

Peningkatan Informasi Wisata Cianjur dengan Pemodelan Sistem Pencarian Objek Wisata Menggunakan Metode *Design Thinking*

Rispianti*¹, Siti Sarah Abdullah²

^{1,2} Program Studi Teknik Informatika, Universitas Suryakencana, Indonesia
rispianti907@gmail.com¹, sarah004007@gmail.com²

Informasi Artikel

Kata Kunci:

Design Thinking, UI/UX, Objek Wisata, Pemodelan

Histori Artikel:

Disubmit 16 Maret 2023
Direvisi 27 April 2023
Diterima 4 Juni 2023
Tersedia daring 31 Juli 2023

Sitasi:

Rispianti and S. S. Abdullah, "Peningkatan Informasi Wisata Cianjur dengan Pemodelan Sistem Pencarian Objek Wisata Menggunakan Metode *Design Thinking*," Pros. Semnastek Univ. Suryakencana, vol. 1, no. 1, 2023.

* Penulis Korespondensi.

Rispianti

Alamat Email:

rispianti907@gmail.com

Abstrak

Cianjur memiliki 423 destinasi objek wisata yang terdiri dari objek wisata alam, objek wisata budaya, dan objek wisata buatan. Pemerintah Kabupaten Cianjur menginformasikan mengenai destinasi wisata Cianjur di situs resmi Dinas Pariwisata. Wisatawan yang berkunjung berasal baik penduduk lokal, nusantara, maupun mancanegara. Berdasarkan data tahun 2019, kunjungan terbanyak wisatawan mancanegara yaitu Taman Bunga Nusantara mencapai 91.736 pengunjung dan Kota Bunga mencapai 77.707 pengunjung. Kunjungan terbanyak wisatawan nusantara yaitu Taman Bunga Nusantara mencapai 1.116.839 pengunjung dan Kebun Raya Cibodas mencapai 839.734 pengunjung. Namun angka pengunjung destinasi objek wisata lainnya jauh dibawah, bahkan mencapai angka nol (0) untuk mancanegara. Selain berkunjung ke tempat wisata, wisatawan terutama dari luar Cianjur biasanya mencari akses jalan, tempat kuliner, tempat menginap, dan sebagainya. Penelitian membahas mengenai upaya meningkatkan informasi mengenai potensi wisata yang terdapat di Cianjur beserta informasi lengkap seputar objek wisata Cianjur.

*Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan studi kasus. Untuk meningkatkan daya tarik pengunjung, diadopsi metode *design thinking* karena pendekatan inovasinya adalah *customer centric* atau *human centric* yaitu inovasi yang berfokus pada pengguna, permasalahan yang dialami pengguna dijadikan sebagai acuan dalam inovasi. Hasil penelitian berupa model untuk meningkatkan informasi destinasi wisata Cianjur beserta informasi lengkap seputar destinasi. Hasil dari pemodelan diaplikasikan dalam *user flow* dan *wireframe*.*

1. Pendahuluan

Jumlah objek wisata yang di cianjur berjumlah 423 destinasi wisata diantaranya air terjun, pantai, danau, desa wisata [1]. Upaya yang dilakukan pemerintah cianjur untuk mempromosikan objek wisata adalah menggunakan media sosial, website dan aplikasi *mobile* lainnya, akan tetapi upaya tersebut kurang meningkatkan jumlah wisatawan, kekurangan dari promosi yang dilakukan pemerintah yaitu informasi yang dicantumkan kurang lengkap serta perlu mengakses beberapa *website* maupun aplikasi *mobile* untuk mengetahui informasi yang lengkap dan itu dianggap tidak efektif. Berdasarkan kuesioner yang telah disebarakan kepada 124 responden yang terdiri dari masyarakat lokal, luar Cianjur dan pengelola objek wisata bahwa pada faktanya wisatawan sebanyak 50% memberikan jawaban tidak mengetahui objek wisata yang terdapat di Cianjur, berdasarkan fakta tersebut dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan pemerintah masih perlu ditingkatkan, karena masih banyak wisatawan yang belum mengetahui. Selain itu dari hasil kuesioner wisatawan sebanyak 78,6% memberikan jawaban penting nya sebuah aplikasi pencarian objek wisata yang memiliki informasi yang relevan dan lengkap.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka penulis membuat sebuah pemodelan untuk mencari objek wisata cianjur yang lengkap mulai dari deskripsi objek wisata, fasilitas yang dimiliki, jam operasional tempat wisata, harga tiket, jarak tempuh, bahkan wisatawan dapat memberikan informasi kepada wisatawan lain melalui ulasan yang disediakan pada aplikasi pencarian objek wisata di cianjur selain itu, wisatawan dapat berkomunikasi melalui pesan yang tersedia di aplikasi sehingga wisatawan dapat menanyakan informasi yang lainnya kepada pengelola objek wisata. aplikasi pencarian objek wisata disesuaikan dengan kebutuhan pengguna dengan sesederhana mungkin akan tetapi dapat menarik perhatian pengguna, tidak membosankan dan tampilannya yang *user friendly* untuk semua kalangan.

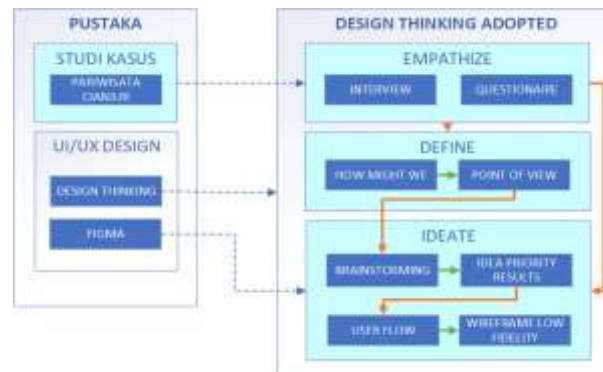
Metode yang digunakan dalam membuat pemodelan pencarian objek wisata Cianjur yaitu menggunakan metode *design thinking*, karena metode ini adalah proses pemecahan masalah secara kreatif, memiliki inti yang berpusat pada manusia. Selain itu metode *design thinking* dapat digunakan oleh siapapun mulai dari Mulai dari individu, bisnis menengah, hingga perusahaan besar. Karena pada dasarnya metode ini proses penyelesaian masalahnya berfokus pada pengguna (*user*). Jadi selama seseorang terhambat dalam melakukan sesuatu, maka bisa memecahkan masalahnya menggunakan *design thinking*. Serta solusi yang dibuat berdasarkan pemahaman

yang matang akan masalah pengguna. Sehingga produk yang dihasilkan akan lebih berpotensi memenuhi kebutuhan pengguna. Akan tetapi saat ini belum ada pembuatan UI/UX objek wisata dengan menggunakan metode *design thinking*.

Berdasarkan paparan diatas, maka penelitian mengambil judul “Peningkatan Informasi Wisata Cianjur dengan Pemodelan Sistem Pencarian Objek Wisata Menggunakan Metode *Design Thinking*”.

2. Metode Penelitian

Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif dengan studi kasus (*case study research*) dengan objek wisata Kabupaten Cianjur. Penelitian bertujuan memperkenalkan wisata yang terdapat di Kabupaten Cianjur serta meningkatkan daya tarik wisata dan memberi informasi lengkap mengenai wisata tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut, dilakukan dengan menggunakan *design thinking* karena berfokus pada kebutuhan pengguna dan ketertarikan pengguna terhadap suatu objek. *Design thinking* memiliki 5 (lima) fase yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, *testing* [2] Untuk mendukung setiap fase, perlu didukung oleh literatur. Diagram mengenai metode yang dilakukan pada penelitian dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Metode Penelitian

Berdasarkan Gambar 1, tahapan awal yang dilakukan yaitu *empathize*, yaitu melakukan kuesioner dan wawancara terhadap pengguna. kuesioner dilakukan dengan cara melihat bagaimana pengguna berinteraksi dengan lingkungannya untuk dapat memahami apa yang dibutuhkan oleh pengguna. Wawancara dilakukan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan dari pengguna [3]. Setelah mengetahui kebutuhan pengguna, kemudian dilakukan *brainstorming* atau pengumpulan ide untuk mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi pengguna (*define*) dan menghasilkan ide berupa konsep pada tahapan *ideate*. Hasil penelitian sampai kepada *Ideate* dengan produk akhir berupa *User flow* dan *Wireframe Low Fidelity*.

3. Hasil dan Pembahasan

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif melalui observasi dan wawancara [4]. Metode kualitatif dilakukan dengan melalui wawancara yang dilakukan kepada pengelola objek wisata yang ada di cianjur. Kuesioner disebarakan kepada wisatawan. Setelah mengetahui kebutuhan pengguna, kemudian dilakukan *brainstorming* atau pengumpulan ide untuk mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi pengguna (*define*) dan menghasilkan ide berupa konsep pada tahapan *ideate*[5][6].

3.1. Empathize

Tahap *empathize* adalah tahap bagaimana seorang *researcher* memahami, berempati, dan memiliki perasaan yang sama dengan orang lain, dengan menempatkan diri pada posisi *usernya*. pada fase *empathize* semua informasi tentang *user* dikumpulkan untuk diolah dan digunakan pada pada fase-fase selanjutnya. pada tahap ini harus memahami kebutuhan, batasan, perilaku, dan aspirasi *user*. Tahapan *empathize* pada penelitian ini dilakukan dengan melakukan survey[7]. Yang ingin dicapai melalui survey yaitu untuk mengetahui keinginan wisatawan dan pengelola objek wisata terkait kebutuhan pembuatan desain, termasuk mengenai informasi dan fitur apa saja yang ingin ditampilkan dalam aplikasi.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara kepada pengelola objek wisata dan melakukan penyebaran kuesioner pada user yang berdomisili Cianjur maupun luar Cianjur. Pengumpulan data menggunakan kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui apa yang dirasakan oleh user pada saat mengunjungi tempat wisata yang ada di Cianjur serta bagaimana perasaan user ketika berkunjung ke tempat wisata yang baru.

a) Interview

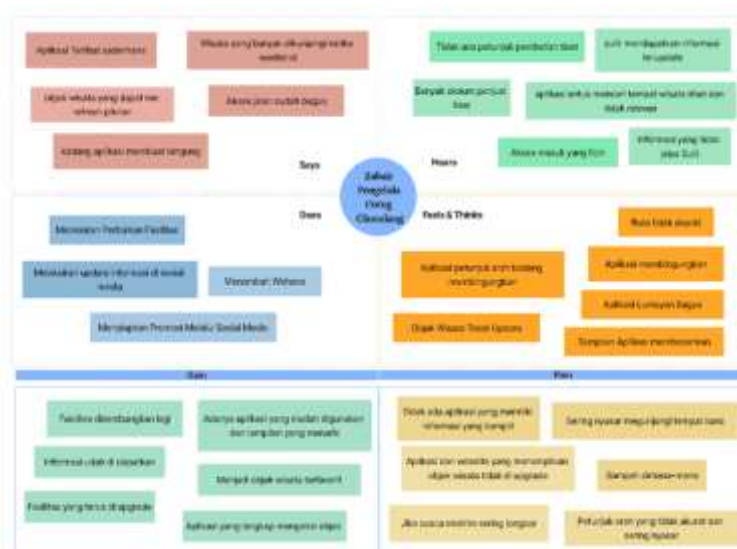
Tahapan pertama untuk mengumpulkan informasi adalah dengan melakukan *Interview* kepada pengelola objek wisata cianjur salah satunya pengelola objek wisata Saville dan Curug Cikondang untuk mencari tahu terkait permasalahan yang dihadapi oleh pengelola objek wisata.

b) Questionnaire

Penyebaran kuesioner dilakukan untuk mengetahui permasalahan dan keinginan wisatawan yang akan menjadi solusi dan ide terkait desain dan fitur pada model yang dibuat. kuesioner diisi oleh 100 responden salah

satunya adalah para penikmat objek wisata yang berasal dari Cianjur maupun luar Cianjur seperti pelancong, wisatawan, dan pribumi.

Setelah wawancara dan penyebaran kuesioner dilakukan. tahap selanjutnya adalah membuat *Empathy map*. *Empathy Map* adalah alat yang digunakan dalam *Design Thinking* untuk membantu penulis mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang pengguna dan menempatkan diri dalam sudut pandang pengguna. *Empathy Map* membantu memvisualisasikan pengalaman, pemikiran, dan emosi pengguna dengan cara yang lebih terstruktur dan terfokus. Berikut ini adalah *empathy map* yang dibuat berdasarkan hasil wawancara kepada pengelola objek wisata *Saville*.



Gambar 2. *Empathy Maps Jamaludin, Savillage*

Keterangan : Gambar 2 diatas merupakan *empathy maps* pengelola wisata *savillage* yang didapatkan dari wawancara *empathy maps* berisi mengenai apa yang diharapkan oleh pengelola wisata, apa yang menjadi permasalahan dan apa yang diinginkan oleh pengelola wisata.

3.2. Define

Proses *define* dilakukan setelah mengetahui fokus permasalahan yang dialami secara spesifik berdasarkan kebutuhan pengguna berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan pada proses berempati (*empathize*). Hasil pengamatan pada proses empati kemudian dianalisis untuk menemukan/mengidentifikasi fokus permasalahan yang dihadapi oleh pengguna [8]

Tahap *define* digambarkan berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan dengan *empathy map*, maka didapatkan adanya *point of view* (POV) yang digunakan untuk mengetahui kebutuhan *user* terhadap sistem. POV merupakan penjabaran masalah yang dapat ditindaklanjuti berdasarkan target pengguna sehingga menghasilkan rangkuman berupa kebutuhan pengguna [9] tahap *define* ini akan dilakukan penetapan masalah menggunakan formula *user+need+insight* dan *how-might-we* untuk memperluas sudut pandang penyelesaian masalah penulis menggunakan metode *How Might We (HMW)*.

a) *How Might We (HMW)*.

Cara kerja metode *How Might We* yaitu dengan mengubah pernyataan menjadi sebuah pertanyaan. Inti dari permasalahan yang sudah ditemukan pada proses pendefinisian masalah, kemudian diubah menjadi bentuk pertanyaan berupa *how* atau bagaimana. Pertanyaan atas permasalahan tersebut dapat dijawab dengan mengacu pada setiap kemungkinan cara penyelesaiannya atau *might*. Informasi dan langkah penyelesaian solusi menjadi hal yang ingin didapatkan dengan menggunakan metode *How Might We*.

Tabel 1. *Tabel How Might We*

<i>How</i>	<i>Might</i>
Bagaimana wisatawan mengetahui banyak objek wisata di Cianjur ?	Membuat aplikasi khusus objek wisata yang menampung tempat wisata di Cianjur
Bagaimana agar tampilan aplikasi tidak membosankan ?	Menambahkan warna yang menarik, tidak mencolok, user friendly dan berjalan sesuai fungsinya

<i>How</i>	<i>Might</i>
Bagaimana pengguna dapat mengetahui informasi objek wisata yang terbaru ?	Menambahkan notifikasi pada fitur objek wisata dengan menyisipkan tulisan new pada fitur objek wisata yang terbaru ataupun informasi yang di update
bagaimana agar pengguna lebih mudah mendapatkan informasi terkait objek wisata ?	Membuat aplikasi objek wisata dengan informasi yang lengkap seperti menambahkan deskripsi wisata, lokasi, harga tiket dan fasilitas yang dimiliki.
Bagaimana pengguna mengetahui objek wisata mana saja yang pernah dikunjungi oleh dirinya sendiri ?	Menambahkan fitur Riwayat kunjungan
Bagaimana pengguna mengetahui pengalaman pengunjung lain pada saat mengunjungi suatu wisata ?	Menambahkan fitur testimoni/ ulasan
Bagaimana pengguna bisa berbagi cerita atau pengalamannya pada saat mengunjungi suatu objek wisata	Dengan adanya fitur ulasan akan memudahkan pengguna dalam berbagi cerita liburannya
Bagaimana pengguna mendapatkan saran objek wisata terbaru?	Terdapat notifikasi informasi wisata terbaru
Bagaimana pengguna berharap dalam aplikasi pencarian wisata terdapat petunjuk arah ?	Menambahkan fitur rute atau petunjuk arah di deskripsi objek wisata, jadi pengguna bisa menekan bagian maps untuk melihat rute.

b) *Point of View (Pov)*

Fase ini mendorong untuk mempertimbangkan pengguna (*user*), kebutuhan (*need*) mereka, dan kemudian mengembangkan wawasan (*insight*) berdasarkan kebutuhannya. *Point Of View* didapatkan berdasarkan permasalahan dan kebutuhan pengguna terhadap aplikasi yang akan menunjang perkembangan sebuah objek wisata di Cianjur.

Tabel 2. *Point Of View (Pov)*

<i>User</i>	<i>Problem/Need</i>	<i>Insight</i>
Jamaludin	Mebutuhkan aplikasi objek wisata yang di gunakan sebagai media promosi yang dapat memberikan informasi yang lengkap.	<i>User</i> melakukan promosi hanya menggunakan social media dan website. Sehingga pengunjung tidak mendapatkan informasi yang lengkap, sehingga harus membuka aplikasi atau website yang lain untuk mendapatkan informasi yang lengkap.
Zubair Ahmad	Mebutuhkan aplikasi yang mudah digunakan dan komplit untuk objek wisata yang digunakan sebagai salah satu promosi.	<i>User</i> mendapatkan informasi dari pengunjung bahwa sulit dalam mencari informasi yang lengkap terkait objek wisata.
Gita Aulia Rahayu	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan aplikasi yang memiliki tampilan bagus dan tidak monoton serta memiliki informasi harga tiket dan informasi lain yang lengkap. - Kesulitan dalam menemukan <i>update</i> informasi terbaru 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>User</i> hanya mampu mencari informasi menggunakan website dan aplikasi penunjuk arah yang tidak memiliki informasi yang lengkap. - <i>User</i> kesulitan menemukan informasi yang <i>update</i> ketika mencari objek wisata yang akan dikunjungi.

User	Problem/Need	Insight
Siti Reva Andriani	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan aplikasi khusus objek wisata di Cianjur. - Aplikasi memiliki fitur Riwayat kunjungan. - Aplikasi memiliki fitur testimoni orang yang sudah berkunjung. 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>User</i> mencari informasi melalui banyak website untuk mendapatkan informasi yang jelas - <i>User</i> kesulitan dalam melihat wisata mana saja yang pernah dikunjungi. - Pada saat <i>user</i> ingin mengunjungi objek wisata takut karena tidak sesuai ekspektasi karena tidak ada testimoni atau penilaian orang yang sudah berkunjung
Rafli Ilmansah	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan aplikasi yang memiliki banyak informasi lengkap seputar objek wisata dan semua daerah memiliki aplikasi objek wisata - Memiliki fitur ulasan agar pengunjung bisa berbagi pengalaman berkunjung ke objek wisata tersebut. 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>User</i> tidak memiliki banyak waktu untuk mengakses website satu persatu untuk mencari informasi - Setelah <i>user</i> mengunjungi suatu objek wisata kesulitan untuk berbagi pengalaman mengunjungi wisata tersebut karena tidak ada tempat untuk membagikan pengalamannya
Feisal Ramdhi	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan aplikasi khusus yang memberikan informasi tentang tempat wisata, akses jalan, fasilitas dan tiket masuk. - Aplikasi terdapat petunjuk arah untuk memudahkan mengetahui rute dan tidak perlu membuka aplikasi petunjuk arah yang lain 	<ul style="list-style-type: none"> - Menurut <i>user</i> untuk mencari informasi yang lengkap membuat ribet harus mengakses beberapa website dan aplikasi hanya untuk mendapatkan sebuah informasi. - Agar mengetahui rute perjalanan menuju objek wisata <i>user</i> membutuhkan petunjuk arah yang akurat dan mudah di pahami

32. Ideate

Pada proses ketiga ini, desainer dapat menghasilkan ide untuk menjadi solusi permasalahan dengan melakukan proses *brainstorming* dengan tim dan *stakeholder* terkait. Ide yang didapatkan melalui proses *brainstorming* tersebut akan menghasilkan ide berupa solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh pengguna [10].

Tahap ideate dalam Design Thinking adalah tahap di mana tim memulai proses kreatif untuk menghasilkan ide-ide baru dan inovatif untuk menyelesaikan masalah yang ditemukan dalam tahap sebelumnya. pada tahap ini dilakukan *brainstorming* dan *Idea Priority Result* untuk menghasilkan ide-ide yang akan dituangkan dalam aplikasi.

a) *brainstorming*

di tahap ini dilakukan proses pengumpulan ide melalui *brainstorming* yang bertujuan untuk mendapatkan ide-ide penyelesaian masalah yang ada. Proses *brainstorming* dilakukan dengan mencari referensi melalui website dan meminta beberapa saran kepada rekan yang sama-sama menjajaki bidang UI/UX Design. Jumlah ide tidak dibatasi namun fokus penyelesaiannya tetap sesuai dengan permasalahan inti. kumpulan ide yang ditampilkan pada Gambar hasil *Brainstorming* telah disaring terlebih dahulu berdasarkan kesamaan ide yang muncul dalam proses *brainstorming*. hasil dari proses *brainstorming* akan diolah dan diurutkan kembali berdasarkan aspek kepentingan pengguna. hasil yang didapatkan dalam pengumpulan ide melalui *brainstorming* adalah sebagai berikut :



Gambar 3. Brainstorming

Gambar 3 menunjukkan pengumpulan ide terkait permasalahan-permasalahan yang dirasakan oleh user, hasil *brainstorming* tersebut didapatkan dari ide penulis, hasil wawancara, hasil penyebaran kuesioner dan dari beberapa orang yang *expert* di bidang ui/ux, ide-ide tersebut dihasilkan dari permasalahan yang ada, kemudian dilakukanlah penyeleksian terkait ide prioritas atau ide yang akan digunakan.

b) *Idea Priority Result*

Idea Priority Result adalah sebuah alat yang digunakan dalam Design Thinking untuk membantu tim memprioritaskan ide-ide yang telah dihasilkan selama tahap *ideate*.



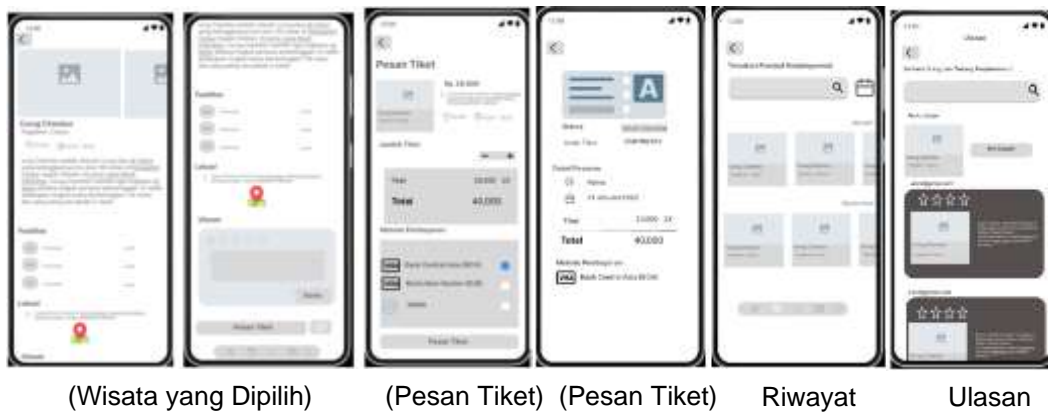
Gambar 4. *Idea Priority Result*

hasil Prioritas ide yang berada di bagian atas atau ke arah *high* akan menjadi ide yang diprioritaskan pengerjaannya, karena memiliki pengaruh besar terhadap pengguna dan pengembangannya yang mudah. Sedangkan yang berada di bagian bawah atau ke arah *low* seperti fitur notifikasi informasi yang di *update*, fitur penginapan, dan fitur hidangan kuliner saat ini belum bisa diterapkan dalam aplikasi ini dikarenakan pertimbangan aspek pengembangannya walaupun memiliki pengaruh terhadap pengguna, tetapi memiliki tingkat pengembangan dengan usaha yang besar.

Tahapan selanjutnya pada perancangan ini adalah membuat ide/konsep untuk aplikasi yang akan dirancang. Pembuatan konsep diawali dengan menyusun *user flow*, sitemap, dan desain *wireframe* dari aplikasi. Kemudian setelah itu menentukan *style guide User Interface (UI)* sebagai panduan desainer merancang dan membuat tampilan desain *interface* aplikasi berbasis android.

c) *user flow diagram*

User flow ini menggambarkan diagram untuk mengetahui skenario alur pengguna ketika mengakses aplikasi pencarian tempat wisata.. Fungsi dari *user flow* adalah untuk mempermudah desainer dalam menentukan alur/*flow* sebelum membuat desain *interface* dan menghindari navigasi yang terlalu rumit agar mempermudah pengguna/*user friendly*[11].



Gambar 8. wireframe halaman Beranda, Daftar Wisata, Wisata Yang Dipilih dan Riwayat Kunjungan



Gambar 9. Wireframe halaman Ulasan, Akun/Profil dan Halaman Pesan

Penelitian masih pada tahap *ideate* dengan produk berupa *wireframe*. Rencana penelitian lanjutan yaitu mengadopsi *design thinking* yang perlu melakukan 2 (dua) tahap yaitu *prototype* yaitu lebih detail dari wireframe awal; dan *testing* yaitu menguji hasil *prototype* dengan menggunakan *beta testing* dan UEQ (*User Experience Questionnaire*).

4. Kesimpulan

Metode *Design Thinking* pada perancangan aplikasi mobile dapat digunakan untuk menghasilkan desain *User Interface* (UI) yang sesuai dengan kebutuhan penggunanya (*User Experience*). pada perancangan aplikasi pencarian tempat wisata, penerapan metode *Design Thinking* telah memberikan kemudahan bagi penggunanya. Metode *Design Thinking* dapat digunakan untuk perancangan aplikasi mobile yang melakukan pendekatan lebih mendalam kepada pengguna agar menghasilkan desain yang sesuai dengan kebutuhan dan memudahkan penggunanya. Tahapan pada *Design Thinking* dapat dilakukan secara berulang sampai mendapatkan hasil desain yang terbaik untuk penggunanya. Observasi dan wawancara di tahapan *empathize* merupakan tahapan yang sangat menentukan konsep dan perancangan website. sebaiknya lakukan observasi dan wawancara secara mendalam untuk menggali semua kebutuhan pengguna agar memberikan kenyamanan kepada pengguna ketika mengakses aplikasi mobile.

Design thinking juga menempatkan pengguna sebagai pusat perhatian, sehingga solusi yang dihasilkan selalu berfokus pada kebutuhan dan keinginan pengguna. Dengan mengadopsi pendekatan *design thinking*, tim dapat menciptakan solusi yang lebih inovatif, efektif, dan efisien.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

- 1) Terima kasih kepada Fakultas Teknik Universitas Suryakencana yang telah menjadi wadah bagi para peneliti untuk mengembangkan penelitian jurnal ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang besar bagi kemajuan ilmu pengetahuan di Indonesia.
- 2) Terima kasih kepada pengelola objek wisata Savillage sebagai narasumber
- 3) Terima kasih kepada pengelola objek wisata Curug Citampur sebagai narasumber yang telah meluangkan waktu dan tenaga.
- 4) Terima kasih kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan tenaga dalam pengisian kuesioner
- 5) Terimakasih kepada teman dan kerabat yang telah ikut berkontribusi yang telah memberikan ide-ide dan ikut membimbing yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Referensi

- [1] Dinas Komunikasi dan Informasi., "Data Destinasi Pariwisata Kabupaten Cianjur," *Cianjur Satu Data*. satudata.cianjurkab.go.id (accessed Apr. 30, 2023).
- [2] E. Septianawati, I. Aknuranda, and B. T. Hanggara, "Evaluasi User Experience Gim Mobile Legends: Bang Bang menggunakan Design Thinking," *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer e-ISSN*, vol. 2548, p. 964X.
- [3] A. Pressman, *Design thinking: A guide to creative problem solving for everyone*. Routledge, 2018.
- [4] M. Firmansyah, M. Masrun, and I. D. K. Yudha S, "ESENSI PERBEDAAN METODE KUALITATIF DAN KUANTITATIF," *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, vol. 3, no. 2, pp. 156–159, Sep. 2021, doi: 10.29303/e-jep.v3i2.46.
- [5] M. Schrepp and J. Thomaschewski, "Design and validation of a framework for the creation of user experience questionnaires," 2019.
- [6] I. D. Foundation, R. F. Dam, and T. Y. Siang, "What is design thinking and why is it so popular?" Interaction Design Foundation, 2021.
- [7] A. Pressman, *Design thinking: A guide to creative problem solving for everyone*. Routledge, 2018.
- [8] Y. K. S. Tahalele, "Analisa Produk Fesyen Berkelanjutan: Tantangan Dan Penentu Keberhasilan," *Seminar Nasional Envisi 2020*, 2020.
- [9] E. Villegas, E. Labrador, D. Fonseca, S. Fernández-Guinea, and F. Moreira, "Design Thinking and Gamification: User Centered Methodologies," 2019, pp. 115–124. doi: 10.1007/978-3-030-21814-0_10.
- [10] M. R. Wibowo and H. Setiaji, "Perancangan Website Bisnis Thrifdoor Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking," *AUTOMATA*, vol. 1, no. 2, 2020.
- [11] W. Wulandari and A. D. Y. Widiyanto, "Design data flow diagram for supporting the user experience in applications," *Design Data Flow Diagram for Supporting the User Experience in Applications*, vol. 25, no. 2, pp. 14–20, 2017.