

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Pada bagian ini penulis akan menjelaskan secara rinci mengenai produk yang telah dirancang, yaitu *slit-lock accordion booklet* berjudul “TALKYO” berbahasa Jepang dasar sebagai media pembelajaran percakapan sehari-hari saat berwisata di Tokyo. Proses pengembangan produk ini didasarkan pada metode penelitian *Research and Development* dengan model ADDIE (Branch, 2009), yang terdiri dari lima tahap, yaitu *Analysis, Design, Development, Implementation*, dan *Evaluation*. Produk yang dirancang termasuk ke dalam media cetak portabel berformat *slit-lock accordion* yang berisi materi percakapan bahasa Jepang dasar pada sepuluh kegiatan wisata sehari-hari di Tokyo. Adapun tujuan pembuatan produk ini adalah untuk membantu wisatawan Indonesia berkomunikasi menggunakan bahasa Jepang dasar serta mengurangi kendala bahasa selama berwisata secara mandiri di Tokyo.

Produk TALKYO menghasilkan 41 halaman yang terdiri atas halaman Tentang TALKYO, daftar isi, serta isi materi pada sepuluh situasi komunikasi wisata, yaitu hotel, restoran, stasiun/kereta, bus dan taksi, supermarket, apotek/drugstore, tempat wisata, toko oleh-oleh, bertanya arah, dan pemandian air panas. Setiap situasi disajikan dalam format empat halaman yang terdiri atas percakapan dialog, tabel pertanyaan spontan yang mungkin muncul, kosakata, serta tips dan trik seputar budaya. Materi dalam produk disusun berdasarkan hasil observasi dan wawancara penulis, serta studi pustaka mengenai pembelajaran bahasa Jepang dan komunikasi wisata. Setiap kalimat dan kosakata dalam produk disajikan dalam tiga jenis penulisan, yaitu huruf Jepang yang disertai romaji (huruf latin) dan terjemahan bahasa Indonesia, untuk membantu pengguna mempelajari pelafalan bahasa Jepang secara mandiri.

Berikut ini merupakan beberapa keunggulan dari produk:

1. Materi disusun berdasarkan pengalaman penulis langsung selama menjalani program magang selama satu tahun di Jepang.

2. Produk dilengkapi dengan sistem penulisan tiga lapis (huruf Jepang, romaji (huruf latin), terjemahan bahasa Indonesia) yang mendukung pemahaman pelafalan bagi pengguna yang belum menguasai bahasa Jepang.
3. Format *slit-lock accordion* memungkinkan pengguna mengakses satu situasi komunikasi secara langsung tanpa harus membuka seluruh rangkaian *booklet*.
4. Informasi disajikan secara ringkas dan sistematis sehingga dapat digunakan secara cepat dalam situasi komunikasi yang bersifat spontan.

Diharapkan dengan adanya produk ini, wisatawan Indonesia dapat memperoleh panduan komunikasi bahasa Jepang dasar yang praktis serta meningkatkan kepercayaan diri dalam berinteraksi dengan warga lokal selama berwisata di Tokyo. Materi dalam produk TALKYO telah melalui proses pengembangan dengan mengikuti lima tahap model ADDIE (Branch, 2009), mulai dari analisis kebutuhan, perancangan, pengembangan disertai validasi ahli, implementasi kepada responden, hingga evaluasi dan revisi akhir produk.

4.1.1 Analysis (Analisis)

Tahap Analysis bertujuan mengidentifikasi kebutuhan komunikasi wisatawan yang menjadi dasar pengembangan produk TALKYO, dilakukan melalui dua teknik, yaitu observasi dan wawancara.

1. Observasi

Observasi dilakukan berdasarkan pengalaman penulis selama menjalani program magang selama satu tahun di Okinawa, Jepang, baik pada lingkungan kerja maupun saat melakukan kegiatan wisata secara mandiri. Selama periode tersebut, penulis banyak berinteraksi dengan wisatawan asing dari berbagai negara, di antaranya Indonesia, Vietnam, Thailand, Myanmar, Amerika, Jerman, dan Nepal, yang pada umumnya melakukan perjalanan wisata secara mandiri tanpa menggunakan jasa pemandu. Penulis mengamati bahwa wisatawan yang tidak menguasai bahasa Jepang kerap mengalami kendala komunikasi, khususnya di tempat-tempat wisata. Kendala serupa juga teramati di lingkungan kerja penulis, di

mana penulis kerap menangani pelanggan asing menggunakan bahasa Inggris karena keterbatasan kemampuan bahasa Jepang mereka.

Berdasarkan hasil observasi tersebut, penulis menentukan Tokyo sebagai konteks wisata yang menjadi fokus pengembangan produk TALKYO. Pemilihan Tokyo sebagai lokasi penerapan awal produk didasarkan pada pertimbangan bahwa warga lokal Tokyo secara umum lebih terbiasa memahami bahasa Jepang tingkat dasar yang lazim diucapkan wisatawan, sehingga dapat membantu mengurangi kecemasan berbahasa mereka. Selain itu, Tokyo merupakan destinasi dengan jumlah kunjungan wisatawan yang tertinggi, sehingga produk TALKYO dinilai dapat memberikan manfaat secara lebih luas apabila dikembangkan untuk konteks komunikasi wisata di Tokyo pada tahap awal ini.

2. Wawancara

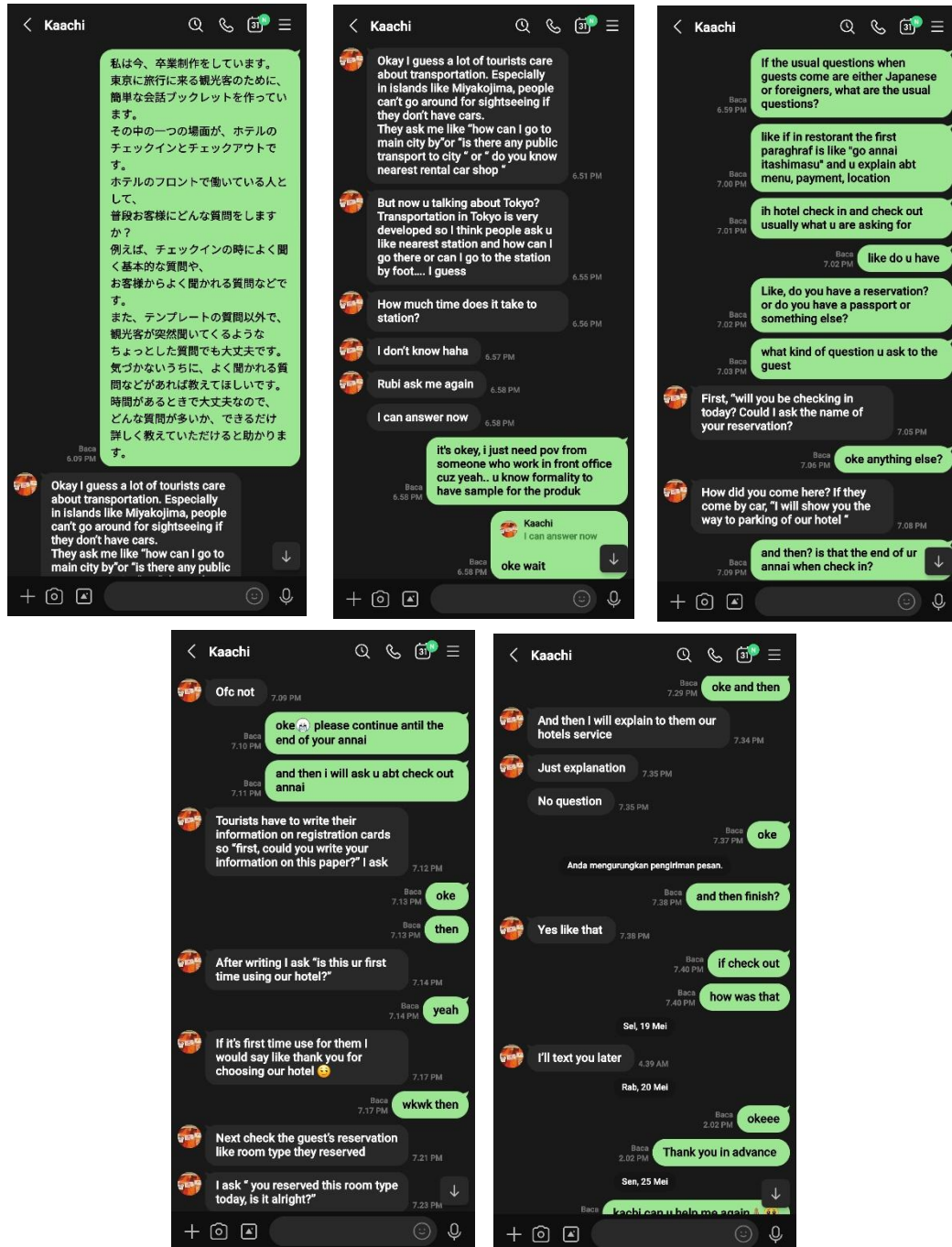
Selain observasi, penulis juga melakukan wawancara dengan tiga informan pada bulan Mei 2026 untuk memperoleh sudut pandang tambahan mengenai kendala komunikasi yang dihadapi. Wawancara ini berfokus pada aspek konten dan pengalaman komunikasi, sedangkan aspek desain produk didiskusikan secara terpisah bersama dosen pembimbing.

Informan pertama adalah Shinzato Kaachi, staf warga Jepang yang bekerja di bidang *hospitality* dan pernah tinggal serta melakukan perjalanan wisata di Tokyo. Wawancara dengan Kaachi dilakukan melalui aplikasi LINE pada tanggal 18 Mei 2026. Penulis terlebih dahulu meminta izin untuk bertanya mengenai cara kerja di ranah perhotelan dan pertanyaan yang biasa diajukan oleh staf, kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab yang berlangsung secara mengalir.

Informan kedua adalah Santy Wulandari, teman penulis yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Tokyo. Wawancara dilakukan secara langsung dan melalui WhatsApp pada tanggal 20 Mei 2026, dengan menanyakan pengalaman Santy selama berlibur di Tokyo secara mengalir.

Informan ketiga adalah Janet Abigail Dirk, teman penulis yang beberapa kali melakukan perjalanan wisata ke Tokyo selama menjalani program magang di Osaka. Wawancara dengan Janet dilakukan secara langsung dan informal pada

tanggal 21 Mei 2026, dengan menanyakan kesulitan yang dirasakan serta tips dan trik selama berwisata di Tokyo.



Gambar 4. 1Wawancara Pengumpulan Data

Hasil observasi dan wawancara tersebut menjadi dasar bagi penulis dalam menentukan situasi komunikasi yang akan dimuat dalam TALKYO. Pada rancangan awal, penulis menetapkan lima situasi komunikasi. Namun, berdasarkan

hasil analisis lebih lanjut, ditemukan bahwa masih terdapat sejumlah situasi lain yang juga kerap menjadi tantangan komunikasi bagi wisatawan, sehingga jumlah situasi ditambah menjadi sepuluh situasi. Proses penyusunan materi pada setiap situasi dilakukan dengan mengidentifikasi poin-poin komunikasi dari sudut pandang wisatawan, kemudian dicocokkan dengan pola komunikasi dari sudut pandang staf dan warga lokal berdasarkan pengalaman magang dan observasi penulis. Hasil identifikasi dari kedua sudut pandang tersebut menjadi dasar penyusunan dialog, pertanyaan yang kemungkinan muncul, serta kosakata setiap situasi, juga tips dan trik yang akan diuraikan lebih lanjut pada tahap *Design*.

4.1.2 Design (Perancangan)

Setelah memperoleh hasil analisis kebutuhan pada tahap sebelumnya, penulis melanjutkan ke tahap perancangan produk TALKYO. Tahap ini bertujuan menerjemahkan temuan kebutuhan wisatawan menjadi rancangan produk yang sistematis, meliputi penentuan target pengguna, penyusunan struktur dan materi, serta perancangan tampilan visual. Seluruh rancangan pada tahap ini menjadi acuan bagi penulis dalam proses pengembangan produk pada tahap berikutnya.

1) Penentuan Target Pengguna

Penulis menetapkan wisatawan Indonesia yang berwisata ke Tokyo secara mandiri (*free independent traveler/FIT*) sebagai target pengguna utama produk TALKYO. Target pengguna ini merupakan wisatawan yang merencanakan dan menjalani seluruh rangkaian perjalanannya sendiri tanpa menggunakan jasa pemandu atau agen perjalanan, sehingga bergantung pada kemampuan komunikasi mandiri ketika berinteraksi dengan warga lokal. Karakteristik ini menjadikan wisatawan FIT sebagai kelompok yang paling membutuhkan media pembelajaran percakapan bahasa Jepang dasar yang praktis dan dapat digunakan secara langsung di lapangan tanpa bantuan pihak ketiga. Target pengguna produk ini adalah wisatawan mandiri muda dengan rentang usia 18–30 tahun. Oleh karena itu, materi dan gaya bahasa yang digunakan disesuaikan agar tetap relevan dengan kelompok usia tersebut.

2) Penentuan Struktur dan Materi

Struktur produk TALKYO disusun secara sistematis agar mempermudah pengguna menavigasi isi *booklet* sesuai kebutuhan komunikasi di lapangan. Struktur final produk disajikan pada tabel berikut.

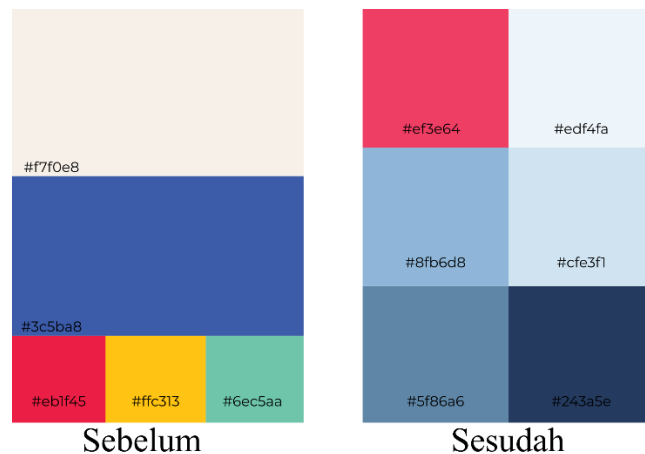
Tabel 4. 1 Struktur dan Materi

Bagian	Deskripsi
<i>Cover Slit-Lock</i>	Sampul depan produk dengan mekanisme <i>slit-lock accordion</i>
Cara Pakai	Halaman panduan penggunaan produk bagi pengguna
Daftar Isi Berwarna	Daftar isi dengan kode warna yang sesuai dengan urutan dan warna tiap situasi di dalam <i>booklet</i>
Peta Destinasi	Peta yang menandai titik-titik destinasi wisata sesuai dengan sepuluh situasi komunikasi
Frame Foto	Dua bingkai foto di samping halaman peta yang bisa diselipkan foto cetak
Tentang TALKYO	Halaman pengantar yang menjelaskan latar belakang dan tujuan produk
Daftar Isi Halaman	Panduan halaman isi 10 situasi 1. Hotel 2. Restoran 3. Stasiun/Kereta 4. Bus dan Taksi 5. Supermarket 6. Apotek/Drugstore 7. Tempat Wisata 8. Toko Oleh-oleh 9. Bertanya Arah 10. Pemandian Air Panas
Profil Penulis	Halaman biodata singkat penulis
QR Code	Tautan menuju versi digital isi produk TALKYO

Perlu ditegaskan bahwa mekanisme *slit-lock accordion* pada TALKYO diterapkan khusus pada bagian sampul (*cover*) produk, yang berfungsi sebagai wadah pembungkus sekaligus mekanisme pengunci bagi seluruh kartu di dalamnya. Isi produk sendiri disusun dalam bentuk kartu-kartu terpisah untuk setiap situasi komunikasi, bukan dalam satu kesatuan lipatan *accordion* yang menyambung dari depan hingga belakang. Struktur ini dipilih agar pengguna dapat mengeluarkan dan menggunakan kartu situasi tertentu secara individual tanpa harus membuka seluruh rangkaian produk.

Setiap situasi komunikasi disusun dalam struktur halaman yang seragam, terdiri atas dialog percakapan, tabel pertanyaan yang kemungkinan muncul, kosakata, tips dan trik budaya, ruang catatan (*note*), serta kotak *challenge*. Urutan sepuluh situasi disusun mengikuti alur perjalanan wisata pada umumnya, dimulai dari situasi yang biasa dihadapi saat baru tiba (Hotel) hingga situasi yang bersifat opsional (Pemandian Air Panas).

Selain penambahan jumlah situasi dari lima menjadi sepuluh sebagaimana telah dijelaskan pada tahap analisis, penulis juga melakukan revisi terhadap palet warna produk. Palet warna awal terdiri atas #3C5BA8, #6EC5AA, #FFC313, #F7F0E8, dan #EB1F45 direvisi menjadi palet warna final yang terdiri atas #EF3E64, #EDF4FA, #8FB6D8, #CFE3F1, #5F86A6, dan #243A5E, sebagaimana akan ditampilkan lebih lanjut pada tahap pengembangan.



Gambar 4. 2 *Color Palette* yang digunakan

3) Perancangan Tampilan Visual

Proses perancangan tampilan visual TALKYO diawali dengan pengumpulan referensi desain melalui platform Pinterest, mencakup referensi palet warna, tata letak, dan elemen visual yang sesuai dengan tema wisata Tokyo. Seluruh referensi yang telah dikumpulkan kemudian disusun ke dalam satu folder rujukan sebagai acuan visual selama proses desain berlangsung. Pada tahap ini, penulis juga menentukan jenis huruf (*typography*) yang akan digunakan, yaitu Montserrat dan Nunito, sebagai dasar tipografi produk sebelum masuk ke tahap pengembangan.

Montserrat

Nunito

Gambar 4. 3 Font yang digunakan di TALKYO

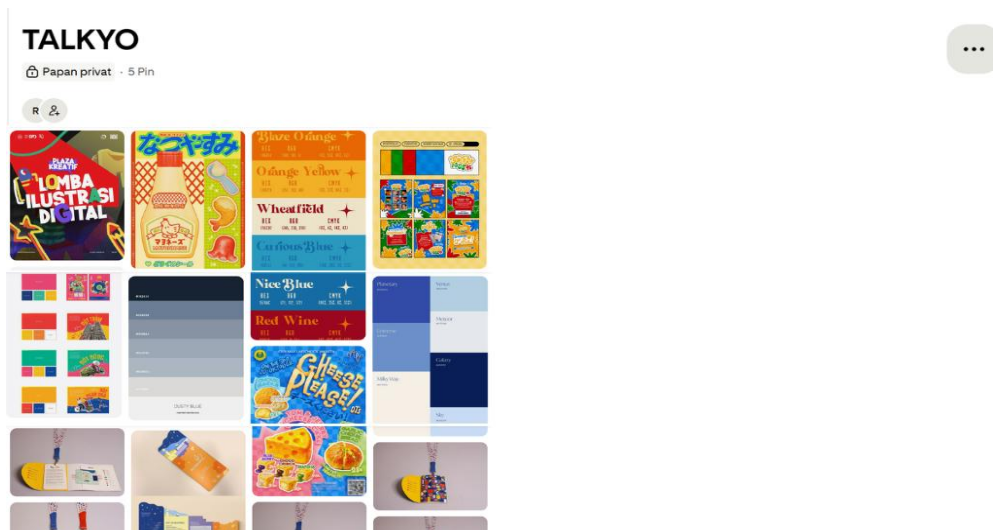
4.1.3 *Development (Pengembangan)*

Tahap pengembangan merupakan realisasi dari rancangan yang telah disusun pada tahap *Design* menjadi produk TALKYO yang utuh dan siap divalidasi. Seluruh proses pengembangan visual dilakukan menggunakan perangkat lunak Adobe Illustrator, dengan ukuran kanvas disesuaikan dengan format *slit-lock*

accordion empat halaman A5 bulak balik, yaitu 59,2 cm x 21 cm (hasil perkalian ukuran A5, 14,8x21,0 cm, dengan empat halaman), menggunakan mode warna CMYK untuk memastikan keakuratan warna pada proses cetak fisik.

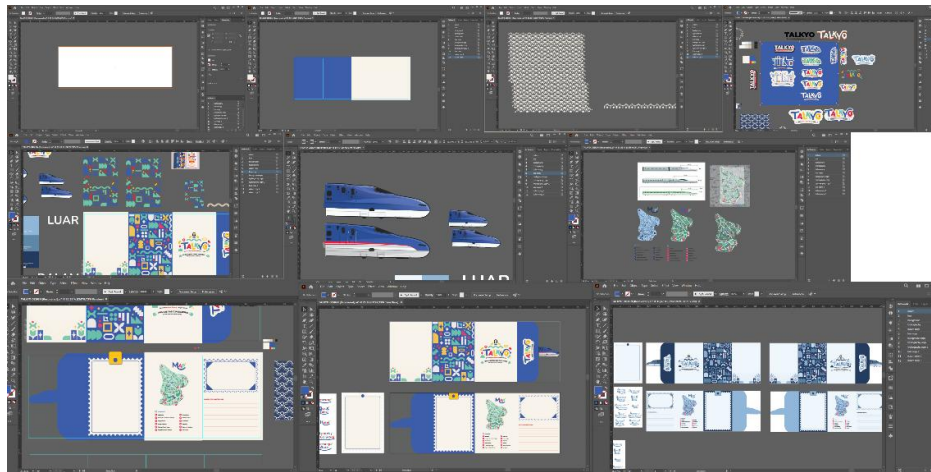
1) Pembuatan Elemen Visual

Proses pembuatan elemen visual dilakukan secara langsung dalam bentuk vektor digital tanpa melalui tahap sketsa manual, dengan mengacu pada referensi visual yang telah dikumpulkan pada tahap Design.



Gambar 4. 4 Referensi pembuatan TALKYO (www.pinterest.com)

Elemen visual disusun secara bertahap dengan urutan sebagai berikut: (1) pembuatan bentuk dasar berupa persegi panjang di seluruh kanvas beserta margin pemisah antarhalaman, dengan warna berbeda pada setiap halaman; (2) pembuatan elemen pola (*pattern*) dekoratif; (3) pembuatan tipografi logo TALKYO beserta beberapa alternatif desain sebelum ditetapkan versi final; (4) pembuatan elemen bentuk geometris seperti kotak dan segitiga; (5) pembuatan elemen peta beserta penanda titik destinasi wisata sesuai nomor urut; (6) pembuatan elemen ilustrasi kereta shinkansen beserta siluetnya untuk elemen dekoratif; (7) pembuatan elemen tekstur kertas; (8) pembuatan bingkai foto.



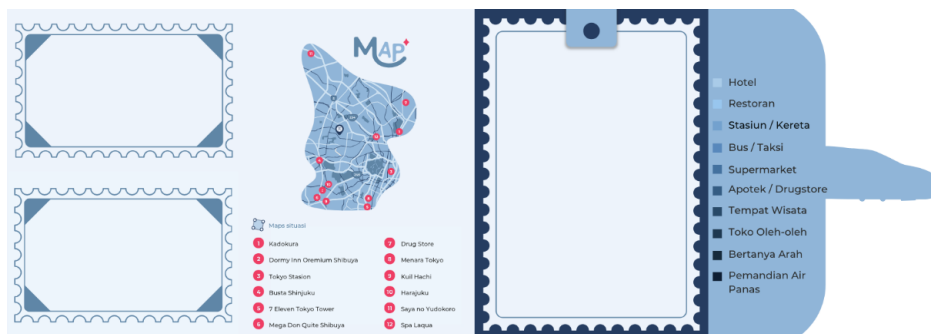
Gambar 4. 5 Pembuatan Elemen Visual

2) Layouting

Setelah seluruh elemen visual selesai dibuat, penulis menyusun elemen-elemen tersebut ke dalam tata letak (*layout*) keseluruhan produk. Proses ini dilakukan dengan memastikan kesesuaian antara elemen visual, teks, dan struktur halaman yang telah ditentukan pada tahap Design.

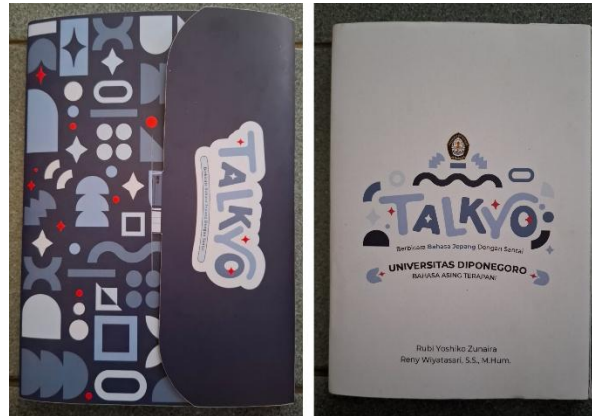


Gambar 4. 6 Layout Final Depan TALKYO

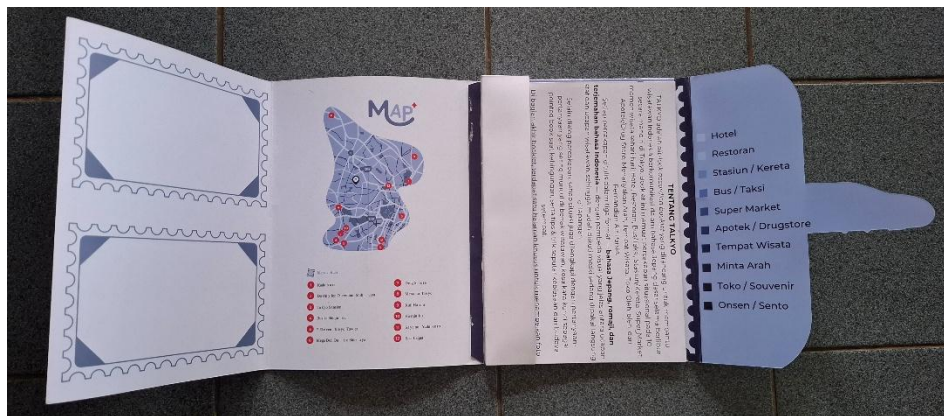


Gambar 4. 7 Layout Final Belakang TALKYO

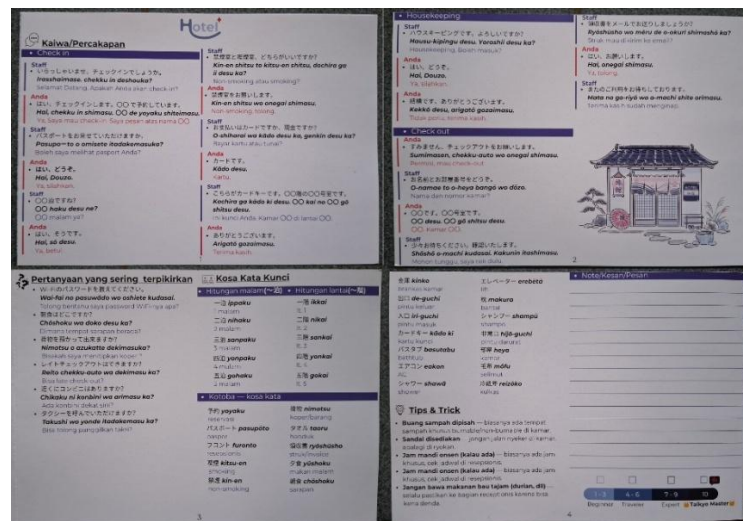
Produk yang telah selesai melalui tahap *layout* kemudian dicetak menjadi produk *slit-lock accordion booklet* siap uji.



Gambar 4. 8 Cover Cetak Depan dan Belakang



Gambar 4. 9 Cover Cetak Bagian Dalam



Gambar 4. 10 Layout Isi TALKYO

3) Hasil Validasi Ahli Materi, Desain dan Format

Sebelum produk TALKYO diujicobakan kepada responden, dilakukan proses validasi ahli untuk menilai kesesuaian format, desain, dan materi produk. Penulis memperoleh informasi mengenai calon validator, yaitu Rico Natalio (ITLA No. 1808-1326), dari adik tingkat yang pernah terlibat dalam satu kegiatan bersama beliau di kelas Misaki Sensei salah satu dosen program studi Bahasa Asing Terapan. Penulis kemudian menghubungi Rico Natalio melalui pesan Instagram untuk menjelaskan maksud dan tujuan permohonan validasi, dan setelah beliau menyetujui, disepakati pertemuan pada tanggal 18 Juli 2026.

Penulis menilai bahwa Rico Natalio telah memenuhi kualifikasi sebagai validator ahli, mengingat profesinya sebagai *private tour guide* yang menangani wisatawan untuk destinasi Jepang, Bhutan, dan Swiss, serta fasih berbahasa Jepang, beliau memiliki penguasaan komunikasi langsung dengan wisatawan asing di lapangan sekaligus pemahaman kebahasaan yang mendalam, sehingga relevan untuk menilai kesesuaian aspek format dan materi percakapan bahasa Jepang secara mendetail. Kualifikasi ini tercermin dari ketelitian beliau dalam mengoreksi pola kalimat dan pilihan kata pada produk, yang menghasilkan sepuluh revisi materi sebagaimana diuraikan pada subbab berikutnya. Selain itu, profesinya sebagai fotografer menuntut kepekaan terhadap aspek visual, tata letak, dan komposisi, sehingga relevan pula untuk menilai aspek desain produk. Dengan demikian, kombinasi profesi dan kompetensi kebahasaan tersebut dinilai mencakup kebutuhan validasi pada ketiga aspek produk, sehingga validasi cukup dilakukan oleh satu validator ahli.

Validasi dilaksanakan secara langsung dengan membawa produk fisik TALKYO beserta lembar validasi ahli. Rico Natalio terlebih dahulu melihat, mencermati, dan mengoreksi produk secara langsung, sebelum kemudian mengisi lembar validasi ahli. Proses ini berlangsung selama kurang lebih satu jam pada waktu istirahat makan siang dan diselesaikan pada hari yang sama.

Lembar Validasi Produk Pembuatan Slit-Lock Accordion Booklet "TALKYO" sebagai Media Pembelajaran Percakapan Bahasa Jepang Dasar pada Situasi Wisata Sehari-hari di Tokyo

Validator : Risa Hidayati (STPA No: 1808-1926)

Hari/Tanggal : Sabtu / 18 Juli 2026

Validasi Format

Mohon tandai centang pada salah satu jawaban yang dipilih (✓)

- Format *slit-lock accordion* mudah dipergunakan dan praktis digunakan di lapangan.

☐ Tidak Sesuai
☐ Cukup Sesuai
☐ Sesuai
☒ Sangat Sesuai
- Ukuran fisik booklet sesuai dengan kebutuhan wisatawan.

☐ Tidak Sesuai
☐ Cukup Sesuai
☒ Sesuai
☐ Sangat Sesuai
- Ukuran huruf yang digunakan mudah dibaca.

☐ Tidak Sesuai
☐ Cukup Sesuai
☒ Sesuai
☐ Sangat Sesuai
- Spasi antar baris dan antar teks (Jepang, latin, Indonesia) proporsional.

☐ Tidak Sesuai
☐ Cukup Sesuai
☒ Sesuai
☐ Sangat Sesuai
- Warna huruf memiliki kontras yang cukup sehingga mudah dibaca.

☐ Tidak Sesuai
☐ Cukup Sesuai
☒ Sesuai
☐ Sangat Sesuai
- Tata letak dan penempatan elemen pada setiap halaman konsisten dan rapi.

☐ Tidak Sesuai
☐ Cukup Sesuai
☒ Sesuai
☐ Sangat Sesuai

Validasi Design

Mohon tandai centang pada salah satu jawaban yang dipilih (✓)

- Sampul *booklet* menarik dan mencerminkan tema wisata Tokyo.

☐ Tidak Sesuai
☐ Cukup Sesuai
☐ Sesuai
☒ Sangat Sesuai
- Pemilih warna menarik dan tidak melelahkan mata.

☐ Tidak Sesuai
☐ Cukup Sesuai
☐ Sesuai
☒ Sangat Sesuai
- Pembedaan warna dialog (Staff dan Anda) memudahkan perbedaan cara baca.

☐ Tidak Sesuai
☐ Cukup Sesuai
☐ Sesuai
☒ Sangat Sesuai
- Tampilan produk secara keseluruhan menarik dan terlihat profesional.

☐ Tidak Sesuai
☐ Cukup Sesuai
☒ Sesuai
☐ Sangat Sesuai

Validasi Materi Produk

Mohon tandai centang pada salah satu jawaban yang dipilih (✓)

- Percakapan yang disajikan dalam TALKYO sesuai dengan situasi yang sering dihadapi wisatawan di lapangan.

☐ Tidak Sesuai
☐ Cukup Sesuai
☐ Sesuai
☒ Sangat Sesuai
- Kosakata dan ungkapan yang digunakan sesuai dengan yang biasa dipakai di lapangan.

☐ Tidak Sesuai
☐ Cukup Sesuai
☒ Sesuai
☐ Sangat Sesuai
- Materi dan bahasa (Jepang, tulisan latin, Indonesia) yang disajikan mudah tepat dan dapat dipahami.

☐ Tidak Sesuai
☐ Cukup Sesuai
☐ Sesuai
☒ Sangat Sesuai
- Kelengkapan 10 situasi sudah mencakup kebutuhan komunikasi wisatawan.

☐ Tidak Sesuai
☐ Cukup Sesuai
☐ Sesuai
☒ Sangat Sesuai
- Tipe dan trik budaya yang disajikan akurat dan berguna.

☐ Tidak Sesuai
☐ Cukup Sesuai
☒ Sesuai
☐ Sangat Sesuai
- Secara keseluruhan, TALKYO layak digunakan sebagai media pembelajaran komunikasi pada situasi sehari-hari di Tokyo.

☐ Tidak Sesuai
☐ Cukup Sesuai
☐ Sesuai
☒ Sangat Sesuai
- Kritik dan Saran
Pada beberapa halaman, huruf di Jepang yang perlu diinputkan oleh pengguna. Secara umum, sudah sangat informatif.

Semarang, 18 Juli 2026
Validator
Risa Hidayati

Gambar 4. 11 Hasil Validasi Ahli

Berdasarkan hasil tersebut, validator menyatakan bahwa produk TALKYO secara keseluruhan sudah sangat informatif, meskipun terdapat catatan berupa kebutuhan pembaharuan pada beberapa situasi yang perlu ditambahkan oleh penulis pada revisi berikutnya.

4) Revisi Produk Berdasarkan Validasi Ahli

Berdasarkan masukan validator, penulis melakukan sepuluh revisi pada produk TALKYO, mencakup pola kalimat, penambahan kosakata, serta penambahan informasi pada beberapa situasi komunikasi. Rincian revisi disajikan sebagai berikut.

1. Revisi 1

Pola kalimat permintaan menunjukkan paspor direvisi menjadi pola kalimat permintaan izin untuk memfotokopi paspor. Perubahan ini dilakukan karena pola kalimat tersebut dinilai lebih umum dan lebih sesuai dengan praktik yang biasa dilakukan pada situasi pemeriksaan identitas di lapangan.

Tabel 4. 2 Revisi 1

Sebelum Revisi	Sesudah Revisi
パスポートをお見せしていただけますか？ <i>Pasupōto o misete itadakemasuka?</i>	パスポートのコピーをとってもよろしいですか？ <i>Pasupōto no kopī o totte mo yoroshii desu ka?</i>

Boleh saya melihat paspor Anda?

Boleh saya memfotokopi paspor Anda?

2. Revisi 2

Penulis menambahkan pertanyaan yang kemungkinan muncul pada situasi Hotel, guna melengkapi variasi pertanyaan spontan yang mungkin ditunjukkan wisatawan pada situasi tersebut.



Sebelum

Sesudah

Gambar 4. 12 Revisi 2

3. Revisi 3

Pola kalimat permintaan menunggu direvisi ke dalam bentuk kalimat yang lebih umum digunakan pada situasi terkait, agar lebih mudah dipahami dan digunakan secara langsung oleh pengguna.

Tabel 4. 3 Revisi 3

Sebelum Revisi	Sesudah Revisi
少々お待ちいただけますか? <i>Shōshō o machi itadakemasu ka?</i> Bisa tunggu sebentar?	少々お待ちください。 <i>Shōshō o machi kudasai.</i> Tolong tunggu sebentar.

4. Revisi 4

Pola kalimat terkait metode pembayaran direvisi ke dalam bentuk pola kalimat yang lebih umum digunakan pada situasi terkait, sehingga lebih mencerminkan cara bertanya yang lazim dipakai oleh staf maupun warga lokal.

Tabel 4. 4 Revisi 4

Sebelum Revisi	Sesudah Revisi
お支払いは現金ですか、カードですか？ <i>O-shiharai wa genkin desu ka, kādo desu ka?</i>	お支払いはどうですか？ <i>O-shiharai wa dō desu ka?</i>
Pembayarannya tunai atau kartu?	Mau bayar pakai apa?
カードです。 <i>Kādo desu.</i>	カードで。 <i>Kādo de.</i>
Kartu.	Kartu.

5. Revisi 5

Kosakata terkait permintaan tempat duduk direvisi ke dalam kosakata yang lebih umum digunakan pada situasi terkait, mengikuti kebiasaan penyebutan yang lazim dipakai di lapangan.

Tabel 4. 5 Revisi 5

Sebelum Revisi	Sesudah Revisi
窓側、お願いします。 <i>Madogawa, onegai shimasu.</i>	カウンターでおねがいします。 <i>Kauntā de onegai shimasu.</i>
Tolong di dekat jendela.	Tolong di bagian counter.

6. Revisi 6

Kosakata terkait penyebutan toilet direvisi menjadi istilah yang dinilai lebih sopan untuk digunakan pada situasi tersebut, mengingat tingkat kesantunan berbahasa yang perlu diperhatikan wisatawan ketika berkomunikasi dengan warga lokal.

Tabel 4. 6 Revisi 6

Sebelum Revisi	Sesudah Revisi
トイレはどこですか？ <i>Toire wa doko desu ka.</i>	お手洗いはどこですか？ <i>O-tearai wa doko desu ka?</i>
Toilet di mana?	Kamar mandinya di sebelah mana?

7. Revisi 7

Penulis menambahkan kosakata pada situasi Tempat Wisata untuk memperkaya variasi istilah yang dapat digunakan wisatawan ketika berada di lokasi wisata.

Kosa Kata Kunci	
• Kotoba — kosa kata	
割引 <i>waribiki</i>	入場料 <i>nyūjō ryō</i>
diskon	harga tiket masuk
大人 <i>otona</i>	パンフレット <i>panfuretto</i>
dewasa	brosur
子供 <i>kodomo</i>	祈禱室 <i>kitō shitsu</i>
anak-anak	ruang sholat
迷子 <i>maigo</i>	警備員 <i>keibiin</i>
anak hilang	petugas keamanan
案内所 <i>annai-jo</i>	コインロッカー <i>koin rokkā</i>
pos informasi	loker koin
	入場料 <i>nyūjō ryō</i>
	harga tiket masuk
	入口 <i>iriguchi</i>
	pintu masuk
	祈禱室 <i>kitō shitsu</i>
	ruang sholat
	撮影禁止 <i>satsuei kinshi</i>
	dilarang foto

Gambar 4. 13 Revisi 7

Percakapan pada situasi Toko Oleh-oleh yang semula membahas keaslian produk direvisi menjadi percakapan mengenai lokasi kasir serta perbedaan antara kasir biasa dan kasir bebas pajak (*tax free*), karena informasi tersebut dinilai lebih dibutuhkan wisatawan ketika berbelanja di situasi tersebut.

Sebelum Revisi	Sesudah Revisi
これは本物ですか？ Kore wa honmono desu ka?	レジはどちらですか？ Reji wa dochira desu ka?
Ini original/asli?	Kasir di sebelah mana?
はい、本物です。 Hai, honmono desu.	通常ですか、それとも免税のレジですか？ Tsūjō desu ka, sore tomo menzei no reji desu ka?
Ya, asli.	Kasir biasa, atau kasir tax free?
これは限定品ですか？ Kore wa gentei-hin desu ka?	免税レジでお願いします。 Menzei reji de onegaishimasu.
Ini limited edition?	Tolong ke kasir tax free.
はい、そうです。 Hai sō desu.	はい、あちらにどうぞ。 Hai, achira ni douzo.
Ya, betul.	Ya, ada di sebelah sana.

9. Revisi 9

Penulis menambahkan informasi mengenai jalan atau kawasan terkenal di Tokyo, guna melengkapi konteks lokasi yang relevan dengan kebutuhan wisatawan.

• Nama Jalan/Kawasan Terkenal di Tokyo	• Nama Jalan/Kawasan Terkenal di Tokyo
明治通り <i>Meiji-dōri</i> — Jalan Meiji - Harajuku ke Shibuya	明治通り <i>Meiji-dōri</i> — Jalan Meiji - Harajuku ke Shibuya
表参道 <i>Omotesandō</i> — Fashion street, Harajuku	表参道 <i>Omotesandō</i> — Fashion street, Harajuku
竹下通り <i>Takeshita-dōri</i> — Street Harajuku, anak muda	竹下通り <i>Takeshita-dōri</i> — Street Harajuku, anak muda
センター街 <i>Sentā-gai</i> — Pusat Shibuya	センター街 <i>Sentā-gai</i> — Pusat Shibuya
国際通り <i>Kokusai-dōri</i> — Jalan internasional Asakusa	国際通り <i>Kokusai-dōri</i> — Jalan internasional Asakusa
お台場 <i>Odaiba</i> — Kawasan waterfront	お台場 <i>Odaiba</i> — Kawasan waterfront
六本木通り <i>Roppongi-dōri</i> — Jalan Roppongi	六本木通り <i>Roppongi-dōri</i> — Jalan Roppongi
仲見世通り <i>Nakamise-dōri</i> — Jalan oleh-oleh Asakusa	仲見世通り <i>Nakamise-dōri</i> — Jalan oleh-oleh Asakusa
秋葉原電気街 <i>Akihabara Denkigai</i> — Kawasan elektronik Akihabara	秋葉原電気街 <i>Akihabara Denkigai</i> — Kawasan elektronik Akihabara
	ハチ公 <i>Hachikō</i> — Patung Hachiko, Shibuya
	渋谷スカイ <i>Shibuya Sukai</i> — Shibuya Sky
	上野公園 <i>Ueno Kōen</i> — Ueno Park
	築地市場 <i>Tsukiji Ichiba</i> — Tsukiji Market
	銀座 <i>Ginza</i> — Kawasan Ginza
	新宿 <i>Shinjuku</i> — Kawasan Shinjuku
	東京タワー <i>Tōkyō Tawā</i> — Tokyo Tower
	東京スカイツリー <i>Tōkyō Sukaitsurī</i> — Tokyo Sky Tree
	渋谷スクランブル交差点 <i>Shibuya Sukuranburu Kōsaten</i> — Kawasan elektronik Akihabara
	東京ディズニーランド <i>Tōkyō Dizunirando</i> — Tokyo Disneyland
	東京ディズニーシー <i>Tōkyō Dizunishī</i> — Tokyo Disney Sea
	ワーナーブラザーズ スタジオ ツアー東京 <i>Wānā Burazāsu</i> <i>Sutajio Tsuā Tōkyō</i> — Harry Potter Studio Tokyo

Sebelum

Sesudah

Gambar 4. 14 Revisi 9

10. Revisi 10

Penulis mengurangi beberapa pertanyaan yang kemungkinan muncul karena pertanyaan-pertanyaan tersebut dinilai kurang relevan dengan keadaan yang sesungguhnya di lapangan.

❓ Pertanyaan yang sering terpikirkan	❓ Pertanyaan yang sering terpikirkan
- 露天風呂はありますか? <i>Rotenburo wa arimasu ka?</i> Ada onsen outdoor? - ロッカーはコイン式ですか? <i>Rokkā wa koin shiki desu ka?</i> Loker pakai koin? - この湯船は何の熱能ですか? <i>Kono yubune wa nani no kōnō desu ka?</i> Bak ini fungsinya apa? x - 氷水はありますか? <i>Kōrisui wa arimasu ka?</i> Ada air es? x - トイレはどこですか? <i>Toire wa doko desu ka?</i> Toilet di mana? x - ドライヤーはありますか? <i>Doraiyā wa arimasu ka?</i> Ada hair dryer? - 休憩スペースはありますか? <i>Kyūkei supēsu wa arimasu ka?</i> Ada tempat istirahat? x - バンドエイドをもらえますか? <i>Bandoēdo wa moraemasu ka?</i> Minta plester? x - これを訳してもらえますか? <i>Kore wo yakushite moraemasu ka?</i> Tolong terjemahin ini?	- 露天風呂はありますか? <i>Rotenburo wa arimasu ka?</i> Ada onsen outdoor? - ロッカーはコイン式ですか? <i>Rokkā wa koin shiki desu ka?</i> Loker pakai koin? - ドライヤーはありますか? <i>Doraiyā wa arimasu ka?</i> Ada hair dryer? - これを訳してもらえますか? <i>Kore wo yakushite moraemasu ka?</i> Tolong terjemahin ini? - 温泉は何時から何時までですか? <i>Onsen wa nan-ji kara nan-ji made desu ka?</i> Onsen buka dari jam berapa sampai jam berapa?

Sebelum

Sesudah

Gambar 4. 15 Revisi 10

4.1.4 Implementation (Implementasi)

Tahapan implementasi dilakukan melalui uji coba langsung produk TALKYO kepada calon responden. Penulis mendatangi satu per satu teman yang pernah maupun belum pernah berwisata ke Tokyo, yang diperoleh dari lingkungan perkuliahan dan rekan sesama program magang. Kepada setiap responden, penulis menunjukkan langsung produk fisik TALKYO agar responden dapat melihat dan merasakan pengalaman menggunakan produk secara nyata sebelum memberikan penilaian.

Setelah responden selesai melihat isi produk, penulis mengirimkan tautan formulir kuesioner uji coba melalui WhatsApp untuk diisi oleh responden. Formulir tersebut juga dilengkapi dengan kode QR yang memungkinkan responden mengakses versi digital TALKYO secara mandiri sebagai referensi tambahan saat mengisi kuesioner.

Proses implementasi berlangsung selama dua hari dan berhasil memperoleh partisipasi dari 19 responden, melampaui target minimal sepuluh responden yang ditetapkan. Dari 19 responden tersebut, 16 di antaranya merupakan wisatawan yang pernah berkunjung ke Tokyo, sedangkan 3 responden lainnya belum pernah berkunjung ke Tokyo. Seluruh responden, baik yang pernah maupun belum pernah berkunjung ke Tokyo, tercatat pernah mempelajari bahasa Jepang sebelumnya.

4.1.5 Evaluation (Evaluasi)

Tahap evaluasi dilakukan berdasarkan hasil kuesioner uji coba yang diisi oleh 19 responden setelah menggunakan produk TALKYO. Data dianalisis menggunakan rumus persentase dan kategori rentang skor sebagaimana telah ditetapkan pada Tabel 3.5 dan Tabel 3.6.

1) Pengalaman Kesulitan Komunikasi

Dari 19 responden, 16 responden (84,2%) merupakan wisatawan yang pernah berkunjung ke Tokyo sedangkan 3 responden (15,8%) belum pernah berkunjung ke Tokyo. Seluruh responden (100%) tercatat pernah mempelajari bahasa Jepang sebelumnya, dan seluruh responden yang pernah ke Tokyo (100%) melakukan perjalanan tersebut secara mandiri tanpa menggunakan jasa *tour guide*.

Terkait situasi yang paling sulit secara komunikasi, mayoritas responden (75%) memilih opsi “Semua benar”, yang menunjukkan bahwa kesulitan komunikasi dirasakan hampir merata di seluruh kegiatan wisata. Situasi Bus dan Taksi serta Apotek/Drugstore tercatat sebagai situasi spesifik dengan tingkat kesulitan tertinggi (masing-masing 18,8%). Terkait tingkat kecemasan, mayoritas responden menyatakan sering (43,8%) hingga sangat sering (18,8%) merasa cemas atau tidak percaya diri saat berkomunikasi dengan warga lokal Jepang, sementara hanya sebagian kecil menyatakan jarang (12,5%) dan tidak ada yang menyatakan tidak pernah merasa cemas. Temuan ini memperkuat urgensi pengembangan produk TALKYO sebagai media yang membantu mengurangi kecemasan berbahasa wisatawan.

2) Persepsi Terhadap Produk

Seluruh 19 responden (100%) menyatakan telah melihat isi produk TALKYO sebelum mengisi kuesioner evaluasi. Hasil evaluasi terhadap persepsi pengguna disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. 8 Persepsi Terhadap Produk

No	Aspek yang Dinilai	Persentase	Kategori
8	TALKYO membantu memahami percakapan dasar bahasa Jepang yang dibutuhkan saat berwisata di Tokyo	96,84%	Sangat Setuju
9	Percakapan yang disajikan sesuai dengan kegiatan wisata yang mungkin dihadapi di Tokyo	97,89%	Sangat Setuju
10	Format penulisan tiga lapis memudahkan memahami dan melafalkan bahasa Jepang	96,84%	Sangat Setuju
11	Kosakata kunci membantu ketika kebingungan dalam situasi tertentu	98,95%	Sangat Setuju
12	Meningkatkan kepercayaan diri ketika berkomunikasi dengan warga lokal Jepang	94,74%	Sangat Setuju

13	Berpotensi mengurangi rasa cemas saat berbicara dengan warga lokal Jepang	95,79%	Sangat Setuju
14	Sepuluh situasi mencakup kebutuhan komunikasi wisatawan di Tokyo	96,84%	Sangat Setuju
15	Dapat digunakan secara mandiri	95,79%	Sangat Setuju

Rata-rata persentase pada aspek persepsi produk adalah 96,71% yang termasuk dalam kategori Sangat Setuju.

3) Desain Produk

Hasil evaluasi terhadap desain produk disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. 9 Desain Produk

No	Aspek yang Dinilai	Persentase	Kategori
16	Tampilan <i>cover</i> menarik dan mencerminkan tema wisata Tokyo	94,74%	Sangat Setuju
17	Tata letak isi setiap halaman rapi dan mudah dibaca	95,79%	Sangat Setuju
18	Ukuran dan jenis huruf mudah dibaca	95,79%	Sangat Setuju
19	Format <i>slit-lock accordion</i> praktis dan mudah dibuka-tutup	95,79%	Sangat Setuju
20	Ukuran fisik ringkas dan mudah dibawa saat berwisata	95,79%	Sangat Setuju

Rata-rata persentase pada aspek desain produk adalah 95,58%, yang termasuk dalam kategori Sangat Setuju. Secara keseluruhan, rata-rata persentase gabungan aspek persepsi dan desain produk adalah 96,28%, yang menunjukkan bahwa produk TALKYO dinilai sangat sesuai sebagai media pembelajaran percakapan sehari-hari berbahasa Jepang dasar bagi wisatawan Indonesia saat berwisata mandiri di Tokyo.

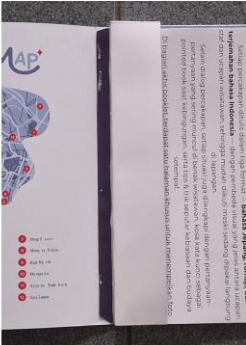
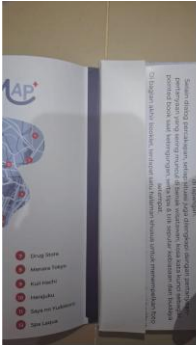
4) Kritik dan Saran

Sebagian besar responden memberikan tanggapan positif tanpa catatan perbaikan spesifik, menyatakan bahwa produk sudah menarik, informatif dan mudah dipahami. Namun, terdapat empat masukan konstruktif yang

ditindaklanjuti oleh penulis sebagai bahan revisi produk. Rincian tiap revisi disajikan sebagai berikut.

1. Revisi 1

Tabel 4. 10 Revisi 1

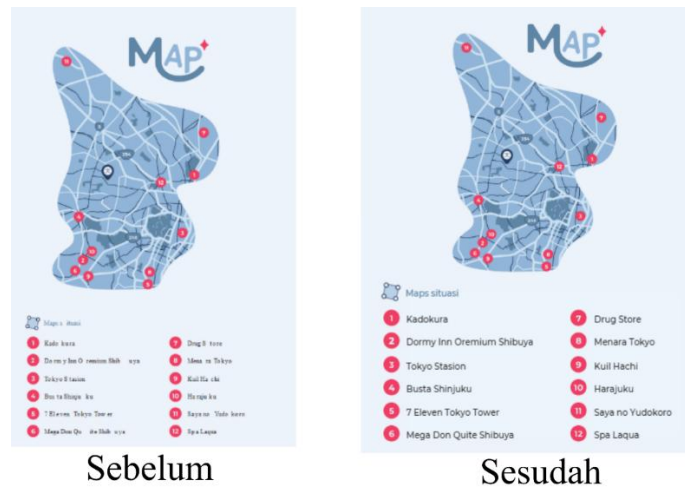
R4	lem di buku diperbaiki lagi karena kurang menempel, selebihnya sudah bisa dimengerti sebagai panduan percakapan bahasa Jepang dasar
Lem pada <i>booklet</i> diperbaiki karena dinilai kurang menempel dengan baik oleh responden, sehingga daya rekat antar halaman perlu ditingkatkan agar produk lebih tahan lama saat digunakan di lapangan.	
 Sebelum  Sesudah	

Gambar 4. 16 Revisi 1

2. Revisi 2

Tabel 4. 11 Revisi 2

R11	Bagian map dirapikan lagi agar lebih mudah untuk dibaca
Tata letak pada halaman peta dirapikan kembali agar informasi titik destinasi wisata lebih mudah dibaca oleh pengguna.	



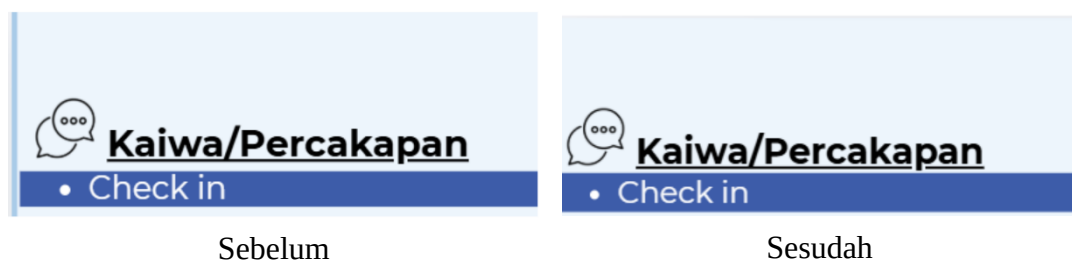
Gambar 4. 17 Revisi 2

3. Revisi 3

Tabel 4. 12 Revisi 3

R12	Tulisan seperti " <i>check in</i> , masuk, kalau resto penuh." Bisa diperkecil lagi agar tidak terlihat terlalu mepet dengan garis ruang nya
-----	--

Ukuran tulisan pada bagian tabel pertanyaan yang kemungkinan muncul, seperti contoh kalimat terkait *check in*, masuk, atau kondisi restoran penuh, diperkecil agar tidak terlihat terlalu mepet dengan garis pembatas ruangan teks.



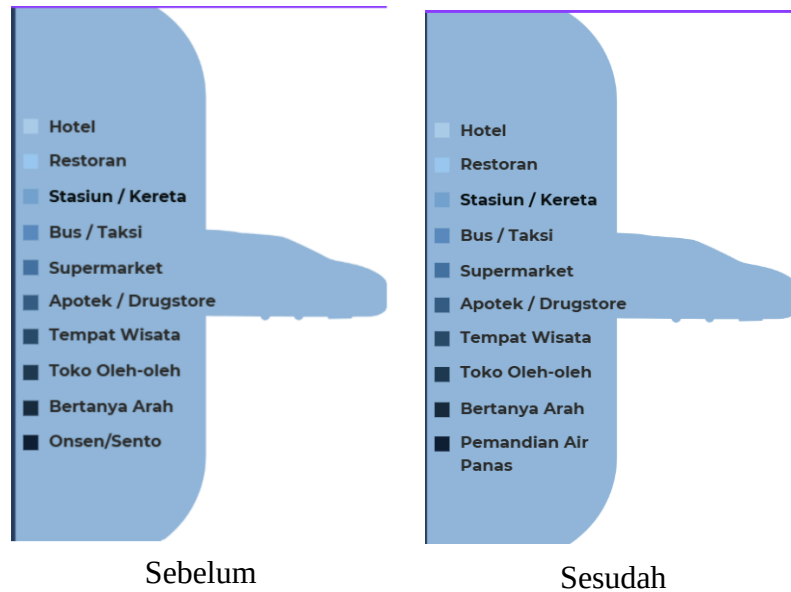
Gambar 4. 18 Revisi 3

4. Revisi 4

Tabel 4. 13 Revisi 4

R16	judul pada headline belum sesuai dengan yang tertulis di daftar isi warna (pada headline tertulis pemandian air panas, tapi di daftar isi warna tertulis <i>onsen/sento</i>)
-----	---

Judul pada *headline* setiap situasi disesuaikan agar konsisten dengan penamaan yang tertulis pada daftar isi warna, mengingat sebelumnya terdapat ketidaksesuaian antara *headline* “Pemandian Air Panas” yang ada di *headline* isi dengan penamaan “Onsen/Sento” pada daftar isi warna.



Gambar 4. 19 Revisi 4

Selain empat revisi tersebut, terdapat satu saran yang mengusulkan penambahan jumlah percakapan pada setiap situasi. Tidak seluruh saran dari responden diterapkan dalam produk akhir. Saran mengenai penambahan jumlah percakapan tidak dapat ditindaklanjuti, mengingat jumlah halaman pada setiap situasi telah ditetapkan sebanyak empat halaman sejak tahap desain sebagai bagian dari spesifikasi format *slit-lock accordion booklet* yang dirancang untuk tetap ringkas dan portabel. Penambahan jumlah percakapan akan mengubah struktur format tersebut, sehingga saran ini berada di luar ruang lingkup revisi pada penelitian ini. Oleh karena itu, penulis memfokuskan revisi pada empat saran utama yang dinilai paling sesuai dan dapat diterapkan tanpa mengubah format produk yang telah ditetapkan.

4.2 Pembahasan

Penelitian ini menggunakan metode *Research and Development* dengan model ADDIE (*Analysis, Desain, Development, Implementation, Evaluation*)

untuk mengembangkan produk TALKYO, sebuah *slit-lock accordion booklet* berbahasa Jepang dasar yang berfungsi sebagai media pembelajaran percakapan sehari-hari bagi wisatawan Indonesia saat berwisata secara mandiri di Tokyo (Branch, 2009).

Tahap pertama yaitu tahap *Analysis*, hasil observasi dan wawancara penulis selama menjalani program magang di Jepang mengonfirmasi temuan Watanabe dkk. (2014) bahwa hambatan bahasa merupakan salah satu sumber ketidakpuasan utama yang dialami wisatawan asing selama berwisata, khususnya dalam situasi yang menuntut respon komunikasi spontan. Temuan ini juga sejalan dengan hasil evaluasi produk, di mana mayoritas responden (75%) melaporkan mengalami kesulitan komunikasi yang merata di hampir seluruh kegiatan wisata, serta 62,6% responden menyatakan sering hingga sangat sering merasa cemas ketika berkomunikasi dengan warga lokal Jepang. Kondisi ini memperkuat relevansi konsep *foreign language anxiety* (Horwitz, Horwitz, & Cope, 1986) sebagai landasan pengembangan TALKYO, sekaligus menegaskan bahwa kebutuhan media pembelajaran percakapan praktis benar-benar dirasakan oleh target pengguna, yaitu wisatawan Indonesia yang berwisata secara mandiri atau *free independent traveler* (Boonkaew dkk., 2023).

Pada tahap *Desain dan Development*, penulis menerjemahkan temuan kebutuhan tersebut ke dalam struktur produk yang sistematis, mencakup sepuluh situasi komunikasi, format tiga lapis penulisan (huruf Jepang, romaji (huruf latin), terjemahan bahasa Indonesia), serta elemen visual yang mendukung kemudahan navigasi, seperti daftar isi berwarna dan peta destinasi. Pemilihan format *slit-lock accordion* sejalan dengan karakteristik media cetak portabel yang dikemukakan Luthfiana, Saputra, dan Widyaningrum (2018), yang memungkinkan pengguna mengakses satu situasi komunikasi secara langsung tanpa harus membuka seluruh rangkaian *booklet*. Meski demikian, penelitian Luthfiana dkk. (2018) tersebut memiliki sejumlah keterbatasan yang menjadi pertimbangan dalam pengembangan TALKYO. Media *accordion book* pada penelitian tersebut dirancang untuk materi Tata Surya dalam pembelajaran IPA dengan isi berupa gambar berseri dan penjelasan, bukan konten percakapan aktif yang dapat langsung dipraktikkan

pengguna, dan digunakan dalam konteks pembelajaran formal di kelas yang membutuhkan bimbingan guru, sehingga tidak dirancang untuk pengguna mandiri tanpa pendamping. Pada tahap validasi materi, penelitian tersebut juga awalnya memperoleh skor rendah sebesar 44,21% dengan kategori cukup layak, sebelum meningkat menjadi 91,57% setelah beberapa kali revisi, yang menunjukkan tantangan dalam menentukan materi yang tepat sasaran sejak tahap awal pengembangan. Keterbatasan serupa juga ditemukan pada penelitian terdahulu lain yang relevan dengan TALKYO. Booklet JNTO (2019) menggunakan sistem tunjuk-jawab yang bersifat pasif dan tidak mendorong wisatawan untuk aktif berbicara dalam bahasa Jepang, serta belum mencakup elemen budaya maupun konten yang dikelompokkan berdasarkan kegiatan wisata spesifik. *Japanese Phrase Book* dari DK Publishing (2003) menggunakan bahasa pengantar Inggris sehingga kurang optimal diakses wisatawan Indonesia yang tidak fasih berbahasa Inggris, dan cakupannya yang mencakup seluruh Jepang menjadikannya kurang spesifik untuk konteks Tokyo. Sementara itu, penelitian Keniten, Adnyani, dan Hermawan (2017) serta Mahayana dkk. (2025) yang menerapkan model ADDIE untuk media pembelajaran bahasa Jepang berbasis digital memerlukan perangkat elektronik dan koneksi internet, sehingga tidak dapat digunakan secara mandiri oleh wisatawan di lapangan, dan konteks penggunaannya masih terbatas pada pembelajaran formal di kelas. Berdasarkan kelemahan-kelemahan tersebut, TALKYO dirancang untuk mengisi celah yang belum terjawab, yaitu dengan menghadirkan bahasa pengantar Indonesia-Jepang, konten percakapan aktif yang dikelompokkan berdasarkan sepuluh kegiatan wisata spesifik di Tokyo, elemen budaya lokal, serta format cetak yang dapat digunakan secara mandiri tanpa bergantung pada perangkat elektronik maupun koneksi internet. Hasil validasi ahli oleh Rico Natalio, seorang *private tour guide* yang juga berprofesi sebagai fotografer, menunjukkan bahwa seluruh aspek format, desain, dan materi produk berada pada kategori Sesuai hingga Sangat Sesuai, dengan sepuluh revisi yang dilakukan untuk menyesuaikan pola kalimat dan kosakata agar lebih mencerminkan penggunaan bahasa Jepang yang lazim di lapangan.

Pada tahap implementasi dan evaluasi, hasil uji coba terhadap 19 responden menunjukkan tingkat kesesuaian dan persepsi positif yang sangat tinggi, dengan rata-rata persentase gabungan aspek persepsi dan desain produk sebesar 96,28% pada kategori Sangat Setuju. Temuan ini menjawab rumusan masalah kedua penelitian ini, yaitu bahwa produk TALKYO memperoleh persepsi yang sangat positif dari wisatawan Indonesia dalam membantu komunikasi bahasa Jepang dasar pada kegiatan wisata sehari-hari di Tokyo. Empat revisi akhir yang dilakukan berdasarkan masukan responden turut menyempurnakan aspek teknis produk tanpa mengubah struktur format yang telah ditetapkan sejak tahap desain.

Secara keseluruhan, proses pengembangan TALKYO melalui lima tahap ADDIE menjawab rumusan masalah pertama penelitian ini, yaitu proses pembuatan media *slit-lock accordion booklet* yang dilakukan secara sistematis mulai dari analisis kebutuhan wisatawan hingga evaluasi dan revisi akhir produk. Produk yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi solusi praktis bagi wisatawan Indonesia dalam mengatasi hambatan bahasa dan meningkatkan kepercayaan diri berkomunikasi dengan warga lokal selama berwisata mandiri di Tokyo.