

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Pondok Pemburu merupakan Wisata *Trekking* yang berlokasi di Kabupaten Bogor Kecamatan Babakan Madang Provinsi Jawa Barat dan Wisata *Trekking* Pondok Pemburu sudah berdiri sejak tahun 2000 dan pada saat itu dikelola oleh generasi pertama dan pada saat itu masih merupakan sebuah *basecamp* para PERBAKIN yaitu Persatuan Menembak Indonesia dan ini merupakan asal mula dinamakan Pondok Pemburu. Setelah tahun 2019 dikelola kembali oleh generasi kedua untuk membuka Wisata *Camping Ground* dan juga *Trekking* saat di tahun 2019 Wisata Pondok Pemburu mulai ramai dan dibukanya *Cafe* dan *Eatery* serta fasilitas yang disediakan di Pondok Pemburu seperti Toilet, *Camping Area* yang sangat luas hingga 10 hektar, Mushola yang dibangun untuk memfasilitasi pengunjung. Untuk soal tiket wisata Pondok Pemburu memberikan harga termurah yaitu Rp.25.000,-/ orang serta masih banyak lagi paket yang ditawarkan. Akan tetapi Wisata tersebut tidak berkembang begitu ramai seiring berjalannya waktu Wisata tersebut sepi dikarenakan kondisi wisatawan diluar daerah yang kurang mengetahui Wisata Pondok Pemburu dan mereka lebih mengetahui Wisata yang berada di Puncak Bogor saja seperti di Cisarua. Mereka pernah melakukan promosi akan tetapi promosi tersebut masih belum tercapai. Maka dari itu Wisata Pondok Pemburu membutuhkan sebuah Media *Website* dalam upaya menjadikan Wisata Pondok Pemburu yang terletak di Kecamatan Babakan Madang Desa Bojong Koneng menjadi wisata alternatif guna mendukung program pemerintah dalam 5 tahun kedepan dan juga guna menjadikan wisata sport and tourism yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Bogor.

Perancangan *Website* ini menggunakan metode *design thinking* Soegaard (2018). Dan memiliki 5 tahap untuk melakukan perancangan, yaitu *Empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, *test*. Tahapan tersebut akan menjadi landasan untuk perancangan media promosi wisata *trekking* pondok pemburu di Desa Bojong

Koneng. perancangan dimulai dengan tahap *empathize* melakukan riset dan juga wawancara kepada pemilik wisata, membuat user persona dari hasil batasan masalah dan kuesioner untuk lebih mengetahui apa yang dibutuhkan oleh *user*. Tahap *define* penulis melakukan analisi data yang diperoleh dari tahap *empathize* bahwa penulis menemukan batasan masalah berupa *social economics* status B kalangan kelompok menengah dikarenakan sudah dapat memenuhi kebutuhan dasar mereka dan untuk usia didominasi oleh Dewasa Awal 25-35 tahun yang aktif dan menyukai nuansa Alami dan berdomisili Jabodetabek. Di tahap *ideate* penulis menemukan *Keywords* berdasarkan mindmap yaitu *Healthy, Enjoyable, Nature* setelah dikembangkan penulis mendapatkan Big Ideas untuk melakukan perancangan yaitu “*Health With Nature*” *not only promotes a healthy lifestyle but also ensures a pleasant experience*. Dengan kalimat tersebut penulis menggunakannya sebagai pesan untuk di setiap perancangan.

5.2 Saran

Saran penulis untuk melakukan perancangan agar dapat Menyelesaikan perancangan hingga ke tahap akhir. Berikut dibawah ini merupakan saran dari penulis :

- a. Dalam memilih topik perancang Tugas Akhir sesuaikan dengan keinginan kalian agar mempermudah dalam penyelesaian perancangan Tugas Akhir.
- b. Dalam perancangan aset diperlukan untuk memperhatikan detail dari manakan aset tersebut didapatkan dan dalam laporan harus diperhatikan setiap penulisan agar tidak ada kesalahan dan Saat melakukan penelitian sangat penting untuk memperhatikan perilaku, dan gaya hidup lebih detail sebagai target sebelum melakukan perancangan
- c. Agar Perancangan dapat diselesaikan tepat waktu diperlukan mengatur waktu dengan sebaik mungkin.

Demikian saran dari penulis untuk pembaca yang akan memilih topik perancangan serupa.