

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini dunia tengah memasuki era revolusi industri ke empat atau disebut juga dengan industri 4.0. Menurut World Economic Forum (WEF), era industri 4.0 ini ditandai dengan kemunculan *cyber-physical system*, yaitu adanya penggabungan antara kemampuan manusia dengan mesin (robot). Di era ini, penerapan teknologi menghasilkan efek disrupsi yang menyebabkan banyak perubahan dasar di berbagai industri termasuk di industri pariwisata dan perjalanan sehingga ikut mengubah perilaku wisatawan dalam berwisata (Kemenparekraf.go.id, 2019).

Salah satu tren di industri perjalanan dan pariwisata yang diidentifikasi oleh World Economic Forum (2017) adalah adanya tren *Digital Enterprise*, dimana di dalamnya termasuk penggunaan inovasi-inovasi teknologi 4.0 seperti *3D printing*, *Artificial Intelligence (AI)*, *Internet of Things (IoT)*, *digital platforms*, dan *Virtual Reality (VR)*. Penggunaan salah satu inovasi teknologi 4.0 yaitu *Virtual Reality (VR)* bahkan dijadikan sebagai *Top Travel Trends 2019* versi The Lonely Planet, sebuah perusahaan panduan buku perjalanan terbesar di dunia (Lonelyplanet.com,2018).

Virtual Reality (VR) sendiri didefinisikan oleh Guttentag (2010:638) sebagai “a computer-generated 3D environment – called a ‘Virtual Environment’ (VE) – that one can navigate and possibly interact with, resulting in real-time simulation of one or more of the user’s five senses”.

Pengertian ini berarti merupakan suatu lingkungan tiga dimensi (3D) yang dihasilkan Komputer – disebut lingkungan virtual – yang dapat ditelusuri dan dipakai untuk berinteraksi, menghasilkan simulasi secara langsung antar satu atau lebih dari panca indera penggunanya.

Pengaplikasian VR dalam industri perjalanan dan pariwisata ini tentunya lebih memperkaya pengalaman wisatawan dalam berwisata. Seperti pernyataan menurut Pine dan Gilmore (2011:4) yang mengatakan bahwa “*new technology encourage whole new genres of experience*”, yang berarti adanya teknologi baru telah mendorong adanya genre-genre pengalaman baru. Hal ini menjadi penting terkait adanya pergeseran era ekonomi menjadi era *Experience Economy* yaitu era yang menyebabkan adanya pergeseran nilai ekonomi dari komoditas, barang, jasa, menjadi pengalaman (Pine & Gilmore, 1998). Pengalaman sendiri menurut Pine dan Gilmore (1998) dibagi menjadi empat dimensi berdasarkan partisipasi dan keterlibatan konsumennya (*The Four Realms of Experience*), yaitu; edukasi (*education*), hiburan (*entertainment*), pelarian (*escapist*), dan estetika (*esthetic*). *The Four Realms of Experience* yang dikemukakan Pine dan Gilmore (1998) adalah komponen penting untuk mengembangkan pengalaman yang tak terlupakan (*memorable*) (Jung, Dieck, Lee, & Chung, 2016).

Pengaplikasian VR menawarkan nilai pengalaman yang unik dan berbeda dari kegiatan *tour* biasanya, karena pengaplikasian VR menawarkan lingkungan dimana suatu pengalaman dapat dirasakan dalam dunia yang disimulasikan (Kulakoğlu-Dilek, Kızılırmak, & Dilek, 2018).

Pengaplikasian VR sudah diterapkan di beberapa area dalam pariwisata, salah satunya adalah pembuatan *artificial tourism (virtual tours/ontological disappearance of travel)* (William & Hobson, dalam Kulakoğlu-Dilek, Kizilirmak, & Dilek, 2018). *Virtual tour* sendiri merupakan sebuah simulasi dari suatu tempat yang benar-benar ada, biasanya terdiri dari kumpulan foto-foto panorama, kumpulan gambar yang terhubung oleh *hyperlink*, ataupun video, dan atau *virtual model* dari lokasi yang sebenarnya dimana berbeda dengan *tour* sebenarnya, *virtual tour* biasanya diakses melalui komputer desktop, kios informasi atau media elektronik lainnya (Syani dan Rahman, 2019:61).

Pengembangan *virtual tour* ini menggunakan teknik yang berasal dari *virtual reality* itu sendiri dan dibuat oleh komputer untuk dapat menghasilkan pengalaman dunia virtual (Zhang et al., dalam Osman, Wahab, & Ismail, 2009). Terdapat tiga tipe sistem dalam VR, yaitu *non-immersive, semi-immersive dan non-immersive*. Disini disebutkan bahwa *non-immersive VR system* merupakan sistem yang menggunakan perangkat konvensional seperti monitor, keyboard, dan mouse, *semi-immersive system* merupakan sistem yang menggunakan komputasi grafis berkinerja tinggi yang tergabung dengan layar yang besar untuk menampilkan pemandangan visual dan *immersive VR system* merupakan sistem yang memproyeksikan pemandangan visual menjadi semacam perangkat yang dipasang di kepala (Baus & Bouchard, 2014).

Virtual tour dalam area pariwisata saat ini umum digunakan bagi wisatawan sebagai gambaran sebelum mengunjungi atraksi wisata yang

akan didatangi. *Virtual tour* digunakan sebagai alat untuk mempromosikan pariwisata karena menyediakan tampilan panorama yang menarik dibandingkan dengan gambar diam yang ditemukan di brosur dan situs web (Osman, Wahab, & Ismail, 2009:179). Selain sebagai alat untuk mempromosikan pariwisata, adanya *virtual tour* menurut Guerra, Pinto, dan Beato (2015:49) juga memungkinkan wisatawan untuk “*Observe the heritage, a monument, architecture or a sculpture and immediately receive useful additional information to interpret better*” atau berarti mengamati warisan budaya, monumen, arsitektur atau seni pahat dan secara langsung dapat menerima informasi tambahan yang berguna untuk interpretasi yang lebih baik. Salah satu contohnya adalah pengaplikasian *virtual tour* di museum.

Beberapa museum di Indonesia telah memanfaatkan layanan *virtual tour*, khususnya museum-museum di bawah naungan Direktorat Jenderal Kebudayaan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) seperti Museum nasional, Museum Bank Indonesia, Museum Sumpah Pemuda, Museum Perumusan Naskah Proklamasi dan juga Museum Kepresidenan Republik Indonesia Balai Kirti (Museum Balai Kirti). Jika dibandingkan dengan museum-museum di bawah naungan Kemendikbud lainnya, Museum Kepresidenan RI Balai Kirti merupakan museum yang dapat dikatakan berbeda, untuk berkunjung ke museum ini pengunjung perlu mendapat izin khusus dan memperhatikan prosedur kunjungan yang ketat dikarenakan museum ini terletak di kompleks Istana Kepresidenan Bogor.

Museum yang telah dibuka untuk umum sejak tahun 2014 dan memiliki layanan *virtual tour* sejak tahun 2017 ini merupakan museum yang menampilkan profil, sejarah dan koleksi pribadi dari ke-enam presiden yang pernah memerintah di Indonesia. Sebelum berkunjung ke museum ini, pengunjung museum diharuskan untuk mengirim surat izin kunjungan, baik surat tertulis maupun surat elektronik. Setelah mendapat izin, dalam kunjungannya pengunjung perlu memperhatikan aturan-aturan terkait pakaian dan juga barang bawaan. Pengunjung tidak diperkenankan menggunakan baju yang dinilai tidak sopan seperti kaos, baju tidak berlengan, celana pendek, rok mini, *jeans*, pakaian tipis/ketat dan juga sandal. Barang bawaan pengunjung seperti tas, makanan dan minuman pun tidak dapat dibawa masuk ke dalam gedung museum.

Adanya *virtual tour* Museum Kepresidenan RI yang dapat diakses melalui alamat web museumkepresidenan.heritage.org ini memungkinkan wisatawan dalam mendapatkan pengalaman mengunjungi museum secara *virtual* tanpa harus mendatangi museum dengan mengikuti aturan dan prosedur kunjungan yang ada. Seperti pernyataan menurut Jung, Dieck, Lee dan Chung (2016:2) yang menyatakan bahwa “*difficult-accessible sites can be made available to tourists using VR*” dimana penggunaan VR dinyatakan bisa menjadikan situs-situs yang sulit diakses dapat tersedia bagi wisatawan.

GAMBAR 1
TAMPILAN VIRTUAL TOUR MUSEUM
KEPRESIDENAN RI BALAI KIRTI



sumber: <http://museumkepresidenan.indonesiaheritage.org/>

Selain itu, sehubungan dengan adanya pandemik wabah virus corona (*COVID-19*) pada tahun 2020, dimana telah dilakukannya kebijakan penutupan sementara bagi museum dan objek cagar budaya dibawah Direktorat Jenderal Kebudayaan, yang salah satunya adalah Museum Kepresidenan RI Balai Kirti (Kemendikbud.go.id,2020), membuat *virtual tour* Museum Kepresidenan RI Balai Kirti kini gencar dipromosikan di media sosial sebagai alternatif bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke museum. Tidak hanya melalui akun media sosial resmi Museum Kepresidenan RI Balai Kirti, akun media sosial resmi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia juga turut mempromosikan Museum Kepresidenan RI Balai Kirti sebagai salah satu museum yang dapat dikunjungi secara *virtual*.

GAMBAR 2

PROMOSI *VIRTUAL TOUR* MELALUI MEDIA SOSIAL



sumber : <https://www.instagram.com/balaikirti/> dan
<https://www.instagram.com/kemen.parekras/>

Jika mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Izzo (2017) berjudul *Museum Customer Experience and Virtual Reality: H.BOSCH Exhibition Case Study*, kualitas pengalaman dari pengaplikasian teknologi seperti *virtual tour* ini diketahui dapat meningkatkan reputasi dan daya tarik museum juga meningkatkan keunggulan kompetitif antar lembaga budaya.

Oleh karena itu, seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya, bagi Museum Kepresidenan RI Balai Kirti yang kini gencar mempromosikan *virtual tour* dan mengandalkan *virtual tour* sebagai alternatif kunjungan bagi wisatawan, mengetahui nilai pengalaman yang didapat oleh wisatawan saat mengakses *virtual tour* Museum Kepresidenan RI Balai Kirti penting dilakukan sebagai evaluasi bagi pihak museum dalam meningkatkan kualitas *virtual tour* Museum Kepresidenan RI Balai Kirti sehingga turut meningkatkan reputasi, daya tarik maupun keunggulan kompetitif Museum Kepresidenan RI Balai Kirti. Sedangkan, penelitian yang mencari tahu nilai pengalaman wisatawan saat mengakses *virtual tour* Museum Kepresidenan RI Balai Kirti ini masih belum dilakukan. Maka, dengan menggunakan pendekatan teori empat dimensi pengalaman Pine dan Gilmore (1998),

peneliti memutuskan untuk mencari tahu bagaimana nilai pengalaman edukasi (*educational experience*), hiburan (*entertainment experience*), pelarian (*escapist experience*) dan estetika (*esthetic experience*) yang didapat wisatawan saat mengakses *virtual tour* Museum Kepresidenan RI Balai Kirti. Penelitian yang dilakukan ini mengangkat judul “**Pengalaman Wisatawan pada *Virtual Tour* Museum Kepresidenan RI Balai Kirti**”.

B. Rumusan Masalah

Bertolak pada latar belakang masalah, peneliti merumuskan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana nilai edukasi yang didapat oleh wisatawan (*educational experience*) dari pengalaman mengakses *virtual tour* Museum Kepresidenan RI Balai Kirti?
2. Bagaimana nilai hiburan yang dirasakan oleh wisatawan (*entertainment experience*) dari pengalaman mengakses *virtual tour* Museum Kepresidenan RI Balai Kirti?
3. Bagaimana nilai pengalaman pelarian yang didapat oleh wisatawan (*escapist experience*) dari pengalaman mengakses *virtual tour* Museum Kepresidenan RI Balai Kirti?
4. Bagaimana nilai estetika yang dirasakan wisatawan (*esthetic experience*) saat mengakses *virtual tour* Museum Kepresidenan RI Balai Kirti.

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Formal

Bertujuan memenuhi kebutuhan nilai akademik proyek akhir sebagai syarat kelulusan dari Program Studi Manajemen Pengaturan Perjalanan, Jurusan Perjalanan, Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

2. Tujuan Operasional

Bertujuan mengetahui nilai pengalaman yang didapat wisatawan setelah mengakses *virtual tour* Museum Kepresidenan RI Balai Kirti.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai pembelajaran mengenai pengalaman wisatawan saat mengakses *virtual tour* museum.

2. Praktis

Penelitian juga dapat dijadikan sebagai evaluasi bagi pihak museum untuk peningkatan kualitas *virtual tour* Museum Kepresidenan RI Balai Kirti dengan melihat nilai pengalaman yang didapat wisatawan pada saat mengakses *virtual tour* Museum Kepresidenan RI Balai Kirti.