

Virtual Reality : Analisis Minat Teknologi Interaktif Kunjungan Wisatawan

Bagus Erwanto¹, Aditya Brian Salsabil², Nurul Muzayyana³, Dwi Hartanti⁴

Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Duta Bangsa Surakarta
Jl. Bhayangkara No. 55 Tipes, Surakarta Telp 0271 - 719552

¹202040241@mhs.udb.ac.id

²202030228@mhs.udb.ac.id

³202020998@mhs.udb.ac.id

⁴dwhartanti@udb.ac.id

Abstrak

Pada era pandemi covid-19 merupakan sebuah momok permasalahan baru bagi sektor pariwisata dengan adanya teknologi semakin berkembang. Guna menjawab permasalahan dari adanya pandemi dengan diikuti nya penurunan para pengunjung wisata menjadi menemukan solusi terbaik untuk ikut melakukan pengembangan teknologi terkini yaitu dengan menghadirkan adanya Virtual Tour. Dengan itu pentingnya untuk memahami bagaimana wisata Virtual Reality masyarakat terhadap minatnya di Indonesia untuk mengunjungi tempat wisata di Indonesia. Penelitian ini bertujuan guna mengetahui tingkat minat masyarakat Indonesia dan juga pemahaman tentang Virtual Reality itu sendiri. Pada penelitian ini kami memiliki 40 responden yang merupakan para pengunjung wisata yang belum memiliki pengalaman menggunakan Virtual Tour dan juga yang sudah memiliki pengalaman bermain di Virtual Reality dengan perolehan data secara kuesioner. Untuk analisis data pada penelitian disini menggunakan Metode deskriptif. Penelitian ini juga ingin memahami seberapa persentase minat daripada pengunjung dengan adanya inovasi ini sebelum dilakukan pengembangan lebih lanjut seperti mendapatkan responden harapan para pengunjung terhadap adanya wisata Virtual.

Kata kunci— Realitas Maya, Wisata Virtual

Abstract

In the era of the COVID-19 pandemic, it is a scourge of new problems for the tourism sector with technology growing. In order to answer the problem of the pandemic followed by a decrease in tourist visitors, finding the best solution to participate in developing the latest technology, namely by presenting a Virtual Tour. Therefore, it is important to understand how Virtual Reality tourism is related to their interest in Indonesia to visit tourist attractions in Indonesia. This study aims to determine the level of interest of the Indonesian people and also their understanding of Virtual Reality itself. In this study, we have 40 respondents who are tourist visitors who do not have experience using Virtual Tours and also who already have experience playing in Virtual Reality by obtaining data by questionnaire. For data analysis in this study using descriptive method. This study also wants to understand what percentage of visitors are interested in this innovation before further development is carried out, such as getting respondents to expect visitors to have virtual tourism..

Keywords— Virtual Reality, Tour Virtual

I. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata menjadi salah satu yang terkena dampak akibat dari masa pandemi covid-19, penurunan pengunjung yang memiliki persentase 89.22% laporan dari Yuniarto [1] telah menghitung kurang lebih kerugian wisata 85 triliun rupiah. Terjadinya penurunan para pengunjung untuk berwisata

menjadi masalah baru untuk menentukan masih adanya minat para pengunjung untuk pergi berkunjung ke tempat wisata [2-4]. Guna mendapatkan nilai persentase seberapa besarnya tingkat minat para wisatawan kita bisa menentukannya dengan melalui survey kuesioner yang sebagai masalah yang diangkat pada penelitian ini.

Selain pengembangan menjadi wisata *Virtual* di sisi bisnis dapat memberikan keuntungan bagi penyedia layanan wisata secara tidak langsung telah memasarkan produk baru ini. Oleh karena itu, pada penelitian ini kita ingin mengetahui tingkat minat pengunjung adanya wisata *virtual* ini guna mengingat di era saat ini yang serba *online* ini memerlukan inovasi juga di bidang pariwisata.

Pada penelitian ini memiliki target yang jelas untuk menganalisis tingkat minat masyarakat untuk berkunjung dengan adanya produk *Virtual Tour* ini. Pada penelitian ini sangat berfokus kan kepada pemahaman, pemahaman dan penggunaan nantinya dengan adanya *virtual tour* ini. Selain berfokus kan menentukan tingkat minat, penelitian ini juga ingin menganalisis persentase para peminatnya dan hal apa yang diharapkan oleh pengguna adanya wisata *virtual* tersebut.

Virtual Reality adalah sebuah teknologi yang dapat memungkinkan penggunaanya bisa berinteraksi terhadap objek tiruan, yang disimulasikan dengan sebuah alat teknologi bantuan. Dalam penelitian kasus ini adanya wisata *Virtual Reality* menjadikan inovasi terobosan baru untuk menentukan solusi di industri pariwisata terkait kasus pasca pandemi covid-19 yang berlangsung lama hingga kurangnya pengunjung *offline*. Adanya menentukan tingkat minat masyarakat disini untuk memastikan ketertarikan target pasar dengan adanya semua perubahan teknologi di sektor lain.

Di sisi bisnis cara ini sangat baik, secara tidak langsung sudah mempromosikan industri pariwisata tersebut. Hadirnya inovasi wisata *Virtual Reality* ini menjadikan daya tarik tersendiri bagi para pengunjung yang ingin mencoba wisata *Virtual Reality* tersebut [5]. Dengan biaya perawatan yang lebih terjangkau, biaya implementasi sistem yang cukup mahal dan dapat digunakan secara fleksibel wisata *Virtual Reality* ini memberikan kenyamanan lebih untuk pengunjung yang lokasi tinggal sangat jauh tetap juga menghilangkan rasa penasaran terhadap tempat wisata tersebut hingga menjadi hiburan baru bagi wisatawan di pasca pandemi ini.

Daya minat wisatawan *virtual* tergantung pada reaksi harapan wisatawan terhadap inovasi untuk menggaet daya tarik

wisatawan secara *online* dengan pelayanan yang baik. Minat wisatawan di sektor pariwisata ini dengan era digitalisasi sangat bergantung dengan tentang destinasi wisata terhadap *content*, layanan dan sistem nya. Media digital untuk menentukan seberapa minat para pengunjung wisata adanya produk ini memiliki prospek masa depan yang bagus, karena dengan adanya wisata *virtual* pihak penyedia layanan dapat mengembangkan apa yang masih merasa kurang pada pengembangannya dan biaya pengeluaran yang cukup lebih efisien dibanding sebelumnya. Rasa ingin tahu wisatawan terhadap adanya inovasi wisata *virtual* memiliki daya tarik positif terhadap tingkat minat wisatawan terhadap *Virtual Reality*.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini guna mendapatkan suatu data dengan melakukan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif disini merupakan sebuah proses untuk melakukan pemaparan kesimpulan data penelitian di lapangan dengan beberapa aspek yaitu aspek pengukuran dan perhitungan data numerik.^[6]

Penelitian ini disajikan menggunakan metode analisis deskriptif, karena bertujuan untuk mendeskripsikan, menguraikan dan menjelaskan fakta mengenai tingkat minat masyarakat Indonesia terhadap adanya teknologi *Virtual Reality Tour* untuk memvisualisasikan tempat wisata, yang berfungsi sebagai alat promosi wisata.^[7]

Pengumpulan data penelitian menggunakan metode survei penyebaran kuesioner. Peneliti memiliki 40 responden sebagai sampel, tanpa adanya syarat kriteria. Proses penyebaran kuesioner dilakukan selama kurun waktu 48 jam, tercatat dari tanggal 7 April 2022 - 9 April 2022, saat melakukan penyebaran kuesioner peneliti mengalami kesulitan dalam mendapatkan responden, sehingga peneliti memanfaatkan beberapa *platform* sosial media dalam menyebarkan kuesioner, seperti *Twitter* dan *WhatsApp*. Kuesioner disajikan dalam bentuk elektronik kuesioner dengan aplikasi *Google Documents*.

Metode pengukuran data disini menggunakan skala likert yang merupakan skala penelitian yang dipakai untuk mengukur pendapat responden dalam melakukan riset berupa survei kuesioner.^[8] Dari 40 responden penelitian sebagai sampel telah dijabarkan pada kajian teori yaitu minat menggunakan teknologi *Virtual Reality*, minat berwisata, minat berwisata secara *virtual*. Dari indikator diatas maka dikembangkan menjadi 7 item dan penyebarannya. Adapun kisi - kisi dari instrumen karakteristik pengguna dapat dilihat pada tabel 1.1 Karakteristik pengguna berikut :

Tabel 1.1 Karakteristik Pengguna

No	Indikator	Nomor Item	Jumlah
1	Mengetahui minat berwisata	5	1

2	Mengetahui minat berwisata dengan teknologi <i>virtual reality</i>	6, 7, 8, 9	4
3	Merasakan wisata virtual melalui link yang telah diberikan	9	1
4	<i>Virtual tour</i> menjadi solusi untuk wisata di masa depan	11	1
Jumlah			7

Berdasarkan tabel 1.2 diketahui bahwa dari 40 responden, data yang disajikan dapat diketahui mengenai minat responden terhadap *Virtual Reality Tour*.

Tabel 1.2 Kuesioner Karakteristik Pengguna

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1	Apakah kamu suka berwisata?	30				10
2	Bagaimana dengan berwisata dengan teknologi <i>Virtual Reality</i> (VR) ? Apakah kamu suka?	16		18		6
3	Apakah kamu sudah pernah merasakan berwisata dengan teknologi VR?	16				24
4	Kamu lebih suka berwisata <i>virtual</i> atau berwisata langsung ke destinasi wisatanya?	14				26
5	Kamu kan sudah mencoba membuka link seperti apa rasanya menggunakan VR untuk berwisata. Menurut kamu layanan seperti apa yang kamu harapkan agar lebih nyaman dalam berwisata VR?	21		10		9
6	Dengan adanya teknologi VR yang harganya tergolong mahal, namun teknologinya berguna dapat dipakai terus di kemudian hari. Apakah kamu berminat untuk membeli teknologi VR untuk berwisata?	27				12
7	Apakah <i>Virtual Tour</i> bisa menjawab atas rasa penasaran anda terhadap suatu destinasi wisata?	17		9	10	3

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Indonesia yang bersedia untuk menjadi responden peneliti. Teknik pengambilan sampel diperoleh dari metode survei penyebaran kuesioner dengan jumlah 40 responden. Deskripsi responden dapat dilihat pada tabel 2.1.

Berdasarkan data statistik demografi pada tabel 2.1, diketahui sebagian besar jenis kelamin dari responden adalah perempuan (57.50%). Dan menurut rentang umur responden diketahui sebagian besar responden berumur 17-20 tahun (40%).

Tabel 2.1 Statistik Demografi

Demografi	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	17	42.50%
	Perempuan	23	57.50%
Umur	<16 tahun	6	15%
	17-20 tahun	16	40%
	21-26 tahun	10	25%
	27-30 tahun	8	20%
	>30 tahun	0	0%

Tabel 2.2 Statistik Demografi Minat Wisata Virtual

Demografi	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Pernah menggunakan Virtual Reality	Pernah	19	42.50%
	Belum Pernah	21	57.50%
Berwisata	Suka	30	75%
	Tidak suka	10	25%
Berwisata Virtual	Sangat Suka	16	40%
	Biasa Saja	18	45%
	Tidak Tertarik	6	15%
Virtual Reality Tour atau Berwisata ke destinasi wisata langsung	Datang Langsung	26	65%
	Wisata Virtual Reality	14	35%

Berdasarkan data statistik demografi pada tabel 2.2 diketahui dari 40 responden bahwa sebanyak 21 (52.5%) responden belum pernah menggunakan *Virtual Reality*, namun dari data diatas diketahui sebagian besar responden berminat untuk berwisata sebesar 30 (75%). Berbanding terbalik dengan minat responden untuk berwisata secara *virtual* pada kategori “biasa saja” sebesar 18 (45%), didukung oleh demografi memilih berwisata langsung atau wisata *virtual* sebagian besar memilih kategori “datang langsung” sebesar 26 (65%).

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Menurut hasil penelitian yang diperoleh diatas, kami dapat menyimpulkan bahwasannya para responden memiliki minat yang cukup terhadap wisata *virtual*, namun sebagian besar responden masih memilih untuk berwisata secara langsung.

Saran untuk penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Membutuhkan keakuratan data dari hasil uji coba software tersebut kepada responden.
2. Masih perlunya adanya pengembangan lebih dari penelitian ini.
3. Melakukan riset lebih dalam tingkat minat guna memastikan project perancangan ini lebih siap untuk masuk ke proses implementasi.

REFERENSI

- [1] A. Sobarna, *Pengaruh Wisata Virtual Reality (VR) terhadap Niat Berperilaku Wisatawan*, Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar. Bandung, Indonesia, Agustus. 4, 2021. Available: <https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/293>
- [2] Y. D. Permatasari, *Virtual Reality Implementation For Ruang Baca Teknik Informatika (RBTC) User Visualization Using WebVR Web Based*, Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Surabaya, Indonesia, 2017, vol. 13, no. 1. Available: https://repository.its.ac.id/43371/1/5113100038-Undergraduate_Thesis.pdf
- [3] N. A. Yusrin and N. Sugianto, *Analisis Hubungan Enjoyment, Entertainment, Education, Flow Dan Design Background Dalam Virtual Tourism Selama Covid-19*, Ultima Management. Juni. 3, 2021. Available: <https://ejournals.umn.ac.id/index.php/manajemen/article/view/1987>
- [4] G. Kharismajati, R. Umar and Sunardi, *Inovasi Promosi Obyek Wisata Purbalingga Menggunakan Teknologi Virtual Reality 360° Panorama Berbasis Android*, JIKO (Jurnal Informatika dan Komputer). Juni. 11, 2020. vol. 3, no. 2. Available: <https://sinta.kemdikbud.go.id/journals/detail?page=3&id=5679>
- [5] Y.C. Huang, K. F. Backman, S. J. Backman and L. L. Chang, *Exploring the implications of virtual reality technology in tourism marketing: an integrated research framework*, *International Journal of Tourism Research*, vol. 18, no 2, pp. 116-128, 2016.
- [6] Sunyoto, *Penelitian Akuntansi*. PT Refika Aditama. Bandung, Indonesia. 2016.
- [7] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung, Indonesia. 2017.
- [8] Djaali and P. Muljono, *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan*. Grasindo. Jakarta, Indonesia. 2007.
- [9] Victoria, *Virtual Reality Tour Bangunan Bersejarah Masjid Raya Menggunakan Oculus Rift*, Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi Universitas Sumatera Utara, Indonesia, 2018, 18-30. Available: <https://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/13959/141402092.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- [10] Yulianan, A., & Lisdianto, E. *Aplikasi Virtual Reality Sebagai Media Promosi Objek Wisata di Stone Garden Kab. Bandung Barat*. KOPERTIP : Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika Dan Komputer, 2017 (1), 19-20.