

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengembangan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa produk *slit-lock accordion booklet* “TALKYO” berhasil dikembangkan melalui metode *Research and Development* dengan model ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*) (Branch, 2009) bagi wisatawan Indonesia muda usia 18-30 tahun yang berwisata secara mandiri di Tokyo. Proses pengembangan diawali dengan tahap analisis kebutuhan berdasarkan observasi selama program magang penulis di Jepang serta wawancara dengan staf dan wisatawan Indonesia, dilanjutkan dengan perancangan struktur dan visual produk, pengembangan elemen visual dan tata letak menggunakan Adobe Illustrator, validasi oleh ahli, implementasi kepada responden, hingga evaluasi dan revisi akhir produk. Produk akhir terdiri atas 41 halaman yang memuat sepuluh situasi komunikasi wisata di Tokyo, yaitu Hotel, Restoran, Stasiun/Kereta, Bus dan Taksi, Supermarket, Apotek/Drugstore, Tempat Wisata, Toko Oleh-oleh, Bertanya Arah, dan Pemandian Air Panas, dengan format penulisan tiga lapis (huruf Jepang, romaji (huruf latin), terjemahan bahasa Indonesia) untuk memudahkan pelafalan bagi pengguna.

Produk TALKYO juga memperoleh persepsi yang sangat positif dari wisatawan Indonesia dalam membantu mereka berkomunikasi menggunakan bahasa Jepang dasar pada kegiatan wisata sehari-hari di Tokyo. Hasil validasi ahli menunjukkan bahwa seluruh aspek format, desain, dan materi produk berada pada kategori Sesuai hingga Sangat Sesuai. Hasil uji coba terhadap 19 responden turut menunjukkan tingkat persepsi positif yang sangat tinggi, dengan rata-rata persentase gabungan aspek persepsi dan desain produk sebesar 96,28% pada kategori Sangat Setuju, yang mengindikasikan bahwa TALKYO mampu membantu wisatawan memahami percakapan dasar, meningkatkan kepercayaan diri, serta mengurangi kecemasan berbahasa selama berwisata mandiri di Tokyo.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut. Bagi pengembangan selanjutnya, disarankan untuk melakukan pembaharuan berkala terhadap konten TALKYO, khususnya penambahan situasi komunikasi baru maupun kosakata terkini, mengingat salah satu masukan validator ahli menyebutkan perlunya pembaharuan pada beberapa situasi di Jepang. Selain itu, perbaikan pada aspek material fisik produk, khususnya daya rekat lem pada *booklet*, perlu menjadi perhatian utama pada proses produksi berikutnya agar produk lebih tahan lama saat digunakan secara berulang di lapangan. Pengembangan selanjutnya dapat mempertimbangkan pengembangan versi produk dengan jumlah percakapan yang lebih banyak per situasi, misalnya dalam format digital yang tidak terikat pada batasan empat halaman seperti pada format cetak *slit-lock accordion*, untuk mengakomodasi masukan responden yang menginginkan variasi percakapan yang lebih luas. Di sisi lain, penelitian lebih lanjut disarankan untuk mengukur efektivitas TALKYO dalam jangka panjang, misalnya dengan menguji retensi kosakata atau tingkat kepercayaan diri wisatawan setelah benar-benar menggunakan produk secara langsung selama berwisata di Tokyo, tidak hanya berdasarkan penilaian setelah melihat isi produk. Terakhir, produk TALKYO berpotensi dikembangkan untuk konteks kota atau negara lain di Jepang selain Tokyo, mengingat pendekatan dan struktur yang telah divalidasi dalam penelitian ini dapat direplikasi untuk kebutuhan komunikasi wisatawan destinasi lain.