

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Perancangan tata letak *website mobile* untuk Kampus Bambu Turetoغو menghasilkan sebuah konsep media promosi digital yang dirancang untuk mendukung penyediaan informasi wisata secara lebih terstruktur dan mudah diakses oleh wisatawan di era Masyarakat 5.0. Perancangan ini menggunakan metode Design Thinking yang meliputi tahapan empathize, define, ideate, prototype, dan uji coba mandiri (self-testing). Melalui proses tersebut, dihasilkan rancangan antarmuka *website mobile* yang menyajikan informasi mengenai Kampus Bambu Turetoغو dalam satu media digital yang terintegrasi serta menampilkan identitas visual yang mencerminkan keunikan arsitektur bambu dan nilai-nilai pelestarian lingkungan. Hasil penelitian ini masih berada pada tahap perancangan dan prototipe sehingga efektivitasnya terhadap pengguna perlu diuji lebih lanjut melalui pengujian langsung (user testing) pada penelitian selanjutnya.

Integrasi karakteristik visual bambu, seperti garis vertikal yang tegas dan penggunaan palet warna *earthy tones*, telah berhasil memperkuat identitas merek Kampus Bambu Turetoغو di ruang digital. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa keseimbangan antara keindahan antarmuka (UI) dan kemudahan pengalaman pengguna (UX) menjadi kunci utama dalam meningkatkan minat kunjung wisatawan. Dengan tersedianya prototipe ini, Kampus Bambu Turetoغو kini memiliki fondasi visual yang kuat untuk membangun citra positif sebagai destinasi ekowisata yang edukatif dan berkelanjutan.

Secara teknis, penggunaan aplikasi Figma dalam pembuatan prototipe *high-fidelity* telah memberikan gambaran interaksi yang nyata pada perangkat *mobile* terbaru seperti iPhone 15. Struktur informasi yang telah dibangun mencakup seluruh aspek vital mulai dari profil penginapan, ruang pertemuan, hingga galeri. Hal ini menunjukkan bahwa desain yang dibuat telah selaras dengan kebutuhan fungsional

pengelola maupun kebutuhan emosional calon pengunjung. Penelitian ini juga menegaskan pentingnya promosi digital yang ramah lingkungan dengan meminimalisir penggunaan media cetak konvensional seperti brosur fisik. Dengan beralih ke platform website, Kampus Bambu Turetogo tidak hanya melakukan efisiensi biaya pemasaran, tetapi juga menjalankan misi pelestarian alam yang menjadi nilai inti perusahaan.

Kesimpulan Utama	Implikasi bagi Kampus Bambu Turetogo
Digitalisasi Informasi	Menghilangkan hambatan psikologis wisatawan akibat data yang tidak pasti.
Identitas Visual Bambu	Memperkuat <i>branding</i> unik destinasi di tengah kompetisi wisata global.
Pemberdayaan Masyarakat	Digitalisasi narasi Mama-Mama Bambu meningkatkan nilai jual sosiologis.
Efisiensi Operasional	Pusat kontak terpadu mengurangi beban admin pengelola secara signifikan.
Keberlanjutan	Media digital sebagai solusi pemasaran yang nir-limbah (zero waste).

Digitalisasi ini menjadi jembatan komunikasi yang meningkatkan kepercayaan publik melalui penyajian data yang transparan dan mudah diakses kapan saja. Sebagai penutup, perancangan ini telah mencapai tujuan awalnya yaitu menghasilkan rancangan antarmuka yang komunikatif guna meningkatkan daya tarik wisata di Kabupaten Ngada. Kehadiran platform ini diharapkan mampu memperluas jangkauan promosi secara global dan menjadi solusi nyata bagi kendala rendahnya eksposur digital yang selama ini dihadapi oleh pihak manajemen.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan perancangan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran strategis yang diajukan untuk keberlanjutan proyek ini:

Bagi pihak pengelola Kampus Bambu Turetogo, disarankan agar menampilkan konten yang menarik dan visual yang di tampilkan di website harus sesuai dengan gambar aslinya dan menampilkan informasi yang jelas. Keutuhan informasi pada

seluruh halaman sangat krusial untuk menjaga kredibilitas platform di mata calon wisatawan yang membutuhkan data lengkap sebelum melakukan pemesanan.

Pihak akademik dan peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan prototipe ini ke tahap pengembangan sistem (*coding*) agar platform dapat segera dioperasikan secara daring. Penelitian lanjutan juga dapat memfokuskan pada pengujian *usability* dengan skala responden yang lebih luas untuk mendapatkan umpan balik yang lebih beragam dari berbagai latar belakang pengguna, mungkin dengan metode *System Usability Scale* (SUS) yang lebih mendalam. Hal ini bertujuan untuk terus menyempurnakan navigasi dan fitur fungsional seiring dengan perkembangan teknologi perangkat bergerak di masa depan.

Disarankan pula adanya sinkronisasi berkala antara data di website dengan kondisi riil di lapangan, terutama terkait harga paket penginapan dan jadwal kegiatan edukasi. Akurasi data merupakan pilar utama kepercayaan digital; oleh karena itu, pengelola perlu memiliki tim khusus atau menunjuk penanggung jawab untuk memperbarui konten secara rutin. Tanpa pemeliharaan konten, sebuah website akan kehilangan daya tariknya dan tidak lagi efektif sebagai media rujukan informasi. Selain itu, pengelola dapat memanfaatkan fitur galeri secara lebih masif untuk menampilkan testimoni pengunjung dan dokumentasi keberhasilan inovasi teknologi bambu laminasi.

Penonjolan sisi humanis melalui interaksi harian dengan masyarakat lokal akan memberikan nilai tambah yang unik bagi *branding* Turetogo sebagai destinasi yang autentik. Strategi ini tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana pengingat (*reminder*) bagi publik tentang eksistensi kampus. Terakhir, penting bagi perancang untuk selalu memperhatikan konsistensi visual dalam setiap pengembangan fitur baru di masa mendatang agar identitas bambu tetap terjaga. Penggunaan instrumen pengujian secara periodik sangat direkomendasikan setiap kali terdapat pembaruan besar pada tata letak halaman. Dengan pendekatan yang terukur dan berkelanjutan, digitalisasi promosi Kampus Bambu Turetogo akan terus berkembang menjadi media pemasaran yang unggul dan kompetitif di industri pariwisata global.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainur, R. (2021). Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce. *Universitas Brawijaya*.
- Alamsyah, S. (2024). Integrasi Strategis: Pengaruh Implementasi Teknologi Informasi terhadap Efisiensi Pengelolaan Sumber Daya Manusia. *Jesya*, 7(1). <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1497>
- Al-Faruq, M. N. M., Nur'aini, S., & Aufan, M. H. (2022). Figma. *Walisongo Journal of Information Technology*, 4(1).
- Almani, A., & Alrwais, O. (2024). The Role of Wireframes in Enhancing User Interface Design. *International Research Journal of Innovations in Engineering and Technology*, 08(12). <https://doi.org/10.47001/irjiet/2024.81> 2020
- Anarta, F., & Darwis, R. S. (2025). PENTINGNYA PARTISIPASI MASYARAKAT SEBAGAI BAGIAN DARI PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT DALAM MENGEMBANGKAN DESA WISATA. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 7(2). <https://doi.org/10.24198/focus.v7i2.59114>
- Anindita, M., & Riyanti, M. T. (2016). TREN FLAT DESIGN DALAM DESAIN KOMUNIKASI VISUAL. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 1(1). <https://doi.org/10.25105/jdd.v1i1.1816>
- Arnold, M., Goldschmitt, M., & Rigotti, T. (2023). Mengatasi kelebihan informasi: tinjauan komprehensif. In *Frontiers in Psychology* (Vol. 14).
- Bahtiar, B. (2022). Kendali Informasi Digital pada Ruang Pertemuan Unit Pelaksana Transmisi Makassar. *Jurnal Mosfet*, 2(1). <https://doi.org/10.31850/jmosfet.v2i1.1282>
- Dam, R. F., & Teo, Y. S. (2025). *Empathy Map – Why and How to Use It*. The Interaction Design Foundation.

- Dina Felpin Riwu, E. N. F. (2019). Representasi Dinamis Dan Kolaboratif Melalui Tata Letak Desain Interior Kantor Traveloka Ditinjau Dari Semiotika Peirce. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 09.
- Desideria Cempaka Wijaya Murti, dkk. “Peningkatan Digitalisasi Pariwisata di Wilayah Desa Purwoharjo, Kulon Progo”. *Jurnal Atma Inovasia (JAI)*, 2:1, Januari 2022
- Faizal, R., & Ady Saputro, I. (2025). Perancangan Antarmuka Pengguna dan Pengalaman Pengguna (UI/UX) Aplikasi WOkuy. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.47701/vs5wse86>
- Fitri, F. N., Muhammad Abdurrahman Harits, & Gilang Pramudia. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Akun TikTok @Gamedia Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(1). <https://doi.org/10.47134/jbk.d.v2i1.3381>
- Higuera, M., & Macías, J. A. (2025). A Novel AI Approach for the Systematic Creation of Empathy Maps. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 41(4). <https://doi.org/10.1080/10447318.2024.2323301>
- Hasan Siddiq, Sigit Auliana, Mochammad Dariq. “Perancangan Website E-Tourism Sebagai Media Promosi Digital Parawisata di Kecamatan Pulosari Menggunakan Framework Laravel”. *Jurnal Invotech*, 11:2, Desember 2025.
- Ika Devi Perwitasari, & Jodi Hendrawan. (2024). Program KKNT di Desa Belinteng: Pembuatan Website Profil Wisata Sebagai Upaya Meningkatkan Ekowisata Desa. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)*, 3(1). <https://doi.org/10.62712/juribmas.v3i1.168>
- Illi Eka Nur Fitriyah. “Pengembangan User Interface Website Sebagai Media Informasi dan Promosi Wisata Pantai Kelapa Kabupaten Tuban”. *Jurnal Barik*, 7:2, 2024.
- Ima. (2025). Observasi Partisipatif: Pendekatan dalam Penelitian Kualitatif untuk Memahami Fenomena Sosial. In *Tesis.Id*.

- Iman Pribadi, T., Suganda, D., & Saefullah, K. (2021). Pariwisata Berbasis Masyarakat dan Dampaknya Terhadap Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan: Tinjauan Pustaka. *Jurnal Sosial Sains*, 1(2). <https://doi.org/10.36418/sosains.v1i2.34>
- Izzati Mufida, & Rizka Ramayanti. (2023). Implementasi Design Thinking Dalam Menciptakan Inovasi Sign Language Translantor. *IKRA-ITH Teknologi Jurnal Sains Dan Teknologi*, 7(3). <https://doi.org/10.37817/ikraith-teknologi.v7i3.32> 29
- Kabul, E. R. (2024). Penggunaan Teknologi Hrm (Human Resource Management) untuk Meningkatkan Efisiensi dan Efektivitas Manajemen Sumber Daya Manusia. *Blantika: Multidisciplinary Journal*, 2(4). <https://doi.org/10.57096/blantika.v2i4.128>
- Kardo, B. R., Sera, Y. Y. A. B., Demu, S. M. I. D. P., & Lakapu, M. (2025). PENGEMBANGAN AWAL VIDEO PEMBELAJARAN INTERAKTIF BERBASIS POWTOON: TAHAP DEFINE DAN DESIGN PADA MATERI ARITMATIKA SOSIAL. *ELIPS: Jurnal Pendidikan Matematika*, 6(2). <https://doi.org/10.47650/elips.v6i2.2050>
- Krisbiantoro, R., & Fitriyanto, D. A. (2025). Efektivitas Prinsip Fleksibilitas Ruang sebagai Strategi Desain Creative Center. *Jurnal Arsitektur ARCADE*, 9(2). <https://doi.org/10.31848/arcade.v9i2.4054>
- Krisna Dewi, N. P. Y., Hadan, F. R., Pranindyastami, N. W., Trianthi, N. K. R., Oktavianti, N. P. C., Kusumastuti, N. K. A., & Pramanda Putra, M. S. (2025). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Promosi pada Usaha Tourist Information Center. *JURNAL AKADEMISI VOKASI*, 4(1). <https://doi.org/10.63604/javok.v4i1.162>
- Ladriansya, M. G. (2024). Public Relations Communication Strategy in Improving the Image of the Padang City Government Through Social Media. *Journal of Media and Communication*, 1(1).
- Leiwakabessy, I., Penda, J., Pairunan, F., & Osok, C. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Lokal. *SOLIDEO Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1). <https://doi.org/10.56942/js.v1i1.42>
- Lestari, S., & Riyanti, M. T. (2017). Kajian Motif Tenun Songket. *Dimensi DKV*, 2(1).

- Madeleine, J., Melini, E., & Mauleti, E. K. (2024). Perancangan Ulang Identitas Visual Brand Jesejosh Creative. *De-Lite: Journal of Visual Communication Design Study & Practice*, 4(2).
- Marta, W., & Yolga Fauzy. (2024). Perancangan Desain Maskot sebagai Identitas Wisata Sirukam Dairy Farm. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 6(1). <https://doi.org/10.35134/judikatif.v6i1.197>
- Masrianto, Harianto, Kahfi, A., & Sarjan, M. (2020). Implementasi Peta Digital untuk Smart Village (Studi Kasus Desa Tammangalle, Polewali Mandar). *JURNAL ILMIAH ILMU KOMPUTER*, 6(1). <https://doi.org/10.35329/jiik.v6i1.125>
- Muhaemin, M. (2023). Analisis Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) sebagai Referensi dalam Desain Komunikasi Visual. *Jurnal SASAK : Desain Visual Dan Komunikasi*, 5(1). <https://doi.org/10.30812/sasak.v5i1.2966>
- Muhamad Ilham Pasiori, I., Syarif, M., Yusri, A., Abdullah, A., Idrus, I., & Amal, C. A. (2025). Konsep Arsitektur Organik pada Perancangan Kawasan Wisata Permandian Air Panas Buatan di Tombolo Pao. *Journal of Green Complex Engineering*, 2(2). <https://doi.org/10.59810/greenplexresearch.v2i2.149>
- Muhammad Aron Antonio Alfatah, Indrawan Ady Saputro. “Perancangan *Website* Desa Wisata Nogosaren Sebagai Media *Digital Marketing* Untuk Peningkatan Kunjungan Wisatawan”. *Jurnal Rekayasa Sistem Informasi dan Teknologi*, 3:1, Agustus 2025
- Nurmala Dwi Amalina, & Eka Putri Rachmawati. (2025). Penerapan Metode Design Thinking dalam Perancangan Ulang UI&UX Aplikasi iPusnas. *Jurnal Informatika Polinema*, 11(3). <https://doi.org/10.33795/jip.v11i3.7233>
- Olivia, A., Larasati, P. D., Femy Mulya, M., Anwar, S., & Efendi, Y. (2025). Penerapan Design Thinking dalam Perancangan UI/UX Website untuk Meningkatkan Pengalaman Pengguna. *Jurnal SISKOM-KB (Sistem Komputer Dan Kecerdasan Buatan)*, 8(3). <https://doi.org/10.47970/siskom-kb.v8i3.836>
- Pak Dion. Wawancara, 3 Februari 2026.

- Pangestu, R. (2019). Penerapan Kampanye Sosial dalam Desain Komunikasi Visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 4(2), 159–165. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v4i4.796>
- Pangestu, R., & Patriansyah, M. (2021). Desain Komunikasi Visual dan Moralitas. *Besaung: Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 6(2), 125–130. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v6i2.1740>
- Purbo, Y. S., Utomo, F. S., & Purwati, Y. (2023). Analisis dan Perancangan Antarmuka Aplikasi Wisata Menggunakan Metode User Centered Design (UCD). *Jurnal Teknologi Terpadu*, 9(2). <https://doi.org/10.54914/jtt.v9i2.977>
- Putra, M. D., Ananta, A., & Khairunnisa. (2025). Perancangan Identitas Visual Museum Sang Nila Utama Provinsi Riau. *Jurnal Penelitian Nusantara*, 7(1).
- Putu Ryan Widyastaguna, I Nengah Suka Widana, Ni Nyoman Parmithi, N. Putri Sumaryani, & Anak Agung Istri Mirah Dharmadewi. (2024). Studi Pemanfaatan Bambu Berdasarkan Filosofi Tri Hita Karana Pada Era Milenial. *Emasains: Jurnal Edukasi Matematika Dan Sains*, 13(2). <https://doi.org/10.59672/emasains.v13i2.3592>
- Rahman Habibi Harahap, A., & Putra Nainggolan, E. (2025). Redesain Logo sebagai Strategi Branding Desa Wisata Timbang Jaya: Membangun Identitas Visual yang Autentik. *KHIDMAT: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1).
- Rambe, Y. S., & Sofyarni, M. (2024). Penerapan Ekologi Arsitektur dalam Perencanaan Kawasan Puncak Siosar 2000 dengan Pendekatan Desain Edu Agro Wisata. *DEARSIP: Journal of Architecture and Civil*, 4(01). <https://doi.org/10.52166/dearsip.v4i01.6252>
- Reza, M., Christina Endarwati, M., & Setyawan, A. (2020). KONSEP KAWASAN WISATA BERBASIS BUDAYA “RT DOLANAN NUSANTARA.” *Pawon: Jurnal Arsitektur*, 4(02). <https://doi.org/10.36040/pawon.v4i02.2804>
- Rochmawati, I. (2020). Unsur-Unsur Desain Pengantar Desain Grafis. *Unsur-Unsur Desain Pengantar Desain Grafis*.

- Rossa, W., Sianturi, N. E., Atika, J., & Suryanto. (2025). Analisis Semiotika Pada Poster Film “Hacksaw Ridge.” *Jurnal Kreatif*, 7(1).
- Saragih, M. A. M., & Abidin, S. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Destinasi Wisata Arung Jeram di Sungai Bah Bolon Kecamatan Sipispis. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 12(1). <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v12i1.17253>
- Setyanto, D. W. (2023). Penerapan Prinsip Nirmana Pada Penciptaan Karya Fotografi Makro. *GESTALT*, 5(2). <https://doi.org/10.33005/gestalt.v5i2.144>
- Shafiq Nurdin, Kusumawardhani, A., & Yudrika, Y. A. (2022). Desain dan Analisis Mesin Pakan Ikan Otomatis Basis Arduino Uno Periode Dua Kali Sehari. *Nusantara of Engineering (NOE)*, 5(1). <https://doi.org/10.29407/noe.v5i1.17380>
- Sherly Islamia, & Purwanto, E. (2025). Model Komunikasi Lingkungan dalam Pengembangan Ekowisata Mangrove di Kabupaten Tangerang. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Dan Masyarakat*, 2(1). <https://doi.org/10.47134/jpem.v2i1.588>
- Soraya, A. P., & Santoso, H. (2025). Strategi Kampanye Digital di Instagram Detikcom Untuk Meningkatkan Engagement Melalui Meta Business Suite. *Edutik: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 5(3). <https://doi.org/10.53682/edutik.v5i3.11774>
- Suharni, Ratnasari, L., Lestari Muji, & Haikal Farid. (2024). Perancangan Website E - Commerce Produk Markisa Manis Menggunakan Struktur Navigasi Dan Uml. *Jurnal Rekayasa Informasi*, 13(1).
- Sulistyorini, F. S. (2025). ARSITEKTUR BAMBU DI ERA DIGITAL: PEMANFAATAN VR DAN AR DALAM VISUALISASI DAN SIMULASI DESAIN. *JoDA Journal of Digital Architecture*, 4(2). <https://doi.org/10.24167/joda.v4i2.13322>
- Soni Ansori, Purwono Hendradi, Setiya Nugroho. “Penerapan Metode *Design Thinking* dalam Perancangan *UI/UX* Aplikasi *Mobile* Sipropmawa”. *Journal of Informatio System Research (JOSH)*, 4:4, Juli 2023.

- Tiawan, T., Azwar, N. S., Fauzi, A., Zachry, A., & Virginia, V. (2021). HOW TO BE A UX/UI DESIGNER? *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- Utami, A. R. (2022). PELATIHAN PEMBUATAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DIGITAL SEPATU MOJO. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 1(04). <https://doi.org/10.62668/sabangka.v1i04.245>
- Utami, Y., Riyanto Tri Wijaya, J., Wiyanti, S., & Murdiati, S. (2025). INTEGRASI PLATFORM ONLINE SHOP DAN DIGITAL FINANCE DALAM MENINGKATKAN KINERJA UMKM. *Jurnal Abdi Mandala*, 4(2).
- Widyaningtyas. (2017). Strategi Pengembangan Desa Ponggok Klaten Sebagai Kawasan Ekowisata Air Tawar Berbasis Kearifan Lokal. *ISI Yogyakarta*, (3).
- Wulandari, I. A., Pujiyanto, P., Octavia, R., Clarisa, N. D., & Kusuma, D. P. D. (2025). User Experience Prototipe High-Fidelity Preschool Assessment dengan Pendekatan Child-Centered Design. *Jurnal Komtika (Komputasi Dan Informatika)*, 9(1). <https://doi.org/10.31603/komtika.v9i1.13517>
- Wahyutama Fitri Hidayat, Paulus Topan Rapiyanta, Fajar Sahidiq. “Perancangan Website Desa Wukirsari Bantul Sebagai Media Promosi dan Pemesanan”. *Jurnal Infortech*, 2:1, Juni 2020.

Lampiran.

A. Transkrip Soal Wawancara

1. Bagaimana sejarah berdirinya wisata Kampus Bambu Turetoogo?
2. Berapa luas lahan yang dimiliki Kampus Bambu Turetoogo?
3. Apa tujuan utama dibangunnya tempat wisata ini?
4. Apa saja daya tarik utama yang dimiliki wisata Kampus Bambu Turetoogo?
5. Fasilitas apa saja yang tersedia bagi pengunjung?

6. Bagaimana konsep wisata yang diterapkan di Kampus Bambu Turetogo?
7. Siapa saja yang biasanya berkunjung ke wisata Kampus Bambu Turetogo?
8. Pengunjung lebih banyak berasal dari daerah mana saja?
9. Apakah ada wisatawan dari luar daerah atau luar negeri?
10. Pada waktu kapan jumlah pengunjung biasanya meningkat?
11. Apa alasan pengunjung tertarik datang ke tempat wisata ini?
12. Media apa saja yang digunakan untuk mempromosikan wisata ini?
13. Apakah Yayasan Bambu Lestari sudah menggunakan website atau media sosial untuk promosi?
14. Menurut Anda, seberapa penting media digital dalam promosi wisata saat ini?
15. Kendala apa yang dihadapi dalam promosi digital?
16. Apa harapan terhadap pengembangan media promosi wisata ke depan?
17. Apa saja masalah utama yang dihadapi dalam pengelolaan wisata Kampus Bambu Turetogo?

B. Hasil Dokumentasi



