

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis emosi dari kuesioner POMS, preferensi dan *heatmap* didapatkan kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Diketahui bahwa ketertarikan responden setelah melakukan simulasi menggunakan *eye tracker* didapatkan hasil bahwa pengunjung lebih sering melihat tulisan *river world* pada foto 2, area patung burung pada foto 5, area informasi burung unta pada foto 7, dan area informasi kasuari pada foto 9 dengan 32 kali dilihat, kemudian untuk area yang paling lama dilihat oleh responden adalah pada area informasi burung unta foto 7 dengan rata-rata lama dilihat selama 4,393 detik dan area informasi kasuari foto 9 selama 3,579 detik, kemudian untuk jumlah dilihat kembali terbesar terdapat pada area patung burung foto 5 dengan jumlah dilihat kembali sebanyak 30 kali dan area informasi kasuari foto 9 dilihat kembali sebanyak 30 kali, sedangkan untuk jumlah rata-rata fiksasi terbesar terdapat pada area burung unta foto 7 dengan jumlah rata-rata fiksasi sebesar 9,75. Berdasarkan penjelasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa area foto yang paling menarik responden terdapat pada area tulisan *river world* foto 2, area patung burung foto 5, area informasi burung unta foto 7, area burung unta foto 7 dan area informasi kasuari foto 9. Selanjutnya diketahui bahwa preferensi pengunjung dapat diketahui dari jumlah fiksasi, jumlah fiksasi adalah waktu di mana mata pengamat tetap pada suatu area atau objek. Informasi ini membantu dalam memahami seberapa sering pengamat mengalihkan pandangan mereka pada area yang spesifik. Pada penelitian ini jumlah fiksasi terbesar terdapat pada burung unta di foto 7 dengan jumlah fiksasi sebanyak 9,75. Dari penelitian ini dapat dilihat bahwa preferensi responden lebih condong untuk melihat di area hewan pada foto 2 sampai 9.
2. Berdasarkan hasil analisa emosi menggunakan *Profile of Mood States* didapatkan hasil emosi tertarik yang jauh berbeda pada sebelum dan

sesudah simulasi yang berarti responden memiliki ekspektasi yang tinggi sebelum melakukan simulasi, namun setelah melakukan simulasi rasa tertarik responden sudah jauh berkurang dan adanya dukungan dari perubahan yang lumayan signifikan pada emosi bosan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa responden akan merasa bosan ketika disajikan foto yang sama secara berulang.

3. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa usulan perbaikan yaitu:

Pengelola objek wisata diharapkan mempertimbangkan usulan perbaikan guna meningkatkan daya tarik berdasarkan *emotional evaluation* menggunakan kuesioner *Profile of Mood States* sebagai berikut:

- a. Penyajian Informasi secara Interaktif: Melakukan penyajian informasi secara interaktif yang melibatkan pengunjung secara langsung agar tidak merasa bosan.
- b. Pertunjukan Sementara: Adakan juga pertunjukan sementara yang menarik seperti diadakannya jadwal pemberian makan hewan predator, sehingga pengunjung dapat melihat sesuatu yang baru dan tidak merasa kecewa karena terlalu monoton setiap kali mereka mengunjungi objek wisata tersebut.

Pengelola objek wisata diharapkan mempertimbangkan usulan perbaikan berdasarkan data preferensi yang didapatkan dari simulasi *eye tracker* dan dianalisis langsung menggunakan aplikasi *Gazepoint Analysis* guna meningkatkan daya tarik berdasarkan sebagai berikut:

- a. Foto ke-1 informasi loket pembelian tiket seharusnya ditempatkan di tempat yang mudah dilihat dari gerbang utama objek wisata, selanjutnya pemberitahuan yang ada pada foto 1 seharusnya ukurannya diperbesar agar menarik responden untuk menyadari ada sesuatu penting yang harus diperhatikan. Selanjutnya

- b. Foto ke-3, pemindahan pemberitahuan 3 tidak di dekat tulisan akuarium eksotik, jalur evakuasi ditempatkan di dekat pusat perhatian.
- c. Foto ke-4, informasi ikan seharusnya diperbesar. Terakhir adalah foto ke-9, penempatan informasi burung kasuari dipindahkan ke bagian atas agar tidak menutupi burung kasuari.

6.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat melakukan simulasi ulang setelah dilakukannya perbaikan baik dari segi emosional, preferensi maupun dari segi visual.
2. Pengelola objek wisata diharapkan dapat menerapkan usulan yang sudah diberikan untuk meningkatkan daya tarik baik dari segi visual maupun dari segi informasi yang ditampilkan.

