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.