

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Setelah melakukan penelitian, penulis menemukan bahwa Kota Bogor masih memiliki destinasi wisata potensial yang masih belum terekspos oleh masyarakat luas. Namun sayangnya, media informasi yang telah eksisting masih memiliki keterbatasan dalam menyebarkan informasi destinasi wisata *hidden gem* tersebut. Informasi yang ditampilkan terbatas pada deskripsi singkat tanpa memberikan daya tarik lebih pada pembacanya. Oleh karena itu, penulis melakukan perancangan media informasi interaktif dalam bentuk aplikasi yang memiliki gamifikasi dengan tujuan untuk dapat mendorong motivasi masyarakat untuk berkunjung ke destinasi-destinasi di Kota Bogor secara lebih menyeluruh.

Berdasarkan metode *Design Thinking* oleh Don Norman, tahapan perancangan diawali dengan tahapan *empathize* yaitu dengan melakukan *Focus Group Discussions* (FGD) bersama target perancangan yang merasakan kesulitan untuk mendapatkan informasi mengenai destinasi wisata *hidden gem*, terbatas pada informasi yang didapatkan dari kerabat saja. Dari tahapan tersebut, penulis juga menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan gambaran mengenai kebutuhan dan hambatan yang dirasakan oleh pengguna selama merencanakan perjalanan wisatanya ke Kota Bogor. Penulis juga mencoba memahami permasalahan pariwisata dan kebudayaan Kota Bogor dengan melakukan wawancara dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor. *Insight* tersebut diolah kembali menjadi sebuah *persona* dan *user journey* untuk menyusun solusi yang tepat untuk target perancangan.

Penulis menemukan sebuah *big idea* berupa “*Elevate your exploration of Bogor City’s treasure*” yang diimplementasikan ke dalam berbagai elemen visual untuk aplikasi sebagai media utama dan juga media sekunder lainnya. Implementasi tersebut dapat dilihat dari fitur utama aplikasi yaitu gamifikasi yang mengajak

pengguna untuk mengumpulkan poin dengan menyelesaikan misi utama berupa mengunjungi destinasi-destinasi wisata tertentu. Aplikasi dirancang dan melalui beberapa proses pengujian untuk dapat memberikan tampilan visual yang menarik, konten informasi yang lengkap dan mudah dimengerti, serta memiliki interaktivitas yang baik yang memungkinkan pengguna dapat bernavigasi dalam berbagai fitur dengan mudah dan memperoleh informasi yang dibutuhkannya.

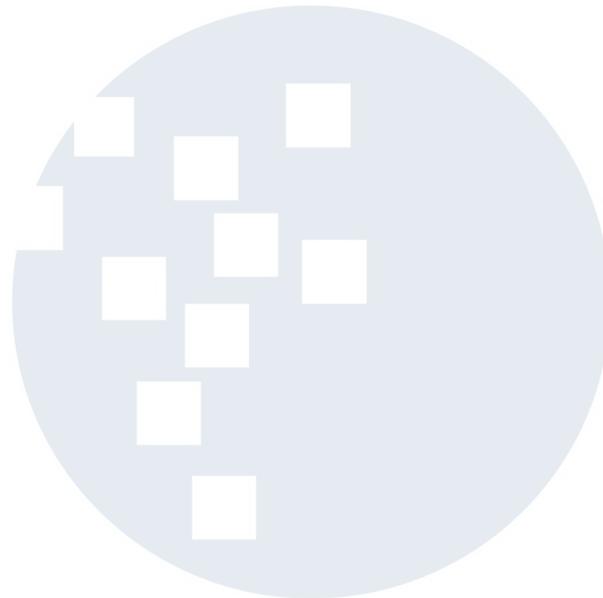
Dengan adanya perancangan ini, penulis mengharapkan pengguna tidak hanya mendapatkan pengetahuan baru mengenai pariwisata dan kebudayaan Kota Bogor, melainkan juga dapat terlibat aktif dan merasakan pengalaman baru dalam mendukung perkembangan pariwisata dan kebudayaan Kota Bogor secara berkelanjutan. Perkembangan tersebut berupa peningkatan kunjungan ke berbagai destinasi di Kota Bogor yang lebih merata, tidak terfokus pada destinasi yang sudah populer saja. Hal tersebut juga diharapkan akan turut mendorong adanya peningkatan kunjungan Kota Bogor secara keseluruhan yang belum kembali ke angka kunjungan sebelum masa Covid-19 yaitu sebesar 9,1 juta wisatawan.

5.2 Saran

Setelah melalui setiap proses perancangan, penulis mendapatkan masukan yang bisa menjadi pertimbangan bagi peneliti yang ingin membahas dengan topik serupa. Beberapa masukan tersebut diantaranya adalah:

1. Melakukan observasi secara mendalam mengenai target perancangan sehingga dapat memberikan solusi yang tepat guna terkait memenuhi kebutuhan pengguna dalam menyelesaikan permasalahan yang dituju.
2. Memastikan kesesuaian informasi dan meminta *feedback* mengenai keseluruhan *prototype* pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor.
3. Menambahkan logo Jejak Bogor pada *header* aplikasi sehingga pengguna lebih mengetahui identitas dari aplikasi yang sedang dibukanya, serta memastikan jarak *header* dan *footer* memiliki ruang yang cukup untuk mengantisipasi adanya konten yang tertutup.

4. Mengembangkan gamifikasi untuk meningkatkan keberlanjutan pengguna dalam menggunakan aplikasi, seperti dengan adanya *badges* yang bisa disebarluaskan oleh pengguna ke sosial media mereka.
5. Memastikan adanya keseimbangan waktu dalam pengerjaan karya dan media lainnya.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA