

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Boom Marina Banyuwangi adalah destinasi wisata pantai yang terletak di pesisir Selat Bali, tepatnya berada di Kecamatan Banyuwangi. Wisata ini memiliki banyak potensi wisata mulai dari wisata alam, kuliner, budaya, dan sebagainya. Selain itu, Boom Marina Banyuwangi memiliki keunikan tersendiri yaitu didukung dengan fasilitas kapal yacht dan dikenal sebagai tempat yang cocok untuk menikmati keindahan panorama *sunrise*.

Dalam kuesioner yang disebarakan ke masyarakat berumur 21 – 30 tahun berdomisili di Jawa Timur, menyatakan bahwa wisatawan mencari informasi wisata melalui *website* resmi karena memiliki kredibilitas yang tinggi dan menggunakan laptop sebagai medianya. Namun, berdasarkan hasil *focus group discussion*, responden menyatakan bahwa informasi pada *website* resmi Boom Marina Banyuwangi tidak memenuhi kebutuhan informasi wisata. Hal tersebut membuat *website* tersebut tidak dapat dibandingkan *website* lainnya sehingga masyarakat tidak tertarik untuk berkunjung. Dalam wawancara dengan ahli *UI/UX* bernama Putri Wulandari menyatakan juga bahwa terdapat permasalahan *UI/UX* pada *website* Boom Marina Banyuwangi, terutama dari segi visual dan kontennya. Selain itu, *website* Boom Marina Banyuwangi tidak bisa digunakan untuk reservasi wisata secara *online*.

Dalam perancangan ulang *website* Boom Marina Banyuwangi, maka diperlukannya metode perancangan *UI/UX* yang dikemukakan oleh IDEO., yaitu *Human Centered Design*. Metode tersebut memiliki 3 tahapan, yaitu *inspiration*, *ideation*, *implementaion*. Proses perancangan dimulai dengan mencari data yang dibutuhkan sesuai dengan permasalahan topik yang dibahas, Kemudian, tahapan dilanjutkan dengan pencarian ide, merancang konsep, aset visual, dan alur pada

goals dari *website* ini, hingga menjadi *prototype* yang dapat diinteraksikan oleh pengguna.

Setelah perancangan *website* telah dibuat, maka diperlukannya uji coba ke pengguna untuk mendapatkan saran dan kritik melalui kuesioner. *Alpha test* dilakukan melalui *Prototype Day* yang dibuat oleh Universitas Multimedia Nusantara untuk seluruh mahasiswa TA DKV ID. Hasil dari *alpha test* mendapatkan *feedback* yang positif, namun terdapat kekurangan dan masukan dari beberapa aspek. Selanjutnya, melakukan perbaikan pada kekurangan tersebut sebelum melakukan *beta test*.

Beta test dilakukan sesuai dengan target audiens dari perancangan yaitu calon wisatawan berumur 21-30 tahun berdomisili di Jawa Timur. Selama *beta test*, dilakukan juga perbandingan *website* lama dan *website* yang sudah dirancang ulang. Hasil dari *beta test* adalah pengguna dapat melakukan eksplorasi *website* dengan mudah, informasi wisata yang diberikan sudah terpenuhi, tampilan visual nyaman dilihat oleh mata, dan dapat menarik perhatian pengguna untuk berwisata. Metode yang sudah digunakan dalam perancangan *website* sudah sesuai sehingga perancangan menjadi efektif dan efisien. Selain itu, *website* ini sudah dapat merepresentasikan sebagai situs *digital tourism*.

Pada perancangan ulang *website* Boom Marina Banyuwangi, penulis mengubah tampilan dan konten *website* sebelumnya yang terkesan *company profile* menjadi portal destinasi wisata dengan konsep *storytelling* petualangan wisata Boom Marina Banyuwangi agar wisatawan mendapatkan pengalaman wisata terbaik dalam sehari penuh. Dengan konsep tersebut, wisatawan dapat berimajinasi seakan melakukan petualangan Boom Marina Banyuwangi sebelum berkunjung ke lokasi tujuannya. Hal tersebut untuk mempersuasi wisatawan bahwa Boom Marina Banyuwangi adalah wisata layak untuk dikunjungi. Sebagai *digital tourism*, *website* ini juga mengaplikasikan reservasi tiket dan wisata secara *online* untuk mempermudah wisatawan merencanakan wisatanya. Perencanaan wisata tersebut membuat wisatawan tidak perlu khawatir mengenai biaya yang

dikeluarkan dan pelaksanaan waktu *event/festival* yang akan digelar karena semua kebutuhan informasi wisata telah tersedia dalam *website* ini. Selain itu, terdapat *customer service* yang selalu tersedia untuk melayani pengguna terkait pelayanan Boom marina Banyuwangi tanpa harus menghubunginya melalui Whatapps dan sebagainya. Kesimpulannya, bahwa wisatawan cukup menggunakan *website* Boom Marina Banyuwangi untuk melakukan berbagai macam hal terkait wisata, mulai dari perencanaan wisata, mendapatkan informasi wisata, pemesanan daring, *customer service*, hingga *review* wisata.

5.2 Saran

Selama proses perancangan ulang UI/UX *website* Boom Marina Banyuwangi, penulis memiliki beberapa saran bagi pembaca dalam proses penelitian atau perancangan yang serupa, yaitu:

1. Sebelum menentukan topik penelitian, pastikan untuk memilih sesuai dengan keahlian yang telah dikuasai dan disukai agar dalam proses pengerjaan laporan tugas akhir dapat diselesaikan dengan baik dan cepat.
2. Selama dalam proses pencarian data mengenai latar belakang permasalahan, disarankan untuk melakukan berbagai metode seperti *focus group discussion* dan wawancara UI/UX untuk mengetahui permasalahan yang terjadi dalam *website* yang akan dirancang ulang.
3. Pada proses perancangan desain, tentukan metode yang sesuai dengan jenis karya, seperti gunakan metode perancangan UI/UX untuk merancang ulang sebuah *website*. Hal ini dilakukan agar perancangan tersebut efektif dan efisien bagi pengguna.
4. Setelah proses pembuatan *prototype* selesai, maka lakukanlah uji coba karya ke target yang sudah ditentukan, serta analisis hasilnya. Hal tersebut bertujuan agar hasil karya yang telah dibuat sesuai dengan pengguna dan membantu perancangan lebih maksimal.
5. Percaya dirilah dalam membuat suatu karya desain.