

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengembangan Produk

Bab ini menjelaskan hasil pengembangan produk *E-Guidebook* berjudul "*Panduan Wisata Saitama: Destinasi, Kuliner, dan Istilah Pariwisata*". Hasil pengembangan produk ini dibahas melalui tahapan metode *Research and Development* (R&D) model 4D yang dikembangkan oleh (Thiagarajan, 1974), serta mengevaluasi kelayakan dan kebermanfaatannya bagi wisatawan Indonesia yang ingin berkunjung ke Prefektur Saitama.

4.2 Define (Pendefinisian)

Tahap pendefinisian (*define*) bertujuan untuk menganalisis kebutuhan dan permasalahan yang melatarbelakangi pengembangan produk *E-Guidebook* Saitama. Berdasarkan hasil penelusuran literatur pada kajian pustaka, ditemukan bahwa belum terdapat penelitian terdahulu yang secara khusus membahas pariwisata Prefektur Saitama sebagai destinasi wisata bagi wisatawan Indonesia, serta belum tersedianya media informasi khusus berbahasa Indonesia yang mempromosikan destinasi wisata di Saitama seperti *E-Guidebook*.

Kondisi ini diperparah dengan adanya fenomena *overtourism* yang hanya terfokus pada destinasi-destinasi populer seperti Tokyo, Kyoto, dan Osaka yang biasa dikenal sebagai "*Golden Route*". Berdasarkan data *Japan National Tourism Organization* (JNTO), jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang pada tahun 2025 mencapai 42.683.600 orang, tertinggi sepanjang masa (JNTO, 2026). Dari jumlah tersebut, wisatawan Indonesia mencatatkan rekor baru dengan 517.600 kunjungan pada tahun 2024, meningkat secara signifikan dibandingkan dengan 429.382 kunjungan pada tahun 2023 (JNTO, 2025). Tingginya angka kunjungan ini justru memunculkan permasalahan baru, dimana JNTO menyatakan bahwa

kepadatan wisatawan yang terfokus di kota-kota besar mendorong pihaknya untuk mulai mempromosikan destinasi lain di luar Tokyo, Osaka, dan Kyoto termasuk Prefektur Saitama (RRI.co.id., 2025).

Di sisi lain, data statistik spesifik mengenai jumlah kunjungan wisatawan Indonesia ke Prefektur Saitama tidak tersedia secara publik, mengingat JNTO hanya merilis data kunjungan ke Jepang secara nasional. Minimnya informasi berbahasa Indonesia tentang Saitama memperkuat urgensi pengembangan produk ini. Oleh karena itu, hasil dari tahap pendefinisian menetapkan bahwa *E-Guidebook* ini perlu dikembangkan sebagai media informasi pariwisata berbahasa Indonesia yang memuat destinasi wisata, kuliner khas, peta wilayah, serta kosakata bahasa Jepang yang relevan, guna membantu wisatawan Indonesia mengenal dan mengeksplorasi Prefektur Saitama secara lebih mendalam.

Inspirasi perancangan produk diperoleh dari booklet panduan wisata resmi "*CoCo Fujikawaguchiko Tourism Guidebook 2025*" yang didapatkan langsung dari Jepang. Penulis terinspirasi untuk mengadaptasi konsep serupa, namun dengan fokus pada Prefektur Saitama dan disusun dalam bahasa Indonesia agar dapat diakses oleh wisatawan Indonesia secara lebih mudah.

Pemilihan destinasi wisata yang dimuat dalam *E-Guidebook* ini didasarkan pada beberapa kriteria, yaitu: (1) destinasi merupakan objek wisata paling ikonik dan memiliki ciri khas unik di setiap daerah, (2) destinasi mewakili keempat kategori wisata yang telah diidentifikasi pada kajian pustaka, yaitu wisata religi, wisata edukasi, wisata alam, dan wisata budaya, serta (3) destinasi memiliki informasi yang dapat diverifikasi melalui sumber resmi seperti situs resmi masing-masing destinasi, *Japan National Tourism Organization (JNTO)*, *All Nippon Airways (ANA)*, dan *Japan Fun*. Adapun kunjungan langsung dilakukan di beberapa daerah yaitu Nagatoro, Yokoze, Chichibu, dan Omiya, sementara daerah lainnya dianalisis melalui studi dokumentasi dari sumber-sumber digital resmi. Berikut adalah rincian destinasi wisata yang dipilih beserta kategorinya:

Table 3 Tabel Pemilihan Area Destinasi Wisata

No	Daerah	Destinasi	Kategori Wisata
1	Omiya	Museum Kereta Api Omiya	Edukasi
		Taman Omiya	Alam
		Museum Seni Bonsai Omiya	Budaya & Edukasi
		Musashi Ichinomiya Hikawa Jinja	Religi
2	Urawa	Museum Seni Modern Saitama	Edukasi & Budaya
		Municipal Youth Astronomical Museum	Edukasi
		Kuil Tsukinomiya	Religi
		Urawa Red Diamonds	Budaya & Olahraga
3	Kasukabe	Kampung Halaman Crayon Shin-chan	Budaya & Edukasi
		Wisata Bunga Wisteria	Alam
		Saluran Pembuangan Bawah Tanah	Edukasi
4	Kawagoe	Distrik Gudang Kawagoe	Budaya & Sejarah
		Kuil Kawagoe Hikawa	Religi
		Wihara Buddha Kitain	Religi
5	Tokorozawa	Rumah Kurosuke & Hutan Sayama	Alam & Budaya
		Tokorozawa Sakura Town	Budaya & Modern
		Museum Aviasi Tokorozawa	Edukasi
6	Yokoze	Ashigakubo no Tsurara	Alam

		Buko Onsen	Alam
		Kuil Daiji-ji	Religi
7	Nagatoro	Nagatoro Iwadatami	Alam
8	Chichibu	Taman Hitsujiyama	Alam
		Chichibu Jinja	Religi
		Chichibu Green Muse Park	Alam & Edukasi
		Old Chichibu Bridge	Budaya & Sejarah

Berdasarkan tabel di atas, *E-Guidebook* ini memuat total 26 destinasi wisata yang tersebar di 8 daerah di Prefektur Saitama, dengan mempertimbangkan keberagaman kategori wisata agar pengguna dapat memilih destinasi sesuai dengan minat dan preferensi masing-masing.

4.3 Design (Perancangan)

Tahap perancangan (*Design*) dikerjakan menggunakan aplikasi *Canva Premium* dengan mempertimbangkan estetika, keterbacaan, dan kesesuaian dengan karakteristik wisatawan Indonesia sebagai target pengguna. Pada tahap ini penulis mulai melakukan perancangan *E-Guidebook* dari sumber dan materi yang telah penulis analisis melalui studi dokumentasi baik dari situs resmi maupun website pendukung yang membahas destinasi tersebut. Penulis memulai perancangan dari hal dasar seperti menentukan perkiraan jumlah halaman, isi materi apa saja yang akan dicantumkan, *font* yang akan digunakan, warna atau konsep dari *E-Guidebook*, fitur apa saja yang dapat mendukung *E-Guidebook* tersebut, serta gambar-gambar yang akan dicantumkan pada setiap destinasi *E-Guidebook*. Sumber gambar-gambar tersebut, didapatkan melalui observasi partisipatif yang penulis lakukan dengan mengunjungi beberapa destinasi seperti, Hitsujiyama Park dan mengambil dokumentasi secara langsung. Namun sebagian besar gambar yang di cantumkan

pada *E-Guidebook*, penulis dapatkan melalui situs resmi setiap destinasi dan situs pendukung mengenai destinasi tersebut seperti, *JNTO*, *ANA*, *japan-guide*, dan *Japan.travel*. Oleh karena itu sumber gambar tersebut diperoleh dari sumber pribadi dan internet.



Gambar 9 Contoh Dokumentasi Pribadi



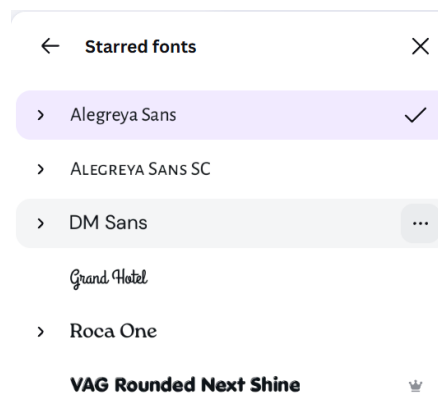
Gambar 8 Contoh Dokumentasi Situs Resmi

4.3.1 Halaman

Untuk halaman perkiraan awal halaman adalah sekitar 30 sampai 40 halaman. Namun dengan banyaknya informasi dari setiap destinasi, halaman finalisasi nya mencapai 86 halaman termasuk *Cover*, Kata Pengantar, Daftar Isi, Peta Saitama, Isi Materi, List Kuliner, Glosarium dan Profil Penyusun. Untuk Isi atau materi yang akan dicantumkan mencakup (*cover*, kata pengantar, daftar isi, sampul pembukaan, pengetahuan dasar tentang Saitama, peta Saitama yang dibuat menjadi 2 halaman, penjelasan mengenai pusat kota Saitama, destinasi Omiya, destinasi Urawa, destinasi Kasukabe, destinasi Kawagoe, destinasi Tokorozawa, destinasi Yokoze, destinasi Nagatoro, destinasi Chichibu, list Kuliner Khas Saitama, Glosarium, dan terakhir profil penyusun) berikut merupakan isi dan materi dari *E-Guidebook*.

4.3.2 Font Penulisan

Dalam hal tipografi, *E-Guidebook* menggunakan beberapa jenis *font* secara strategis. *Font Grand Hotel* digunakan sebagai font dekorati untuk kesan elegan dan artistik. *Font Alegreya Sans SC* digunakan untuk judul besar. Penggunaan font *VAG Rounded Next Shine* digunakan untuk judul kota destinasi, judul pada atraksi destinasi, judul map, serta judul pada bagian glosarium. Lalu penulis juga menggunakan *font Roca One* dan *Alegreya Sans* sebagai judul pada setiap destinasi baik judul Bahasa Indonesia maupun Bahasa Jepang. Sedangkan pada *body text* penulis menggunakan *font DM Sans* yang bersih dan mudah dibaca. Jadi jumlah penggunaan font pada *E-Guidebook* yang penulis pakai berjumlah 6 *font* meliputi *Grand Hotel*, *Alegreya Sans SC*, *Alegreya Sans*, *VAG Rounded Next Shine*, *Roca One*, *DM Sans*.



Gambar 10 Font Desain *E-Guidebook*

4.3.3 Konsep Warna

Selanjutnya mengenai konsep warna, karena penulis terinspirasi dengan salah satu booklet berjudul "*CoCo Fujikawaguchiko Tourism Guidebook 2025*" yang didapatkan langsung dari Jepang. Booklet berjudul "*CoCo Fujikawaguchiko Tourism Guidebook 2025*" ini menggunakan warna konsep pastel dan colorfull yang memberikan kesan hangat sekaligus ceria sehingga pengguna tidak akan bosan saat membacanya. Konsep warna

ini dikelompokkan berdasarkan daerah tempat destinasi. Seperti Omiya (kuning pastel), Urawa (hijau pastel), Kasukabe (biru pastel), Kawagoe (oranye pastel), Tokorozawa (ungu pastel), Yokoze (kuning pastel), Nagatoro (hijau pastel), dan Chichibu (pink pastel).

Dan untuk penggunaan warna kream digunakan untuk *cover* depan dan belakang, kata pengantar daftar isi, *cover* pembukaan, penjelasan tentang Saitama, *cover* per daerah nya, penjelasan kuliner, glosarium, dan terakhir profil penyusun. Hal ini dilakukan untuk membedakan halaman yang memaparkan destinasi atau halaman yang bukan.



Gambar 11 Kode Warna Desain Guidebook

4.3.4 *Layout* Desain

Sebelum memasukkan konten berupa gambar, penjelasan destinasi, informasi lokasi, jam operasional, harga tiket, akses transportasi, tips, dan catatan tambahan, peneliti terlebih dahulu merancang kerangka *layout* pada setiap halaman destinasi. Proses perancangan kerangka *layout* ini merupakan langkah penting yang dilakukan sebelum pengisian konten, mengingat setiap halaman destinasi memuat cukup banyak elemen visual dan tekstual yang perlu ditata secara cermat. Kerangka *layout* dirancang dengan mempertimbangkan hierarki informasi, yaitu urutan penyajian konten dari yang paling utama hingga informasi pendukung, sehingga pengguna dapat mengikuti alur membaca secara natural tanpa kebingungan.

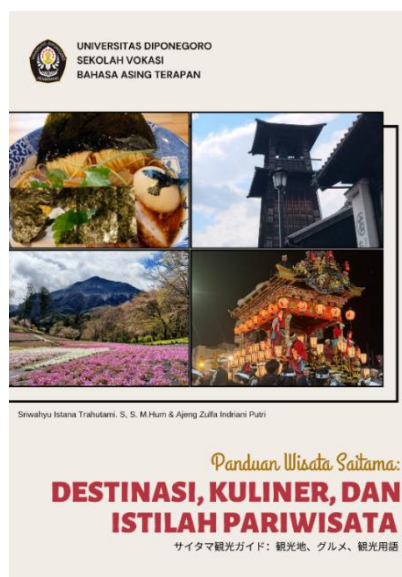
Selain itu, penentuan posisi gambar dan teks pada tahap awal ini bertujuan untuk memastikan elemen-elemen tersebut tidak saling tumpang tindih maupun bertabrakan, yang dapat mengganggu kenyamanan dan keterbacaan halaman. Dengan adanya kerangka *layout* yang terstruktur sejak awal, proses pengisian konten menjadi lebih terarah dan efisien. Pengguna pun dapat membaca dan memahami informasi dengan lebih mudah, serta dapat menangkap keterkaitan antara gambar dan penjelasan yang disajikan secara berkesinambungan dalam setiap halaman destinasi *E-Guidebook*.



Gambar 12 Layout dasar E-Guidebook

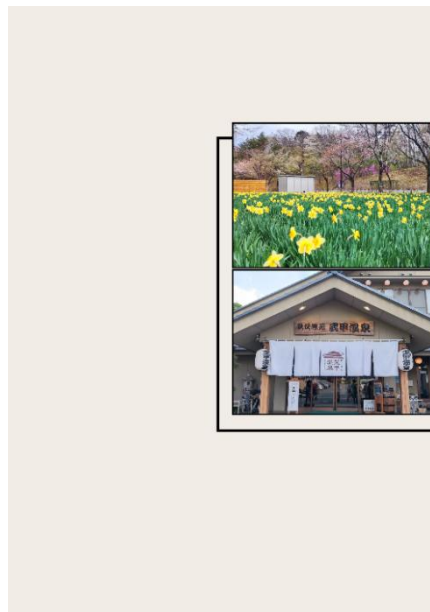
4.3.5 Sampul Depan & Belakang

Produk E-Guidebook ini dirancang dengan dua sisi cover, yaitu cover depan dan cover belakang. Cover depan menampilkan identitas institusi, yaitu Universitas Diponegoro Sekolah Vokasi, Program Studi Bahasa Asing Terapan, dengan judul produk dalam bahasa Indonesia "*Panduan Wisata Saitama: Destinasi, Kuliner, dan Istilah Pariwisata*" beserta terjemahannya dalam bahasa Jepang "*サイタマ観光ガイド：観光地、グルメ、観光用語*", lalu terdapat nama dosen pembimbing dan nama penyusun. Selain itu, cover depan juga menampilkan empat foto dokumentasi pribadi yang dipilih secara representatif untuk mencerminkan keberagaman potensi wisata Saitama, mencakup wisata kuliner, wisata alam, wisata budaya dan sejarah yang sesuai dengan kategorisasi potensi wisata yang telah diidentifikasi pada kajian pustaka.



Gambar 13 Sampul depan produk

Sementara itu, cover belakang menampilkan dua foto dokumentasi pribadi yang menggambarkan suasana wisata alam di Saitama, yaitu hamparan bunga narsis kuning yang bermekaran di kawasan *Muse Park Chichibu* serta pemandangan eksterior *Buko Onsen* di Yokoze. Kedua foto tersebut dipilih untuk memberikan kesan awal kepada pembaca mengenai keindahan alam Saitama yang jarang diketahui wisatawan Indonesia. Keseluruhan foto yang digunakan pada *cover* merupakan dokumentasi pribadi penyusun yang diambil langsung selama penulis tinggal di Saitama.



Gambar 14 Sampul Belakang Produk

4.3.6 Peta Prefektur Saitama

E-Guidebook ini juga dilengkapi dengan halaman peta Prefektur Saitama yang dirancang dalam format dua halaman penuh (*Spread page*) agar tampilan peta terasa lebih luas, lebar, dan informatif. Penggunaan format dua halaman ini dipilih secara sengaja untuk memberikan kesan visual yang lebih imersif, sehingga pengguna dapat melihat keseluruhan wilayah Prefektur Saitama beserta letak setiap daerah destinasi secara sekaligus.

Peta yang digunakan bersumber dari *Google Maps* dan *d-maps.com*, dilengkapi dengan inset peta Jepang dari *nippon.com* yang menunjukkan posisi Prefektur Saitama secara keseluruhan dalam peta Jepang, sehingga pengguna dapat memahami letak geografis Saitama relatif terhadap prefektur-prefektur lain di Jepang. Selain itu, setiap daerah destinasi yang dibahas dalam *E-Guidebook* ditandai dengan penanda lokasi yang dihubungkan dengan foto representatif dari salah satu destinasi di daerah tersebut. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran visual awal kepada pengguna mengenai daya tarik wisata yang dapat ditemukan di setiap daerah, sekaligus membantu pengguna memahami persebaran destinasi wisata secara geografis sebelum membaca panduan lebih lanjut.



Gambar 15 Peta Saitama E-Guidebook

4.3.7 Finalisasi *Layout E-Guidebook*

Sebagai hasil finalisasi dari proses perancangan produk dengan *layout* yang telah dilakukan, berikut merupakan contoh halaman destinasi *E-Guidebook* yang telah diisi secara lengkap. Dua contoh halaman tersebut menampilkan konten yang tersusun secara sistematis, mencakup judul destinasi dalam bahasa Indonesia dan bahasa Jepang, foto utama destinasi, penjelasan umum, subjudul atraksi beserta foto dan deskripsinya, informasi

hal-hal ikonik yang wajib diketahui wisatawan, tips kunjungan, hingga *barcode* untuk mengakses situs resmi destinasi. Sebagai contoh, halaman destinasi Taman Hitsujiyama di Chichibu menampilkan penjelasan mendalam mengenai atraksi utamanya, yaitu Shibazakura, termasuk ragam varietas bunga yang tersedia beserta karakteristik masing-masing, tips fotografi, hingga informasi maskot resmi Chichibu yang terdapat di taman tersebut, yaitu Potekuma-kun.

Penyajian konten ini dirancang agar wisatawan tidak hanya mengetahui lokasi destinasi, tetapi juga memperoleh wawasan yang memadai sebelum berkunjung. Namun, konten yang disajikan tidak hanya itu terdapat juga peta lokasi destinasi, akses transportasi, rekomendasi restoran atau kafe, toko oleh-oleh, serta festival yang biasanya diadakan.



Gambar 16 Contoh Finalisasi Layout

Meskipun setiap halaman destinasi memiliki tata letak yang bervariasi menyesuaikan dengan jumlah dan jenis konten yang disajikan, keseluruhan halaman tetap menggunakan struktur dan pendekatan visual yang serupa, sehingga *E-Guidebook* terasa konsisten, mudah dinavigasi, nyaman dibaca oleh pengguna.

4.3.8 Daftar Kuliner

Selain panduan destinasi wisata, *E-Guidebook* ini juga dilengkapi dengan bagian kuliner khas Saitama yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan informasi wisatawan Indonesia terkait pilihan makanan selama berada di Saitama. Bagian ini menyajikan enam rekomendasi kuliner ikonik yang menjadi ciri khas Prefektur Saitama, yaitu *Kawahaba Udon*, *Higashi-Matsuyama Yakitori*, *Chichibu Miso Potato*, *Unagi Jyu*, *Kitamoto Tomato Curry*, dan *Soka Senbei*.

Setiap kuliner disajikan secara informatif dengan memuat foto kuliner, deskripsi singkat mengenai keunikan dan karakteristik hidangan, fakta unik wisata yang berkaitan dengan kuliner tersebut, kisaran harga dalam mata uang Yen beserta konversinya ke Rupiah, serta rekomendasi area di Saitama untuk menikmati kuliner tersebut. Penyajian informasi harga dalam dua mata uang bertujuan memudahkan wisatawan Indonesia dalam memperkirakan anggaran kuliner selama perjalanan.

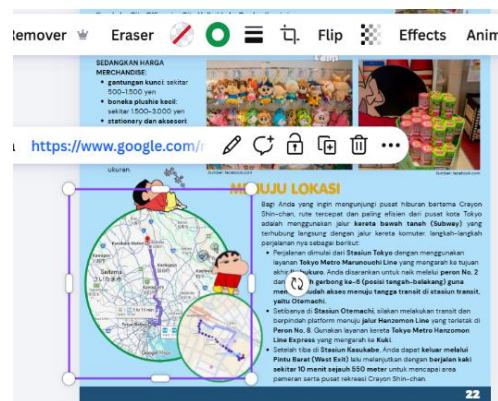


Gambar 17 Daftar Kuliner E-Guidebook

Selain itu, di bagian bawah pada akhir halaman kuliner juga dicantumkan tautan *website* resmi yang dapat dikunjungi pengguna untuk mengetahui lebih banyak rekomendasi kuliner khas Saitama lainnya.

4.3.9 Fitur *E-Guidebook*

Lalu fitur yang mendukung dan menjadikan *E-Guidebook* ini mempunyai kelebihan adalah fitur *Hyperlink* yang sengaja penulis cantumkan agar pembaca atau pengguna dapat mengetahui sumber gambar tersebut didapatkan, selain sumber gambar pembaca juga dapat menemukan informasi lebih detail baik dari situs resmi destinasi tersebut maupun situs pendukung seperti *JNTO*, *ANA*, *Japan Fun*, dan lainnya.



Gambar 18 Fitur *Hyperlink*

Penulis juga mencantumkan *hyperlink* pada gambar peta akses perjalanan yang terdapat pada setiap destinasi *hyperlink* tersebut langsung terhubung dengan akses perjalanan di *Google Maps*, fitur tersebut digunakan agar pengguna dapat dengan mudah menemukan akses perjalanan ke destinasi yang tertera pada *E-Guidebook* tersebut.



Gambar 19 Fitur Barcode

Tidak hanya fitur *Hyperlink* penulis juga menambahkan *barcode* pada setiap destinasi, *barcode* tersebut sudah tersambung dengan situs resmi dari setiap destinasi, jadi jikalau pengguna ingin mengetahui destinasi tersebut lebih banyak dan lebih mendalam fitur *barcode* sangat membantu pengguna untuk mengetahui informasi ter *update* dari destinasi tersebut, karena mungkin saja terdapat informasi terkait *event* atau pameran yang sedang diadakan.

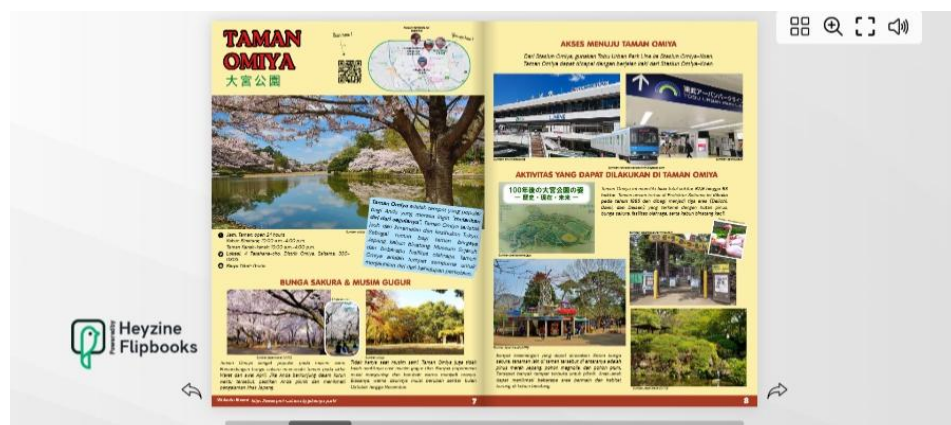
Terdapat juga fitur kamus ringkas yang memuat daftar atau kumpulan kosakata pariwisata yang dapat membantu pengguna untuk berbicara Bahasa Jepang saat melakukan perjalanan ke Jepang. Kumpulan kosakata ini sudah di urutkan berdasarkan alfabet dari A sampai Z dan daftar kosakata nya pun sudah di kelompokkan berdasarkan bidangnya.

1. TEMPAT & FASILITAS			
No	Romaji	Kanji / Kana	Arti
1	Bijutsukan	美術館	Museum Seni / Galeri
2	Bybin	病院	Rumah Sakit
3	Dóbutsuen	動物園	Kebun Binatang
4	Doraggu Sutora	ドラッグストア	Toko Obat / Kosmetik (Drugstore)
5	Eki	駅	Stasiun
6	Ginkō	銀行	Bank
7	Gomibako	ゴミ箱	Tempat Sampah *Cukup jarang ditemukan di jalanan Jepang, biasanya tersedia di dekat mesin penjual minuman otomatis
8	Hakubutsukan	博物館	Museum Sejarah / Sains
9	Hinan Basho	避難場所	Titik Kumpul / Area Evakuasi (penunjuk penting jika terjadi gempa bumi)
10	Hoteru	ホテル	Hotel
11	Hyakkaten / Depāto	百貨店 / デパート	Mall / Department Store

Gambar 20 Glosarium

4.3.10 Finalisasi Desain

Setelah keseluruhan konten dan desain *E-Guidebook* selesai dirancang, produk difinalisasi dan diunggah ke *platform Heyzine* untuk dikonversi menjadi *flipbook* digital interaktif. Tampilan produk dalam format *flipbook* digital dapat dilihat pada gambar dibawah ini. Gambar dibawah merupakan salah satu destinasi wisata yang telah difinalisasi menggunakan media *flipbook* digital, jika disimpulkan tampilan *guidebook* jadi lebih menyeluruh dan jauh lebih menarik.



Gambar 21 Final Produk

4.4 Develop (Pengembangan)

Pada tahap pengembangan (*develop*), produk yang telah dirancang pada tahap sebelumnya (*Design*) diuji kelayakannya melalui proses validasi ahli sebelum disebarluaskan kepada pengguna. Proses validasi merupakan tahapan yang krusial dalam pengembangan produk berbasis *Research and Development* (R&D), karena bertujuan untuk memastikan bahwa produk yang dikembangkan telah memenuhi standar kelayakan dari segi materi maupun desain sebelum sampai ke tangan pengguna akhir.

Validasi produk *E-Guidebook* ini dilakukan oleh Sriwahyu Istana Trahutami, S.S., M.Hum., selaku dosen pembimbing sekaligus ahli validasi yang memiliki kompetensi di bidang bahasa dan pariwisata. Proses validasi dilaksanakan tanggal 11 Juni 2026 di Semarang. Dalam proses ini, validator melakukan penelaahan, pemeriksaan, dan evaluasi secara menyeluruh terhadap produk *E-Guidebook*, mencakup judul, aspek isi, struktur, desain, kelengkapan informasi, ketepatan data, serta kesesuaian tujuan penyusunan *E-Guidebook* dengan kebutuhan pengguna.

SURAT PERNYATAAN VALIDASI DOSEN PEMBIMBING PRODUK TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Dosen : Sriwahyu Istana Trahutami, S.S. M.Hum
NIP : 197401032000122001
Program Studi : Bahasa Asing Terapan

Dengan ini menyatakan bahwa produk Tugas Akhir berupa Guidebook yang disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Ajeng Delfa Indriani Putri
NIM : 40620522650054
Program Studi : Bahasa Asing Terapan
Judul Guidebook : Panduan Wisata Saitama: Destinasi, Kuliner, dan Fasilitas Pariwisata (サイタマ観光ガイド: 観光地、グルメ、観光施設)

Setelah dilakukan penelaahan, pemeriksaan, dan evaluasi terhadap isi, struktur, desain, kelengkapan informasi, ketepatan data, serta kesesuaian tujuan penyusunan guidebook tersebut, maka produk Tugas Akhir dinyatakan sebagai berikut:

No	Kategori	Indikator	Skor
A. Penilaian Materi Guidebook			
1	Kemampuan Materi	a. Kemudahan materi dengan standar kompetensi b. Kebenaran isi materi	5 5
2	Kepelasan Materi	a. Kejelasan penyajian materi b. Kejelasan penulisan huruf materi dalam media c. Kejelasan penulisan sesuai dengan arti yang dimaksud	4 4 5

3	Keterbacaan	a. Kemudahan membaca materi b. Daya dukung media dalam proses pembelajaran c. Kemudahan tingkat kesulitan materi	5 5 4
B. Penilaian Desain Guidebook			
4	Kelayakan Desain	a. Penggunaan font pada desain b. Penggunaan warna desain c. Tata letak gambar dan penjelasan materi	4 5 5

Keterangan:
Skala 1: Sangat Kurang
Skala 2: Kurang
Skala 3: Cukup
Skala 4: Baik
Skala 5: Sangat Baik

Dieskikan surat pernyataan validasi ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Penyusun



Ajeng Delfa Indriani Putri

Disemarang, 11 Juni 2026

Dosen Pembimbing



Sriwahyu Istana Trahutami, S.S. M.Hum

Gambar 22 Hasil Penilaian Lembar Validasi

Instrumen yang digunakan dalam proses validasi adalah lembar penilaian validasi yang menggunakan Skala *Likert* dengan rentang skor 1 (Sangat Kurang) hingga 5 (Sangat Baik). Penilaian validasi mencakup dua aspek utama, yaitu Penilaian Materi *E-Guidebook* terdiri dari tiga komponen, yaitu ketetapan materi yang meliputi kesesuaian materi dengan standar kompetensi dan kebenaran isi materi, kejelasan materi yang meliputi kejelasan penyajian materi, kejelasan penulisan huruf materi dalam media, dan kejelasan penulisan sesuai dengan arti yang dimaksud, serta keterlaksanaan yang meliputi kemudahan dalam memahami materi, daya dukung media dalam proses pembelajaran, dan kesesuaian tingkat kesulitan materi.

Sementara itu, Penilaian Desain *Guidebook* mencakup komponen kelayakan desain yang meliputi penggunaan font pada desain, penggunaan warna desain, serta tata letak gambar dan penjelasan materi. Hasil dari penilaian validasi dosen pembimbing dapat dilihat pada gambar lembar validasi dan table hasil rata-rata dari penilaian berikut:

Table 4 Rata-rata Penilaian Validasi Ahli

No	Komponen	Indikator	Skor
A	Penilaian Materi Guidebook		
1	Ketetapan Materi	Kesesuaian materi dengan standar kompetensi	5
2	Kejelasan Materi	Kebenaran isi materi	5
		Kejelasan penyajian materi	4
		Kejelasan penulisan huruf materi dalam media	4
		Kejelasan penulisan sesuai dengan arti yang dimaksud	5
3	Keterlaksanaan	Kemudahan dalam memahami materi	5

		Daya dukung media dalam proses pembelajaran	5
		Kesesuaian tingkat kesulitan materi	4
	Rata-rata Materi		4,6
B	Penilaian Desain Guidebook		
1	Kelayakan Desain	Penggunaan font pada desain	4
		Penggunaan warna desain	5
		Tata letak gambar dan penjelasan materi	5
	Rata-rata Desain		4,7
	Rata-rata Keseluruhan		4,6

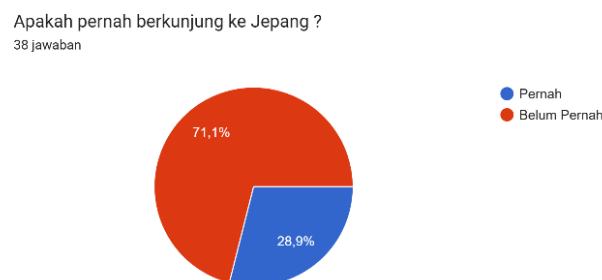
Berdasarkan table rekapitulasi di atas, aspek penilaian materi *E-Guidebook* memperoleh rata-rata skor sebesar 4,6 sementara aspek penilaian desain *E-Guidebook* memperoleh rata-rata skor sebesar 4,7. Secara keseluruhan, produk *E-Guidebook* memperoleh rata rata skor 4,6 yang berada pada kategori “*Sangat baik*” dalam skala penilaian *Likert* yang digunakan. Pencapaian kategori sangat baik pada kedua aspek penilaian tersebut menunjukkan bahwa produk *E-Guidebook* yang dikembangkan telah memenuhi standar kelayakan dari segi materi maupun desain.

Dengan hasil validasi tersebut, dosen pembimbing menyatakan bahwa produk *E-Guidebook* berjudul “*Panduan Wisata Saitama: Destinasi, Kuliner, dan Istilah Pariwisata*” telah layak untuk disebarluaskan kepada pengguna. Pernyataan kelayakan ini menjadi dasar bagi peneliti untuk melanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu tahap penyebarluaskan (*Disseminate*) kepada target pengguna yang telah ditetapkan.

4.5 Disseminate (Penyebaran)

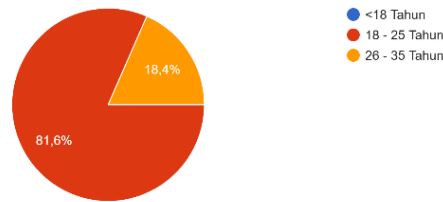
Pada tahap penyebarluasan (*Disseminate*), Penulis menggunakan Teknik pengambilan data kuantitatif berupa Angket atau Kuesioner yang disebarkan kepada pengguna untuk menguji kelayakan produk dan antusiasme pengguna dalam jangkauan publik. Dalam menyebarkan *E-Guidebook* penulis menggunakan *Heyzine* sebagai media utama distribusi produk dalam format *flipbook* digital, yang kemudian dibagikan kepada pengguna melalui aplikasi *WhatsApp*. Pada tahap ini penyebaran masih dilakukan dalam lingkup terbatas, yaitu lingkungan kampus dan kalangan orang terdekat, mengingat produk masih berpotensi memerlukan penyempurnaan lebih lanjut berdasarkan masukan dari pengguna.

Lalu untuk memperoleh *feedback* dari pengguna, penulis menyebarkan kuesioner penilaian melalui *Google Form* kepada 38 responden. Pemilihan responden ini sudah ditetapkan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* seperti yang penulis jelaskan pada Bab 3. Berdasarkan profil responden, sebanyak 31 orang berusia 18-25 tahun, 7 orang berusia 26-35 tahun, dan tidak terdapat responden yang berusia di bawah 18 tahun. Dari segi pengalaman berwisata ke Jepang. Sebanyak 27 responden belum pernah berkunjung ke Jepang dan 11 responden sudah pernah berkunjung.



Gambar 23 Diagram Kunjungan ke Jepang

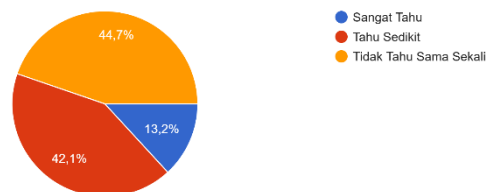
I. PROFIL RESPONDEN Usia
38 jawaban



Gambar 24 Hasil Diagram Usia

Sementara itu, dari segi tingkat pengenalan terhadap Prefektur Saitama sebelum membaca *E-Guidebook*, sebanyak 16 responden menyatakan tahu sedikit, 17 responden tidak tahu sama sekali, dan hanya 5 responden yang menyatakan sangat tahu. Data ini memperkuat relevansi dan urgensi pengembangan *E-Guidebook* Saitama bagi wisatawan Indonesia.

Bagaimana Anda menilai tingkat pemahaman Anda tentang prefektur Saitama sebelum membaca *E-Guidebook* ini ?
38 jawaban



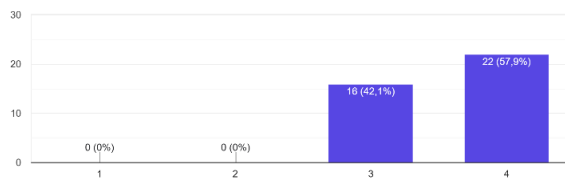
Gambar 25 Diagram Pemahaman tentang Saitama

Untuk kuesioner penilaian mencakup empat aspek utama, yaitu aspek desain visual, aspek isi dan materi, aspek fitur *E-Guidebook*, serta aspek efektivitas dan kemanfaatan *E-Guidebook*. Penilaian menggunakan skala *Likert* dengan rentang 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 4 (Sangat Setuju), Penilaian tersebut dibuat lebih sedikit opsi dan tidak ada nilai tengah agar menghindari kecenderungan pemilihan nilai “*netral*” oleh responden. Berikut pembahasan pada masing-masing aspek dari hasil penyebaran produk *E-Guidebook* menggunakan kuesioner melalui *Google Form*:

4.5.1 Aspek Desain & Visual (Tampilan Guidebook)

Aspek pertama adalah Desain dan Visual yang mencakup tiga indikator penilaian. Berdasarkan diagram hasil kuesioner, indikator pertama mengenai daya tarik tampilan *E-Guidebook* menunjukkan bahwa 57,9% (22) responden menyatakan “*Sangat Setuju*” dan 42,1% (16) menyatakan “*Setuju*”, sehingga memperoleh rata-rata skor 3,56. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden menilai tampilan *E-Guidebook* menarik, nyaman dilihat, dan sesuai dengan tema pariwisata Jepang.

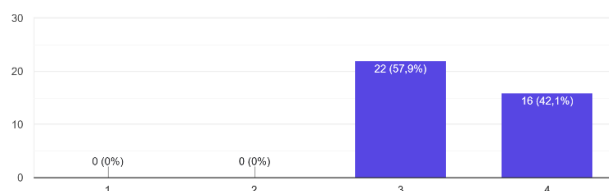
III. PENILAIAN PRODUK A. Aspek Desain & Visual (Tampilan Guidebook) Tampilan *E-Guidebook* menarik, nyaman dilihat, dan sesuai dengan tema pariwisata Jepang.
38 jawaban



Gambar 26 Diagram Visualisasi *E-Guidebook*

Indikator kedua mengenai tata letak, pemilihan *font*, dan warna menunjukkan bahwa 42,1% (16) responden menyatakan “*Sangat Setuju*”, 57,9% (22) menyatakan “*Setuju*”, dengan rata rata skor 3,44. Meskipun mayoritas responden menilai positif, namun jika dilihat dari grafik hasil kuesioner lebih banyak responden yang menyatakan “*Setuju*” hal ini bisa digambarkan bahwa tata letak (*layout*), pemilihan huruf (*font*), serta

Tata letak (*layout*), pemilihan huruf (*font*), dan pemilihan warna mudah untuk dibaca.
38 jawaban

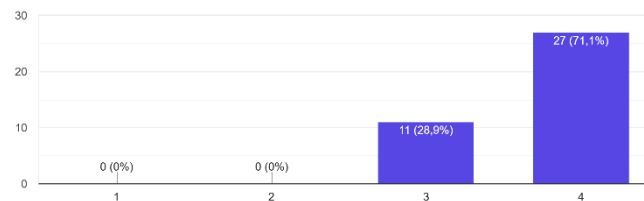


Gambar 27 Diagram Hasil *Layout*

pemilihan warna dapat dikembangkan lebih baik lagi sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Indikator ketiga mengenai kualitas foto dan ilustrasi destinasi menunjukkan bahwa 71,1% (27) responden menyatakan “*Sangat Setuju*” dan 28,9% (11) responden menyatakan “*Setuju*”, dengan rata-rata skor tertinggi pada aspek ini yaitu 3,69, menunjukkan bahwa pengguna sangat mengapresiasi kualitas visual yang disajikan. Hal tersebut dapat dilihat dari tingginya grafik pada opsi pernyataan “*Sangat Setuju*”.

Ilustrasi atau foto destinasi Saitama yang disajikan memiliki kualitas yang baik dan mendukung isi e-guidebook
38 jawaban

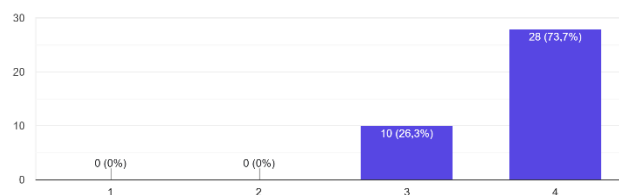


Gambar 28 Diagram Ilustrasi & foto

4.5.2 Aspek Isi & Materi (Informasi Destinasi)

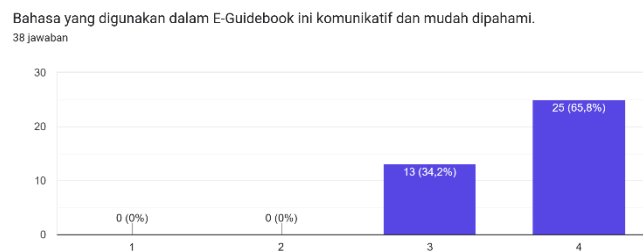
Aspek kedua adalah isi dan materi yang mencakup empat indikator penilaian. Indikator pertama yaitu hasil dari pertanyaan yang membahas kejelasan dari isi penyajian informasi destinasi wisata, hal ini menunjukkan bahwa 73,7% (28) responden menyatakan “*Sangat Setuju*” dan 26,3% (10) responden menyatakan “*Setuju*”, dengan rata-rata skor 3,72.

B. Aspek Isi & Materi (Informasi Destinasi) Informasi destinasi wisata di Saitama di sajikan dengan lengkap dan jelas.
38 jawaban



Gambar 29 Diagram Informasi Materi

Indikator kedua yaitu hasil dari pertanyaan yang membahas penggunaan bahasa yang komunikatif dan mudah dipahami menunjukkan bahwa 65,8% (25) responden menyatakan “*Sangat Setuju*” dan 34,2% (13) menyatakan “*Setuju*” dengan rata-rata skor 3,67.



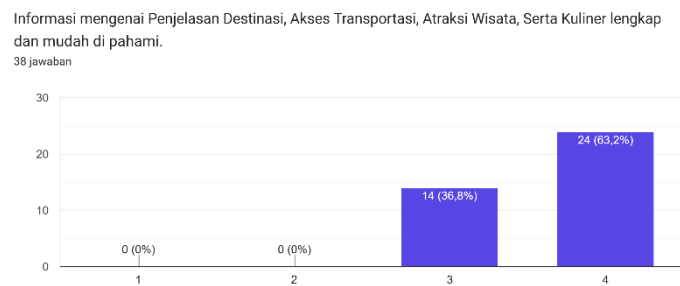
Gambar 30 Diagram Bahasa yang Digunakan

Lalu selanjutnya yaitu indikator ketiga yang menampilkan hasil dari pertanyaan mengenai peta yang disajikan dalam memberikan gambaran lokasi destinasi menunjukkan bahwa 71,1% (27) responden menyatakan “*Sangat Setuju*” dan 26,3% (10) menyatakan “*Setuju*”, lalu 2,6% (1) responden menyatakan “*Tidak Setuju*” dengan rata-rata skor 3,67. Pernyataan “*Tidak Setuju*” dari responden tersebut dapat menjadi acuan bagi penulis untuk tetap melakukan evaluasi dalam mengembangkan produk *E-Guidebook* ini.



Gambar 31 Diagram Peta yang Disajikan

Sementara itu, untuk Indikator keempat yaitu membahas dari pertanyaan kuesioner mengenai kelengkapan informasi mengenai penjelasan destinasi, akses transportasi, atraksi wisata, serta kuliner menunjukkan bahwa 63,2% (24) responden menyatakan “*Sangat Setuju*” dan 36,8% (14) menyatakan “*Setuju*”, dengan rata-rata skor 3,64.

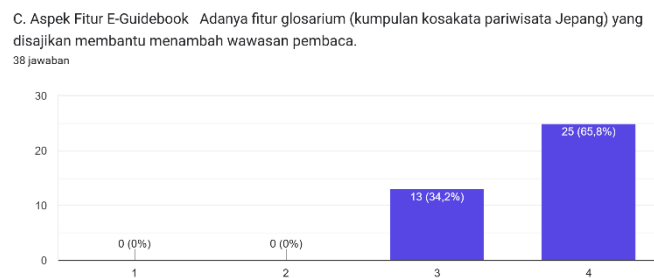


Gambar 32 Diagram Penjelasan Destinasi

Secara keseluruhan, aspek isi dan materi dinilai sudah lengkap dan informatif oleh para responden melalui kuesioner tersebut.

4.5.3 Aspek Fitur E-Guidebook

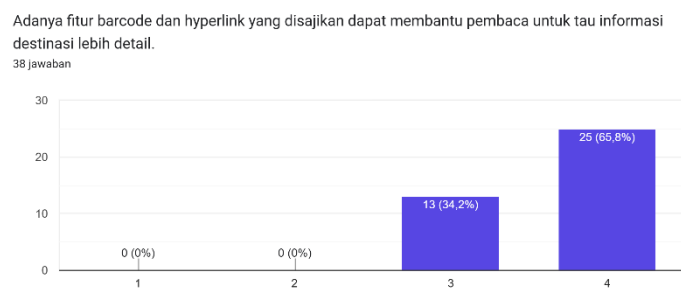
spek ketiga adalah Fitur-fitur pada *E-Guidebook* meliputi fitur *barcode*, *hyperlink*, dan glosarium yang mencakup tiga Indikator penilaian. Indikator pertama mengenai kebermanfaatan fitur glosarium dalam menambah wawasan pembaca menunjukkan bahwa 65,8% (25) responden menyatakan “*Sangat Setuju*” dan 34,2% (13) menyatakan “*Setuju*” dengan



Gambar 33 Diagram Fitur Glosarium

rata-rata skor 3,67 yang menjadikannya salah satu indikator dengan skor tertinggi dalam keseluruhan kuesioner.

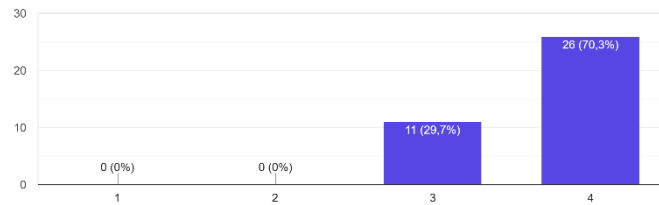
Indikator kedua mengenai terdapatnya fitur selain glosarium yaitu fitur *barcode* dan *hyperlink* untuk membantu pengguna mengetahui informasi destinasi lebih detail, menunjukkan bahwa 65,8% (25) responden menyatakan “*Sangat Setuju*” dan 34,2% (13) menyatakan “*Setuju*” dengan rata-rata skor 3,64.



Gambar 34 Diagram Keunggulan Glosarium

Indikator ketiga yaitu hasil dari pertanyaan yang membahas mengenai keunggulan dari ketiga fitur tersebut melainkan fitur *barcode*, *hyperlink*, glosarium, yang menunjukkan bahwa dari 37 responden yang menjawab pertanyaan ini, namun terdapat 1 responden yang melewatkan pertanyaan dan tidak menjawab pertanyaan ini, sehingga total jawaban 37 dari 38 responden. Dari diagram tersebut terdapat 70,3% (26) responden menyatakan “*Sangat Setuju*” dan 29,7% (11) menyatakan “*Setuju*” dengan rata-rata skor 3,69. Fitur-fitur tersebut menjadi pendukung yang menunjukkan bahwa *E-Guidebook* ini memang dirancang sebagai media digital yang layak serta memudahkan pengguna untuk mencari tau informasi baik mengenai destinasi maupun penggunaan bahasa saat pengguna berkunjung ke Prefektur Saitama.

Adanya ketiga fitur tersebut dapat memberikan nilai tambah E-Guidebook.
37 jawaban

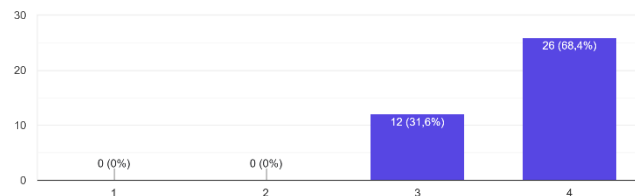


Gambar 35 Tiga fitur E-Guidebook

4.5.4 Aspek Efektivitas & Kemanfaatan Guidebook sebagai media.

Aspek keempat adalah Efektivitas dan Kemanfaatan *E-Guidebook* sebagai media yang mencakup tiga indikator penilaian. Indikator pertama mengenai kemampuan *E-Guidebook* dalam mengenalkan sisi menarik dan keunikan Prefektur Saitama yang belum banyak diketahui menunjukkan bahwa 68,4% (26) responden menyatakan “*Sangat Setuju*” dan 31,6% (12) menyatakan “*Setuju*”, dengan rata-rata skor 3,67.

D. Aspek Efektivitas & Kemanfaatan Guidebook sebagai media. E-Guidebook ini berhasil mengenalkan sisi menarik atau keunikan dari Prefektur Saitama yang belum banyak diketahui.
38 jawaban



Gambar 36 Diagram Efektivitas E-Guidebook

Indikator kedua mengenai minat pengguna untuk mengunjungi destinasi yang disajikan setelah membaca E-Guidebook menunjukkan bahwa 65,8% (25) responden menyatakan “*Sangat Setuju*” dan 31,6% menyatakan “*Setuju*”, lalu terdapat 2,6% (1) responden yang menyatakan “*Tidak Setuju*” dengan ini rata-rata skor 3,64. Walaupun terdapat responden yang menjawab “*Tidak Setuju*” namun mayoritas dari responden

menyatakan “*Sangat Setuju dan Setuju*” hal ini dapat disimpulkan bahwa *E-Guidebook* ini tetap berhasil membangkitkan ketertarikan wisatawan terhadap Prefektur Saitama.



Gambar 37 Diagram Ketertarikan Responden

Indikator ketiga mengenai efektivitas *E-Guidebook* secara keseluruhan sebagai media informasi panduan wisata di Prefektur Saitama menunjukkan bahwa 65,8% (25) responden menyatakan “*Sangat Setuju*”, 31,6% (12) menyatakan “*Setuju*”, dan 2,6% (1) responden menyatakan “*Tidak Setuju*”, dengan rata-rata skor 3,61. Sama hal nya dengan ketertarikan responden terhadap Prefektur Saitama pada Indikator kedua, walaupun terdapat responden yang menyatakan “*Tidak Setuju*” namun mayoritas responden menyatakan “*Sangat Setuju*” dapat dilihat dari grafik pada gambar yang menunjukkan selisih antara pernyataan “*Sangat Setuju*” dan “*Tidak Setuju*” sangat jauh perbandingan nya.



Gambar 38 Diagram Keseluruhan E-Guidebook

Dari penilaian yang diberikan oleh 38 responden, skor rata-rata keseluruhan mencapai 3,64. Hal ini dapat di simpulkan dari tabel rentang skor tersebut bahwa skor rata-rata keseluruhan dari kuesioner responden memiliki kategori yang “*Sangat Baik*” dalam skala likert yang digunakan.

Hasil ini menunjukkan bahwa produk *E-Guidebook* berjudul “*Panduan Wisata Saitama: Destinasi, Kuliner, dan Istilah Pariwisata*” telah berhasil memenuhi kebutuhan informasi wisatawan Indonesia mengenai destinasi wisata di Prefektur Saitama dan dinilai layak sebagai media panduan wisata yang informatif, menarik, dan bermanfaat.

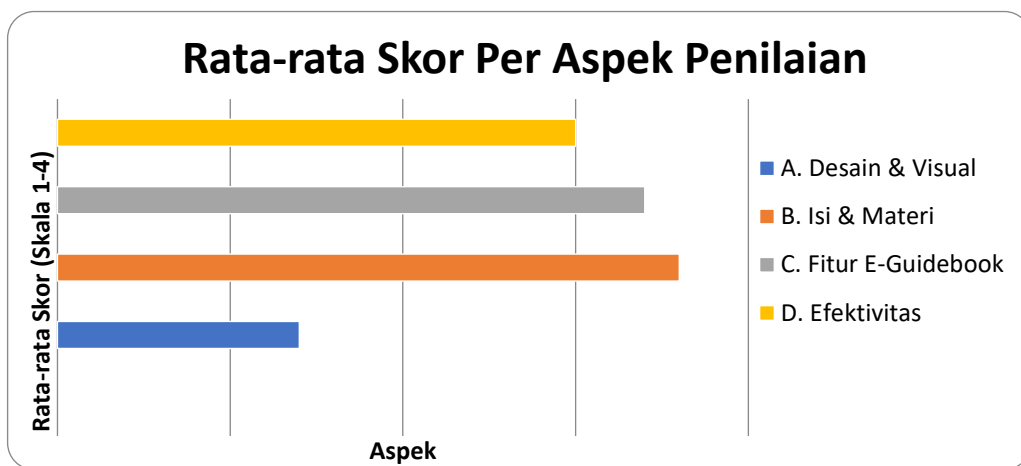
Table 5 Rata-Rata Skor Per Aspek Penilaian

n = 38 Responden | Skala Likert 1–4 | Kategori Sangat Baik: 3,26–4,00

Aspek	Nomor Pernyataan	Skala				Total Skor (Σx)	Rata-rata ($\bar{x} = \Sigma x/38$)	Rata-rata Per Aspek
		1	2	3	4			
A. Desain & Visual	1			16	22	136	3,58	3,57
	2			22	16	130	3,42	
	3			11	27	141	3,71	
B. Isi & Materi	4			10	28	142	3,74	3,68
	5			13	25	139	3,66	
	6		1	10	27	140	3,68	
	7			14	24	138	3,63	
C. Fitur E-Guidebook	8			13	25	139	3,66	3,67
	9			13	25	139	3,66	
	10			11	26	137	3,70	
D. Efektivitas	11			12	26	140	3,68	3,65
	12		1	12	25	138	3,63	
	13		1	12	25	138	3,63	

Aspek	Nomor Pernyataan	Skala				Total Skor (Σx)	Rata-rata (x̄ = Σx/38)	Rata-rata Per Aspek
		1	2	3	4			
Rata-rata Keseluruhan (x̄ total = (x̄A + x̄B + x̄C + x̄D) / 4)								3,64

Keterangan: 1 = Sangat Tidak Setuju | 2 = Tidak Setuju | 3 = Setuju | 4 = Sangat Setuju



Gambar 39 Grafik Rata-Rata Skor Kuesioner

4.5.5 Saran dan Masukan Responden

Selain penilaian kuesioner dengan skala likert, responden juga memberikan saran dan masukan secara paragraf mendalam melalui kolom terbuka pada kuesioner. Secara umum, sebagian besar responden memberikan respons yang positif terhadap produk *E-Guidebook* ini. Beberapa responden menyatakan *"Editan penulisannya, tata letaknya bagus sekali dan indah, saya suka tidak membuat bosan ketika membacanya. Ada hyperlinknya juga ke maps dan yg lain"* hal ini menunjukkan bahwa informasi yang disajikan sudah lengkap dan jelas, tampilan menarik, serta konten *E-Guidebook* sangat membantu dalam mengenal destinasi wisata di Prefektur Saitama.

Namun demikian, terdapat beberapa saran membangun yang perlu diperhatikan oleh penulis untuk pengembangan produk ke depannya. Pertama, beberapa responden menyarankan agar penjelasan pada beberapa

halaman tertentu dipersingkat karena dinilai terlalu padat dan terlalu banyak teks dalam satu halaman. Kedua, beberapa responden menyarankan agar ukuran tulisan pada halaman tertentu diperbesar agar lebih mudah dibaca. Ketiga, beberapa responden menyarankan agar ditambahkan trivia atau fakta unik singkat di setiap destinasi yang dibahas. Keempat, salah satu responden menyarankan agar dilakukan sosialisasi *E-Guidebook* ini kepada masyarakat yang lebih luas.

Saran-saran tersebut menjadi bahan evaluasi yang telah dipertimbangkan oleh penulis. Berkaitan dengan saran mengenai kepadatan teks, penulis telah melakukan revisi dengan mengurangi sebagian teks pada beberapa halaman tertentu agar tidak terlalu padat dan mudah dibaca. Namun, demikian, mengingat produk ini merupakan *E-Guidebook* akademik yang dikembangkan sebagai bagian dari tugas akhir, oleh karena itu kedalaman dan kelengkapan penjelasan pada setiap halaman destinasi tetap dipertahankan. Namun, peneliti menyadari bahwa produk ini masih jauh dari kata sempurna dan terbuka untuk dapat dikembangkan lebih lanjut di masa mendatang.

4.6 Finalisasi Produk

Setelah melalui banyak proses yang dimulai dari analisis latar belakang produk, perancangan produk, mengajukan finalisasi produk kepada ahli validasi, penyebaran produk kepada responden, mendapatkan respons positif dan masukan dari responden, melakukan sedikit revisi, hingga pada tahap berikutnya yaitu mendaftarkan hak cipta produk. Namun, berdasarkan respons positif yang diperoleh dari para responden, penulis semakin yakin bahwa produk ini tetap memiliki nilai dan manfaat bagi wisatawan Indonesia. Oleh karena itu, sebagai bentuk perlindungan atas karya intelektual yang telah dikembangkan, penulis mendaftarkan produk *E-Guidebook "Panduan Wisata Saitama: Destinasi, Kuliner, dan Istilah Pariwisata"* untuk memperoleh Hak Kekayaan Intelektual (HKI) berupa hak cipta. Pendaftaran ini dilakukan untuk memastikan bahwa produk yang telah

dikembangkan merupakan karya orisinal yang terlindungi secara hukum. Sertifikat hak cipta yang diperoleh dapat dilihat pada gambar berikut:

4.7 Pembahasan

Dari hasil yang telah dirincikan pada setiap tahapnya, hal tersebut telah menjawab semua rumusan masalah yang mendasarin perancangan produk *E-Guidebook* ini. Rumusan masalah pertama mengenai proses pembuatan *E-guidebook* yang informatif dan menarik telah dijawab melalui tahap *Define* pada model 4D (Thiagarajan, 1974), di mana penulis mengidentifikasi belum adanya media informasi berbahasa Indonesia yang khusus membahas pariwisata Prefektur Saitama di tengah *overtourism* di kawasan *Golden Route* Jepang, berdasarkan studi dokumentasi dan kunjungan langsung ke sejumlah destinasi.

Pada tahap *Design*, produk dirancang menggunakan *Canva Premium* berupa *flipbook* digital 86 halaman dengan 26 destinasi, 6 kuliner, dan kumpulan kosakata bahasa Jepang, serta fitur hyperlink dan barcode. Tahap *Develop* menghasilkan skor validasi ahli 4,6 (Sangat Baik), dan tahap *Disseminate* melalui *Heyzine* menghasilkan rata-rata skor kuesioner 38 responden sebesar 3,64 (Sangat Baik).

Rumusan masalah kedua mengenai penyajian informasi praktis dijawab melalui konten setiap halaman destinasi yang mencakup deskripsi, atraksi, transportasi, jam operasional, harga tiket, tips, peta ber-hyperlink ke *Google Maps*, serta kuliner lengkap dengan harga Yen dan Rupiah dan glosarium bahasa Jepang; hal ini terbukti dari aspek isi dan materi yang memperoleh skor kuesioner tertinggi, yaitu 3,68.

Pemilihan destinasi dilandasi teori 4A (Alfitriani, 2021): *Attraction* melalui 26 destinasi empat kategori wisata; *Accessibility* melalui informasi transportasi dan hyperlink peta; *Amenities* melalui info kuliner dan restoran; serta *Ancillary* melalui barcode ke situs resmi dan kumpulan kosakata sebagai layanan pendukung komunikasi wisatawan.

Penelitian ini sejalan dengan Distria et al. (2021) yang membuktikan *e-guidebook* berbasis 4A efektif sebagai media informasi wisata, dan Efendi & Carecca (2025) yang membuktikan *e-guidebook* dwibahasa visual meningkatkan kemandirian wisatawan; kebaruan penelitian ini adalah konteks wisata lintas negara dan glosarium bahasa Jepang praktis yang tidak ditemukan pada keduanya.

Hasil kuesioner menunjukkan penilaian positif pada seluruh aspek: *Desain & Visual* (3,56) — kualitas foto tertinggi (3,69); *Isi & Materi* (3,68) — kejelasan informasi tertinggi (3,72); *Fitur barcode, hyperlink, glosarium* (3,67) — keunggulan fitur 3,69; dan *Efektivitas & Kemanfaatan* (3,64) — pengenalan keunikan Saitama 3,67, dengan rata-rata keseluruhan 3,64 berkategori "*Sangat Baik*".

Kelebihan produk meliputi konten 26 destinasi empat kategori, kumpulan kosakata bahasa Jepang yang unik, fitur *hyperlink* dan *barcode* interaktif, serta foto dokumentasi autentik. Kekurangannya antara lain kepadatan teks, cakupan destinasi yang belum menyeluruh, ketergantungan pada perangkat digital dan internet (Dewi, 2022; Tampubolon et al., 2025), serta distribusi yang terbatas. Meskipun demikian, skor validasi 4,6 dan kuesioner 3,64 yang keduanya "*Sangat Baik*" membuktikan *e-guidebook* ini berhasil dikembangkan sebagai media informasi wisata yang layak, informatif, dan bermanfaat bagi wisatawan Indonesia.