

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan proses pengembangan “Shima no Hikari Gallery” yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa media digital imersif ini memberikan kontribusi positif dalam penyampaian informasi dan promosi destinasi wisata khususnya di wilayah terpencil seperti Miyakojima, Jepang. Sebagai media eksplorasi wisata berbasis *virtual gallery*, keterbatasan akses fisik yang dimiliki oleh destinasi wisata, media seperti *Shima no Hikari Gallery* mampu memberikan jembatan antara calon wisatawan dan lokasi tujuan secara praktis dan menarik. Penggunaan teknologi ini memungkinkan pengguna menjelajahi berbagai destinasi wisata secara online dengan pendekatan pengalaman yang lebih menarik dan mendalam yang mana seolah-olah hadir langsung di lokasi tujuan.

Melalui proses penelitian secara *Research and Development (R&D)*, Shima no Hikari Gallery ini dirancang melalui *platform digital* yang lebih interaktif dan visual dengan memperhatikan kebutuhan pengguna, kemudahan akses, serta potensi wisata yang belum banyak diketahui secara luas. Hasil dari proses penelitian menunjukkan bahwa Shima no Hikari Gallery mendapat respon positif dari validator dan pengguna uji coba dengan dinilai menarik secara visualisasi, kejelasan dan kesesuaian informasi, serta manfaatnya sebagai media eksplorasi wisata. Keberadaan *virtual gallery* ini juga sejalan dengan tren pariwisata digital, dimana keterbatasan mobilitas membuat eksplorasi destinasi secara daring menjadi alternatif yang relevan. Penyesuaian dan revisi dilakukan secara interaktif berdasarkan hasil validasi dan masukan pengguna, yang menunjukkan bahwa pendekatan pengembangan yang adaptif sangat penting untuk menghasilkan produk yang berkualitas.

Dari segi teknis, membuat pengalaman virtual yang realistis dan dapat diakses melalui *browser* menjadi lebih mudah dengan menggunakan *Unity* sebagai *platform* pengembangan dan *WebGL* sebagai format ekspor. *Hosting* menggunakan *Netlify*

terbukti efektif karena mampu menampung *file* berukuran besar dan membuat *deployment* lebih mudah. Lalu, jika dari sisi materi, Shima no Hikari Gallery memberikan informasi yang jelas dan terstruktur yang mencakup informasi tentang lokasi, aksesibilitas, transportasi, dan keunikan masing-masing destinasi, seperti *Sunayama Beach*, *Nishihenna Cape*, dan *Irabu Island*.

Selain sebagai media informasi, *platform* ini juga berperan sebagai media pelestarian budaya dan promosi identitas lokal kepada khalayak internasional. Secara keseluruhan, media Shima no Hikari Gallery ini tidak hanya berhasil memperkenalkan destinasi wisata secara menyeluruh dan menarik, tetapi juga terbukti dapat menjadi inovasi media yang efektif untuk mendorong cara baru dalam menjelajahi, memahami, dan mempromosikan kekayaan pariwisata Indonesia maupun mancanegara secara modern dan inklusif.

5.2 Saran

Saran yang penulis harapkan untuk penelitian selanjutnya adalah agar pengembangan “Shima no Hikari Gallery” ini tidak berhenti sebagai sebuah proyek eksploratif awal adalah dengan menambahkan jumlah destinasi wisata agar pengguna dapat mengeksplorasi lebih banyak lokasi menarik, baik di Miyakojima maupun daerah sekitarnya. Hal ini akan memperkaya konten dan memberikan pengalaman yang lebih luas mengenai keanekaragaman budaya dan alam setempat. Kedua, perlu dilakukan optimalisasi tautan *Google Maps* agar bisa dibuka langsung melalui perangkat *smartphone*, karena saat ini fitur tersebut belum berfungsi di ponsel. Ketiga, masalah *loading website* yang cukup lama perlu ditangani dengan cara mengoptimalkan ukuran file aset 3 dimensi dan visual yang digunakan dalam galeri, agar pengguna tidak mengalami hambatan saat mengakses produk. Keempat, pengembangan lebih lanjut dapat memanfaatkan teknologi seperti VR, AR, dan AI untuk menciptakan pengalaman eksplorasi yang lebih mendalam dan personal. Terakhir, penting juga merancang strategi penyebaran yang lebih luas melalui kolaborasi dengan dinas pariwisata, lembaga pendidikan, serta promosi aktif di berbagai platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok, guna menjangkau target audiens yang lebih besar secara lokal maupun internasional