungan, perkebunan, dll.
 - B. Daya Tarik Wisata Budaya berupa hasil karya, cita rasa, dan tujuan manusia sebagai makhluk sosial yang substansial dan sulit dipahami. Mengenai yang pasti, seperti warisan budaya, kota adat dengan tradisi dan praktik sosial yang luar biasa dari daerah setempat, dan galeri. Sementara itu, yang tidak berwujud menggabungkan kehidupan adat dan adat daerah setempat serta kesenian.

Destinasi Buatan Manusia; adalah hasil yang dibuat beragam kreasi dan buatan manusia selain wisata asli. Tempat liburan yang dibuat oleh manusia seperti tempat olahraga dan hiburan/taman bermain, masjid, dan olahraga. (Prabowo et al., 2018)

E-plesiran Kota Tangerang

E-plesiran adalah aplikasi Kota Tangerang terbaru yang telah dikoordinasikan ke dalam aplikasi dasar Tangerang LIVE yang merupakan rumah dari berbagai aplikasi yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah Tangerang. E-plesiran adalah aplikasi administrasi data industri perjalanan di Kota Tangerang yang berisi tentang data industri perjalanan wisata seperti destinasi liburan, kuliner dan hiburan. Juga berisi data di Kota Tangerang, misalnya masjid, bank, ATM, toko pojok, markas polisi, klinik kesehatan, spesialis, sekolah, perguruan tinggi, stasiun, terminal, travel planner.



Objek Wisata di Kota Tangerang

Daya Tarik wisata Kota Tangerang Antara lain:

| Jenis Wisata | Daya Tarik Wisata |
|---------------|--|
| Wisata Religi | Masjid Raya Al-Azhom Masjid Jami' Kali Pasir Gereja Katolik Hati Santa Perawan Tak Bernoda Klenteng Boentek Bio Gereja Pantekosta Jemaat Kebon Jati Pura Kherta Jaya |
| Wisata Alam | Terdapat 4 objek wisata air dan 26 taman tematik. Sungai Cisadane dan disana terdapat beberapa kreasi. Situ Cipondoh dan disana ada beberapa permainan air. Festival cisadane yang diadakan di area sungai cisadane. Situ gede Situ bulakan |

| | |
|---------------|---|
| Wisata Budaya | Terdapat 3 objek wisata. Museum benteng heritage Museum tangerang banten Museum pustaka peranakan tionghoa sembilan cagar budaya sebagai bukti perkembangan Kota Tangerang termasuk budaya Cina Benteng. Kampong Bekelir yang disana terdapat bangunan warna-warni yang bagus. terdapat dua festival yang secara rutin diadakan di Kota Tangerang dengan pertunjukan seni dan budaya asli Kota Tangerang |
| Wisata Buatan | Taman Prestasi Alun-Alun Kota Tangerang Taman Herbal Taman Ecopark Taman Nobar Kampong Markisa Taman Dayung Cisadane River Promenade |

Secara umum, Kota Tangerang memiliki setiap bagian fundamental dari bisnis perjalanan sebagai bagian dari kemajuan industri perjalanan terbaik seperti yang ditunjukkan oleh studi spekulatif. Benda-benda dari masing-masing tempat wisata adat, sosial dan palsu bisa didapatkan di Kota Tangerang. Hal ini menunjukkan bahwa bagian dari ekspansi dalam bisnis pergerakan sejauh hal-hal memiliki pilihan untuk memenuhi aturan komitmen bisnis pergerakan mengingat status masalah saat ini. Tentunya, berbagai macam barang travel yang tersedia akan mempengaruhi peningkatan kunjungan ke Kota Tangerang karena memiliki banyak pilihan untuk berwisata. Terlepas dari kendala waktu, Kota Tangerang juga memiliki banyak wisata kuliner.

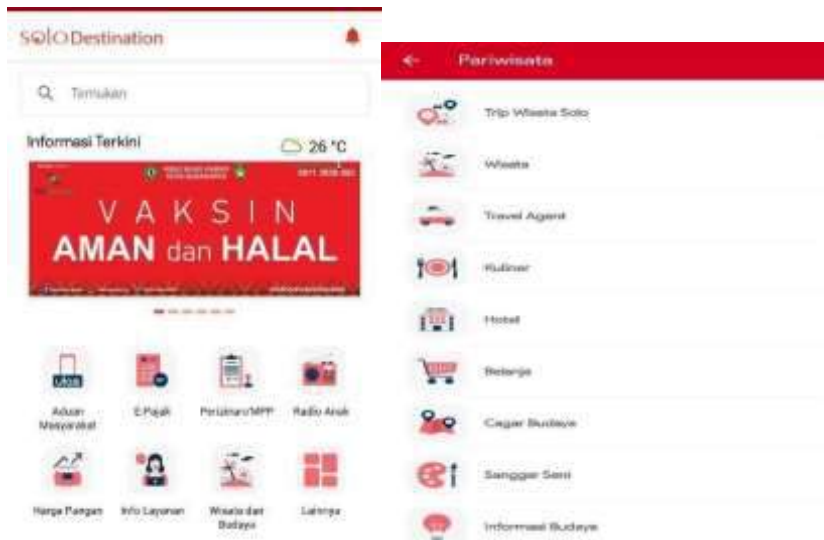
Kota Tangerang merupakan kota dengan potensi kuliner yang luar biasa untuk industri travel. Hal ini ditegaskan dengan banyaknya supplier kuliner di kota ini yang menjual kuliner khas Kota Tangerang. Pemerintah Kota Tangerang juga mengikuti perkembangan kuliner industri wisata di Kota Tangerang. Salah satu cara yang dilakukan Pemerintah Daerah Tangerang adalah dengan menjadikan beberapa kawasan kuliner industri wisata maju di Kota Tangerang, seperti Kunjungan Kuliner Pasar Lama dan Kunjungan Kuliner Laksa Kota Tangerang. Selain itu, ada juga banyak pemasok kuliner yang terkenal dan telah berdiri cukup lama. (Kristiana et al., 2018)

Solo Destination

SOLO-Surakarta City menuju Kota Cerdas dimana salah satu bagian yang harus dimiliki adalah pemanfaatan inovasi di segala lini. Sejauh akses data, Dinas Komunikasi, Informatika, Wawasan dan Encoding Kota Surakarta saat ini sudah memiliki aplikasi Solo Destination. Aplikasi alat ini merupakan pintu gerbang menuju kota Surakarta.

Solo Destination adalah peta digital di mana individu dapat mencapai berbagai tempat di Surakarta. Selain itu, aplikasi ini memudahkan individu untuk berwisata baik kuliner maupun tempat wisata yang luar biasa serta perkantoran penunjang seperti penginapan, toko oleh-oleh, mesin ATM dan lain-lain. Semua tersedia dalam satu sentuhan. Segera aplikasi Tujuan Independen muncul seolah-olah panduan gerakan. Namun, di luar bayangan keraguan, aplikasi ini benar-benar direncanakan untuk semua kalangan. Ada komponen gerutuan publik untuk mempercepat cara paling umum dalam

menangani masalah, baik yang berkaitan dengan jabatan publik maupun administrasi publik. Selain itu, ada juga fitur laporan lalu lintas yang memandu orang untuk menghindari kemacetan.



Objek Wisata di Kota Surakarta

Kota Surakarta mempunyai berbagai objek-objek wisata yang bisa diakses melalui aplikasi Solo Destination, sebagai berikut :

| Jenis Wisata | Daya Tarik Wisata |
|---------------------|--|
| Wisata Budaya | Sepur Kluthuk Jaladara Bus Tingkat Werkudara Perahu Hias Kali Pepe Pertunjukan wayang orang Museum batik kuno Candi sumpah Keraton Kasunan Surakarta Pura Mangkunegaran |
| Wisata religi | Gerja Kristen jawa margoyudan Masjid agung Surakarta Klenteng tridharma Vihara dhamma sundara |
| Wisata Alam | . Agro wisata sondokoro a. Air terjun jumog b. Telaga sarangan c. Air terjun parang ijo d. Sapta tirta pablengan |
| Wisata Kampung Kota | . Joho kampung hepi a. Kampung sondakan b. Kawasan cagar budaya baluwarti c. Kampung sudiroprajan |

D. Diskusi (Discussion)

Berdasarkan hasil penelitian diatas tentang Aplikasi E-Plesiran Kota Tangerang dan Solo Destinatiaon itu memiliki beberapa perbedaan khususnya tentang pariwisata.

1. Aplikasi E-Plesiran

- a) Merupakan salah satu fitur yang ada di dalam Aplikasi Tangerang live
- b) Aplikasi layanan informasi pariwisata
- c) Jika ingin mencari informasi pariwisata atau destinasi yang ada di kota tangerang harus terlebih dahulu mendownload aplikasi E-Plesiran di Play Store.
- d) Selain informasi wisata disitu juga terdapat informasi alamat Bank, ATM, SPBU, Polisi, Rumah sakit, Sekolah, Dokter, Stasiun, Universitas, Terminal, dan Agen Travel.

2. Solo Destination

- a) Merupakan aplikasi pelayanan publik yang ada di Solo
- b) Sebagai Aplikasi informasi pariwisata juga
- c) Tidak perlu mendownload aplikasi lain lagi ketika ingin mengetahui informasi tentang pariwisata
- d) Di dalam nya memuat informasi mengenai pelayanan publik, lokasi wisata, tempat kuliner, cagar budaya, informasi toko oleh-oleh dan souvenir, penginapan, serta lokasi mesin ATM pun3 ada di dalamnya.

Aplikasi E-Plesiran Kota Tangerang lebih di khususkan sebagai informasi pariwisata dan mengetahui tempat destinasi atau pelayanan publik yang ada di Kota Tangerang. Untuk melakukan pelayanan publik yang ada di Kota Tangerang itu harus mempunyai Aplikasi Tangerang Live karena disitulah pusat segala pelayanan yang ada di Kota Tangerang, yang bisa dilakukan melalui rumah dan tidak perlu lagi datang ke kantor.

Dulunya aplikasi Solo Destination ini terus mengalami perkembangan. Dari yang dulu awalnya terkesan sebagai platform panduan wisata, kini berbagai fitur telah ditambahkan agar bisa digunakan oleh semua kalangan. Informasi-informasi umum yang ditambahkan sangat bermanfaat untuk memudahkan masyarakat mengakses pelayanan publik. Yang menarik, aplikasi Solo Destination juga memuat informasi harga pangan yang selalu update.

4. KESIMPULAN

Industri perjalanan, khususnya di bidang kuliner, bisnis perjalanan saat ini menjadi daya tarik utama dan perbedaan waktu sangat cepat. Kota Tangerang merupakan kota dengan potensi kuliner yang luar biasa untuk industri wisatanya. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya penyedia kuliner di kota ini yang biasa menjual kuliner Kota Tangerang. Oleh karena itu, acuan tersebut dapat diandalkan untuk membantu para penjelajah dalam menyelesaikan persiapan industri pergerakannya dan selain itu juga untuk mendorong industri wisata kuliner di Kota Tangerang. Selain itu, penataan kuliner usaha gerak di Kota Tangerang masih sangat diperlukan mengingat masih adanya beberapa risiko dan kekurangan dalam peningkatan usaha kuliner gerak di Kota Tangerang. Terselenggaranya masyarakat melalui Tujuan Mandiri di Kota Solo memberikan manfaat positif bagi semua pihak, termasuk bagi Pemerintah Daerah Surakarta, khususnya memiliki opsi untuk menawarkan jenis bantuan publik secara cepat kepada daerah setempat dan bagi daerah setempat dan wisatawan secara efektif. mendapatkan data dan administrasi yang berbeda di Kota Surakarta.

5. REFERENCES

- Kristiana, Y., Suryadi, M. T., & Sunarya, S. R. (2018). Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Untuk Pengembangan Pariwisata Di Kota Tangerang. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 9(1). <https://doi.org/10.31294/khi.v9i1.3604>
- Oktafrianti, D., Aditya, T., & Nurhakim, N. (2020). Implementasi E-Government Di Dinas Komunikasi Dan Informatika (Studi Kasus Aplikasi Tangerang Live). *Masyarakat Telematika Dan Informasi : Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 11(2), 140. <https://doi.org/10.17933/mti.v11i2.197>
- Prabowo, Y. D., Nasution, A. P., & Madjid, K. (2018). *Identifikasi Potensi Daya Tarik Kota Tangerang Sebagai Visitable City Dilihat dari Pengunjung Kawasan Kota Lama dan Bandara Identification of the Attractiveness Potential of the Tangerang City as a Visitable City Viewed from Visitors of the Old Town Area.*
- Primasari, I. (2014). City Branding Solo sebagai Kota Wisata Budaya Jawa. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(1), 21–40. <http://jurnalkommas.com>
- Kristiana, Y., Suryadi, M. T., & Sunarya, S. R. (2018). Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Untuk Pengembangan Pariwisata Di Kota Tangerang. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 9(1). <https://doi.org/10.31294/khi.v9i1.3604>
- Prabowo, Y. D., Nasution, A. P., & Madjid, K. (2018). *Identifikasi Potensi Daya Tarik Kota Tangerang Sebagai Visitable City Dilihat dari Pengunjung Kawasan Kota Lama dan Bandara Identification of the Attractiveness Potential of the Tangerang City as a Visitable City Viewed from Visitors of the Old Town Area.*
- Primasari, I. (2014). City Branding Solo sebagai Kota Wisata Budaya Jawa. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(1), 21–40. <http://jurnalkommas.com>