

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil**

##### **4.1.1 Penelitian dan Pengumpulan Informasi (*Research and Information Collecting*)**

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis yakni sebuah produk dalam bentuk booklet digital yang membahas salah satu daerah di Prefektur Fukushima, Jepang. Ashinomaki Onsen merupakan daerah kecil yang di kelilingi bukit-bukit dengan Sungai Aga yang mengalir. Pada tahap ini, penulis mengumpulkan informasi dari beberapa metode, yaitu observasi, kuesioner, serta studi literatur. Informasi tersebut digunakan sebagai dasar dalam mengidentifikasi kebutuhan, menyusun rancangan desain guna mendukung keberhasilan pengembangan produk. Selain itu, informasi ini juga berperan dalam menentukan arah perancangan agar sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan serta kebutuhan target audiens, sehingga produk yang dihasilkan dapat lebih efektif dan tepat sasaran.

##### **1. Observasi**

Pada saat masa PKL berlangsung, penulis melakukan observasi seluruh daerah Ashinomaki Onsen secara langsung. Tujuan dilakukannya observasi ini adalah untuk mengidentifikasi serta mencatat elemen-elemen visual yang menonjol, sekaligus memahami karakter dan suasana khas dari Ashinomaki Onsen. Proses pengumpulan data tidak hanya dilakukan melalui pencatatan secara tertulis, tetapi juga melalui dokumentasi visual dengan memotret berbagai spot menarik yang terdapat di kawasan tersebut.

Foto yang dihasilkan kemudian digunakan sebagai bahan utama dalam penyusunan narasi visual pada *e-booklet*. Selain berfungsi sebagai pelengkap informasi, visual tersebut berperan penting dalam merepresentasikan kondisi nyata destinasi, sehingga mampu membantu pembaca dalam memahami suasana serta pengalaman wisata yang ditawarkan secara lebih jelas dan komunikatif.

## **2. Kuesioner**

Pengumpulan data dalam penelitian ini juga dilakukan melalui metode kuesioner yang disebarakan kepada responden yang sesuai dengan target audiens. Kuesioner digunakan untuk mengetahui persepsi responden terhadap *e-booklet* yang telah dirancang, khususnya dalam aspek penyampaian informasi melalui pendekatan narasi visual berbasis fotografi.

Melalui kuesioner ini, penulis dapat memperoleh data mengenai sejauh mana foto sebagai elemen utama dalam *e-booklet* mampu menyampaikan informasi secara jelas dan membantu responden dalam memahami gambaran destinasi Ashinomaki Onsen. Hasil dari kuesioner tersebut kemudian dianalisis untuk mengetahui tingkat keberhasilan perancangan serta menjadi dasar dalam melakukan evaluasi dan penyempurnaan produk *e-booklet* agar lebih sesuai dengan kebutuhan audiens.

## **3. Studi Literatur**

Selanjutnya, untuk mendukung kedua metode di atas, penulis mengumpulkan data dan informasi melalui situs <https://aizu-ashinomaki.jp/en/>. Situs tersebut dipilih karena

menyediakan penjelasan yang terstruktur mulai dari rute perjalanan dan aktivitas wisata. Hal ini sesuai dengan kebutuhan pembuatan *e-booklet* yang menggunakan pendekatan narasi visual berbasis fotografi. Selain itu, situs ini juga merupakan situs yang dikelola oleh pihak resmi kawasan Ashinomaki Onsen, sehingga informasi yang disajikan bersifat valid juga dapat dipercaya.

#### 4.1.2 Perencanaan (*Planning*)

Setelah mengumpulkan informasi yang didapat dari ketiga metode pengumpulan data diatas, yakni observasi, kuesioner, serta studi literatur. Penulis merancang isi dalam *e-booklet* dalam beberapa tahapan, yaitu:

##### 1) Menentukan Tema

Produk *e-booklet* dengan judul “*Hidden Gem of Fukushima: Discover Ashinomaki Onsen*” mengangkat tema pariwisata dengan pendekatan narasi visual. Tema ini dipilih untuk menonjolkan Ashinomaki Onsen sebagai destinasi wisata yang belum banyak dikenal, namun memiliki daya tarik berupa keindahan alam, suasana yang tenang, serta budaya tradisional Jepang yang masih terjaga. Selain itu, penggunaan kata “*Hidden Gem*” bertujuan untuk menekankan bahwa destinasi ini merupakan lokasi yang memiliki potensi wisata yang menarik namun belum banyak diketahui oleh wisatawan luas, sehingga memberikan nilai keunikan tersendiri dalam penyampaian konten.

##### 2) Menentukan Desain Produk

Dalam tahapan menentukan desain, penulis melakukan analisis terhadap konsep visual yang akan digunakan dalam perancangan *e-booklet*. Penentuan desain produk difokuskan pada penggunaan

pendekatan narasi visual berbasis fotografi, di mana foto dijadikan sebagai elemen utama dalam penyampaian informasi. Selanjutnya, penulis mempertimbangkan aspek tata letak (*layout*) yang sederhana dan terstruktur, sehingga mampu mendukung alur penyampaian informasi secara runtut. Desain dibuat dengan meminimalkan penggunaan elemen yang berlebihan agar tidak mengganggu fokus utama pada foto. Selain itu, pemilihan tipografi dan warna juga disesuaikan dengan konsep yang telah ditentukan, yaitu menampilkan kesan tradisional, tenang, dan alami yang sesuai dengan karakter Ashinomaki Onsen.

### 3) Menentukan Platform Desain

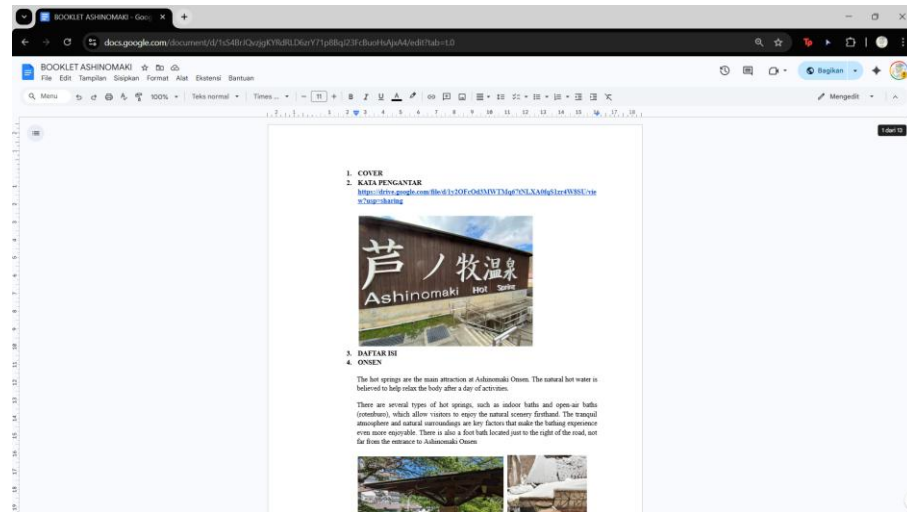
Untuk platform desain *e-booklet* ini, penulis memilih menggunakan Heyzine Flipbook. Hal ini dikarenakan, Platform Heyzine Flipbook dipilih sebagai media penyajian *e-booklet* karena mampu mengubah dokumen digital menjadi tampilan interaktif menyerupai buku fisik. Fitur *flip effect* yang disediakan memberikan pengalaman membaca yang lebih menarik dibandingkan file PDF statis, sehingga dapat meningkatkan keterlibatan pembaca dalam memahami isi konten. Selain itu, Heyzine Flipbook memiliki akses yang mudah melalui berbagai perangkat, baik desktop maupun mobile, tanpa memerlukan instalasi aplikasi tambahan. Hal ini memudahkan distribusi *e-booklet* kepada target audiens, khususnya wisatawan internasional, karena cukup diakses melalui tautan yang dapat dibagikan secara daring.

## 4.1.3 Draf Produk Awal (Develop Preliminary of Product)

### a. Materi

Selama proses penyusunan berlangsung, penulis mencari

informasi mengenai Ashinomaki Onsen melalui beberapa tahapan, yakni observasi, kuesioner, dan juga studi literatur. Selanjutnya dari ketiga tahapan tersebut, kemudian di rangkum kembali menjadi satu di Google Docs.



Gambar 4. 1 Penyusunan Materi Dengan Google Docs

Penyusunan materi menggunakan Google Docs ini memudahkan penulis dalam memastikan kesesuaian urutan sebelum dimasukkan kepada desain buku. Sebelum materi diubah kedalam bahasa Inggris, penulis memakai bahasa Indonesia terlebih dahulu. Setelah itu menggunakan situs DeepL untuk menerjemahkannya kedalam bahasa Inggris agar bahasa yang digunakan sesuai dengan struktur kaidah penulisan bahasa Inggris. Berikut adalah judul dan sub judul yang terdapat pada Google Docs:

- a) Cover dengan latar belakang Ashinomaki Onsen
- b) Kata Pengantar
- c) Daftar Isi
- d) Pengertian dari *Onsen*

- e) Sejarah Singkat Ashinomaki Onsen
- f) Peta sederhana Ashinomaki Onsen
- g) Transportasi dari Tokyo sampai Ashinomaki Onsen
- h) *Arrival* (Kedatangan)
- i) Tata Cara memakai Onsen di Jepang
- j) Penjelasan singkat mengenai “*Ryokan*”
- k) Rekomendasi penginapan sekitar Ashinomaki Onsen
- l) Penjelasan singkat mengenai “*Kaiseki*”
- m) Makanan dan restoran terdekat dengan Ashinomaki Onsen
- n) Rekomendasi aktivitas di Ashinomaki Onsen
- o) Penutup atau Rangkuman

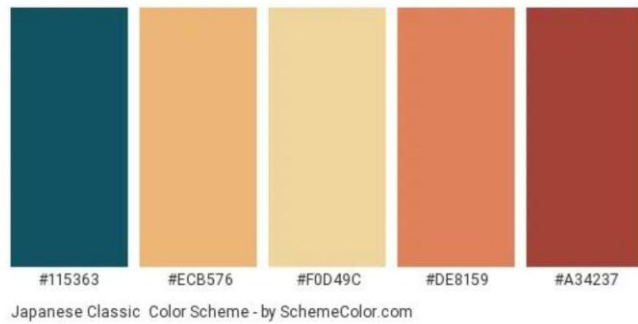
*E-booklet* ini dirancang untuk mempromosikan daerah Ashinomaki Onsen kepada khalayak luas, khususnya wisatawan internasional, serta berfungsi sebagai panduan praktis ketika berada di Prefektur Fukushima. Penyusunan *e-booklet* ini mengintegrasikan informasi mengenai destinasi, aktivitas wisata, akomodasi, serta pengalaman budaya yang dapat dinikmati oleh pengunjung.

Selain itu, *e-booklet* ini juga menggunakan pendekatan narasi visual berbasis fotografi untuk menyajikan informasi secara lebih menarik dan komunikatif, sehingga memudahkan pembaca dalam memahami gambaran destinasi secara menyeluruh. Dengan adanya *e-booklet* ini, wisatawan tidak hanya memperoleh informasi yang jelas, tetapi juga dapat membayangkan pengalaman yang akan didapatkan, sehingga meningkatkan minat untuk mengunjungi Ashinomaki Onsen.

Berdasarkan pengamatan selama masa Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Hotel Marumine Kankou, penulis menemukan bahwa sebagian besar booklet yang tersedia pada hotel, stasiun, maupun terminal masih didominasi oleh penggunaan bahasa Jepang. Hal ini berpotensi menjadi kendala bagi wisatawan asing dalam memahami informasi yang disajikan. Oleh karena itu, penulis memilih Bahasa Inggris sebagai bahasa utama dari buku ini. Pemilihan bahasa Inggris didasarkan pada perannya sebagai bahasa internasional yang umum digunakan oleh wisatawan dari berbagai negara, sehingga informasi yang disampaikan dapat lebih mudah dipahami oleh khalayak yang lebih luas. Selain itu, penggunaan bahasa Inggris juga bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas informasi serta mendukung upaya promosi Ashinomaki Onsen kepada wisatawan internasional.

#### **b. Desain**

Tahapan pertama dalam perancangan desain *e-booklet* Ashinomaki Onsen, penulis memilih palet warna dengan konsep *Japanese Classic Color Scheme* yang didominasi oleh warna alami seperti hijau tua, coklat, krem, oranye, dan merah bata. Warna-warna tersebut dipilih karena mampu merepresentasikan nuansa tradisional Jepang yang berkaitan dengan karakter Ashinomaki Onsen.



Gambar 4. 2 Palet Warna *E-Booklet* Ashinomaki Onsen



Gambar 4. 3 Desain Awal Produk

Dalam menyusun bagian ‘*How to Use an Onsen as Traditional Japan*’, penulis menggunakan bantuan *ChatGPT* untuk membuat ilustrasi. Proses pembuatan ilustrasi dilakukan dengan memasukkan *prompt* berupa “*Create an illustration showing the step-by-step process of using an onsen in Japan*”. Setelah ilustrasi berhasil dibuat, penulis kemudian menyunting kembali hasil ilustrasi tersebut agar tampilan visual terlihat lebih rapi, menarik, dan sesuai dengan desain *e-booklet* secara keseluruhan.

Tahapan selanjutnya yakni pemilihan tipografi yang sesuai dengan konsep desain yang telah ditentukan. Penulis

menggunakan tiga jenis *font* dengan fungsi yang berbeda pada setiap elemen teks. *Font* pertama, ‘*Hakubo Free Trial*’ digunakan untuk judul pada setiap halaman karena memiliki karakter yang tegas dan menonjol, sehingga mampu menarik perhatian pembaca serta memperjelas hierarki informasi. *Font* kedua, ‘*Darumadrop*’ digunakan untuk subjudul. Pemilihan *font* ini didasarkan pada karakter tulisan tangan yang memberikan kesan lebih santai dan personal, namun tetap memiliki tingkat keterbacaan yang baik. Sementara itu, ‘*Montserrat*’ digunakan untuk isi konten karena memiliki bentuk huruf yang lebih sederhana, modern, dan mudah dibaca dalam ukuran paragraf yang lebih panjang, sehingga mendukung kenyamanan pembaca. Selanjutnya untuk beberapa penggunaan kata bahasa Jepang, penulis memakai *font* ‘コミックミステリ’, pemilihan *font* ini dipilih karena memiliki karakter yang unik dan mudah dibaca. Penggunaan kombinasi keempat *font* ini bertujuan untuk menciptakan keseimbangan visual serta memperjelas struktur informasi dalam isi *e-booklet*.

**Fukushima Prefecture**  
**Ashinomaki Onsen**  
AIZU WAKAMATSU

ようこそ!

Gambar 4. 4 Pemilihan *Font*

Selain penggunaan palet warna dan pemilihan tipografi, penulis memilih dan menyesuaikan foto yang layak digunakan pada setiap halaman *e-booklet*. Untuk memudahkan proses pemilihan foto, penulis mengunggah seluruh dokumentasi yang dimiliki ke dalam satu folder pada akun Google Drive. Selanjutnya, foto-foto tersebut dipilih dan dimasukkan ke dalam desain *e-booklet* sesuai dengan kebutuhan isi dan tampilan pada setiap halaman. Penulis juga menerapkan pengolahan visual pada setiap foto yang ditampilkan dalam *e-booklet* Ashinomaki Onsen. Penggunaan filter ‘*Sangria*’ bertujuan untuk menyelaraskan *tone* warna agar sesuai dengan palet yang telah ditentukan, sehingga menghasilkan tampilan visual yang konsisten dan harmonis di setiap halaman.

Selain itu, penulis juga memanfaatkan teknologi *QR Code* sebagai fitur pendukung dalam *e-booklet*. *QR Code* ini digunakan untuk memudahkan pembaca dalam mengakses lokasi Ashinomaki Onsen secara langsung melalui Google Maps. Dengan adanya fitur ini, pembaca tidak hanya memperoleh informasi secara visual, tetapi juga mendapatkan kemudahan dalam menemukan lokasi destinasi secara praktis dan efisien.



Gambar 4. 5 Pembuatan *QR Code*

#### 4.1.4 Uji Coba Lapangan Awal (*Preliminary Field Testing*)

Produk *e-booklet* yang telah selesai dirancang selanjutnya memasuki tahap uji coba melalui proses validasi oleh ahli di bidang terkait. Tahap ini bertujuan untuk menilai kelayakan produk serta memastikan bahwa *e-booklet* yang dikembangkan telah memenuhi standar yang diperlukan, baik dari segi isi maupun desain. Uji validasi dilakukan dengan menilai dua aspek utama, yaitu aspek materi dan aspek desain. Aspek materi mencakup ketepatan, kejelasan, serta kelengkapan informasi yang disampaikan, sedangkan aspek desain meliputi tampilan visual, keterbacaan, serta kesesuaian dengan konsep yang digunakan dalam *e-booklet*.

Proses validasi dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada para ahli yang telah dipilih. Dalam penelitian ini, penulis memilih Althaf Gauhar Auliawan, S.Hum., M.Si. selaku dosen pembimbing tugas akhir sebagai validator pertama, serta wakil manajer dari Marumine Kanko Hotel yaitu Onodzuka-san sebagai validator kedua yang memiliki pemahaman terhadap konteks budaya Jepang dan mengetahui keadaan Ashinomaki Onsen. Pemberian kuesioner ini disertai dengan lembar pernyataan validasi ahli yang digunakan untuk menilai tingkat kelayakan produk.

Melalui tahap validasi ini, penulis memperoleh masukan dan evaluasi yang konstruktif untuk menyempurnakan *e-booklet* mengenai Ashinomaki Onsen, sehingga produk yang dihasilkan dapat lebih optimal, informatif, serta sesuai dengan kebutuhan target audiens. Berdasarkan hasil validasi dari aspek materi dan desain dengan Bapak Althaf Gauhar Auliawan, S.Hum., M.Si. sebagai validator pertama, *e-booklet* tersebut dinilai layak sebagai wadah untuk memperkenalkan Ashinomaki Onsen kepada wisatawan internasional. Namun, disamping itu, penulis menerima beberapa saran revisi pada bagian tertentu, yakni menambahkan ilustrasi pada bagian tata cara menggunakan onsen, menambah beberapa halaman, dan meringkas teks agar informasi lebih dipahami oleh pembaca.

**Form Validasi Produk**

Validator : *Althaf Gauhar Auliawan, S.Hum., M.Si.*  
Tanggal: *25 April 2026.*

**Validasi Materi**

Silahkan centang salah satu jawaban yang tersedia.

- Apakah materi ini dapat memberikan informasi yang lengkap tentang pengenalan wisata di Ashinomaki Onsen?  
 Tidak Sesuai    Cukup Sesuai    Sesuai    Sangat Sesuai
- Apakah informasi dalam buket ini mudah dipahami?  
 Tidak Sesuai    Cukup Sesuai    Sesuai    Sangat Sesuai
- Apakah bahasa yang digunakan dalam buket ini mudah dipahami?  
 Tidak Sesuai    Cukup Sesuai    Sesuai    Sangat Sesuai
- Apakah tautan *Flipbook* yang disediakan dapat diakses secara optimal?  
 Tidak Sesuai    Cukup Sesuai    Sesuai    Sangat Sesuai
- Apakah kode QR pada bagian maps dapat diakses?  
 Tidak Sesuai    Cukup Sesuai    Sesuai    Sangat Sesuai
- Apakah ada informasi tambahan yang perlu ditambahkan ke buket ini? Jika iya, harap jelaskan.  
*tidak ada.*
- Saran  
*Konten perlu ditambahkan lagi supaya komprehensif dan halaman semakin menarik*

Semarang, 25 April 2026  
*[Signature]*  
Althaf Gauhar Auliawan, S.Hum., M.Si.  
Validator

**製品評価用紙 (バリデーションフォーム)**

評価者: 小野塚   テキスト  
日付: 2026.5.13

**内容評価 (マテリアル)**

該当する項目にチェックをしてください。

- 本資料は、芦ノ牧温泉の観光紹介について十分な情報を提供していますか。  
 不適切    やや適切    適切    非常に適切
- 本ブックレットの情報は理解しやすいですか。  
 不適切    やや適切    適切    非常に適切
- 本ブックレットで使用されている言語は分かりやすいですか。  
 不適切    やや適切    適切    非常に適切
- 提供されているフリップブックのリンクは問題なくアクセスできますか。  
 不適切    やや適切    適切    非常に適切
- マップ部分の QR コードは正常にアクセスできますか。  
 不適切    やや適切    適切    非常に適切
- 本ブックレットに追加すべき情報はありますが、ある場合はご記入ください。
- ご意見・ご提案

スマラン, 2026 年 4 月 25 日  
  
( 小野塚 )  
評価者

Gambar 4. 6 Hasil Penilaian Form Validasi Materi

Selain melakukan validasi bersama dosen pembimbing, penulis juga meminta bantuan kepada wakil manajer Marumine Kanko Hotel, yaitu Onodzuka-san, sebagai validator kedua. Pemilihan validator tersebut dilakukan

karena beliau memiliki pengetahuan dan pengalaman terkait pariwisata di kawasan Ashinomaki Onsen. Dikarenakan adanya keterbatasan jarak serta perbedaan waktu, proses konsultasi dan validasi dilakukan secara daring melalui aplikasi LINE.

Berdasarkan hasil validasi yang telah dilakukan, produk *e-booklet* dinilai layak untuk digunakan sebagai media informasi dan promosi wisata. Selain itu, validator juga menilai bahwa isi, desain visual, serta penyajian informasi pada *e-booklet* sudah cukup baik dan mudah dipahami oleh pembaca. Oleh karena itu, produk tidak memperoleh saran revisi tambahan dan dapat dilanjutkan ke tahap akhir penelitian.

**製品評価用紙 (バリデーションフォーム)**

評価者: 小野塚  
日付: 2026.5.13

**デザイン評価**

該当する項目にチェックをしてください。

1. 表紙デザインおよびブックレット内の要素は魅力的ですか。  
 不適切    やや適切    適切    非常に適切
2. フォントサイズおよびレイアウトは適切ですか。  
 不適切    やや適切    適切    非常に適切
3. テーマおよび配色は適切ですか。  
 不適切    やや適切    適切    非常に適切
4. ブックレット内の写真は閲覧時に鮮明に表示されますか。  
 不適切    やや適切    適切    非常に適切
5. 本動画に追加すべき情報はありますか。ある場合はご記入ください。
6. ご意見・ご提案

スマラン, 2026年4月26日

( 小野塚 )  
評価者

**Form Validasi Produk**

Validator : Althaf Gaubar Auliawan, S.Hum., M.Si.  
Tanggal: 26 April 2026

**Validasi Desain**

Silahkan centang salah satu jawaban yang tersedia.

1. Apakah desain cover dan elemen dalam buklet terlihat menarik?  
 Tidak Sesuai    Cukup Sesuai    Sesuai    Sangat Sesuai
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 dalam buklet terlihat jelas ketika dibuka?  
 Tidak Sesuai    Cukup Sesuai    Sesuai    Sangat Sesuai
5. Apakah ada informasi tambahan yang perlu ditambahkan ke video ini? Jika iya, harap jelaskan.  
*tidak ada*
6. Saran  
*Perbaikan narasi yang terlalu banyak sebaiknya dipisahkan di halaman lain. Serta ditukarkan gambar masing-masing. Misalnya pada bagian tata cara wisata onsen.*  
Semarang, 26 April 2026

Althaf Gaubar Auliawan, S.Hum., M.Si.  
Validator

Gambar 4. 4 Hasil Penelitian Form Validasi Desain

#### 4.1.5 Revisi Hasil Uji Coba (Main Product Revision)

Berdasarkan hasil uji coba yang telah dilaksanakan, penulis melakukan beberapa revisi sesuai dengan saran dan masukan dari dosen pembimbing guna

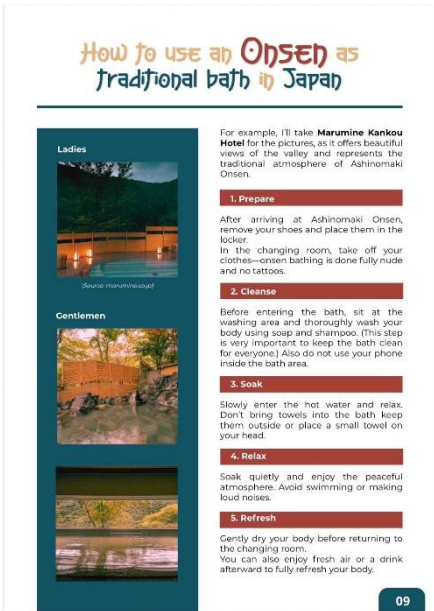
menyempurnakan produk yang telah dibuat. Revisi tersebut meliputi perbaikan pada bagian isi yaitu meringkas teks yang terlalu panjang dan mengubahnya kedalam halaman baru agar *e-booklet* yang sudah disusun menjadi lebih komprehensif. Selanjutnya, pada tampilan desain *e-booklet* yang terlalu monoton disarankan untuk menambahkan foto-foto yang relevan serta ilustrasi. Hal tersebut dianggap berguna karna informasi yang disampaikan menjadi lebih jelas, menarik, dan mudah dipahami oleh pembaca. Dengan dilakukannya revisi tersebut, produk akhir diharapkan dapat menjadi media informasi dan promosi yang lebih baik serta sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun beberapa hasil revisi yang telah dilakukan penulis berdasarkan masukan dari validator yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas isi maupun tampilan *e-booklet* :

Tabel 4. 1 Revisi Bagian Transportasi

Sebelum Revisi	Sesudah Revisi
 <p><b>Transportation</b> From Tokyo To Ashinomaki Onsen</p> <p>Reaching Ashinomaki Onsen is part of the journey itself, combining modern speed with scenic countryside views.</p> <p><b>A. Train (Most Recommended) :</b> <i>This route is comfortable, efficient, and offers beautiful views of rural Japan along the way.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• The easiest and most popular way is by train, taking around 3.5–5 hours.</li> <li>• From Tokyo Station, ride the Tohoku Shinkansen to Koriyama (about 80–90 minutes)</li> <li>• Transfer to a local train to Aizu-Wakamatsu (about 1 hour)</li> <li>• Continue on the Aizu Railway to Ashinomaki-Onsen Station (about 20 minutes) <i>note :</i> From the station, many ryokan offer free pickup services (reservation required), if you do not make a reservation, there is Bus No. 12 that goes directly to Ashinomaki, and it is the last stop. (takes 40 min)</li> </ul> <p><b>B. Highway Bus (Budget Option) :</b> <i>This option is cheaper but takes longer and may require more transfers.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Take a highway bus from Shinjuku to Aizu-Wakamatsu (6 hours)</li> <li>• Then transfer to a local bus or taxi to Ashinomaki Onsen</li> </ul> <p><b>C. By Car (Flexible Travel) :</b> <i>Ideal for exploring nearby attractions like traditional villages and scenic valleys.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Drive from Tokyo (about 3–4 hours, ~230 km)</li> </ul> <p><i>"The journey to Ashinomaki Onsen is more than transportation—it's a transition from the fast-paced energy of Tokyo to the quiet beauty of the Alzu mountains. Whether by train, bus, or car, every route leads you closer to a peaceful retreat surrounded by nature and tradition."</i></p> <p>07</p>	 <p><b>Transportation</b> From Tokyo To Ashinomaki Onsen</p> <p>Reaching Ashinomaki Onsen is part of the journey itself, combining modern speed with scenic countryside views.</p> <p> <b>Train (Most Recommended) :</b> <i>This route is comfortable, efficient, and offers beautiful views of rural Japan along the way.</i></p> <p>Taking around 3.5 – 5 hours:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• From Tokyo Station, ride the Tohoku Shinkansen to Koriyama. (80–90 minutes)</li> <li>• Transfer to a local train to Aizu Wakamatsu. (about 1 hour)</li> <li>• Continue on the Aizu Railway to Ashinomaki Onsen Station. (20 minutes)</li> </ul> <p><i>note : from the station, many ryokan offer free pickup services (reservation required), if you do not make a reservation, there is Bus No. 12 that goes directly to Ashinomaki, and it is the last stop. (takes 40 min)</i></p> <p>09</p>

Pada bagian transportasi dari Tokyo menuju Ashinomaki Onsen, sebelum direvisi terdapat terlalu banyak teks yang disusun berdekatan sehingga tampilan terlihat kurang menarik dan minim visualisasi gambar. Oleh karena itu, penulis melakukan revisi dengan memisahkan informasi transportasi kereta, *highway bus*, dan mobil ke dalam dua bagian agar penyampaian informasi menjadi lebih rapi dan mudah dipahami oleh pembaca. Selain itu, penulis juga menambahkan beberapa foto pada bagian bawah halaman sebagai gambaran perjalanan menuju Ashinomaki Onsen. Foto pertama menampilkan Tokyo Tower sebagai ikon Tokyo, foto kedua menampilkan Tsuruga Castle sebagai ikon Aizu Wakamatsu, dan foto terakhir menampilkan pemandangan Ashinomaki Onsen.

Tabel 4. 2 Revisi Bagian Tata Cara menggunakan Onsen

Sebelum Revisi	Setelah Revisi
	

Selanjutnya, pada bagian tata cara menggunakan onsen, ukuran tulisan yang digunakan sebelumnya terlalu kecil dan susunan teks terlihat padat sehingga tampilan menjadi kurang menarik untuk dibaca. Kondisi tersebut membuat informasi yang disampaikan terasa kurang nyaman dipahami oleh pembaca, khususnya bagi audiens internasional yang belum familiar dengan budaya *onsen* di Jepang. Oleh karena itu, bagian tersebut direvisi dengan memisahkan dua langkah penggunaan onsen ke halaman yang berbeda agar informasi lebih mudah dipahami. Selain itu, penulis juga menambahkan ilustrasi seorang wanita yang sedang melakukan aktivitas di *onsen* sebagai visual pendukung guna memberikan gambaran yang lebih menarik dan informatif bagi pembaca.

#### **4.1.6 Uji Coba Pelaksanaan Lapangan (*Operational Field Testing*)**

Pada tahap ini, penulis membagikan kuesioner kepada target produk, yaitu responden yang belum pernah mengunjungi daerah Ashinomaki Onsen, baik responden lokal maupun internasional. Namun, produk ini difokuskan kepada audiens internasional sebagai target utama penyampaian dan promosi wisata. Kuesioner tersebut dibuat dalam bentuk Google Form yang berisi 10 pertanyaan mengenai materi serta desain dari *e-booklet*.

Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menghubungi secara langsung responden yang sesuai dengan kriteria penelitian, yaitu wisatawan internasional. Selain itu, penulis juga meminta bantuan kepada beberapa kenalan yang memiliki relasi dengan responden dari berbagai negara guna memperluas jangkauan penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan untuk mengetahui tanggapan, penilaian, serta tingkat ketertarikan responden terhadap isi dan tampilan *e-booklet* yang telah dibuat. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, diperoleh sebanyak 32 responden yang berasal dari beberapa negara.

Tabel 4. 3 Daftar List Responden

<b>Jenis Responden</b>	<b>Jumlah</b>
Indonesia	11
Jepang	7
Vietnam	5
Turki	2
Hongkong	1
Malaysia	1
Nepal	1
Filipina	1
Prancis	1
Jerman	1
Tanzania	1
<b>Total</b>	<b>32</b>

Selanjutnya, responden mengevaluasi produk yang telah dikembangkan dengan memilih nilai berdasarkan skala Likert yang telah disediakan pada Google Form. Penilaian tersebut dilakukan untuk mengetahui tingkat ketertarikan, kejelasan informasi, serta kualitas desain *e-booklet* yang telah dibuat. Selain memberikan penilaian, responden juga dapat menyampaikan kritik dan saran sebagai bahan evaluasi.

Tabel 4. 4 Hasil Kuesioner dalam Skala Likert

Aspek	Nomor Pertanyaan	Skala					Total Rata-rata Poin	Interval Rata-rata Poin Aspek
		1	2	3	4	5		
Aspek Materi	1	1	0	1	10	20	4,5	4,53
	2	1	0	0	11	20	4,53	
	3	1	0	1	10	20	4,5	
	4	1	0	1	7	23	4,59	
Aspek Desain	5	0	1	0	11	20	4,47	4,56
	6	1	0	2	5	24	4,59	
	7	1	0	0	10	21	4,56	
	8	1	0	2	4	27	4,63	
Aspek Manfaat	9	1	0	2	8	21	4,5	4,47
	10	1	0	0	10	21	4,44	
<b>Total Rata-rata</b>							<b>4,53</b>	

Berdasarkan tabel di atas, hasil kuesioner menunjukkan bahwa produk yang dikembangkan memperoleh penilaian yang sangat baik pada aspek materi, desain, dan manfaat sehingga dinilai layak untuk digunakan sebagai media informasi dan promosi wisata. Hal tersebut dibuktikan dengan perolehan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,53 dari skala maksimum 5,00 yang termasuk dalam kategori “Sangat Baik”. Nilai tersebut diperoleh dari tiga aspek penilaian, yaitu aspek materi dengan skor rata-rata (4,53), aspek desain sebesar (4,56),

dan aspek manfaat sebesar (4,47). Hasil tersebut menunjukkan bahwa *e-booklet* “*Hidden Gem of Fukushima: Discover Ashinomaki Onsen*” mampu menyampaikan informasi secara jelas, memiliki tampilan visual yang menarik, serta memberikan manfaat bagi pembaca dalam mengenal destinasi wisata Ashinomaki Onsen.

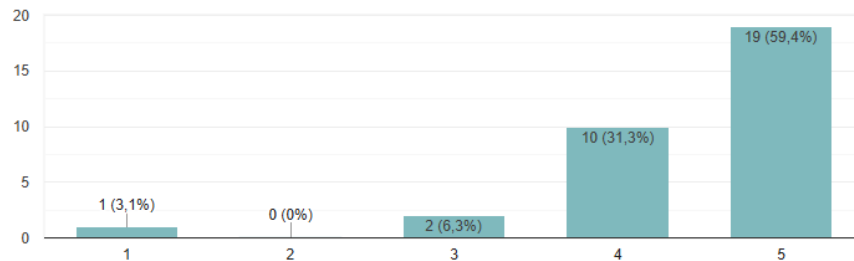
Selain itu, dalam kuesioner terdapat pertanyaan ‘Setelah membaca *e-booklet* “*Hidden Gem of Fukushima: Discover Ashinomaki Onsen*” Apakah anda tertarik untuk mengunjungi Ashinomaki Onsen?’, sebanyak 19 responden (59,4%) menyatakan sangat setuju, 10 responden (31,3%) menyatakan setuju, 2 responden (6,3%) menyatakan netral, dan 1 responden (3,1%) menyatakan sangat tidak setuju. Berdasarkan hasil tersebut, aspek ketertarikan memperoleh skor indikator sebesar 4,43 yang termasuk dalam kategori “Sangat Baik” yang mana hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden, yaitu sebesar 90,6%, menyatakan tertarik untuk mengunjungi Ashinomaki Onsen setelah membaca *e-booklet* yang telah dikembangkan. Hal ini membuktikan bahwa *e-booklet* mampu menarik minat pembaca serta berfungsi dengan baik sebagai media promosi wisata.

After reading this booklet, are you interested in visiting Ashinomaki Onsen?

 Salin diagram

Setelah membaca booklet ini, apakah Anda tertarik untuk mengunjungi Ashinomaki Onsen?

32 jawaban



Gambar 4. 8 Hasil Angket Responden Ketertarikan Pembaca

Dengan demikian, *e-booklet* ini dapat digunakan sebagai media promosi sekaligus panduan praktis yang informatif bagi pembaca, khususnya wisatawan internasional, untuk mengenal daya tarik wisata, budaya, serta informasi umum mengenai kawasan Ashinomaki Onsen.

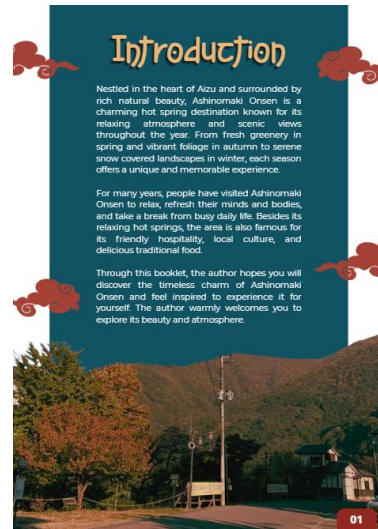
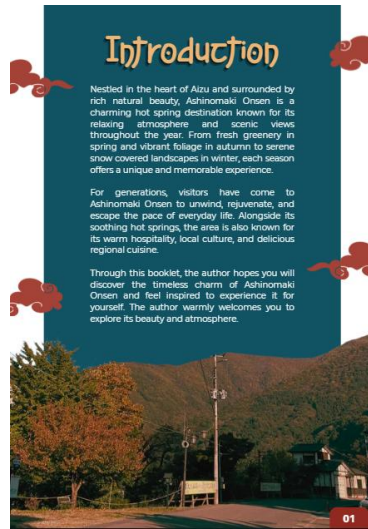
#### 4.1.7 Revisi Produk Akhir (*Final Product Revision*)

Pada tahap revisi produk akhir, penulis menerima beberapa kritik dan saran terkait bagian produk yang masih perlu diperbaiki maupun dilengkapi pada beberapa aspek. Dari 32 responden yang diperoleh melalui Google Form, penulis kemudian memilah serta menentukan masukan yang perlu ditindaklanjuti sesuai dengan kebutuhan pengembangan *e-booklet*. Setelah proses revisi dilakukan, penulis kembali berkonsultasi dengan dosen pembimbing untuk memastikan bahwa hasil akhir *e-booklet* “*Discover Ashinomaki Onsen*” telah sesuai dengan tujuan penyusunan serta mampu menyampaikan informasi dengan baik kepada pembaca.

Tabel 4. 5 Revisi Produk Akhir

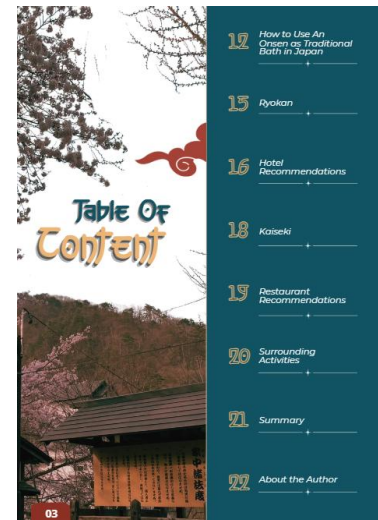
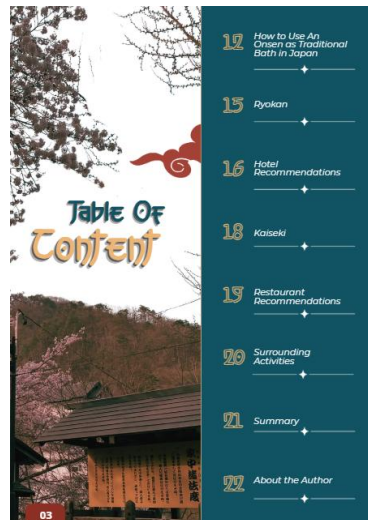
Sebelum Revisi

Setelah Revisi



Paragraf kedua memakai bahasa yang sulit dimengerti.

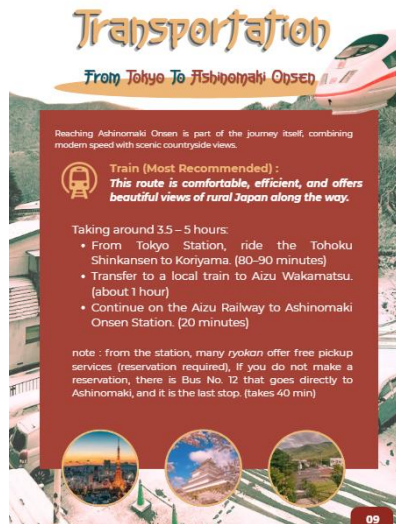
Diubah menjadi kalimat yang mudah dimengerti oleh pembaca.



Garis bawah terlalu menonjol dan tidak sesuai dengan desain.

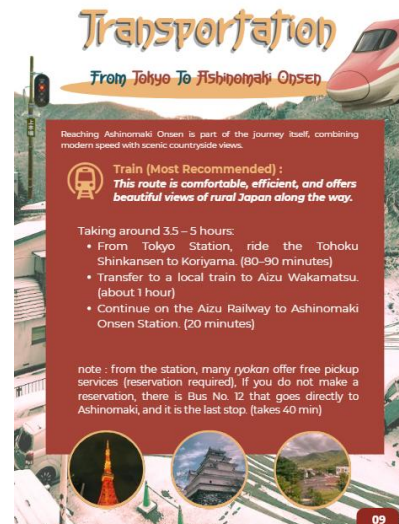
Diubah menjadi elemen yang lebih tipis dan menyesuaikan desain.

## Sebelum Revisi



Menggunakan elemen kereta Jerman, foto dari internet.

## Setelah Revisi



Diubah menjadi Akita Shinkansen dan dokumentasi pribadi.



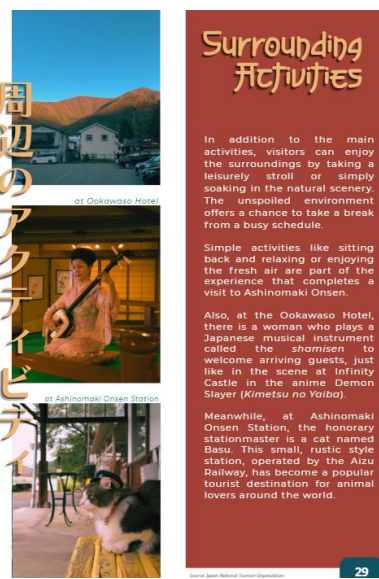
Tidak tercantum harga dari restoran yang tercantum.



Harga tercantum dan penambahan desain pada bagian latar belakang..

**Sebelum Revisi**

**Setelah Revisi**



Font bahasa Jepang memakai font ‘コミックミステリ’ dan gambar Ashinomaki Onsen.

Diubah font ‘キアロ’, menambahkan ikon Ookawaso dan Ashinomaki Onsen Station

Tabel 4. 6 Hasil dari Kritik dan Saran Responden

Responden	Kritik dan Saran
R2	Akan lebih lengkap apabila ditambahkan beberapa informasi terkait ketersediaan tempat makan halal setempat atau muslim friendly.
R3	写真が多く、芦ノ牧温泉の落ち着いた雰囲気が伝わってきました。特に露天風呂や足湯の説明があり、観光地としてイメージしやすかったです。英語も基本的には分かりやすいですが、一部の文章は少し長く硬い印象があったため、よりシンプルな表現にすると海外の方にもさらに読みやすくなると思いました。
R5	This is a very nice brochure. I think it would look even more appealing if the edges of the photos were decorated.

---

<b>R6</b>	<p>This booklet is really interesting and attractive! I also think it's perfect for people who aren't very familiar with the place.</p> <p>By the way, I have two suggestions.  First, I suggest using a picture of the Akita Shinkansen instead of the current one on page 9 (I think it might be a German train). I understand that you chose it to keep a consistent red theme, but to me it doesn't feel very "Japan-like." Since the Akita Shinkansen is also red, it might fit your design well.  Second, I suggest using a different font for the Japanese text. In my opinion, the current font feels a bit spooky, like something associated with a haunted house, so a calligraphy (Shodo-style) font might work better.</p> <p>These are just small suggestions based on my personal preference, so please feel free to ignore them!  Let me know if I can help with anything!  Semangat ya!!</p>
<b>R10</b>	<p>Mungkin pada beberapa bagian teks dapat dirapikan kembali letaknya.</p>
<b>R11</b>	<p>Maybe you can write about price, traditional food or the people there. But the booklet is really pretty and clear and now I'm curious to know more about this place</p>
<b>R14</b>	<p>As a Japanese, the font of the title feel a bit complicated to read.</p>
<b>R17</b>	<p>tempatnya bagus, desain bukunya juga bagus, mungkin untuk booklet bisa pakai pdf saja.</p>
<b>R19</b>	<p>On the page with the QR Code, I would make it a little bit smaller. Also as a Design Icon like in the table of content the small white stars felt a little too pointy and not like the rest of the Design Style. Maybe Something softer?</p>
<b>R27</b>	<p>The booklet is precise and good actually . Also it's understandable. My suggestions please look of each page because the content of booklet can't see it and please put on the last page what they can add.</p>

---

Dari 11 kritik dan saran yang diperoleh, penulis memilih 5 saran yang dapat diimplementasikan dalam proses revisi. Pertama, penulis menyederhanakan penggunaan bahasa Inggris yang sebelumnya dianggap sukut dipahami oleh pembaca. Kedua, penulis mengubah elemen pembatas pada bagian daftar isi menjadi garis yang lebih kecil dan rapu agar tampilan lebih terstruktur. Ketiga, penulis mengganti ilustrasi kereta Jerman menjadi *Shinkansen* Akita yang memiliki nuansa warna merah. Selain itu, gambar bagian bawah halaman juga diganti menggunakan dokumentasi pribadi. Keempat, penulis menambahkan informasi harga pada restoran yang terantum serta menambahkan elemen visual bernuansa Jepang pada latar belakang halaman. Kelima, penulis mengganti *font* yang sebelumnya terkesan kurang sesuai dengan tema menjadi *font* ‘キアロ’ serta mengganti beberapa foto dengan gambar yang menampilkan berbagai atraksi wisata yang tersedia di Ashinomaki Onsen.

Sementara itu, 6 dari 11 kritik dan saran yang diterima tidak diimplementasikan dalam proses revisi produk. Penulis melakukan seleksi terhadap setiap masukan dengan mempertimbangkan kesesuaian, kelayakan, serta tujuan penyusunan e-booklet. Beberapa saran dinilai kurang relevan untuk diterapkan karena berpotensi mengurangi konsep, identitas visual, maupun fungsi utama produk yang telah dirancang. Oleh karena itu, saran-saran tersebut tidak dicantumkan sebagai bagian dari revisi produk.

Sebagai contoh, pada responden R17 terdapat saran untuk mengubah format *flipbook* menjadi PDF. Akan tetapi, saran tersebut tidak diterapkan karena format *flipbook* ini dipilih untuk memberikan pengalaman membaca yang menyerupai buku fisik dalam bentuk digital. Apabila diubah menjadi bentuk PDF, tampilan *e-booklet* akan lebih menyerupai dokumen biasa sehingga dapat mengurangi daya tarik visual dan pengalaman pembaca.

Selanjutnya responden R2 menyarankan penambahan informasi mengenai restoran halal. Saran tersebut tidak dapat diakomodasikan karena fokus pembahasan *e-booklet* berada pada kawasan Ashinomaki Onsen di Kota Aizu Wakamatsu. Berbeda dengan kota-kota besar di Jepang, ketersediaan restoran halal di daerah tersebut masih sangat terbatas sehingga informasi yang dapat disajikan juga tidak memadai. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk tidak menambahkan bagian tersebut agar informasi yang disampaikan tetap akurat dan relevan dengan kondisi sebenarnya.

#### **4.1.8 Diseminasi dan Implementasi (*Dissemination and Implementation*)**

Produk yang telah di revisi selanjutnya memasuki tahap diseminasi, yakni melakukan pendaftaran hak cipta guna mencegah terjadinya tindakan plagiarisme maupun penyalahgunaan terhadap produk yang telah dirancang, serta untuk memberikan perlindungan hukum atas karya yang dibuat.. Pendaftaran hak cipta dilakukan pada lembaga resmi pemerintah yaitu Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) melalui situs resminya. Produk *e-booklet* kemudian dicetak dengan ukuran A5 dengan kertas *Art Paper* 150 gsm dan *Art Carton* 260 gsm untuk bagian cover depan dan belakang agar menghasilkan kualitas cetak yang lebih baik dan menarik.

Proses implementasi produk dilakukan dengan menggunakan kode QR yang disebarakan secara daring, dikarenakan target produk ini ditujukan kepada wisatawan yang belum pernah mengunjungi Ashinomaki Onsen maupun calon wisatawan yang tertarik berkunjung ke daerah Ashinomaki Onsen. Beberapa platform sosial media digunakan guna menjangkau target yang lebih luas, seperti Instagram dan Facebook. Selain itu, penulis juga berencana menjalin kerja sama dengan salah satu pihak pemangku kepentingan yang relevan yaitu pihak Stasiun Ashinomaki Onsen guna memfasilitasi produk ini sehingga produk ini dapat difasilitasi dan dimanfaatkan sebagai media informasi

sekaligus panduan praktis bagi wisatawan dalam memperoleh informasi mengenai Ashinomaki Onsen secara lebih mudah dan menarik.

## 4.2 Pembahasan

Pembuatan *e-booklet* mengenai pengenalan daerah Ashinomaki Onsen sekaligus sebagai panduan wisata ini disusun dengan mengusung konsep narasi visual yang menggunakan tema tradisional Jepang secara kreatif. *E-booklet* ini dirancang untuk memudahkan wisatawan internasional dalam mengenal suasana, budaya, serta daya tarik yang dimiliki oleh daerah Ashinomaki Onsen, yang hingga saat ini masih belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Melalui perpaduan desain visual, ilustrasi, dan informasi wisata yang disajikan secara menarik, *e-booklet* ini memberikan gambaran mengenai atmosfer khas Jepang yang terdapat di kawasan Ashinomaki Onsen. Dengan demikian, *e-booklet* “*Hidden Gem of Fukushima: Discover Ashinomaki Onsen*” tidak hanya berperan sebagai media promosi wisata, tetapi juga sebagai panduan informatif yang mampu meningkatkan ketertarikan wisatawan untuk mengenal dan mengunjungi Ashinomaki Onsen.

Mengacu pada hasil kuesioner pada tahap uji coba, produk *e-booklet* “*Hidden Gem of Fukushima: Discover Ashinomaki Onsen*” memperoleh skor rata-rata yakni sebesar 4,53 dari skala skor maksimum 5.00. Skor tersebut termasuk kedalam golongan “Sangat Baik” serta mendapatkan tanggapan positif dari responden mengenai efektivitas produk sebagai panduan wisata yang informatif dan menarik. Perolehan tersebut menunjukkan bahwa *e-booklet* ini mampu memenuhi kebutuhan pembaca dalam memperoleh informasi yang relevan mengenai daya tarik Ashinomaki Onsen.

Pembuatan *e-booklet* yang berjudul “*Hidden Gem of Fukushima: Discover Ashinomaki Onsen*” ini didasari oleh beberapa studi terdahulu, salah satunya yaitu booklet yang dikembangkan oleh Agustiningrum & Rahmawati

(2019). Karya tersebut menggunakan bahasa Prancis guna menarik wisatawan asing, materi yang disajikan lengkap dan juga terperinci. Namun, karya tersebut masih menggunakan desain yang menyerupai buku lama sehingga tampilannya kurang menarik. Berdasarkan kekurangan tersebut, penulis mengembangkan produk dengan menyajikan desain yang lebih modern, menarik, dan sesuai dengan minat pembaca saat ini. Hal ini menjadi kelebihan utama dibandingkan dengan karya sebelumnya.

Proses pembuatan *e-booklet* ini menggunakan metode penelitian *Research and Development* (RnD) oleh Borg dan Gall yang terdiri dari 10 tahapan. Namun dalam penelitian ini penulis memodifikasi tahapan tersebut menjadi 8 tahapan. Tahapan pertama yaitu penelitian dan pengumpulan data, pada tahap pengumpulan data, penulis melakukan observasi langsung saat melakukan kegiatan PKL pada salah satu hotel yang berada di Ashinomaki Onsen, Prefektur Fukushima. Observasi dilakukan guna mencari informasi dan pengambilan foto untuk dicantumkan kedalam *e-booklet*. Selanjutnya penulis menentukan konsep desain yang akan digunakan untuk ebooklet "*Hidden of Fukushima: Discover Ashinomaki Onsen*". Setelah menentukan konsep, penulis konsultasikannya kepada dosen pembimbing. Selanjutnya penulis menyusun materi dan merancang desain *e-booklet* menggunakan platform yang tersedia seperti Google Docs dan Canva. Proses desain membutuhkan waktu yang cukup panjang, mulai dari pemilihan skema warna, *font*, serta tata letak. Setelah tahap desain selesai, penulis melakukan validasi terhadap produk yang telah dibuat, dengan dosen pembimbing dan supervisor saat PKL sebagai validator. Kemudian, produk melalui tahap uji coba dengan memperoleh saran dan masukan dari responden. Saran dan masukan tersebut dijadikan sebagai bahan evaluasi dan penyempurnaan produk. Sebagai tahap terakhir dalam proses pembuatan produk, penulis mendaftarkan hak cipta untuk mencegah terjadinya plagiarisme serta memberikan perlindungan hukum terhadap karya

yang telah dibuat.

Selama proses perancangan dan pembuatan produk, penulis mengalami beberapa tantangan, terutama pada tahap desain produk yang memerlukan penyesuaian secara berulang agar tampilan sesuai dengan konsep yang diinginkan. Penulis juga mengalami kesulitan dalam menentukan tata letak, pemilihan warna, serta penyesuaian elemen visual agar desain *e-booklet* terlihat menarik dan tetap nyaman dibaca oleh audiens internasional. Selain itu, penulis mengalami keterbatasan *footage* dan dokumentasi gambar untuk beberapa materi sehingga perlu menggunakan beberapa foto yang diperoleh dari internet. Dalam proses pemilihan gambar, penulis tetap menyesuaikan visual dengan tema tradisional Jepang yang diangkat pada *e-booklet* agar keseluruhan desain tetap terlihat konsisten. Namun, kendala tersebut dapat diatasi melalui konsultasi secara langsung dengan dosen pembimbing sehingga penulis memperoleh saran dan arahan terkait penyempurnaan produk. Untuk penggunaan gambar dari internet, penulis juga mencantumkan sumber gambar sebagai bentuk penghargaan terhadap pemilik asli serta untuk menghindari pelanggaran hak cipta. Meskipun terdapat beberapa kendala selama proses pengembangan, hal tersebut tidak menghambat penyelesaian produk. Sebaliknya, kendala tersebut menjadi bahan evaluasi yang membantu penulis dalam menyempurnakan kualitas *e-booklet* yang dihasilkan.

Hasil penilaian responden yang berada pada kategori “Sangat Baik” menunjukkan bahwa *e-booklet* ini telah memenuhi fungsinya sebagai media informasi dan promosi wisata yang informatif, menarik, serta mudah dipahami oleh pembaca.