



**PENGEMBANGAN BUKU *POP UP* INTERAKTIF
SEBAGAI MEDIA VISUAL DAYA TARIK WISATA
KOTA AIZUWAKAMATSU MELALUI WISATA
KULINER**

料理ツーリズムによる会津若松市観光誘致のビジュアル・メディアとしての
インタラクティブ・ポップアップ・本の開発

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Terapan Linguistik Program Studi STr. Bahasa Asing Terapan
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang

Oleh :

Dimas Permadi Priono

40020521650096

**PROGRAM STUDI STr. BAHASA ASING TERAPAN
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS
DIPONEGORO
2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun tanpa mengambil bahan hasil penelitian baik untuk memperoleh suatu gelar sarjana atau diploma yang sudah ada di universitas lain maupun hasil penelitian lainnya. Penulis juga menyatakan bahwa skripsi ini tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali yang sudah disebutkan dalam rujukan dan dalam Daftar Pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiasi / penjiplakan.

Nama : Dimas Permadi Priono

NIM : 40020521650096

Tanda Tangan :

Tanggal : 24 Juli 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**PENGEMBANGAN BUKU *POP UP* INTERAKTIF SEBAGAI
MEDIA VISUAL DAYA TARIK WISATA KOTA
AIZUWAKAMATSU MELALUI WISATA KULINER**

Oleh

**Dimas Permadi Priono
40020521650096**

Semarang, 24 Juli 2025

Disetujui oleh,



**Dosen Pembimbing
Althaf Gauhar Auliawan, S.Hum., M.Si.
NIP 198609092019032015**

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dimas Permadi Priono
NIM : 40020521650096
Program Studi : STr. Bahasa Asing Terapan
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengembangan Buku Pop Up Interaktif sebagai Media Visual Daya Tarik Wisata Kota Aizuwakamatsu melalui Wisata Kuliner

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (STr.) pada Program Studi Sarjana Terapan Bahasa Asing Terapan Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

TIM PENGUJI

Pembimbing : Althaf Gauhar Auliawan S.Hum., M.Si. ()
Penguji I : Sriwahyu Istana Trahutami, S.S., M.Hum. ()
Penguji II : Windy Harsiwi, S.Pd., M.Int.Cul. ()

Semarang, 15 Agustus 2025

Ketua Program Studi
Bahasa Asing Terapan,



Sriwahyu Istana Trahutami, S.S., M.Hum.

NIP 197401032000122001

KATA PENGHANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “ Pengembangan Buku Pop Up Interaktif sebagai Media Visual Daya Tarik Wisata Kota Aizuwakamatsu Melalui Wisata Kuliner”. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Bahasa Asing Terapan, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, bantuan serta motivasi dari berbagai pihak yang telah berperan penting selama proses penelitian dan penulisan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Althaf Gauhar Auliawan, S.Hum., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan serta dukungan selama penyusunan tugas akhir ini.
2. Ibu Sriwahyu Istana Trahutami, S.S., M.Hum., selaku Kepala Program Studi Bahasa Asing Terapan, yang telah memberikan dukungan, ilmu, dan kesempatan yang telah diberikan selama masa studi.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Budiyo, M.Sc., selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan studi.
4. Keluarga Tercinta, khususnya Bapak Supriyono dan Ibu Nurhayati, yang selalu memberikan doa, semangat, motivasi, kasih sayang, dan dukungan moral maupun material dalam setiap langkah penulis dalam perantauan ini.
5. Diri sendiri yang telah berjuang, berusaha, dan bertahan sejauh ini.
6. Kelompokan, Una, Bimsul, Bina, Nova, Anin, Aril, Ori, Ruth, Fatimeh yang telah memberikan bantuan, semangat, dan inspirasi dalam menyelesaikan tugas akhir.
7. Seven playstation, Jul, Adim, Ricad, Rakha yang telah memberikan bantuan,

semangat, dan menemani penulis ketika sedang dalam kesulitan.

8. Faiza, yang telah memberikan doa, semangat, dukungan, bantuan dan menemani dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Tim Aizu, Faisal dan Sekar, yang telah bekerja sama dengan baik dalam pembuatan produk dan tugas akhir.
10. Sleeping With Sirens, Pierce the Veil, Asking Alexandria, Lamb of God, Bring Me the Horizon dan band lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah menemani dan membantu penulis dalam mengerjakan tugas akhir agar tetap enjoy dan tenang.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang.

Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai bahan referensi akademik maupun sebagai kontribusi kecil dalam pengembangan media promosi wisata khususnya dalam mengenalkan kuliner khas Kota Aizuwakamatsu.

Semarang, 23 Juli 2025

Dimas Permadi Priono

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan buku *pop-up* interaktif sebagai media visual yang memperkenalkan daya tarik wisata Kota Aizuwakamatsu, Jepang, melalui pendekatan wisata kuliner. Media ini dirancang untuk mempromosikan potensi sejarah, budaya, serta kuliner khas daerah secara kreatif dan edukatif. Metode penelitian yang digunakan adalah *Research and Development* (R&D) dengan model Borg and Gall yang telah disederhanakan menjadi delapan tahap. Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung di Aizuwakamatsu, kajian literatur, dan penyebaran kuesioner kepada 46 responden dari berbagai latar belakang, termasuk wisatawan lokal dan mancanegara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa buku *pop-up* ini dinilai sangat efektif dalam menyampaikan informasi visual dan naratif mengenai destinasi wisata. Berdasarkan hasil validasi dan uji coba, buku ini memperoleh skor rata-rata 3,58 dari skala 4,00, yang menunjukkan bahwa produk berada dalam kategori “Sangat Baik”. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa buku *pop-up* interaktif dapat menjadi media promosi wisata yang menarik, edukatif, dan mampu meningkatkan ketertarikan wisatawan terhadap destinasi di luar kawasan “*Golden Triangle*” Jepang.

Kata Kunci: Aizuwakamatsu, promosi, kuliner, pariwisata, buku *pop-up*

要旨

本研究は、会津若松市の観光資源を食の観光というアプローチで紹介する視覚媒体として、インタラクティブなポップアップブックを開発することを目的としている。このメディアは、歴史、文化、そして地域の食文化の潜在力を、創造的かつ教育的な方法で促進することを目的としている。研究手法は、ボルグとガルのモデルを8段階に簡略化した研究開発（R&D）である。データ収集は、会津若松市での直接観察、文献調査、そして国内外の観光客を含む様々な背景を持つ46名へのアンケート調査によって実施される。研究の結果、このポップアップブックは観光地に関する視覚的情報と物語的情報を伝達する上で非常に効果的であることが示された。検証と試行の結果に基づき、本製品は4.00点満点中平均3.58点を獲得し、「非常に良い」カテゴリーに分類される。この研究の結論は、インタラクティブなポップアップブックが魅力的かつ教育的な観光促進媒体となり、日本の「ゴールデントライアングル」地域以外の目的地への観光客の関心を高めることができることを確認する。

キーワード: 会津若松、プロモーション、料理、観光、ポップアップブック

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGHANTAR	iv
ABSTRAK	vi
要旨	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	2
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Luaran Produk	3
BAB II.....	4
KAJIAN PUSTAKA.....	4
2.1 Pariwisata	4
2.1.1 Wisata Kuliner	5

2.2 Promosi.....	5
2.2.1 Peran Wisata Kuliner Dalam Media Promosi.....	6
2.3 Media Promosi	7
2.4 Buku Pop Up Interaktif Sebagai Media Promosi	9
2.5 Studi Pendahuluan	10
BAB III	12
METODE PENELITIAN.....	12
3.1 <i>Research & Development</i> (R&D).....	12
3.2 Proses Metode Research & Development	12
3.2.1 Potensi dan Masalah	14
3.2.2 Pengumpulan Data.....	14
3.2.3 Desain Produk.....	16
3.2.4 Validasi Desain	17
3.2.5 Revisi Desain	17
3.2.6 Uji Coba.....	17
3.2.7 Revisi Produk.....	21
3.2.8 Produk Akhir.....	21
3.3 Biaya Produksi	21
3.4 Timeline Pelaksanaan.....	22
BAB IV	23
HASIL DAN DISKUSI	23
4.1 Hasil.....	23
4.1.1 Relevansi Buku <i>Pop-Up</i> Interaktif Sebagai Media Pengenalan Wisata	23

4.1.2 Penelitian dan Pengumpulan Informasi	24
4.1.3 Penyusunan Isi Materi dan Desain Buku Pop Up Interaktif.....	26
4.1.4 Validasi Desain	31
4.1.5 Revisi Desain	32
4.1.6 Uji Coba Produk	33
4.1.7 Revisi Produk.....	35
4.1.8 Produk Akhir.....	39
4.2 Pembahasan	40
BAB V.....	43
PENUTUP	43
5.1 Kesimpulan.....	43
5.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Alur Research and Development oleh Borg and Gall	13
Gambar 3. 2 Alur Research and Development Setelah di Sederhanakan	13
Gambar 4. 1 Color Palette.....	29
Gambar 4. 2 Proses Desain Buku Pop-Up Interaktif	30
Gambar 4. 3 Proses Desain Buku Pop-Up Interaktif	30
Gambar 4. 4 Barcode.....	30
Gambar 4. 5 Form Validasi Desain.....	31
Gambar 4. 6 Form Validasi Materi	31
Gambar 4. 7 Desain Road To Aizu Setelah Revisi	32
Gambar 4. 8 Desain Road To Aizu Sebelum Revisi.....	32
Gambar 4. 9 Desain Daftar Isi Setelah Revisi.....	33
Gambar 4. 10 Desain Daftar Isi Sebelum Revisi	33
Gambar 4. 11 Desain Halaman Belakang Setelah Revisi	33
Gambar 4. 12 Desain Halaman Belakang Sebelum Revisi	33
Gambar 4. 13 Penulisan Font Sebelum Revisi.....	37
Gambar 4. 14 Penulisan Font Setelah Revisi	37
Gambar 4. 15 Barcode Sudah Bisa Setelah Revisi	38
Gambar 4. 16 Barcode Tidak Bisa Sebelum Revisi.....	38
Gambar 4. 17 Overview Seteleah Revisi	39
Gambar 4. 18 Overview Sebelum Revisi.....	39
Gambar 4. 19 Sampul Halaman Depan.....	40

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Daftar Pertanyaan.....	18
Tabel 3. 2 Skala Likert	20
Tabel 3. 3 Range Skala Likert 1-4	20
Tabel 3. 4 Biaya Produksi	21
Tabel 3. 5 Timeline Pelaksanaan Kegiatan	22
Tabel 4. 1 Jumlah Responden Uji Coba Produk	34
Tabel 4. 2 Hasil Kuesioner Dalam Skala Likert	34
Tabel 4. 3 Hasil Kritik dan Saran.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Uji Coba Produk.....	48
Lampiran 2 Hasil Kritik dan Saran Responden	50
Lampiran 3 Form Validasi Materi.....	52
Lampiran 4 Form Validasi Desain	53
Lampiran 5 Dokumentasi Pencetakan dan Perakitan Buku	54
Lampiran 6 Dokumentasi Produk Akhir	55
Lampiran 7 Sertifikat HKI	56
Lampiran 8 Hasil Turnitin.....	57

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jumlah wisatawan asing ke Jepang terus meningkat setiap tahun menunjukkan bahwa pemerintah Jepang terus memberikan perhatian besar pada industri pariwisata. Selain budaya tradisional Jepang yang masih ada hingga hari ini, daya pikat Jepang sebagai negara yang sangat maju dalam teknologi dan fenomena pop seperti anime dan manga yang telah menarik banyak wisatawan ke negara itu. Kunjungan wisatawan asing tertinggi pada tahun 2024 adalah 36,8 juta, meningkat 47,1% dari tahun 2023, menurut JNTO (Japan National Tourism Organization, 2024)

Namun sayangnya, sebagian besar wisatawan tetap berada di tiga kota besar, yang juga dikenal sebagai "*Golden Triangle*", yaitu Tokyo, Kyoto, dan Osaka. Hal ini meningkatkan wisata, yang menghasilkan lebih banyak pengunjung ke tempat-tempat populer seperti Disneyland Tokyo, hutan bambu Arashiyama, Dotonbori Osaka, dan banyak tempat lainnya. Oleh karena itu, salah satu upaya pemerintah Jepang untuk mengurangi jumlah wisatawan yang berlebihan adalah dengan memperkenalkan kota dan destinasi wisata baru yang belum terlalu dikenal oleh wisatawan asing.

Kota Aizuwakamatsu, yang terletak di Prefektur Fukushima dan hanya berjarak sekitar lima jam dari Tokyo menggunakan bis antar kota, adalah salah satu dari banyak kota dan destinasi wisata Jepang (Aizuwakamatsu Tourism Bureau, 2024). Kota Aizuwakamatsu menawarkan keindahan alam bersama dengan sejarah dan budaya yang masih dilestarikan oleh penduduknya. Kota Aizuwakamatsu, yang juga dikenal dengan nama lamanya Wakamatsu, memiliki sejarah yang kaya dan merupakan pusat budaya di wilayah Tohoku. Aizuwakamatsu tidak hanya memiliki sejarah militer, tetapi juga terkenal karena budaya dan tradisinya yang kaya. Kastil Tsuruga adalah salah satu warisan budaya paling terkenal dan merupakan simbol kota dan tempat bersejarah penting di Kota Aizuwakamatsu.

Secara keseluruhan, Aizuwakamatsu adalah sebuah kota yang memadukan sejarah

yang kaya dengan kehidupan modern, menarik wisatawan dari dalam dan luar negeri untuk menikmati keindahan alamnya, menikmati budaya tradisionalnya, dan menikmati sisa-sisa sejarahnya tanpa terkecuali wisata kuliner. Selain destinasi utamanya, Aizuwakamatsu juga menawarkan banyak objek wisata lainnya, seperti situs bersejarah, kuil tradisional, dan festival budaya, yang menggabungkan tradisi dan modernitas. Meskipun demikian kota Aizuwakamatsu belum terlalu terkenal dan terekspos oleh banyak wisatawan dalam maupun luar negeri.

Dalam penelitian ini, buku *pop-up* interaktif dibuat sebagai media untuk memberikan visualisasi dan memperkenalkan serta mempromosikan wisata kuliner di Kota Aizuwakamatsu dengan cara yang lebih dapat menarik para pembaca dengan desain dan isi yang interaktif. Buku *pop-up* ini akan menggabungkan elemen sejarah, budaya, dan alam dari Kota Aizuwakamatsu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi mengenai wisata di Kota Aizuwakamatsu yang dikemas dalam buku *pop-up* interaktif yang berguna sebagai media promosi dan memberi pengalaman baru terhadap pembaca ataupun potensial wisatawan, khususnya kuliner.

1.2 Rumusan Masalah

Pernyataan masalah berikut ini diperlukan agar pelaksanaan penelitian ini memiliki arah yang jelas dan fokus yang terstruktur:

1. Bagaimana proses pembuatan dan pengembangan buku *pop-up* interaktif dapat secara efektif menjadi media pengenalan destinasi wisata kuliner di Kota Aizuwakamatsu?
2. Bagaimana visualisasi dalam buku *pop-up* interaktif tentang wisata kuliner dapat menjadi daya tarik wisata di Kota Aizuwakamatsu bagi wisatawan Indonesia dan Mancanegara?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengarahkan proses penelitian secara sistematis dengan mengacu pada formulasi masalah. Berikut adalah tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis proses pembuatan, tahapan serta

pengembangan buku *pop-up* interaktif sebagai media visual yang efektif dalam memperkenalkan destinasi wisata kuliner di Kota Aizuwakamatsu.

2. Untuk mengkaji bagaimana elemen visual dan interaktif dalam buku *pop-up* dapat meningkatkan ketertarikan destinasi wisata kuliner di Kota Aizuwakamatsu bagi wisatawan Indonesia dan Mancanegara.

1.4 Manfaat Penelitian

Pembuatan buku *pop up* interaktif ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan pengetahuan tentang kepariwisataan dan menerapkannya melalui penelitian ini.
2. Untuk meningkatkan kemampuan mengenai desain dan media promosi melalui buku *pop up* interaktif.
3. Untuk memperkenalkan dan mempromosikan wisata yang ada di Kota Aizuwakamatsu.

1.5 Luaran Produk

Buku *pop up* interaktif yang menampilkan gambaran menarik tentang destinasi wisata Kota Aizuwakamatsu adalah produk luaran dari penelitian ini. Buku ini memiliki 6 pokok bahasan yang diantaranya terdapat wisata sejarah, festival dan kuliner yang memiliki 4 materi yang di bahas di dalamnya. Selain itu, buku ini juga sudah dilengkapi dengan daftar lokasi objek wisata, foto, deskripsi singkat dan *pop up* masing-masing objek wisata, serta rekomendasi untuk makanan khas Kota Aizuwakamatsu. Dilengkapi dengan barcode yang membantu menemukan objek wisata yang dituju dan sudah ada cara mudah untuk pergi ke Aizuwakamatsu dengan menggunakan kereta maupun bus.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pariwisata

Menurut Yoeti (2006) dalam jurnal (Takome, Suwu, & Zakarias, 2021), istilah *pariwisata* yang berasal dari bahasa Sanskerta sebenarnya tidak memiliki makna yang sama persis dengan kata *tourisme* dalam bahasa Belanda maupun *tourism* dalam bahasa Inggris. Istilah pariwisata lebih tepat disamakan dengan makna dari kata *tour*. Pendapat ini didasarkan pada analisis etimologis, di mana kata pariwisata tersusun dari dua bagian, yaitu "pari" dan "wisata". Pariwisata telah berkembang menjadi salah satu aktivitas ekonomi dan sosial yang paling penting di dunia karena sifatnya yang kompleks dan memiliki banyak aspek. Menurut *World Tourism Organization (WTO)*, pariwisata di definisikan sebagai “perjalanan dan kunjungan sementara orang-orang ke tempat-tempat di luar tempat tinggal mereka, untuk tujuan rekreasi, bisnis, atau yang lainnya”. Pariwisata tidak hanya menjadi sarana rekreasi dan perjalanan, tetapi juga menjadi kekuatan ekonomi yang memengaruhi kehidupan sosial, budaya, dan lingkungan di berbagai destinasi diseluruh dunia.

Pariwisata merupakan konsep yang mencakup berbagai dimensi, mulai dari motivasi individu untuk melakukan perjalanan hingga dampak yang ditimbulkan terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Alasan seseorang bepergian dapat beragam, seperti keinginan untuk bersantai, menjelajah, belajar, hingga memenuhi kebutuhan spiritual. Menurut Yoeti dalam (Putri, 2020), pariwisata merupakan aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dalam jangka waktu tertentu, yang melibatkan perpindahan dari satu lokasi ke lokasi lain. Tujuan utama dari perjalanan ini adalah untuk rekreasi atau hiburan, bukan untuk memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi. Kegiatan ini juga bertujuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan pribadi maupun kelompok yang bersifat beragam. Berdasarkan objek wisatanya, pariwisata dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis, antara lain pariwisata budaya (*cultural tourism*), pariwisata pemulihan (*recuperational tourism*),

pariwisata dagang (*commercial tourism*), pariwisata olahraga (*sport tourism*), pariwisata politik (*political tourism*), pariwisata sosial (*social tourism*), dan pariwisata religi (*religion tourism*). Dari berbagai jenis tersebut, salah satu yang memiliki daya tarik tersendiri adalah pariwisata budaya.

2.1.1 Wisata Kuliner

Wisata kuliner merupakan jenis perjalanan yang berorientasi pada pengalaman mencicipi makanan dan minuman khas dari suatu daerah, dengan tujuan utama untuk menikmati serta mengeksplorasi kekayaan kuliner lokal. Menurut Hall dan Mitchell (2001), dalam Sari, (2013) (Adinugroho, Djong, Faskahariyanto, & Nugroho, 2025), wisata kuliner diartikan sebagai aktivitas bepergian ke suatu wilayah yang menyajikan makanan tradisional guna memperoleh pengalaman baru dalam bidang kuliner. Istilah ini mencakup berbagai kegiatan, seperti mengunjungi tempat produksi makanan, menghadiri festival kuliner, menikmati hidangan di restoran, hingga menjelajahi lokasi khusus yang menyajikan makanan khas. Dalam konteks ini, pengalaman mencicipi kuliner lokal menjadi salah satu motivasi utama seseorang dalam melakukan perjalanan wisata.

Menurut Soegiarto (2018), kuliner merujuk pada aktivitas memasak, yang mencakup proses pengolahan makanan. Sementara itu, *International Culinary Tourism Association* (ICTA) mendefinisikan wisata kuliner sebagai upaya untuk mendapatkan pengalaman makan yang unik dan berkesan, baik saat bepergian maupun di tempat tinggal. Wisata kuliner tidak termasuk dalam kategori agrowisata, melainkan diklasifikasikan sebagai bagian dari wisata budaya karena memiliki kaitan yang erat dengan tradisi, identitas, dan warisan kuliner suatu daerah.

2.2 Promosi

Menurut Saladin (2003) dalam (Aulina & Sari, 2021), promosi merupakan segala bentuk komunikasi persuasif yang dirancang untuk menyampaikan informasi kepada konsumen mengenai produk atau jasa, serta mendorong mereka agar melakukan pembelian. Tujuan promosi menurut Kotler dan Armstrong (2008:205) dalam (Aulina

& Sari, 2021), untuk mendorong keputusan pembelian dalam jangka pendek serta memperkuat hubungan dengan pelanggan dalam jangka panjang, untuk memperoleh dukungan yang lebih besar terhadap produk, baik yang sudah ada maupun yang baru diluncurkan, serta mendorong para wiraniaga untuk menjangkau dan menarik pelanggan baru. Aktivitas promosi ini mencakup berbagai strategi seperti publisitas, penjualan secara langsung, maupun periklanan. Sementara itu, Siagian dan Cahyono (2021) dalam (Panguriseng & Nur, 2022) menyatakan bahwa promosi merupakan kegiatan pemasaran yang bertujuan menyampaikan informasi, memengaruhi, membujuk, serta mengingatkan konsumen potensial agar membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Dalam konteks pemasaran, promosi menjadi salah satu variabel kunci yang berperan sebagai media komunikasi untuk memperkenalkan produk dan mendorong pertumbuhan penjualan.

2.2.1 Peran Wisata Kuliner Dalam Media Promosi

Kata kuliner berasal dari bahasa latin, yaitu *culinarius*, berarti sesuatu yang berhubungan dengan masak memasak serta *culine* atau dapur. Istilah kuliner bersumber dari *cuisine* atau produk yang berhubungan dengan masak-memasak dan gastronomi atau pola konsumsi makanan. Wisata kuliner memiliki peran penting sebagai media promosi yang efektif dalam pengembangan pariwisata dan pembentukan citra destinasi. Penelitian ini didasarkan pada teori-teori berikut: teori gastronomi, teori lima pendorong untuk wisata kuliner, dan teori pengalaman wisatawan. Teori-teori ini digunakan sebagai dasar untuk menilai produk kuliner dari sudut pandang praktis, teoritis, teknis, dan cita rasa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana dunia kuliner telah berkembang sejak awal. Teori ini digunakan untuk menemukan masalah dan perbedaan di lapangan. Dengan demikian, strategi pengembangan yang tepat dapat dibuat. Selain itu, pengaruh wisata kuliner terhadap pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan dapat dipahami melalui penggunaan teori pengalaman wisatawan. Empat jenis pengalaman wisatawan berdampak jangka panjang pada sosial, budaya, dan ekonomi Masyarakat, yaitu

entertainment, education, escapist dan esthetic.

Berikut beberapa peran utama wisata kuliner sebagai media promosi di kota Aizuwakamatsu:

1. Membangun dan menguatkan branding kota Aizuwakamatsu sebagai destinasi wisata kuliner untuk memudahkan penentuan segmentasi dan targer pasar yang jelas.
2. Citra destinasi wisata dibentuk dengan cara yang efektif melalui kuliner lokal. Citra ini menarik wisatawan dan meninggalkan kesan yang kuat di benak wisatawan, membuat destinasi terlihat berbeda dari pesaingnya.
3. Mengangkat keunikan budaya dan tradisi lokal yang memungkinkan wisatawan mempelajari budaya dan sejarah suatu daerah melalui makanan khasnya, menjadikan kuliner sebagai media promosi budaya yang menarik dan edukatif.

2.3 Media Promosi

Menurut Sugiyono (2015) dalam jurnal (Rudjiono & Saputro, 2021), promosi merupakan alat yang digunakan oleh perusahaan untuk menyampaikan informasi, membujuk, serta mengingatkan konsumen baik melalui cara langsung maupun tidak langsung mengenai produk dan merek yang ditawarkan. Dalam kegiatan promosi, ada hal penting yang harus diperhatikan agar strategi promosi berjalan efektif dan mampu menjangkau target audiens, yaitu pemilihan media promosi yang tepat. Penggunaan media promosi yang sesuai tentu akan mendukung peningkatan penjualan suatu produk.

Media promosi adalah salah satu cara yang efektif untuk mengenalkan produk, layanan, merek, atau perusahaan kepada masyarakat secara luas. *Promotion mix* merupakan kumpulan strategi promosi yang dirancang untuk menarik minat konsumen baru. Komponen dalam *promotion mix* mencakup beberapa teknik promosi, yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal

(*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relations*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*) (Aisyah et al., 2019) dalam jurnal (Ulfah & Yulianita, 2024). Bauran komunikasi pemasaran, yang dikenal juga dengan istilah *promotion mix* atau bauran promosi, dijelaskan secara ringkas oleh Kotler dalam Ulfah & Yulianita (2024) sebagai berikut:

1. *Advertising*

Merupakan metode penyampaian ide, produk, atau layanan secara tidak langsung (*non-personal*) melalui media massa yang pembiayaannya ditanggung oleh pihak sponsor tertentu.

2. *Sales Promotion*

Merupakan kumpulan insentif yang dirancang untuk mendorong minat terhadap suatu produk. Upaya ini dapat dilakukan melalui berbagai bentuk, seperti penyelenggaraan pameran, pemberian hadiah atau insentif penjualan, distribusi kupon, dan metode promosi lainnya.

3. *Personal Selling*

Merupakan bentuk interaksi langsung secara tatap muka antara penjual dan satu atau lebih calon konsumen, yang bertujuan untuk menyampaikan presentasi produk, menjawab pertanyaan, serta menerima pesanan. Pendekatan ini dianggap sebagai salah satu metode paling efisien dari segi biaya, khususnya pada tahap akhir proses pembelian, karena efektif dalam membangun preferensi, keyakinan, dan mendorong tindakan pembelian dari konsumen.

4. *Public Relations*

Merupakan usaha untuk mendorong permintaan terhadap produk, jasa, atau gagasan secara tidak langsung melalui pemberitaan komersial yang dimuat di media massa tanpa melibatkan biaya langsung. Tujuan utama dari strategi ini adalah untuk membangun dan mempertahankan citra positif perusahaan atau produk tertentu di mata publik.

5. *Direct Marketing*

Merupakan jenis promosi yang memanfaatkan berbagai media komunikasi

non-personal seperti surat, telepon, faksimile, email, dan sarana komunikasi lainnya untuk menjalin kontak langsung dengan pelanggan atau calon pelanggan tertentu. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk memperoleh tanggapan secara langsung dari calon konsumen (Setyorini & Ratno, 2020).

2.4 Buku Pop Up Interaktif Sebagai Media Promosi

Dalam dunia literasi dan media pembelajaran, buku tidak hanya berfungsi sebagai wadah informasi, tetapi juga sebagai sarana penyampaian pesan visual yang inovatif. Salah satu bentuk pengembangan buku yang menarik perhatian adalah buku pop-up, yang menyajikan pengalaman membaca secara interaktif melalui elemen visual dan gerak. Menurut Sitepu (2012:8) dalam jurnal (Bara, Reza, & Subagio, 2021), buku merupakan kertas berisi informasi, tercetak, disusun secara sistematis, dijilid serta bagian luarnya diberi pelindung terbuat dari kertas tebal, karton, atau bahan lain. *Pop-up* merupakan kartu atau buku yang ketika dibuka akan memberikan tampilan yang dapat ditegakkan atau memiliki bentuk tiga dimensi. Buku *Pop Up* Interaktif adalah buku tiga dimensi dengan teknik lipatan, potongan, dan mekanisme tertentu yang memungkinkan elemen di dalamnya dapat muncul, bergerak, atau berubah saat halamannya dibuka. Buku ini termasuk ke dalam kategori paper engineering atau teknik kertas, yang merupakan gabungan antara seni visual dan teknik konstruksi kertas. Selain mengembangkan media utama berupa buku *pop-up*, penulis juga merancang media pendukung untuk melengkapi penyampaian pesan. Pemilihan media utama dan pendukung disesuaikan dengan target audiens dari perancangan ini, serta didasarkan pada hasil observasi, studi literatur, dan pengumpulan data lainnya. Dengan demikian, pesan yang ingin disampaikan penulis dapat dikomunikasikan secara visual secara efektif (Pratiwi et al., 2023) dalam (Muhammad & Mubarat, 2023). Meskipun buku pop up sering digunakan dalam bidang pendidikan dan hiburan, tetapi saat ini juga mulai berkembang sebagai media promosi yang menarik dan inovatif, terutama untuk bidang pariwisata, budaya, dan produk kreatif.

Pop-up juga memungkinkan adanya gerakan serta interaktif melalui penggunaan

mekanisme kertas seperti lipatan, gulungan, slide, tab, atau putaran. Menurut Djuanda dalam (Harahap, 2022), jenis jenis teknik buku *pop-up* sebagai berikut :

1. *Transformation*

Bentuk tampilan yang terdiri dari potongan-potongan pop-up yang disusun secara vertical.

2. *Volvelles*

Bentuk tampilan yang menggunakan unsur lingkaran dalam pembuatannya.

3. *Peepshow*

Tampilan yang tersusun dari serangkaian tumpukan kertas yang disusun bertumpuk menjadi satu sehingga menciptakan ilusi kedalaman dan perspektif.

4. *Pull-tabs*

Sebuah tab kertas geser atau bentuk yang ditarik dan didorong untuk memperlihatkan gerakan gambaran baru.

5. *Carousel*

Teknik ini didukung dengan tali, pita atau kancing yang apabila dibuka dapat dilipat kembali berbentuk benda yang kompleks.

6. *Box and cylinder*

gerakan sebuah kubus atau tabung yang bergerak naik dari tengah halaman ketika halaman dibuka.

2.5 Studi Pendahuluan

Menurut (Andrianto, 2019), buku *pop-up* sebagai media promosi destinasi wisata memiliki tiga keunggulan dan tiga kelemahan. Kekurangannya meliputi harga yang kurang terjangkau, jangkauan distribusi yang terbatas, serta isi konten yang dianggap belum optimal. Sementara itu, kelebihanannya terletak pada fleksibilitas penggunaan, nilai kreativitas yang tinggi, serta efektivitasnya sebagai alat bantu dalam kegiatan promosi. Mengacu pada karya terdahulu oleh (Wulansari, 2023), yang mengangkat tema promosi wisata kuliner melalui media buku *pop-up*, ditemukan beberapa

keterbatasan, salah satunya adalah fokus yang hanya terpusat pada kuliner tanpa mengulas latar belakang sejarah dari destinasi tersebut. Berdasarkan temuan tersebut, penulis terdorong untuk mengembangkan dan menyempurnakan produk yang tengah diteliti agar mencakup aspek yang lebih luas dan mendalam.

Studi pendahuluan turut melibatkan proses validasi awal yang dilakukan oleh ahli media dan ahli materi guna memastikan bahwa konsep serta desain buku *pop-up* telah sesuai dengan tujuan pembelajaran yang ingin dicapai. Temuan dari studi ini juga menjadi landasan dalam merancang prototipe buku *pop-up*, yang selanjutnya diuji coba dalam skala terbatas maupun luas untuk memperoleh masukan dari guru dan siswa. Umpan balik tersebut digunakan sebagai acuan dalam menyempurnakan produk agar lebih sesuai dengan kebutuhan di lapangan. Berdasarkan hal tersebut, penulis mengembangkan sebuah buku *pop-up* interaktif yang berfokus pada pengenalan sektor pariwisata, khususnya destinasi wisata di Kota Aizuwakamatsu secara lengkap.

BAB III

METODE PENELITIAN

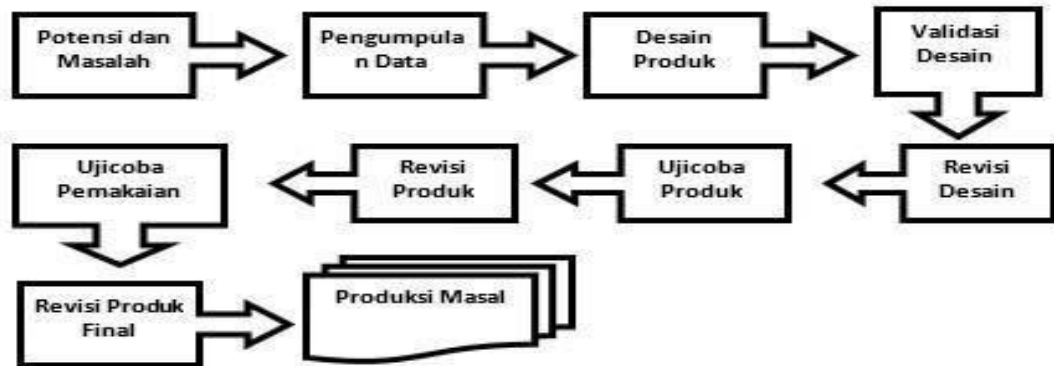
3.1 *Research & Development* (R&D)

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian pengembangan yang bertujuan untuk menghasilkan suatu produk berupa buku *pop-up* interaktif sebagai media visualisasi dari objek wisata yang terdapat di Kota Aizuwakamatsu dengan mengadopsi metodologi *Research and Development* (R&D) sebagai kerangka kerja utama. Menurut Sugiyono (2011:297) dalam (Okpatrioka, 2023), metode penelitian *Research and Development* (R&D) merupakan pendekatan yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk tertentu sekaligus menguji tingkat keefektifannya. Metode ini dipilih untuk memungkinkan pengembangan dan penyempurnaan produk secara terstruktur melalui serangkaian tahapan, meliputi proses pengumpulan informasi, analisis mendalam, perbaikan desain, dan uji coba produk. Dalam proses pengembangan produk, dilakukan analisis kebutuhan sebagai dasar perancangannya. Selanjutnya, untuk memastikan bahwa produk tersebut dapat berfungsi secara optimal dan diterima oleh masyarakat luas, diperlukan tahapan penelitian lanjutan guna menguji efektivitasnya. Oleh karena itu, melalui metode ini, penelitian berfokus pada pengembangan produk berupa buku *pop-up* interaktif sebagai hasil akhirnya. Penelitian pengembangan memiliki karakteristik yang berfokus pada permasalahan atau potensi yang nyata terjadi dalam dunia pendidikan, khususnya yang berkaitan dengan upaya inovatif dalam proses pembelajaran. Setiap bentuk pengembangan baik itu media, model, pendekatan, maupun metode pembelajaran harus memiliki tingkat efektivitas yang tinggi. Produk yang dihasilkan dari penelitian ini wajib melalui serangkaian tahap uji coba dan validasi oleh para ahli, agar kualitas dan keabsahannya dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3.2 Proses Metode *Research & Development*

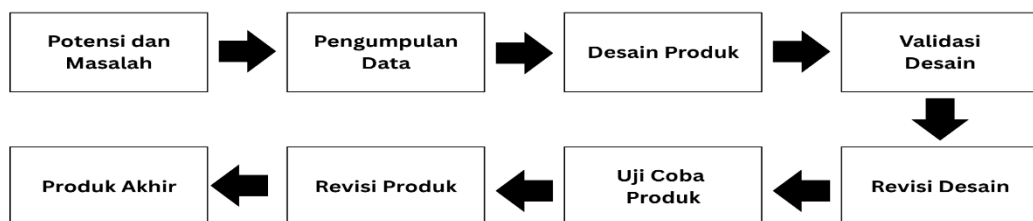
Dalam proses pembuatan buku *pop-up* interaktif penulis mengadaptasi prosedur

penelitian *Research & Development* yang digunakan oleh Borg dan Gall dalam (Sugiyono, 2023) yang mencakup 10 tahap pengembangan berdasarkan pada Gambar 3.1 yang dicantumkan di bawah ini.



Gambar 3. 1 Alur *Research and Development* oleh Borg and Gall

Selama proses perancangan dan pengembangan buku *pop-up* interaktif, penulis menghadapi tantangan dan pertimbangan yang mengharuskan adanya penyesuaian pada metodologi yang digunakan. Salah satu keputusan penting yang diambil adalah menyederhanakan proses pengembangan, yang awalnya terdiri dari 10 tahap, menjadi struktur yang lebih ringkas dan efisien, sehingga menghasilkan 8 tahap. Tahapan tersebut adalah potensi masalah, pengumpulan data, desain produk, validasi desain, revisi desain, uji coba produk, revisi produk, dan produk akhir. Penyederhanaan ini dilakukan untuk mengoptimalkan proses pengembangan aplikasi tanpa mengurangi kualitas hasil akhir.



Gambar 3. 2 Alur *Research and Development* Setelah di Sederhanakan

3.2.1 Potensi dan Masalah

Potensi dan masalah menjadi titik awal sebuah penelitian. Potensi dapat didefinisikan sebagai sumber daya yang jika dimanfaatkan secara optimal, dapat menghasilkan nilai tambah. Akan tetapi, potensi tersebut bisa berubah menjadi masalah jika tidak dikelola dengan tepat. Potensi adalah segala sesuatu yang memiliki kapasitas untuk dikembangkan (Sugiyono, 2023). Masalah sendiri merupakan ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan yang terjadi. Dengan kata lain, penelitian bermula dari identifikasi potensi yang belum termanfaatkan atau persoalan yang perlu diselesaikan.

Pada penelitian ini, berdasarkan observasi yang penulis lakukan ketika melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di Hotel Marumine Kankou yang terletak di Kota Aizuwakamatsu. Penulis mendapati bahwa Kota Aizuwakamatsu memiliki potensi wisata yang sangat beragam mulai dari wisata kuliner hingga keindahan alamnya yang bisa dikembangkan menjadi nilai jual destinasi wisata unggulan. Namun sayangnya hingga kini, Kota Aizuwakamatsu belum terlalu terekspos oleh para wisatawan Indonesia maupun mancanegara maka dari itu penulis mengembangkan buku pop up interaktif sebagai media pengenalan yang ditujukan untuk menarik minat wisatawan berkunjung ke Kota Aizuwakamatsu.

3.2.2 Pengumpulan Data

Setelah mengidentifikasi potensi dan masalah secara konkret, tahap berikutnya adalah mengumpulkan informasi. Informasi yang diperoleh akan digunakan sebagai data dalam merencanakan produk yang diharapkan dapat menyelesaikan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menemukan landasan teoritis yang dapat memperkuat konsep produk yang akan dikembangkan. Dengan demikian, proses ini dibutuhkan sebagai pondasi yang kuat untuk mendukung pengembangan produk yang direncanakan. Dalam penelitian ini, penulis memakai tiga metode dalam pengumpulan data, yaitu:

1. Observasi

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua metode, yaitu

observasi dan dokumentasi. Observasi dilaksanakan secara langsung di lokasi penelitian. Menurut (Sugiyono, 2023), observasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengamati perilaku manusia, proses kerja, fenomena alam, serta respons dari responden yang menjadi objek penelitian. Metode observasi digunakan sebagai salah satu teknik pengumpulan data untuk memperoleh informasi langsung mengenai objek wisata, kondisi lingkungan, kuliner serta unsur budaya yang ada di kota Aizuwakamatsu. Observasi ini dilakukan dengan mengunjungi beberapa wisata unggulan seperti wisata sejarah budaya, wisata kuliner dan festival guna mencatat elemen visual, suasana tempat, serta aktivitas khas yang dapat diangkat dalam bentuk visual interaktif. Selain mencatat secara visual dan deskriptif, observasi juga mencakup pengambilan foto sebagai bahan untuk desain *pop-up* yang akurat dan menarik. Melalui observasi langsung ini, peneliti dapat menangkap nuansa lokal yang autentik, sehingga desain yang disajikan dalam buku *pop-up* tidak hanya informatif, tetapi juga mampu merepresentasikan identitas budaya Aizuwakamatsu secara menyeluruh.

2. Wawancara

Teknik pengumpulan data melalui wawancara dilakukan secara langsung dengan warga lokal di Kota Aizuwakamatsu, yang dalam hal ini mencakup staf dari Hotel Marumine Kankou, yaitu tempat penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL). Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi mendalam terkait pandangan masyarakat lokal terhadap potensi wisata budaya setempat, khususnya yang berkaitan dengan penyelenggaraan festival dan upaya promosi wisata di wilayah tersebut. Responden dipilih berdasarkan keterlibatan mereka dalam sektor pariwisata, sehingga data yang diperoleh diharapkan dapat memberikan gambaran yang relevan dan akurat terhadap topik yang dikaji.

3. Kajian Literatur

Kajian literatur adalah tahap mengumpulkan data yang berkaitan dengan

permasalahan penelitian. Data ini bersumber dari berbagai dokumen yang sudah tersedia, termasuk buku, jurnal ilmiah, artikel, brosur serta berbagai sumber daring lain nya. Kajian ini bertujuan untuk memperdalam pemahaman tentang topik yang dikaji dan menyediakan dasar untuk solusi yang akan diusulkan dalam penelitian. Singkatnya, kajian literatur memungkinkan penulis mendapatkan gambaran menyeluruh tentang objek studi dan mendukung penciptaan solusi yang berlandaskan pengetahuan yang telah ada sebelumnya.

3.2.3 Desain Produk

Tahap ini melibatkan dimulainya proses perancangan produk yang akan dikembangkan dalam studi ini, sebagaimana terlihat dari daftar berikut:

- A. Menentukan ukuran dan format buku *pop-up* interaktif;
- B. Menentukan tema dan color palette buku;
- C. Menentukan daftar destinasi wisata yang mencakup 12 destinasi wisata yang dikategorikan menjadi objek wisata sejarah budaya, kuliner dan event budaya yang diselenggarakan di kota Aizuwakamatsu. Berikut adalah daftar yang telah dikategorikan :

- a) Wisata Sejarah Budaya

- 1. Kastil Tsuruga
- 2. Sazae Temple
- 3. Aizu Bukeyashiki
- 4. Ouchi Juku

- b) Kuliner

- 1. Kozuyu
- 2. Wappa Meshi
- 3. Sashimi Daging Kuda
- 4. Aizu Katsudon

- c) Festival Budaya Berdasarkan 4 Musim

- 1. Ouchi Juku Winter Festival

2. Hanami Matsuri di Kastil Tsuruga
3. Natsu Matsuri Bon Odori
4. Festival 3 Hari Memperingati Perang Boshin

D. Desain objek wisata akan dilengkapi dengan fitur barcode yang berisikan google maps sebagai navigasi yang dapat memudahkan pembaca untuk menjangkau destinasi wisata tersebut.

3.2.4 Validasi Desain

Setelah buku *pop-up* interaktif selesai dikembangkan dan dianggap telah memenuhi semua aspek yang direncanakan, langkah selanjutnya adalah menjalani tahap pengujian dan validasi desain. Validasi ini mencakup dua aspek utama, yaitu materi yang disajikan di buku *pop-up* serta desain keseluruhan buku *pop-up*, termasuk tata letak, navigasi, dan kesesuaian dengan tujuan proyek. Proses validasi akan dilakukan oleh dosen pembimbing yang telah mendampingi dan mengawasi proyek ini sejak awal hingga tahap pengembangan. Dosen pembimbing akan memberikan evaluasi berdasarkan standar akademik dan relevansi terhadap tujuan proyek, sehingga hasil akhir dapat sesuai dengan harapan dan kebutuhan pengguna. Metode yang digunakan yaitu adalah dengan tabel yang berisikan variabel yang menunjukkan nilai kelayakan dari materi dan desain yang di validasikan.

3.2.5 Revisi Desain

Setelah memperoleh masukan pada tahap validasi, desain buku *pop-up* interaktif akan melalui proses pembaruan dan penyesuaian menyeluruh. Proses ini mencakup beberapa aspek, seperti elemen desain visual, tata letak, dan konten, untuk memastikan versi akhir diperbaiki sesuai dengan rekomendasi dan saran yang diberikan oleh validator pada tahap validasi sebelumnya.

3.2.6 Uji Coba

Setelah tahap revisi desain selesai, dilakukan uji coba produk melalui kuesioner kepada sejumlah responden. Responden diminta memberikan penilaian dan saran perbaikan untuk mengetahui sejauh mana buku *pop-up* mampu menarik minat serta

menyampaikan informasi secara efektif. Data dari kuesioner ini kemudian dianalisis sebagai dasar untuk melakukan revisi dan penyempurnaan produk agar lebih optimal dalam mendukung promosi destinasi wisata di kota Aizuwakamatsu.

Tabel 3. 1 Daftar Pertanyaan

No.	Pertanyaan	Skala			
		(Sangat Setuju) (4)	(Setuju) (3)	(Tidak Setuju) (2)	(Sangat Tidak Setuju) (1)
Aspek Materi					
1.	Apakah buku <i>pop up</i> tersebut menarik untuk dijadikan sebagai media informasi terkait pengenalan wisata Kota Aizuwakamatsu				
2.	Apakah buku <i>pop up</i> ini relevan dengan keadaan asli di Kota Aizuwakamatsu				
3.	Apakah informasi yang disampaikan dalam buku <i>pop up</i> mudah dipahami?				
4.	Apakah penulisan				

	informasi sudah sesuai dengan kaidah kebahasaan?
Aspek Desain	
5.	Apakah pemilihan warna pada buku <i>pop up</i> sudah tepat secara visual?
6.	Apakah font yang dipilih dapat terbaca?
Aspek Manfaat	
7.	Apakah buku <i>pop up</i> ini dapat membantu memberikan informasi terkait wisata sejarah, festival budaya, dan kuliner di Kota Aizuwakamatsu?
8.	Kritik dan Saran

Proses penilaian dilakukan dengan menggunakan metode skala Likert. Menurut Sugiyono (2023), skala Likert berfungsi untuk mengukur persepsi dan pendapat individu maupun kelompok terhadap suatu produk yang telah dirancang. Dalam konteks penyusunan buku *pop-up* interaktif ini, penulis menerapkan skala Likert dengan rentang nilai 1 hingga 4. Oleh karena itu, tahap evaluasi ini memiliki peran penting dalam memastikan bahwa buku yang dikembangkan mampu menyampaikan

informasi yang dibutuhkan oleh wisatawan secara efektif. Berikut adalah kriteria dan skala penilaian yang akan diberikan:

Tabel 3. 2 Skala Likert

Deskripsi	Poin
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Penjelasan mengenai tabel di atas akan dianalisis lebih mendalam untuk menentukan nilai rata-rata serta kelayakan produk yang telah dikembangkan. Hasil peringkat akhir untuk setiap pertanyaan ditentukan dengan cara membagi total skor yang diperoleh dengan jumlah responden yang telah mengisi kuesioner. Rumus rata-rata yang akan digunakan untuk menilai produk ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Rata - rata} = \frac{\text{nilai total}}{\text{jumlah responden}}$$

Variabel yang akan diukur dijabarkan kedalam beberapa indikator dalam penerapannya. Indikator tersebut nantinya akan dijadikan dasar dalam penyusunan instrumen penelitian.

Tabel 3. 3 Range Skala Likert 1-4

Skala	Poin	Keterangan
Sangat Setuju	4	4,00-3,00
Setuju	3	2,99-2,00
Tidak Setuju	2	1,99-1,00
Sangat Tidak Setuju	1	1,00-0,99

Kategori tersebut memberikan gambaran tentang tingkat penerimaan dan membantu menilai sejauh mana produk dapat diterima oleh audiens. Selain itu juga menjadi dasar langkah perbaikan yang perlu dilakukan untuk mengoptimalkan produk.

3.2.7 Revisi Produk

Pada tahap ini, masukan dan hasil observasi yang diperoleh dari fase sebelumnya yaitu uji coba, akan revisi produk sesuai dengan penilaian responden dan dosen pembimbing agar mencapai kualitas dan efektivitas sebagai media sarana pengenalan wisata di Kota Aizuwakamatsu.

3.2.8 Produk Akhir

Setelah melewati tahap pengujian dari revisi dengan baik, buku *pop-up* dianggap sudah layak untuk dicetak, sesuai dengan kebutuhan dan hasil dari revisi produk sebelumnya. Buku *pop-up* interaktif siap untuk proses pencetakan dan digunakan.

3.3 Biaya Produksi

Berikut ini adalah detail rincian biaya produksi untuk satu buah buku *pop-up* interaktif dalam proyek ini.

Tabel 3. 4 Biaya Produksi

Nama	Deskripsi	Kuantitas	Harga	Total Harga
Cetak Buku	Versi Percobaan	2	Rp.139,000	Rp.278,000
	Versi Final	3	Rp.155,000	Rp.465,000
Material	Lem, Kertas Tambahan dan lainnya	1	Rp.200,000	Rp.200,000
TOTAL				Rp.943,000

3.4 Timeline Pelaksanaan

Tabel 3. 5 Timeline Pelaksanaan Kegiatan

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
1	Observasi dan pengumpulan data	Maret 2024-Maret 2025
2	Penyusunan ide, konsep dan materi	April 2025
3	Desain Produk	Mei-Juni 2025
4	Pencetakan dan perakitan buku	Mei-Juni 2025
5	Validasi Desain	Juni 2025
6	Uji coba produk	Juni 2025

BAB IV

HASIL DAN DISKUSI

4.1 Hasil

4.1.1 Relevansi Buku *Pop-Up* Interaktif Sebagai Media Pengenalan Wisata

Salah satu komponen penting dalam pembangunan ekonomi dan pelestarian budaya suatu negara adalah pariwisata. Strategi promosi yang menarik dan informatif diperlukan untuk meningkatkan minat wisatawan domestik dan asing. Buku *pop-up* interaktif adalah salah satu jenis media promosi yang mulai mendapat perhatian.

Buku *pop-up* interaktif adalah jenis buku tiga dimensi yang memiliki kemampuan untuk membuat ruang terlihat lebih nyata dengan menggunakan fitur seperti lipatan, tarik, putar, dan animasi. Jenis-jenis teknik yang digunakan oleh penulis dalam membuat buku *pop-up* interaktif adalah teknik transformation, pull-tabs, peepshow. Media ini tidak hanya memberikan informasi secara teks, tetapi juga memungkinkan pembaca untuk berinteraksi secara langsung dengan konten. Khususnya dalam pengenalan destinasi wisata, interaksi ini dianggap dapat meningkatkan daya tarik dan pemahaman pembaca terhadap informasi yang disampaikan.

Penelitian dalam bidang literasi visual dan media pembelajaran menunjukkan bahwa media berbasis visual dan kinestetik mampu meningkatkan retensi informasi dan minat belajar, terutama bagi anak-anak dan remaja (Mayer, 2009). Dalam konteks promosi wisata, buku *pop-up* interaktif dapat berperan sebagai jembatan antara edukasi dan hiburan (edutainment), di mana pembaca tidak hanya memperoleh pengetahuan tentang objek wisata, tetapi juga mengalami proses eksplorasi yang menyenangkan.

Keunggulan lain dari buku *pop-up* interaktif adalah kemampuannya untuk membangkitkan emosi dan imajinasi pembaca. Misalnya, representasi bangunan bersejarah dalam bentuk *pop-up* dapat memberi gambaran yang lebih konkret dan menarik dibandingkan gambar dua dimensi biasa. Hal ini menjadikan buku *pop-up* sangat potensial digunakan sebagai media pengenalan wisata, terutama untuk kalangan

pelajar atau wisatawan keluarga.

Di era digital saat ini, buku *pop-up* juga dapat dikembangkan secara digital atau hybrid (gabungan cetak dan teknologi digital), seperti penggunaan *QR code* yang menghubungkan ke google maps untuk menjangkau destinasi wisata tersebut, sehingga memperkaya pengalaman interaktif pembaca. Inovasi ini memperluas jangkauan dan efektivitas media dalam menyampaikan informasi pariwisata secara lebih dinamis dan mendalam.

Dengan demikian, buku *pop-up* interaktif memiliki relevansi yang tinggi sebagai media pengenalan wisata. Selain menghadirkan pendekatan yang kreatif dan edukatif, media ini juga mampu menjangkau berbagai kalangan dengan pendekatan visual dan partisipatif. Potensi ini perlu digali lebih lanjut melalui pengembangan desain yang kontekstual serta uji coba efektivitasnya dalam meningkatkan pemahaman dan minat terhadap objek wisata yang diangkat.

4.1.2 Penelitian dan Pengumpulan Informasi

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji efektivitas dan daya tarik buku *pop-up* sebagai media pengenalan wisata Kota Aizuwakamatsu. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner yang disusun berdasarkan skala Likert empat poin dinilai mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju” dengan responden dalam penelitian ini terdiri dari wisatawan lokal dan mancanegara yang dikategorikan berdasarkan wisatawan yang sudah pernah ke Jepang tetapi belum pernah ke Aizuwakamatsu, wisatawan yang sudah pernah ke Jepang dan sudah pernah ke Aizuwakamatsu, wisatawan yang belum pernah ke Jepang dan Aizuwakamatsu, dan juga warga lokal dari Aizuwakamatsu. Data yang terkumpul kemudian dianalisis untuk melihat kecenderungan responden dalam menilai keefektifan media buku *pop-up* interaktif serta sejauh mana media ini dapat meningkatkan minat dan pemahaman mereka terhadap destinasi wisata yang ada di Kota Aizuwakamatsu.

1. Observasi

Selama menjalani Praktik Kerja Lapangan (PKL) dari Maret 2024 hingga

Maret 2025, penulis secara langsung melakukan pengamatan ke sejumlah destinasi wisata unggulan di Kota Aizuwakamatsu. Lokasi yang menjadi fokus utama observasi antara lain Kastil Trusuga dan Kuil Sazae. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk merekam elemen visual yang mencolok, menangkap nuansa khas dari setiap lokasi, serta mengidentifikasi aktivitas budaya unik yang menjadi bagian dari identitas lokal. Dokumentasi dilakukan tidak hanya melalui catatan tertulis, tetapi juga melalui pengambilan foto, yang kemudian digunakan sebagai referensi visual dalam perancangan desain *pop-up* pada buku yang dikembangkan.

2. Wawancara

Metode pengumpulan data berikutnya dalam penelitian ini adalah wawancara, yang dilakukan untuk memperkuat dan memverifikasi temuan dari hasil observasi lapangan. Wawancara dilaksanakan secara langsung dengan staf Hotel Marumine Kankou, tempat penulis menjalani Praktik Kerja Lapangan (PKL). Narasumber dipilih karena keterlibatan aktif mereka dalam industri pariwisata lokal, khususnya dalam melayani wisatawan selama berlangsungnya festival budaya di Aizuwakamatsu. Dari wawancara ini, penulis mendapatkan wawasan mengenai persepsi masyarakat terhadap peran festival budaya dalam menarik wisatawan, serta respons mereka terhadap penggunaan media promosi visual yang dapat menampilkan kekayaan budaya daerah. Informasi tersebut menjadi dasar dalam perancangan konten dan pendekatan visual pada buku *pop up* interaktif, agar media ini mampu menyajikan pengalaman budaya yang imersif dan sesuai dengan konteks lokal.

3. Kajian Literatur

Untuk menunjang penyusunan konten buku *pop-up* yang informatif dan menyeluruh, penulis mengumpulkan berbagai data serta informasi terkait destinasi wisata di Kota Aizuwakamatsu. Proses pengumpulan data ini terutama dilakukan melalui situs resmi pemerintah Kota Aizuwakamatsu, yaitu <https://samurai-city.jp/en/>. Website tersebut dipilih karena menyajikan

informasi yang lengkap dan terpercaya mengenai berbagai aspek pariwisata di Aizuwakamatsu, mulai dari situs bersejarah, festival budaya, kuliner khas, hingga panduan transportasi. Melalui eksplorasi terhadap situs resmi ini, penulis mampu mengidentifikasi destinasi-destinasi unggulan yang memiliki daya tarik visual dan naratif yang sesuai untuk dikembangkan ke dalam format buku *pop-up*. Informasi yang dikumpulkan mencakup ringkasan sejarah dari setiap lokasi maupun acara budaya, serta gambar pendukung yang relevan. Dalam proses ini, penulis juga memperhatikan gaya bahasa dan penyajian informasi di situs resmi agar materi dalam buku *pop-up* tetap selaras dengan citra pariwisata Kota Aizuwakamatsu. Selain itu, penulis turut mengumpulkan informasi tambahan dari brosur dan booklet destinasi wisata yang tersedia di hotel tempat penulis melaksanakan PKL.

4.1.3 Penyusunan Isi Materi dan Desain Buku Pop Up Interaktif

A. Materi

Dalam tahapan penyusunan ini, buku *pop-up* interaktif akan memuat materi sebagai berikut :

1. Cover dengan gambar Tsuruga Jo sebagai ikon objek wisata yang terkenal di Kota Aizuwakamatsu.
2. Deskripsi singkat sejarah dan informasi umum mengenai Kota Aizuwakamatsu.
3. Foto dalam model *pop-up* dari ikon objek wisata sebagai visualisasi untuk memberikan gambaran kepada pembaca beserta informasi singkatnya.
4. Penjelasan dari masing-masing objek wisata meliputi jam operasional, biaya tiket masuk ataupun harga menu.
5. Alamat dan fitur *QR code* untuk menunjang pemahaman pembaca mengenai lokasi wisata tersebut.

Adapun kategori wisata di kota Aizuwakamatsu yang dimuat dalam

buku ini, terbagi menjadi tiga, yaitu:

1. Wisata Sejarah Budaya
 - a. Kastil Tsuruga
 - b. Kuil Sazae
 - c. Aizu Bukeyashiki
 - d. Ouchi Juku
2. Acara atau Festival Budaya
 - a. Ouchi Juku Festival Musim Dingin
 - b. Tsuruga Jo Festival Sakura Musim Semi
 - c. Bon Odori Festival Musim Panas
 - d. Festival 3 Hari Memperingati Perang Boshin di Aizuwakamatsu
3. Makanan Khas Kota Aizuwakamatsu
 - a. Kozuyu
 - b. Wappa Meshi
 - c. Aizu Katsudon
 - d. Sashimi Daging Kuda

Untuk pembahasan isi materi buku, penulis mengumpulkan data dan informasi mengenai kuliner yang ada di Kota Aizuwakamatsu. Berikut materi informasi dari kuliner yang telah penulis kurasi sesuai dengan kebutuhan isi buku:

1. Kozuyu (こずゆ)

Kozuyu merupakan sup khas tradisional dari wilayah Aizu, Prefektur Fukushima, Jepang. Hidangan ini dulunya populer di kalangan samurai dan masyarakat umum sejak era Edo hingga awal Meiji. Menggunakan kaldu dashi berbahan dasar kerang kering, kozuyu

kerap disajikan dalam berbagai acara penting seperti perayaan Tahun Baru dan pernikahan.

2. Wappa Meshi (わっぱめし)

Wappa adalah wadah bundar yang terbuat dari lembaran kayu tipis melengkung, yang digunakan sebagai kotak makan siang oleh para penebang kayu sejak zaman dahulu. Seorang pemilik restoran di Aizu muncul dengan ide untuk mengisi wadah wappa dengan campuran makanan musiman yang berwarna-warni untuk dijual sebagai hidangan asli, wappa-meshi. Nuansa wadah yang sederhana dan membumi sangat cocok dengan makanan yang ditampungnya, dan wappa-meshi dengan cepat menyebar hingga menjadi salah satu hidangan standar Aizu.

3. Sashimi Daging Kuda (ばさし)

Masakan daging kuda konon berkembang di Aizuwakamatsu karena banyaknya kuda beban yang dulu dipelihara oleh toko-toko dan penginapan untuk mengangkut pelanggan dan barang-barang di masa lalu ketika Aizu masih menjadi stasiun pos di jalan raya Echigo di Edo, Jepang. Cara Aizu Wakamatsu adalah menyantap sashimi daging kuda dengan kara-miso (pasta kacang kedelai panas). Praktik ini rupanya dimulai bertahun-tahun yang lalu ketika Rikidozan, seorang pegulat profesional yang sangat populer, datang ke Aizu untuk sebuah tur. Ia memesan daging kuda mentah dan memakannya dengan hiasan kara-miso, yang dibawanya saat tur.

4. Aizu Katsu Don (カツ丼)

Semangkuk nasi ditutupi dengan lapisan kubis parut dan diberi potongan daging babi goreng segar yang diberi saus khusus. Setiap restoran memiliki resep rahasia sendiri untuk sausnya, di mana

potongan daging dicelupkan ke dalam tingkat yang tepat untuk mempertahankan kerenyahannya. Kombinasi tersebut, bersama dengan aksen renyah kubis, menghasilkan harmoni rasa yang sempurna. Hidangan ini mungkin terlihat sederhana, tetapi rasanya surgawi.

B. Materi

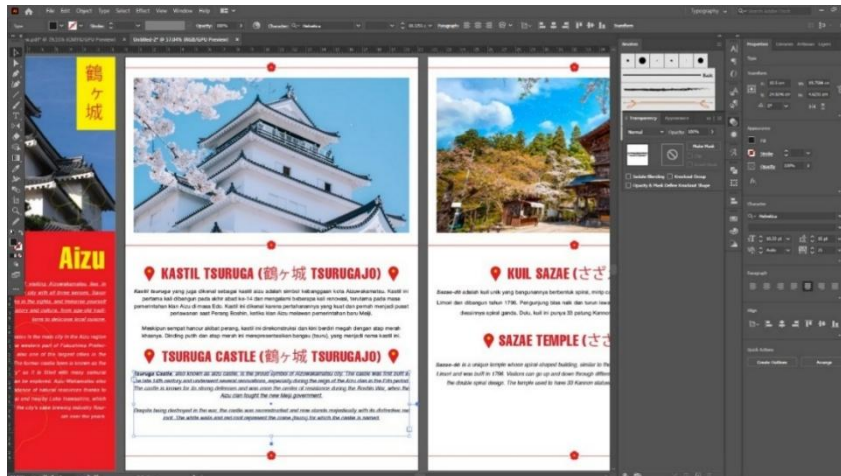
Proses desain buku *pop-up* dimulai dengan pemilihan *color palette* yang mencerminkan suasana khas Kota Aizu, seperti warna-warna alam pegunungan, bangunan bersejarah, dan nuansa budaya tradisional Jepang. Warna-warna seperti merah, kuning, dan putih dipilih agar harmonis dengan konten visual sekaligus menarik bagi pembaca. Selanjutnya, dilakukan pengumpulan dan seleksi foto-foto objek wisata unggulan di Kota Aizu, seperti Kastil Tsuruga, Kuil Sazae, dan Ouchijuku. Foto-foto ini diseleksi berdasarkan kualitas visual serta relevansinya dengan tema buku, kemudian diolah secara grafis agar sesuai dengan format *pop-up* 3D. Untuk menambahkan unsur interaktif, setiap halaman buku juga dilengkapi dengan *QR code* yang mengarahkan pembaca ke *google maps* objek wisata tersebut. *QR code* ini dirancang dan diuji agar mudah dipindai dan terintegrasi secara visual dengan desain halaman tanpa mengganggu estetika keseluruhan buku.



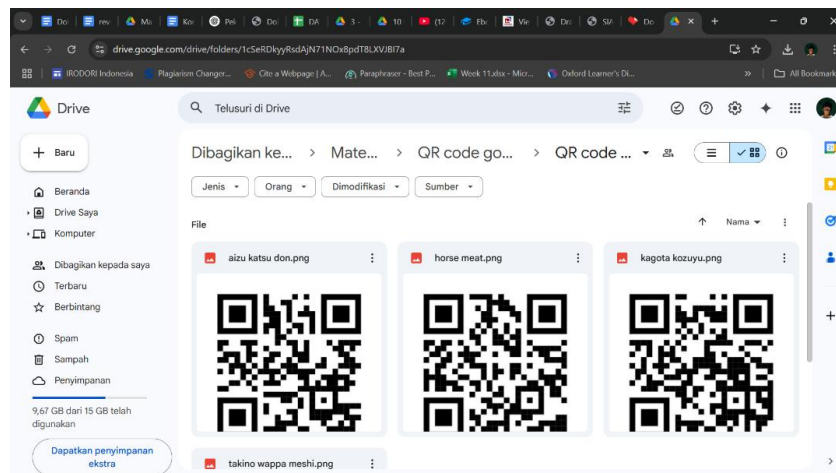
Gambar 4. 1 *Color Palette*



Gambar 4. 2 Proses Desain Buku *Pop-Up* Interaktif



Gambar 4. 3 Proses Desain Buku *Pop-Up* Interaktif



Gambar 4. 4 Barcode

4.1.4 Validasi Desain

Setelah buku *pop-up* selesai disusun, penulis melakukan uji coba bersama dosen pembimbing dari Departemen Bahasa Asing Terapan, Bapak Althaf Gauhar Auliawan, S.Hum., M.Si. yang merupakan ahli dalam media dan materi pembelajaran. Uji coba ini dilakukan untuk mengevaluasi kelayakan serta kesesuaian produk buku *pop-up* yang telah dikembangkan. Formulir validasi terdiri dari dua bagian, yaitu penilaian terhadap materi dan media dalam buku *pop-up* interaktif pengenalan wisata Kota Aizuwakamatsu. Validasi materi mencakup 6 pertanyaan dengan empat pilihan jawaban sedangkan validasi desain terdiri dari 7 pertanyaan dengan format jawaban serupa. Selain itu, kedua formulir validasi juga dilengkapi dengan dua pertanyaan terbuka yang memungkinkan validator memberikan masukan, saran, dan kritik guna meningkatkan kualitas dari buku *pop-up* ini.

Form Validasi Produk
Buku Pop Up Interaktif Pengenalan Wisata Kota Aizuwakamatsu

Validator : Althaf Gauhar Auliawan, S.Hum., M.Si.
Tanggal : 8-5-2025

Validasi Materi

Silakan centang salah satu jawaban yang tersedia.

1. Apakah materi ini memberikan informasi yang lengkap tentang pengenalan wisata di Kota Aizuwakamatsu?

☐ Tidak Lengkap	☐ Cukup Lengkap	☐ Lengkap	☒ Sangat Lengkap
-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------	---
2. Apakah informasi dalam buku ini bermanfaat bagi pengguna?

☐ Tidak Bermanfaat	☐ Cukup Bermanfaat	☐ Bermanfaat	☒ Sangat Bermanfaat
--	--	----------------------------------	--
3. Apakah bahasa yang digunakan di dalam buku ini mudah dipahami?

☐ Tidak Mudah	☐ Cukup Mudah	☐ Mudah	☒ Sangat Mudah
-----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------	---
4. Apakah QR code dapat diakses?

☐ Tidak Dapat Diakses	☐ Cukup Dapat Diakses	☒ Dapat Diakses	☐ Sangat Dapat Diakses
---	---	--	--
5. Apakah ada informasi tambahan yang perlu ditambahkan ke buku ini? Jika iya, harap jelaskan.
Diperlukan untuk lebih singkat lagi dalam hal informasi mengingat buku pop up.
6. Saran
Paragraf yang terlalu banyak kalimat supaya bisa untuk dibacakan / singkat tanpa mengurangi poin penting

Gambar 4. 6 Form Validasi Materi

Form Validasi Produk
Buku Pop Up Interaktif Pengenalan Wisata Kota Aizuwakamatsu

Validator : Althaf Gauhar Auliawan, S.Hum., M.Si.
Tanggal : 8-5-2025

Validasi Desain

Silakan centang salah satu jawaban yang tersedia.

1. Apakah desain cover dan elemen dalam buku terlihat menarik?

☐ Tidak Menarik	☐ Cukup Menarik	☐ Menarik	☒ Sangat Menarik
-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------	---
2. Apakah pemilihan ukuran font serta layout penulisan sudah sesuai?

☐ Tidak Sesuai	☐ Cukup Sesuai	☐ Sesuai	☒ Sangat Sesuai
------------------------------------	------------------------------------	------------------------------	--
3. Apakah tema dan pemilihan warna sudah sesuai?

☐ Tidak Sesuai	☐ Cukup Sesuai	☐ Sesuai	☒ Sangat Sesuai
------------------------------------	------------------------------------	------------------------------	--
4. Apakah foto pop up terlihat jelas ketika dibuka?

☐ Tidak Jelas	☐ Cukup Jelas	☐ Jelas	☒ Sangat Jelas
-----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------	---
5. Apakah ukuran buku pop up ini praktis untuk dipegang?

☐ Tidak Praktis	☐ Cukup Praktis	☒ Praktis	☐ Sangat Praktis
-------------------------------------	-------------------------------------	--	--------------------------------------
6. Apakah ada informasi tambahan yang perlu ditambahkan ke buku ini? Jika iya, harap jelaskan.
pop up desainnya supaya bisa dipaparkan lagi
7. Saran
Sudah memadai

Gambar 4. 5 Form Validasi Desain

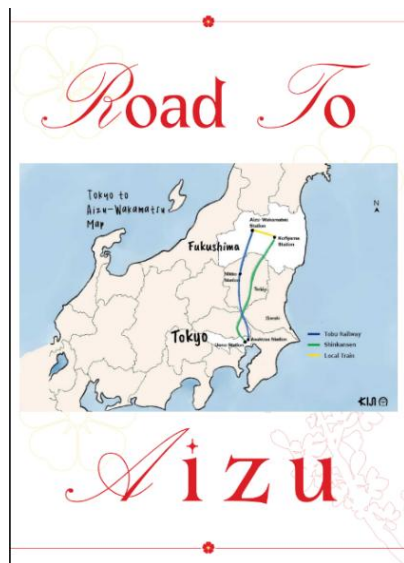
Berdasarkan analisis terhadap dua lembar validasi yang telah dilakukan oleh

validator, dapat di simpulkan bahwa buku *pop-up* interaktif telah memenuhi standar kelayakan baik dari segi materi maupun desain. Validator memberikan penilaian bahwa materi yang diberikan di buku ini sudah sangat lengkap dan mudah dipahami, mamastikan pembaca dapat dengan mudah memahami setiap halaman buku. Validator juga memberikan saran dalam hal paragraf untuk diringkas kembali tanpa mengurangi poin penting yang di sampaikan, mengingat buku yang kita buat adalah buku *pop-up* supaya tidak bertele-tele dan mudah dipahami ketika dibaca.

Dari segi desain, validator menilai bahwa desain buku *pop-up* interaktif ini sudah bagus dan sangat menarik. Selain itu, font dan juga pemilihan warna sudah sangat jelas dan sesuai. Validator juga menilai agar *pop-up* nya lebih disempurnakan dan dikembangkan.

4.1.5 Revisi Desain

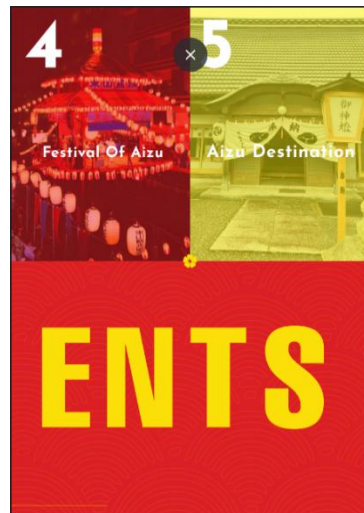
Setelah menerima masukan dari validator, buku yang hendak diproduksi akan melalui tahap pembaruan dan penyesuaian. Proses ini mencakup beberapa aspek seperti penambahan daftar isi pada buku yang sebelumnya 5 menjadi 6, *road to aizu* diubah menjadi *access to aizu* dan pada halaman terakhir yang sebelumnya ucapan terima kasih menjadi gambaran umum tentang aizu.



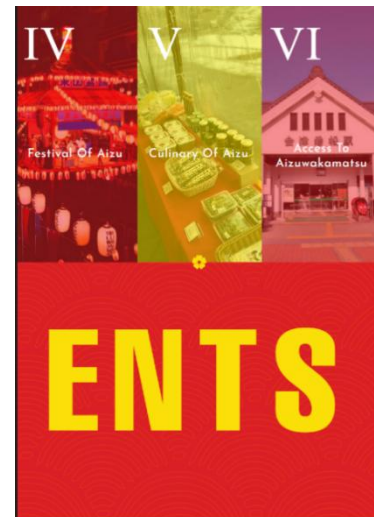
Gambar 4. 8 Desain Road To Aizu Sebelum Revisi



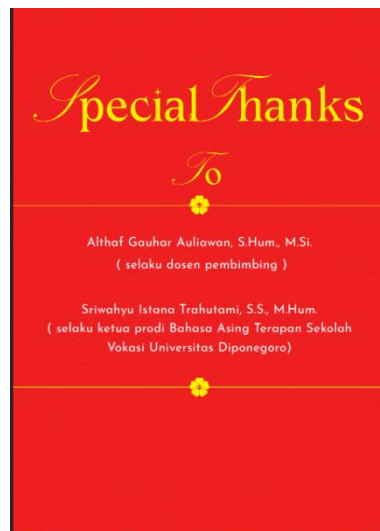
Gambar 4. 7 Desain Road To Aizu Setelah Revisi



Gambar 4. 10 Desain Daftar Isi Sebelum Revisi



Gambar 4. 9 Desain Daftar Isi Setelah Revisi



Gambar 4. 12 Desain Halaman Belakang Sebelum Revisi



Gambar 4. 11 Desain Halaman Belakang Setelah Revisi

4.1.6 Uji Coba Produk

Tahapan pengujian ini dilakukan secara langsung dan juga daring dalam konteks pengenalan wisata di Kota Aizuwakamatsu. Uji coba ini melibatkan para responden yang terdiri dari wisatawan atau pelajar yang belum pernah ke Jepang, wisatawan yang

pernah ke Jepang tetapi belum pernah ke Aizuwakamatsu, wisatawan yang pernah ke Jepang dan Aizuwakamatsu, dan juga wisatawan mancanegara yang sudah pernah dan belum pernah ke Jepang atau Aizuwakamatsu.

Tabel 4. 1 Jumlah Responden Uji Coba Produk

Responden	Jumlah
Wisatawan atau pelajar yang belum pernah ke Jepang	20
Wisatawan atau pelajar yang pernah ke Jepang tetapi belum pernah ke Aizuwakamatsu	13
Wisatawan atau pelajar yang pernah ke Jepang dan Aizuwakamatsu	6
Wisatawan mancanegara yang pernah ke Jepang dan Aizuwakamatsu	3
Wisatawan mancanegara yang belum pernah ke Aizuwakamatsu	4
TOTAL	46

Selanjutnya, untuk mengukur tanggapan responden terhadap produk, disusun kuesioner yang memuat sejumlah pertanyaan terstruktur. Pertanyaan-pertanyaan tersebut mencakup aspek visual, isi informasi, interaktivitas, dan daya tarik media, serta keterpahaman materi yang disampaikan. Kuesioner ini disusun sebagai instrumen untuk menilai sejauh mana produk telah memenuhi tujuan edukatif dan promosi wisata yang diharapkan.

Tabel 4. 2 Hasil Kuesioner Dalam Skala Likert

Aspek	Nomor Pernyataan	Skala				Total rata-rata poin	Interval rata-rata poin aspek
		1	2	3	4		
Aspek Materi	1	0	0	20	26	3,56	3,53
	2	0	2	21	23	3,45	

	3	0	0	18	28	3,60	
Aspek Desain	4	0	2	18	26	3,52	3,55
	5	0	1	21	24	3,5	
	6	0	0	17	29	3,63	
Aspek Manfaat	7	0	0	15	31	3,67	3,67
Total rata-rata							3,58

Tabel di atas menyajikan hasil evaluasi terhadap berbagai komponen dalam buku yang telah dikembangkan. Berdasarkan respon yang diberikan oleh para partisipan, buku ini meraih skor rata-rata keseluruhan sebesar 3,58 dari skala maksimal 4,0, yang tergolong dalam kategori “Sangat Baik”. Nilai rata-rata pada masing-masing aspek meliputi aspek materi sebesar 3,53, aspek desain sebesar 3,55, dan aspek manfaat sebesar 3,67. Capaian ini mencerminkan tingkat kepuasan yang cukup tinggi dari para responden terhadap kualitas buku. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa buku *pop-up* interaktif ini memiliki potensi yang kuat untuk dijadikan referensi wisata, khususnya dalam menyampaikan informasi mengenai sejarah, festival budaya, kuliner, serta akses transportasi Kota Aizuwakamatsu.

4.1.7 Revisi Produk

Kuesioner yang dibagikan berisi pertanyaan terbuka yang bertujuan menggali masukan, kritik, dan saran dari para responden. Tujuan utama dari pengumpulan data ini adalah untuk mengidentifikasi bagian-bagian dalam buku yang perlu ditingkatkan atau diperbaiki. Tanggapan dari responden menjadi elemen penting dalam upaya meningkatkan kualitas buku secara keseluruhan. Berdasarkan hasil kuesioner tersebut, terdapat sejumlah poin yang memerlukan revisi. Berikut ini adalah rangkuman masukan, kritik, dan saran yang telah diterima:

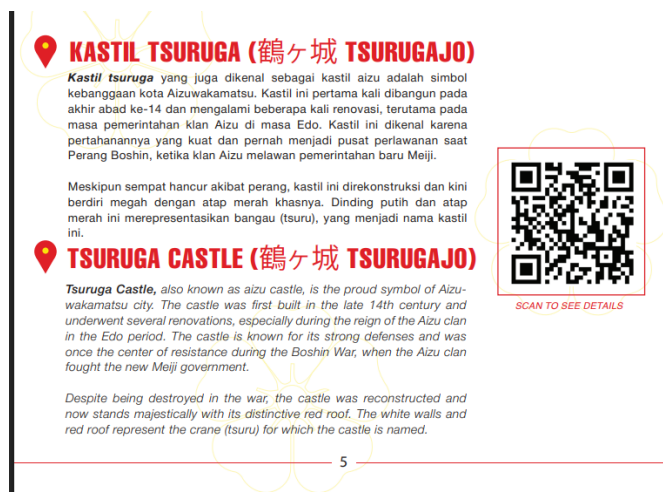
Tabel 4. 3 Hasil Kritik dan Saran

R2	besar kecil font diperhatikan lagi
R3	Sejauh ini bukunya menarik ditambah dengan pemilihan colour palette yang cocok, mungkin kalau saran alangkah baiknya pada bagian kuliner agak diperbanyak dikit.
R4	barcodenya tidak bisa di pakai
R6	Sudah bagus tapi font nya kekecilan
R8	Hanya tulisannya saja yang kurang kecil kalau dari pdf nya, sisanya bagus dan keren
R17	Beberapa font di halaman ada yang kurang konsisten dari segi ukuran fontnya
R21	Nomor halaman 4 & 5 terbalik
R25	Ukuran font harus konsisten, selebihnya isi kontennya sudah bagus dan sangat menarik
R26	Bagian overview sebaiknya ada inggrisnya juga
R37	Ada nomor halaman yang acak, selebihnya sudah bagus
R46	Consider making the font larger for better readability.

Berdasarkan kritik dan saran yang telah dihimpun, penulis merangkum sejumlah masukan penting dari para responden. Salah satu masukan yang paling menonjol berkaitan dengan penggunaan *font* yang dinilai kurang rapi dan tidak konsisten, sebagaimana disampaikan oleh responden R2, R6, R8, R17, R25, dan R46. Selain itu, responden R21 dan R37 memberikan catatan bahwa terdapat halaman yang tersusun secara terbalik. Menindaklanjuti hal tersebut, penulis melakukan perbaikan dengan merapikan format penulisan *font* agar lebih jelas dan konsisten, serta membetulkan penomoran halaman yang tidak sesuai.

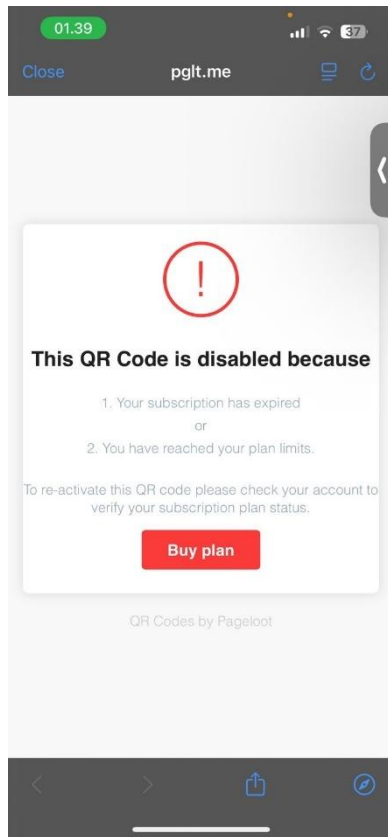


Gambar 4. 13 Penulisan *Font* Sebelum Revisi

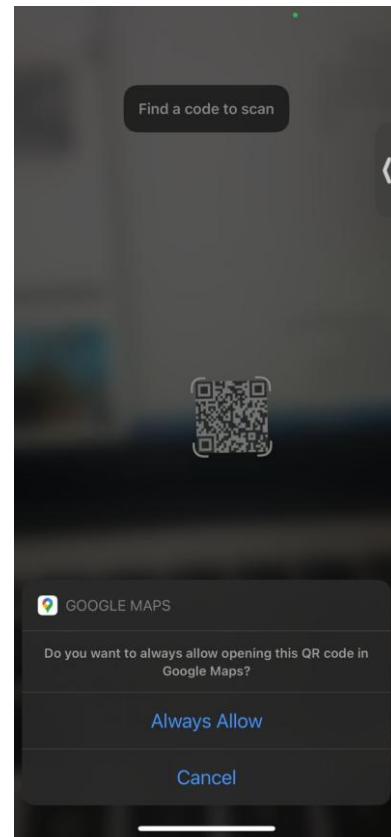


Gambar 4. 14 Penulisan *Font* Setelah Revisi

Tanggapan dari responden R4 mengenai barcode yang tidak dapat digunakan telah ditindaklanjuti oleh penulis dengan melakukan penggantian gambar barcode yang sebelumnya bermasalah. Barcode lama diganti dengan versi terbaru yang telah diuji fungsionalitasnya, sehingga dipastikan dapat diakses dan berfungsi dengan baik. Perbaikan ini dilakukan untuk meningkatkan kenyamanan pengguna serta memastikan bahwa setiap elemen digital dalam buku dapat menunjang pengalaman pembaca secara maksimal, khususnya dalam mengakses informasi tambahan terkait destinasi wisata melalui perangkat digital.

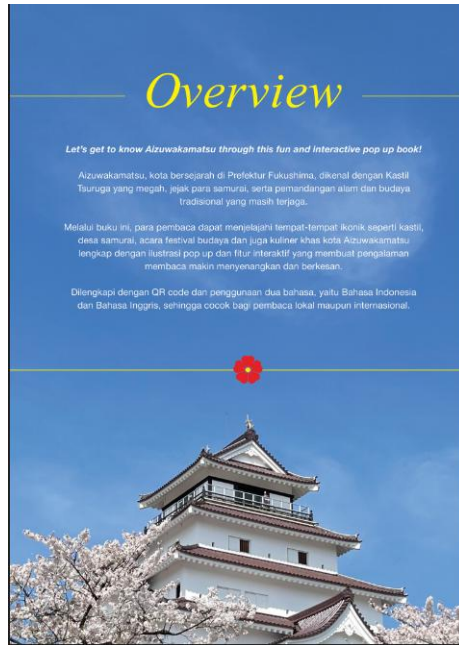


Gambar 4. 16 Barcode Tidak Bisa Sebelum Revisi



Gambar 4. 15 Barcode Sudah Bisa Setelah Revisi

Responden R3 memberikan saran agar jumlah konten pada bagian kuliner ditambah. Namun, usulan tersebut tidak dapat diakomodasi karena setiap kategori dalam buku ini dirancang untuk memuat empat materi agar tetap seimbang secara keseluruhan. Menambahkan konten pada satu bagian saja akan menimbulkan ketidakharmonisan dalam struktur isi buku. Sementara itu, responden R26 menyarankan agar bagian *overview* dilengkapi dengan terjemahan berbahasa Inggris. Penulis sudah menambahkan terjemahan Bahasa Inggris *overview* sesuai saran dari responden.



Gambar 4. 18 *Overview*
Sebelum Revisi



Gambar 4. 17 *Overview*
Setelah Revisi

4.1.8 Produk Akhir

Setelah menyelesaikan tahapan revisi akhir terhadap produk, penulis melanjutkan dengan mendaftarkan hak cipta atas buku *pop-up* yang telah dirancang. Tujuan utama dari pendaftaran ini adalah untuk memperoleh perlindungan hukum, sekaligus mencegah terjadinya plagiarisme maupun penyalahgunaan terhadap karya tersebut. Selain sebagai upaya perlindungan, proses pendaftaran hak cipta juga berfungsi sebagai bentuk pengakuan resmi terhadap orisinalitas, kreativitas, dan dedikasi penulis selama proses pengembangan buku berlangsung.



Gambar 4. 19 Sampul Halaman Depan

Tampilan akhir dari buku pop-up ini secara keseluruhan tidak mengalami perubahan signifikan dibandingkan dengan versi pada tahap uji coba produk. Beberapa penyesuaian dilakukan di bagian dalam buku, khususnya terkait ukuran huruf agar lebih nyaman dibaca. Selain itu, penggunaan elemen pop-up pada setiap kategori isi juga telah disempurnakan untuk meningkatkan kualitas visual dan fungsionalitasnya.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil uji coba terhadap buku *pop-up* interaktif, produk ini memperoleh skor rata-rata sebesar 3,58 dari total skala 4,00. Nilai tersebut tergolong dalam kategori “Sangat Baik”, yang menunjukkan bahwa buku ini dinilai mampu memberikan informasi yang relevan dan dibutuhkan wisatawan terkait referensi destinasi wisata sejarah, festival, serta kuliner di Kota Aizuwakamatsu. Penelitian ini menghasilkan sebuah buku *pop-up* interaktif yang menghadirkan empat ikon kuliner khas Aizuwakamatsu, yaitu Kozuyu, sup tradisional yang biasa disajikan dalam acara seremonial; Wappa Meshi, hidangan nasi dalam wadah kayu yang mencerminkan tradisi lokal; Sashimi Daging Kuda, sajian unik yang merefleksikan kebiasaan dan sejarah masyarakat setempat; serta Aizu Katsu Don, nasi dengan irisan daging babi dan saus khas yang menjadi salah satu kuliner paling populer. Setiap hidangan ditampilkan

dalam bentuk *pop-up* tiga dimensi, dilengkapi narasi singkat, latar belakang sejarah, dan barcode yang mengarahkan langsung ke lokasi kuliner terkait.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari karya sebelumnya milik Wulansari (2023), yang juga mengangkat tema kuliner sebagai fokus utama. Salah satu kekurangan pada produk terdahulu adalah terbatasnya cakupan konten, di mana penyajian hanya terfokus pada makanan tanpa mengaitkannya dengan unsur budaya. Dalam penelitian ini, dilakukan penyempurnaan dengan menambahkan aspek budaya sehingga informasi yang disampaikan menjadi lebih kontekstual dan edukatif. Buku *pop-up* yang dihasilkan tidak hanya menampilkan visual interaktif yang menarik untuk berbagai kelompok usia, tetapi juga mengintegrasikan elemen digital melalui *QR code* serta mengangkat kuliner sebagai representasi budaya dan identitas lokal, bukan sekadar hidangan konsumsi.

Pengembangan konten juga diperkuat melalui observasi langsung di lapangan selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL), yang memberikan kontribusi nyata terhadap validitas isi buku. Proses observasi ini memilah informasi apa saja yang dimasukkan ke dalam buku dalam memperkenalkan dan mempromosikan Kota Aizuwakamatsu. Setelah itu, penulis mengajukan dan menkonsultasikan kepada dosen pembimbing. Pada tahap pengumpulan materi, penulis mencari beberapa sumber dengan sumber utamanya adalah *website* resmi Aizuwakamatsu. Setelah pengumpulan data selesai, selanjutnya melakukan proses desain, yang meliputi elemen visual seperti tipografi mencakup jenis, ukuran, dan gaya *font*, *color palette*, serta *layout*. Setelah proses desain selesai, penulis melakukan validasi materi dan desain kepada dosen pembimbing. Kemudian, buku melaksanakan tahap uji coba kepada responden yang telah memberikan kritik dan saran untuk memperbaiki dan menyempurnakan agar buku *pop-up* menjadi lebih efektif dan edukatif. Setelah melalui revisi produk, selanjutnya adalah pendaftaran hak cipta sebagai bentuk produk menjadi milik sepenuhnya penulis serta perlindungan karya.

Dalam proses pengembangan buku *pop-up* interaktif, penulis menghadapi beberapa kendala. Salah satu tantangan yang muncul adalah ukuran *font* yang dianggap

mengganggu kenyamanan dalam membaca. Untuk mengatasi hal tersebut, penulis melakukan revisi desain berdasarkan masukan dari responden. Selain itu, terdapat masalah pada *barcode* yang tidak berfungsi secara optimal, sehingga perlu dilakukan penyempurnaan dan pengujian ulang untuk memastikan fungsinya berjalan dengan baik. Tantangan lainnya muncul dalam tahap perakitan buku, di mana penulis mengalami kesulitan karena keterbatasan keterampilan teknis. Solusi yang diambil adalah dengan mencari referensi melalui video tutorial dan mempelajari berbagai teknik lipatan kertas, yang akhirnya berhasil diterapkan dalam pembuatan buku.

Melalui serangkaian tahapan yang telah dilalui, buku ini memberikan sejumlah manfaat, di antaranya sebagai sarana promosi kuliner dan budaya lokal Aizuwakamatsu yang menarik serta edukatif bagi wisatawan, khususnya mereka yang ingin mengeksplorasi kota-kota di luar kawasan wisata utama atau “*Golden Triangle*”. Buku ini juga menegaskan bahwa kuliner bukan hanya soal makanan, tetapi merupakan representasi dari tradisi, budaya, dan identitas suatu daerah. Produk buku *pop-up* ini berhasil mengintegrasikan unsur visual, edukasi, dan promosi dalam satu media yang kreatif. Dengan menitikberatkan pada wisata kuliner, buku ini tidak hanya berfungsi sebagai panduan informasi, melainkan juga sebagai media pencerita yang mengangkat kekayaan budaya lokal. Oleh karena itu, buku ini layak dijadikan referensi dalam upaya promosi pariwisata berbasis budaya yang berkelanjutan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Pengembangan buku *pop-up* interaktif berjudul “*Beauty of Aizu: A Cultural Pop of Adventure*” menunjukkan bahwa produk ini efektif digunakan sebagai media visual dalam memperkenalkan dan mempromosikan destinasi wisata di Kota Aizuwakamatsu. Buku ini memadukan desain yang kreatif, konten yang informatif, serta elemen teknologi digital berupa barcode untuk menciptakan pengalaman membaca yang lebih menarik dan interaktif bagi pembaca. Materi kuliner yang disusun mencakup empat hidangan khas Aizuwakamatsu, yaitu Kozuyu, Wappa Meshi, Sashimi Daging Kuda, dan Aizu Katsu Don, disajikan melalui pendekatan naratif yang menggabungkan unsur budaya, ilustrasi visual, serta informasi ringkas. Dengan demikian, buku ini tidak hanya mengenalkan cita rasa makanan khas, tetapi juga memperkenalkan nilai budaya yang terkandung dalam setiap hidangan.

Buku *pop-up* ini dikembangkan dengan tiga halaman utama pada setiap kategori, yang menggabungkan berbagai teknik seperti lipatan, elemen timbul, dan mekanisme tarik untuk menciptakan tampilan visual yang lebih dinamis dan menarik. Berdasarkan hasil uji coba, produk ini memperoleh skor rata-rata sebesar 3,58 dari skala maksimum 4,00, dengan nilai tertinggi pada aspek manfaat sebesar 3,67. Hal ini menunjukkan bahwa buku *pop-up* dinilai sangat bermanfaat sebagai media penyampaian informasi wisata. Proses pengumpulan data, perancangan desain, hingga perakitan elemen *pop-up* dilakukan secara bertahap, menyesuaikan dengan keterbatasan keterampilan teknis penulis. Tantangan dalam merakit bagian *pop-up* berhasil diatasi melalui pencarian referensi berupa video tutorial yang kemudian berhasil diterapkan ke dalam desain akhir. Secara keseluruhan, buku ini tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga efektif sebagai alat promosi wisata yang interaktif dan menarik.

5.2 Saran

Sebagai bentuk pengembangan ke depan, buku *pop-up* ini memiliki potensi yang besar untuk dimanfaatkan secara lebih luas dalam kegiatan promosi pariwisata. Distribusinya dapat diperluas melalui kerja sama dengan berbagai pihak, seperti dinas pariwisata, hotel, agen perjalanan, maupun pusat informasi wisata, sehingga buku ini dapat menjangkau lebih banyak pembaca dan calon wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Selain menjadi media informasi, buku ini juga dapat berfungsi sebagai souvenir edukatif yang memperkenalkan budaya dan kuliner khas secara menarik. Untuk penelitian lanjutan, penulis menyarankan dilakukan pengembangan metode evaluasi jangka panjang dengan cara mengamati respons dan pengalaman wisatawan setelah menggunakan buku ini sebagai panduan langsung saat mengunjungi Kota Aizuwakamatsu. Pendekatan tersebut tidak hanya memperkuat nilai praktis produk, tetapi juga membuka peluang inovasi lebih lanjut dalam promosi pariwisata berbasis media kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugroho, S., Djong, A. M., Faskahariyanto, K., & Nugroho, T. (2025). SENTRA KULINER SEBAGAI PENUNJANG KEBERLANJUTAN WISATA SUNGAI KALIMAS SURABAYA. *SINTA*, 595.
doi:10.34127/jrlab.v14i1.1387
- Aizuwakamatsu Tourism Bureau*. (2024). From Official Guide to Aizu Sightseeing:
<https://www.aizukanko.com/>
- Andrianto, B. (2019). Pengembangan Pop-up Book sebagai Media Promosi Destinasi Wisata Banyuwangi (Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi). *Repository Universitas Brawijaya*, 92-100. From
<https://repository.ub.ac.id/id/eprint/172202/>
- Aulina, N. U., & Sari, R. P. (2021). PERAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN WISATA DI PENDESTRAN KOTA PALEMBANG. *Jurnal Pariwisata Darussalam*(Vol. 1 No. 1 (2021): Oktober 2021), 30. From
<https://ojs.politeknikprasetyamandiri.ac.id/index.php/jpd/article/view/jpd5>
- Bara, M. Y., Reza, R., & Subagio, N. (2021). ANALISIS PENGGUNAAN BAHAN AJAR MATA PELAJARAN AKUNTANSI DASAR KELAS X AKL DI SMK NEGERI 15 SAMARINDA. *Jurnal FKIP Universitas Mulawarman*(Vol. 1 No. 2 (2021)), 2.
doi:<https://doi.org/10.30872/escs.v1i2.898>
- Harahap, N. (2022). Desain Pop Up Book Sebagai Media Pembelajaran Pada Materi Tata Surya Kelas VII SMP/MTs. *Repository Universitas Islam Negeri Ar-Raniry*, 18-19. From <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/26359/>
- Japan National Tourism Organization*. (2024). From Tourism Statistics International visitor to Japan: <https://www.japan.travel/id/id/>
- Muhammad, N., & Mubarat, H. (2023). Buku Pop-Up Sebagai Media Untuk Mengenalkan Museum Sultan Mahmud Badaruddin II di Kota Palembang.

- Besaung Jurnal Seni, Desain dan Budaya*(Vol. 8 No. 2 (2023)), 172.
doi:10.36982/jsdb.v8i2.3325
- Okpatrioka, O. (2023). Research And Development (R&D) Penelitian Yang Inovatif Dalam Pendidikan. *Jurnal Pendidikan, Bahasa dan Budaya Dharma Acariya Nusantara*(Vol. 1 No. 1 (2023): MARET : Jurnal Pendidikan, Bahasa dan Budaya), 5. doi:10.47861/jdan.v1i1.154
- Panguriseng, A. A., & Nur, I. (2022). Analisis Strategi Promosi dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*(Vol 1 No 1 (2022): Desember), 57.
doi:10.62861/jimat%20amsir.v1i1.151
- Putri, L. R. (2020). PENGARUH PARIWISATA TERHADAP PENINGKATAN PDRB KOTA. *Cakra Wisata Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 44. From <https://jurnal.uns.ac.id/cakra-wisata/index>
- Rudjiono, D., & Saputro, H. (2021). PENGEMBANGAN DESAIN WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMAS DAN PROMOSI (Studi Kasus: PT.Nada Surya Tunggal Kecamatan Pringapus). *Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*(Vol. 13 No. 2 (2020): Jurnal Ilmiah Komputer Grafis), 59.
doi:10.51903/pixel.v13i2.300
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development) : Untuk Bidang Pendidikan, Manajemen, Sosial, dan Teknik / Sugiyono* (edisi 1 ed.). Bandung: Alfabeta. From <https://opac.ut.ac.id/detail-opac?id=37672>
- Takome, S., Suwu, E. A., & Zakarias, J. D. (2021). Dampak Pembangunan Pariwisata Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Lokal Di Desa Bobanehena Kecamatan Jailolo Kabupaten Halmahera Barat. *E-journal Universitas Sam Ratulangi*(Vol. 1 No. 1 (2021)), 3-4. From <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnalilmiahsociety/article/view/36326>
- Ulfah, C., & Yulianita, N. (2024). Pemanfaatan Platform E-commerce sebagai Media Promosi Dunia. *Avant Garde: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 143-144. From

https://journal.budiluhur.ac.id/avantgarde/article/view/2855/pdf_115?__cf_chl__tk=DXaNYpk1FUoAA6DZrBGF2N6NFGuOPfhvn4VOiz2.j9Y-1752590940-1.0.1.1-RlrLLvty4aYqHsTfh99YjYw8Tmebo6CCZgkli1ZGV70

Wulansari, P. D. (2023). Designing Pop-Up Book to Improve the Promotion of Semarang Culinary Tourism. *fliphtml5*, 10. From <https://fliphtml5.com/bookcase/yhfgn/>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Uji Coba Produk

Kuisisioner Uji Coba Produk

Pertanyaan Jawaban Setelan

Pembuatan Buku *Pop-up* sebagai Media Pengenalan Destinasi Wisata, Kuliner, dan Festival Budaya Kota Aizuwakamatsu Jepang

Hello Travelers: Perkenalkan saya Sekar Fatimah Hasbiyuan, Muhammad Faisal Anwar, dan Dimas Permadi Priono, kami dari kelompok tugas akhir Program Studi Bahasa Asing Terapan yang saat ini sedang melakukan uji coba kuisisioner penelitian untuk tugas akhir kami. Sebubungan dengan hal tersebut, kami memohon kesediaan teman-teman untuk menjadi responden dalam penelitian ini.

Dalam kuisisioner ini akan terdapat skala dengan pengisian singkat dan tidak ada jawaban benar atau salah, teman-teman hanya perlu memilih respon jawaban secara jujur sesuai pengalaman dan ketertarikan dengan opsi jawaban sebagai berikut:

1= Sangat Tidak Setuju
2= Tidak Setuju
3= Setuju
4= Sangat Setuju

Nama *
Name
Teks jawaban singkat

Usia *
Age
Teks jawaban singkat

Asal/Domisili *
Place of Origin
Teks jawaban singkat

Latar Belakang Singkat
Apakah sebelumnya sudah pernah mengunjungi Jepang?
(Have you ever visited Japan before?)

☐ Sudah Pernah
☐ Belum Pernah

Apakah sebelumnya sudah pernah mengunjungi Kota Aizuwakamatsu?
(Have you visited Aizuwakamatsu City before?)

☐ Sudah Pernah
☐ Belum Pernah

Kuisloner Uji Coba Produk

Pertanyaan Jawaban Setelan

Apakah buku pop-up ini dapat memberikan gambaran yang relevan dengan keadaan asli di Kota Aizuwakamatsu?

(Can this pop-up book provide a relevant picture of the real situation in Aizuwakamatsu City?)

☐ Sangat Tidak Setuju

☐ Tidak Setuju

☐ Setuju

☐ Sangat Setuju

Apakah informasi yang disampaikan dalam buku pop-up mudah dipahami?

(Is the information presented in the pop-up book easy to understandable?)

☐ Sangat Tidak Setuju

Kuisloner Uji Coba Produk

Pertanyaan Jawaban Setelan

ASPEK DESAIN

Apakah font yang dipilih dapat terbaca dan sesuai?

(Is the selected font legible and appropriate?)

☐ Sangat tidak setuju

☐ Tidak setuju

☐ Setuju

☐ Sangat setuju

Apakah pemilihan warna (color palette) pada buku pop-up sudah sesuai dan nyaman untuk dibaca secara visual?

Kuisloner Uji Coba Produk

Pertanyaan Jawaban Setelan

Apakah penulisan informasi sudah sesuai dengan kaidah kebahasaan?

(Does the writing of the information comply with linguistic rules?)

☐ Sangat tidak setuju

☐ Tidak Setuju

☐ Setuju

☐ Sangat Setuju

ASPEK MANPAAT

Apakah buku pop-up ini dapat membantu memberikan informasi terkait wisata sejarah, acara budaya, dan kuliner di Kota Aizuwakamatsu?

Lampiran 2 Hasil Kritik dan Saran Responden

R1	-
R2	besar kecil font diperhatikan lagi
R3	Sejauh ini bukunya menarik ditambah dengan pemilihan colour palette yang cocok, mungkin kalau saran alangkah baiknya pada bagian kuliner agak diperbanyak dikit.
R4	barcodenya tidak bisa di pakai
R5	baik
R6	Sudah bagus tapi font nya kekecilan
R7	-
R8	Hanya tulisannya saja yang kurang kecil kalau dari pdf nya, sisanya bagus dan keren
R9	bagus  
R10	Sudah sangat bermanfaat
R11	Keren banget, semangat regu tulip
R12	buku ini memberikan informasi terkait Aizuwakamatsu dengan baik dan dibuat menjadi media pop up yang menarik
R13	penulisan "contents", sebaiknya digabung saja
R14	penggunaan media buku pop-up sangat menarik dan dapat meningkatkan minat pembaca, terutama untuk kalangan muda.
R15	color palette sangat cocok, senang dalam dibaca jika halaman dibuat lebih panjang akan jauh lebih menarik
R16	overall sudah bagus
R17	Beberapa font di halaman ada yang kurang konsisten dari segi ukuran fontnya
R18	Buku ini sudah sangat baik dan berguna bagi saya terutama yang belum mengunjungi Aizu, membuat saya sangat tertarik untuk mengunjungi Aizu.
R19	Lebih ditingkatkan untuk pemilihan warna untuk layout dalam desain
R20	udah bagus.. keren, semangat ya
R21	Nomor halaman 4 & 5 terbalik
R22	Tidak ada
R23	tidak ada, sudah bagus
R24	ga ada kritik, semangat penelitiannya

R25	Ukuran font harus konsisten, selebihnya isi kontennya sudah bagus dan sangat menarik
R26	Bagian overview sebaiknya ada inggrisnya juga
R27	Sangat informatif dan menarik bukunya
R28	Saran dari saya coba kalian buat versi mini sebagai souvenir atau oleh-oleh wisata sebagai buku saku panduan kota Aizuwakamatsu
R29	Saya suka konsep dari bukunya dan cukup interaktif.
R30	Buku ini cocok untuk promosi pariwisata dan sudah mencakup promosi secara global
R31	-
R32	Sudah cukup bagus dan lumayan interaktif untuk desain pop-up
R33	Suka dengan color palette yang dipilih dengan warna merah
R34	Isi materi buku sudah cukup inromatif terutama di bagian festival kota Aizuwakamatsu
R35	-
R36	Kualitas kertas kurang tebal, jadi mudah rusak jika sering dibuka-tutup agaknya.
R37	Ada nomor halaman yang acak, selebihnya sudah bagus
R38	good
R39	I wish there was more information about the history of the food in the culinary pages and its significance.
R40	the concept of the book is interesting and very great
R41	It was a good video that made me look forward to visiting. It might be a good idea to put the price of the food information in a culinary pages.
R42	I wish there was more information about the history of the food in the culinary pages and its significance.
R43	the concept of the book is interesting and very great
R44	Such a nice product to see how beauty of that city with QR code
R45	No, I don't have
R46	Consider making the font larger for better readability.

Lampiran 3 Form Validasi Materi

Form Validasi Produk
Buku Pop Up Interaktif Pengenalan Wisata Kota Aizuwakamatsu

Validator : *Althaf Gahar Aulianan, S.Hum.; M.Si*
Tanggal : *8-5-2025*

Validasi Materi

Silakan centang salah satu jawaban yang tersedia.

1. Apakah materi ini memberikan informasi yang lengkap tentang pengenalan wisata di Kota Aizuwakamatsu?

☐ Tidak Lengkap	☐ Cukup Lengkap	☐ Lengkap	☒ Sangat Lengkap
-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------	---

2. Apakah informasi dalam buku ini bermanfaat bagi pengguna?

☐ Tidak Bermanfaat	☐ Cukup Bermanfaat	☐ Bermanfaat	☒ Sangat Bermanfaat
--	--	----------------------------------	--

3. Apakah bahasa yang digunakan di dalam buku ini mudah dipahami?

☐ Tidak Mudah	☐ Cukup Mudah	☐ Mudah	☒ Sangat Mudah
-----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------	---

4. Apakah QR code dapat diakses?

☐ Tidak Dapat Diakses	☐ Cukup Dapat Diakses	☒ Dapat Diakses	☐ Sangat Dapat Diakses
---	---	--	--

5. Apakah ada informasi tambahan yang perlu ditambahkan ke buku ini? Jika iya, harap jelaskan

Dipastikan untuk lebih singkat lagi dalam hal informasi mengingat buku pop up.

6. Saran

Paragraf yang terlalu banyak kalimat supaya bisa untuk diringkas / diringkas tanpa mengurangi poin penting

Lampiran 4 Form Validasi Desain

Form Validasi Produk
Buku Pop Up Interaktif Pengenalan Wisata Kota Aizuwakamatsu

Validator : *Althaf Fauher Aulianon, SHum, M.Si*
Tanggal : *8-5-2025*

Validasi Desain

Silakan centang salah satu jawaban yang tersedia.

1. Apakah desain cover dan elemen dalam buku terlihat menarik?

☐ Tidak Menarik	☐ Cukup Menarik	☐ Menarik	☒ Sangat Menarik
-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------	---

2. Apakah pemilihan ukuran font serta layout penulisan sudah sesuai?

☐ Tidak Sesuai	☐ Cukup Sesuai	☐ Sesuai	☒ Sangat Sesuai
------------------------------------	------------------------------------	------------------------------	--

3. Apakah tema dan pemilihan warna sudah sesuai?

☐ Tidak Sesuai	☐ Cukup Sesuai	☐ Sesuai	☒ Sangat Sesuai
------------------------------------	------------------------------------	------------------------------	--

4. Apakah foto pop up terlihat jelas ketika dibuka?

☐ Tidak Jelas	☐ Cukup Jelas	☐ Jelas	☒ Sangat Jelas
-----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------	---

5. Apakah ukuran buku pop up ini praktis untuk dipegang?

☐ Tidak Praktis	☐ Cukup Praktis	☒ Praktis	☐ Sangat Praktis
-------------------------------------	-------------------------------------	--	--------------------------------------

6. Apakah ada informasi tambahan yang perlu ditambahkan ke buku ini? Jika iya, harap jelaskan

pop up desainnya supaya disempurnakan lagi

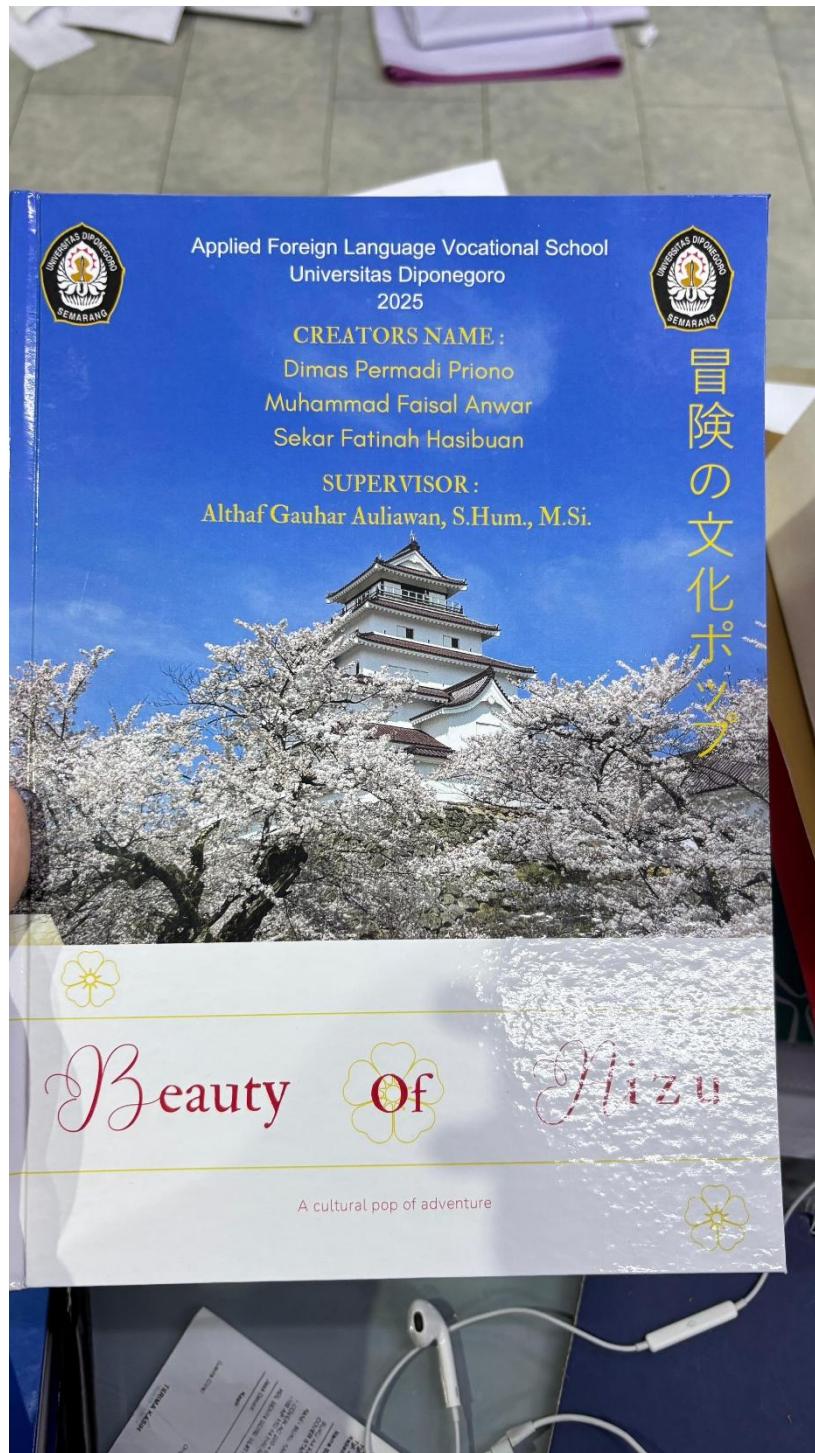
7. Saran

Sudah memadai

Lampiran 5 Dokumentasi Pencetakan dan Perakitan Buku



Lampiran 6 Dokumentasi Produk Akhir



Lampiran 7 Sertifikat HKI

 REPUBLIK INDONESIA KEMENTERIAN HUKUM	
SURAT PENCATATAN CIPTAAN	
Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:	
Nomor dan tanggal permohonan	: EC002025092450, 18 Juli 2025
Pencipta	
Nama	: Althaf Gauhar Auliawan, Sekar Fatimah Hasibuan dkk
Alamat	: Jl. Tlogo Baru RT 15/RW08, Mranggen, Kab. Demak, Jawa Tengah, 59567
Kewarganegaraan	: Indonesia
Pemegang Hak Cipta	
Nama	: Althaf Gauhar Auliawan, Sekar Fatimah Hasibuan dkk
Alamat	: Jl. Tlogo Baru RT 15/RW08, Mranggen, Kab. Demak, Jawa Tengah, 59567
Kewarganegaraan	: Indonesia
Jenis Ciptaan	: Buku
Judul Ciptaan	: Beauty of Aizu: A Cultral Pop of Adventure
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia	: 17 Juli 2025, di Kota Semarang
Jangka waktu perlindungan	: Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.
Nomor Pencatatan	: 000932711
adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon. Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.	
	a.n. MENTERI HUKUM DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL u.b Direktur Hak Cipta dan Desain Industri Agung Damarsasongko, SH., MH. NIP. 196912261994031001
	Disclaimer: 1. Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan. 2. Surat Pencatatan ini telah disegel secara elektronik menggunakan segel elektronik yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik, Badan Siber dan Sandi Negara. 3. Surat Pencatatan ini dapat dibuktikan keasliannya dengan memindai kode QR pada dokumen ini dan informasi akan ditampilkan dalam browser.

Lampiran 8 Hasil Turnitin

Skripsi Dimper.pdf			
ORIGINALITY REPORT			
15%	13%	6%	4%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	eprints.umg.ac.id Internet Source	1%	
2	ejournal.unesa.ac.id Internet Source	1%	
3	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%	
4	ejurnal.kampusakademik.co.id Internet Source	<1%	
5	repository.ub.ac.id Internet Source	<1%	
6	docplayer.info Internet Source	<1%	
7	Muhammad Nizar Zulmi, Ilham Nugroho, Dewi Salsabila. "REAKTUALISASI CITRA WISATA KABUPATEN BATANG MELALUI PENGEMBANGAN POP-UP VISIT BATANG HEAVEN OF ASIA SEBAGAI MEDIA EDUMOWISATA (EDUKASI PROMOSI WISATA) KABUPATEN BATANG", RISTEK : Jurnal Riset, Inovasi dan Teknologi Kabupaten Batang, 2018 Publication	<1%	
8	core.ac.uk Internet Source	<1%	
9	Submitted to Universitas Atma Jaya Yogyakarta	<1%	