

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi yang ada di era digital saat ini berkembang semakin cepat setiap harinya. Salah satu teknologi yang tengah populer beberapa tahun ini adalah *Virtual Reality* (VR). *Virtual Reality* adalah sebuah teknologi yang memungkinkan penggunanya mengalami dan terlibat di dalam dunia virtual serta memberikan akses kepada pengguna untuk menjadi bagian dari aktivitas yang ditampilkan di dunia virtual (Ekasaputri & Aruan, 2018). *Virtual Reality* disebut dapat memecahkan keterbatasan ruang yang ada dan memungkinkan pengguna seolah-olah berada di tempat lain yang kemudian digunakan sebagai media simulasi untuk latihan-latihan yang sulit dalam bidang kesehatan maupun militer. Namun saat ini, VR juga telah merambah ke dunia bisnis yaitu dengan menggunakan VR untuk menyampaikan pesan dan promosi kepada para pelanggannya (Ekasaputri & Aruan, 2018). Dengan banyaknya perusahaan-perusahaan yang tengah mencoba untuk mengembangkan dan memperluas pasar VR ini, maka dapat disimpulkan bahwa mereka juga menganggap masyarakat telah siap menghadapi teknologi ini (Grimalt, 2017).

Menurut Cheong (1995) dalam Ekasaputri & Aruan (2018), industri pariwisata dapat menggunakan VR sebagai media komunikasi dan sebagai alat pemasaran untuk mempromosikan produk pariwisata dengan menawarkan pengalaman kepada calon

wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi secara virtual sebelum mereka melakukan kunjungan langsung. Bahkan dengan menggunakan VR pengguna dapat melakukan perjalanan secara virtual ke destinasi yang sulit dijangkau.

Kim dan Hall (2019) mendefinisikan VR *tourism* sebagai representasi virtual dari atraksi aktual, destinasi, atau pengalaman pengunjung yang dirancang sebagai pendahuluan untuk kunjungan atau untuk memperluas pengalaman pengunjung sebelumnya. VR *tourism* (dengan sinonim “*virtual tour*”, “*panoramic tour*”, dll.) ini menyediakan layanan online bagi pengguna VR untuk melakukan perjalanan pada lingkungan virtual dengan membuat elemen multimedia dan mensimulasikan lokasi nyata destinasi dalam situasi yang tidak nyata. Dengan adanya teknologi VR ini dapat menghilangkan batasan jarak yang ada bagi calon wisatawan untuk mendapatkan informasi dan pemahaman mengenai suatu destinasi sebelum memutuskan berkunjung serta dapat mengubah cara orang bepergian dan pengalaman yang didapatkan dari sebuah destinasi.

Semenjak mewabahnya pandemi COVID-19 sejak awal tahun 2020 lalu, adaptasi terhadap perkembangan teknologi didorong menjadi semakin cepat dan mengakibatkan banyak hal beralih ke ruang digital. Adanya pembatasan sosial serta larangan bepergian lintas wilayah dalam rangka mencegah penyebaran COVID-19 telah menyebabkan orang-orang merasa stress karena terlalu lama berdiam diri di rumah. Hal ini pula yang menyebabkan orang-orang mulai melirik menggunakan *virtual tour*.

Di Indonesia sendiri kegiatan *virtual tour* mendapatkan dukungan dari pemerintah, dalam hal ini melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam peluncuran Tur Virtual Online Xperience pada Kamis, 8 Oktober 2020 menyatakan dukungannya pada inovasi-inovasi pariwisata di saat pandemi ini melalui layanan *virtual tour* (antaranews.com). Inovasi ini disebut dapat menjadi alternatif bagi masyarakat yang ingin tetap berwisata di tengah pandemi. Tujuan pengembangan *virtual tour* interaktif tersebut adalah untuk membangkitkan industri pariwisata Indonesia di saat pandemi, memberikan alternatif hiburan lain atau *teaser* bagi masyarakat agar tergerak untuk berwisata kembali dengan tidak menghilangkan sensasi dan pengalaman ketika berwisata langsung, selain itu juga untuk mempromosikan wisata Indonesia dan menciptakan ekosistem digital di sektor kepariwisataan (Deputi Bidang Ekonomi Digital dan Produk Kreatif Kemenparekraf dalam siaran pers Kemenparekraf, 2020). Hal ini sesuai dengan kampanye yang digaungkan Kemenparekraf yaitu #DreamNow #TravelTomorrow. Harapannya *virtual tour* ini dapat menjadi media promosi untuk menginspirasi calon wisatawan akan suatu destinasi wisata agar mereka merasa tertarik dan berencana untuk datang berkunjung melakukan perjalanan wisata saat kondisi telah memungkinkan. Dan bukan dimaksudkan untuk menggantikan kegiatan berwisata langsung ke destinasi melainkan untuk saling melengkapi.

Penggunaan konsep VR dalam bidang pariwisata sebagai *virtual tour* di Indonesia sudah mulai dilakukan oleh beberapa pelaku pariwisata baik pemerintah maupun swasta. Seperti contohnya, Kemenparekraf mempromosikan destinasi wisata menggunakan teknologi VR dalam bentuk foto dan video 360° yang dapat diakses melalui situs www.indonesia.travel serta video 360° yang diunggah di media sosial youtube Kemenparekraf sendiri. Tidak hanya itu, kegiatan *virtual tour* ini juga mulai

dikembangkan oleh agen-agen perjalanan wisata yang melakukan *virtual tour* melalui aplikasi *video conference* serta adapula beberapa museum-museum di Indonesia yang mulai membuat *virtual tour 360°* pada situs mereka masing-masing seperti Museum Nasional Indonesia, Museum Kepresidenan Balai Kitri, Museum Konferensi Asia Afrika, dan beberapa museum yang lainnya. Dalam lingkup daerah, pemerintah daerah pun melalui dinas pariwisata nya masing-masing sudah mulai mengembangkan *virtual tour* ini untuk mempromosikan destinasi wisata di daerahnya. Salah satu daerah yang mulai mengembangkan *virtual tour* ini adalah Kota Surabaya.

Pada akhir tahun 2020 lalu, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya telah memperkenalkan “Surabaya Virtual Tourism” (www.virtualtour.surabaya.go.id) yang dikemas dalam *virtual tour* dengan pandangan 360 derajat berbasis situs yang dapat diakses secara gratis oleh masyarakat melalui *smartphone* atau laptop dengan sambungan internet. Saat ini telah terdapat tiga museum yang dapat diakses pada laman tersebut yaitu Museum 10 November, Museum Pendidikan dan Museum Kota Surabaya. Serta terdapat satu museum yang masih dalam tahap pengembangan dan akan segera ditambahkan yaitu Museum Olahraga Surabaya. Museum 10 November merupakan sebuah museum yang dibangun untuk mengenang peristiwa pertempuran 10 November di Surabaya. Sedangkan Museum Pendidikan merupakan museum yang menyajikan perkembangan pendidikan di Indonesia mulai dari masa pra-aksara hingga pasca kemerdekaan. Melalui *virtual tour* ini, pengguna dapat mengatur sendiri pergerakannya untuk melihat dan mempelajari berbagai koleksi yang ada di kedua museum tersebut yang dapat diakses kapan pun oleh pengguna.

Dari sisi masyarakat/pengguna, *virtual tour* merupakan sebuah teknologi baru yang belum umum dan membutuhkan adaptasi untuk menggunakannya. Tidak semua teknologi yang tercipta dapat diterima dan digunakan oleh masyarakat, teknologi yang tercipta terkadang dapat diterima ataupun ditolak karena beberapa sebab. Karena belum diketahuinya bagaimana penerimaan masyarakat terhadap adanya *virtual tour*, maka perlu diprediksi bagaimana penerimaan teknologi tersebut di masyarakat.

Untuk menjelaskan penerimaan teknologi baru berupa *virtual tour* ini dapat menggunakan sebuah model *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM sendiri pertama kali dikemukakan oleh Davis (1989) dan merupakan pengembangan model yang berasal dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). TAM digunakan untuk menjelaskan penerimaan seseorang terhadap sebuah teknologi yang berlandaskan pada kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), keinginan (*intention*), dan hubungan perilaku pengguna (*user behaviour relationship*). Model ini menempatkan faktor sikap dari tiap-tiap perilaku pengguna dengan dua variabel yaitu, persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) (Bianca dkk, 2019; Devi & Suartana, 2014). Menurut Davis, Bagozzi dan Warshaw (1989) dalam Ekasaputri & Aruan (2018), keputusan untuk menggunakan suatu teknologi juga dipengaruhi oleh persepsi kesenangan (*perceived enjoyment*) yaitu derajat ketika seseorang merasa senang saat menggunakan teknologi tersebut.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Grimalt, 2017; Tussyadiah dkk, 2018) diperoleh hasil bahwa persepsi kesenangan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan. Dan sikap penggunaan juga memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung (Chung & Han, 2015; Tussyadiah dkk, 2018). Oleh

karena itu dalam penelitian ini akan menggunakan model TAM dengan faktor penerimaan teknologi yang digunakan yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), dan persepsi kesenangan (*perceived enjoyment*). Yang kemudian akan dilihat pengaruhnya terhadap sikap penggunaan *virtual tour* (*attitude toward use*) dan minat pengguna untuk melakukan kunjungan langsung (*behavioral intention to visit*). Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti mengambil judul “**Pengaruh Persepsi dan Sikap Penggunaan pada *Virtual Tour* Terhadap Minat Berkunjung Menggunakan *Technology Acceptance Model* (Studi pada Situs Surabaya *Virtual Tourism*)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana gambaran *virtual tour* pada situs Surabaya *Virtual Tourism*?
2. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat (*perceived usefulness*) terhadap sikap penggunaan (*attitude toward use*)?
3. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap sikap penggunaan (*attitude toward use*)?
4. Bagaimana pengaruh persepsi kesenangan (*perceived enjoyment*) terhadap sikap penggunaan (*attitude toward use*)?
5. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat (*perceived usefulness*) terhadap minat berkunjung (*behavioral intention to visit*)?

6. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) terhadap minat berkunjung (*behavioral intention to visit*)?
7. Bagaimana pengaruh persepsi kesenangan (*perceived enjoyment*) terhadap minat berkunjung (*behavioral intention to visit*)?
8. Bagaimana pengaruh sikap penggunaan (*attitude toward use*) terhadap minat berkunjung (*behavioral intention to visit*)?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui gambaran mengenai *virtual tour* pada situs Surabaya *Virtual Tourism*.
2. Mengetahui masing-masing pengaruh dari persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), dan persepsi kesenangan (*perceived enjoyment*) terhadap sikap penggunaan (*attitude toward use*) serta masing-masing pengaruh dari persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kesenangan (*perceived enjoyment*) dan sikap penggunaan (*attitude toward use*) terhadap minat berkunjung (*behavioral intention to visit*)?

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini akan difokuskan untuk mencari tahu penerimaan pengguna terhadap teknologi baru berupa *virtual tour* serta pengaruhnya terhadap minat kunjungan

langsung dengan menggunakan konsep *Technology Acceptance Model* (TAM). Dalam model ini terdapat lima variabel yang digunakan diantaranya persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kesenangan (*perceived enjoyment*), sikap penggunaan (*attitude toward use*), dan minat kunjungan (*behavioral intention to visit*). Dengan fokus penerimaan teknologi *virtual tour* yang ada pada situs Surabaya *Virtual Tourism* saja dan pengaruhnya terhadap minat kunjungan langsung ke museum yang dijadikan objek *virtual tour* pada situs tersebut.

Dalam penelitian ini juga dibatasi hanya pada dua dari tiga museum yang terdapat pada situs Surabaya *Virtual Tourism* yaitu Museum 10 Nopember dan Museum Pendidikan Surabaya saja. Sedangkan untuk Museum Surabaya tidak dimasukkan karena museum ini baru muncul dan dapat diakses ditengah penelitian serta setelah seluruh data kuesioner terkumpul.

E. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, penulis mengharapkan beberapa manfaat secara langsung maupun tidak langsung terhadap kepariwisataan. Adapun manfaat dalam penelitian ini baik secara teoretis maupun praktis yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat memberikan sumbangan ilmiah dalam ilmu pariwisata melalui kajian pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, kesenangan dan sikap penggunaan pada *virtual tour* terhadap minat berkunjung dengan menggunakan *technology acceptance model* (TAM).

- b. Dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi para pembaca mengenai *technology acceptance model*, *virtual tour* dan minat berkunjung serta dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi acuan untuk mengembangkan sebuah *virtual tour* yang menarik, memberikan manfaat dan mudah digunakan serta dapat membangkitkan minat untuk berkunjung secara langsung.