

MODEL RANCANG BANGUN VIRTUAL TOURISM DI OBJEK WISATA AIR
TERJUN GOA GONG, DESA SULANGAI, BANJAR BATULANTANG,
KECAMATAN PETANG, KABUPATEN BADUNG

Ida Bagus Nyoman Krisna Prawira Yuda¹, I Wayan Kiki Sanjaya²,
Francisca Titing Koerniawaty², I Nengah Subadra⁴

^{1,2,3} Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional

⁴ Universitas Triatma Mulya

Email: bbid23.krisna@gmail.com¹, kikisanjayabali@gmail.com²,
koe.titing@gmail.com³, inengahsubadra@gmail.com⁴

Abstract

This research discusses enjoying tourist attractions with virtual tourism in Sulangai Village, Bali, especially at Goa Gong waterfall tourist attraction. In the situation of a tourist attraction that is classified as a new category, the Sulangai Village Government chooses virtual tourism as a 4.0 promotional media to increase the number of domestic and foreign tourist arrivals. Tourist visit data from January to July 2022 was used to see changes in the number of tourist arrivals during that period. The research method used in this study is a qualitative method. Data collection was carried out by interview, observation and documentation. The study found out conclusions such as (a). There are tourist attractions, tourist facilities, accessibility, and additional tourist services that are quite adequate, (b). Processing of 360o virtual tour website applications uploaded to a free domain website called wix.com. However, the limitations in this study are (a). There is lack budget for making a 360o virtual tour, (b). Human resources in the IT department of the Sulangai Village Government have not fully mastered the making of 360o virtual tours, and (c). The attractions provided by this object are not enough for 360o video shooting. With this research, it is hoped that virtual tourism can provide a more pleasant and attractive appearance for potential tourists so that it can promote this tourist attraction even further.

Keywords: virtual tourism, goa gong waterfall, 360o video, website

Pendahuluan

Era Revolusi Industri 4.0 merupakan era dimana pengetahuan teknologi yang berkembang secara cepat dengan kompetitif, (Yusnaini; Slamet, 2019). Kini, percepatan dalam kecanggihan teknologi secara masif untuk menunjang sektor informasi. Perkembangan teknologi di jejaring komputer untuk mendorong sektor telekomunikasi dengan hadirnya sinyal internet yang sangat cepat (Prasetyo, 2018). Internet of Things (IoT) merupakan salah satu pilar teknologi tersebut yang didefinisikan sebagai penggunaan gawai sebagai peralatan yang terhubung internet dan dapat dimanfaatkan untuk menciptakan sekaligus menikmati layanan-layanan baru, yang sebelumnya tidak pernah diketahui oleh masyarakat (Santo Gitakarma & Tjahyanti, 2022). Kecerdasan buatan ini menjadi tantangan baru dalam rangka menyiapkan sumber daya manusia yang kompetitif secara global. Titik balik revolusi industri 4.0 menciptakan suatu kondisi sosial masyarakat yang dikenal dengan society 5.0 yakni representasi kondisi kehidupan masyarakat yang telah berdampingan kemajuan teknologi, sesuai dengan definisi yang diberikan oleh Kemendikbud bahwa masyarakat mampu menyelesaikan berbagai permasalahan sosial melalui pemanfaatan inovasi teknologi di era revolusi industri 4.0, seperti internet of things, artificial intelligence, big data, virtual tourism serta kehadiran robot yang diciptakan untuk meringankan tugas manusia (Laila & Hendriyanto, 2021). Virtual tourism didefinisikan sebagai simulasi perjalanan ke dan dari

tujuan destinasi wisata biasanya terdiri dari video 360 dan serangkaian gambar (Cho dkk., 2002), sekaligus menjadi media simulasi dalam melakukan perjalanan yang terdiri dari unsur video, gambar dan geographical information system (Jan, 2009).

Kabupaten Badung merupakan salah satu dari kabupaten yang ada di wilayah Provinsi Bali. Secara geografis, daerah Kabupaten Badung membelah Pulau Bali di tengah-tengah, membentang dari utara hingga selatan berbatasan dengan Kabupaten Tabanan di sebelah barat, dengan Kabupaten Buleleng di sebelah utara, di sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Bangli, Gianyar dan Kota Denpasar. Kabupaten Badung berbatasan dengan Samudra Indonesia di sebelah selatan. Secara administratif, Kabupaten Badung terbagi menjadi 6 (enam) wilayah Kecamatan yang terbentang dari bagian utara ke selatan yaitu: Kecamatan Petang, Abiansemal, Mengwi, Kuta, Kuta Utara, dan Kuta Selatan, sementara obyek wisata Goa Gong terletak di kecamatan Petang.

Air terjun Goa Gong tepatnya berada di Desa Sulangai Kecamatan Petang, turut terlibat upaya mengangkat potensi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Bali dengan adanya kebijakan pembangunan pariwisata berbasis desa wisata. Pemerintahan desa bersinergi dalam pengembangan desa menjadi sebuah destinasi wisata dengan mengembangkan titik-titik potensi wisata alam dan budaya yang ada di wilayah desa. Desa Sulangai memiliki 12 Banjar terdiri dari Banjar Sandakan, Banjar Sulangai, Banjar Batulantang, Banjar Angantiga, Banjar Munduk Damping, Banjar Lipah, Banjar Kerta, Banjar Avond, Banjar Sekarmuti, Banjar Pundung, Banjar Kasianan dan Banjar Pangsan. Kawasan objek Wisata Air Terjun Goa Gong berada di Banjar Batulantang memiliki ketinggian 25 m dan dikelilingi oleh pepohonan tropis yang membuat tempat ini terlihat megah. Untuk menjangkau lokasi air terjun ini wisatawan harus melanjutkan perjalanan menyusuri jalan setapak sekitar 500 m melewati perkebunan di lereng bukit yang menjadi pengalaman petualangan yang cukup istimewa. Perjalanan menuju lokasi ini memerlukan sekitar 15 menit dengan jalan kaki (trekking), wisatawan melewati medan miring ini akan menjadi pengalaman liburan cukup menantang dan menarik sambil menikmati rekreasi petualangan alam dan sedikit tantangan, perjuangan ke lokasi tidak seberapa dibandingkan keindahan yang disajikan oleh Air Terjun Goa Gong. Air Terjun Goa Gong ini mengusung konsep sebagai wisata foto selfie yang sekarang menjadi trending masa kini menjadi salah satu objek wisata anti mainstream dan instagramable yang nantinya banyak diminati orang. Namun Air Terjun Goa Gong ini belum banyak diketahui oleh wisatawan domestik maupun mancanegara.

Penelitian ini bertujuan untuk mempromosikan objek wisata Air Terjun Goa Gong yang baru di resmikan tahun 2022 melalui virtual tourism yang memiliki manfaat sebagai media promosi online yang dimana calon wisatawan bisa melihat atau mengakses dalam bentuk tiga dimensi di aplikasi website. Sehubungan dengan itu Pemerintah Desa Sulangai seharusnya mampu mengambil kesempatan era digital 4.0 untuk membuat model virtual tourism sebagai media promosi objek wisata ini. Promosi yang merupakan bagian dari pariwisata memiliki tujuan menyalurkan informasi dan mempengaruhi calon wisatawan untuk mengunjungi destinasi pariwisata dengan cakupan distribusi alat promosi seperti brosur, iklan, film, melalui berbagai saluran media dari tv, internet, radio, koran. Promosi pariwisata disini merupakan kampanye pariwisata yang berdasarkan perencanaan atau program teratur dan berkelanjutan. Promosi ini ini ditujukan untuk menarik minat masyarakat dengan meningkatkan kesadaran akan pariwisata negeri sendiri dan juga menarik wisatawan mancanegara karena kampanye model penerangan ini mengandung atraksi dan fasilitas yang unik dan menarik untuk disuguhkan pada sang wisatawan (Pendit, 1999: 23). Seiring dengan perkembangan teknologi yang sedemikian pesat membuat tidak ada batasan di dunia. Perkembangan tersebut juga mempengaruhi generasi yang ada saat ini. Generasi yang tumbuh dan berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dikenal dengan generasi Z. Generasi tersebut berbeda dengan generasi generasi sebelumnya. Perbedaan-perbedaan tersebut terlihat dari kecepatan dan

pepandaian dalam menggunakan teknologi dan informasi. Generasi tersebut lebih menyukai penggunaan media berbasis teknologi dan asyik dengan smartphone.

Kawasan objek wisata ini merupakan salah satu aset potensial yang dapat dikembangkan sebagai objek wisata unggulan di Desa Sulangai Kabupaten Badung, namun pada kenyataannya objek wisata ini belum dikenal luas. Hal ini dikarenakan perancangan model virtual tourism belum bisa berjalan dengan maksimal diakibatkan potensi atraksi wisata masih tahap pengembangan dan kurangnya sumber daya manusia dan software maupun hardware yang merancang model virtual tourism untuk promosi objek wisata Air Terjun Goa Gong ini. Konsep virtual tourism sebagai kontribusi inovatif bagi pemerintah dalam upaya meningkatkan promosi objek wisata Air Terjun Goa Gong ini. Dengan memanfaatkan teknologi (VR) Virtual Reality dan (AR) Augmented Reality dipercayakan dapat memberikan pengalaman autentik kepada calon wisatawan tanpa perlu datang ke lokasi wisata.

Kajian Pustaka

Model rancang bangun virtual tourism untuk objek wisata di Bali merupakan fenomena baru yang belum banyak dikaji peneliti. Sementara ini, baru ada satu-dua penelitian yang muncul berkaitan dengan model rancang bangun virtual tourism di Bali, seperti Pramidewi (2021) dan Widiastini (2020). Pramidewi dkk (2021) terfokus pada strategi promosi untuk menarik wisatawan berkunjung ke Bali dan tidak mengkaitkan website dan alur pembuatan model rancang bangun virtual tourism. Begitu juga dengan kajian yang dilakukan oleh Widiastini dkk (2020) hanya pengenalan platform serta aplikasi yang digunakan dalam pembuatan virtual tour kepada kelompok sadar wisata untuk membuat paket wisata dan dijual ke wisatawan secara virtual.

Penelitian tentang digital pariwisata tersebut belum mencakup kajian tentang media promosi untuk mendatangkan calon wisatawan domestik maupun internasional melalui berbagai platform seperti facebook, instagram dan tiktok (Najamudin, 2022). Namun, penelitian yang dilakukan sekarang ini berfokus pada pembuatan model virtual tourism untuk objek wisata baru di Air Terjun Goa Gong Desa Sulangai Banjar Batulantang untuk meningkatkan jumlah kedatangan calon wisatawan yang saat ini hanya berdasarkan teks dan foto di website Pemerintah Desa Sulangai yang kurang menarik di mata calon wisatawan.

Walaupun pandemi ini telah menimbulkan kembali batas-batas antar negara yang sebelumnya telah kabur, tetapi tak bisa dipungkiri bahwa aspek lain dari globalisasi tetap tak terhindarkan seperti kemajuan teknologi dan informasi. Sehingga memang diperlukan langkah-langkah inovatif untuk memperkuat kembali ketahanan ekonomi Indonesia khususnya dalam sektor pariwisata. Pemanfaatan teknologi informasi dengan digital ekonomi merupakan langkah baru yang berpotensi mendapatkan respon yang baik dari masyarakat, seperti penerapan kebijakan New Normal Tourism. (Maharani & Mahalika, 2020) Perkembangan teknologi yang semakin hari semakin pesat membuat munculnya inovasi-inovasi baru. Virtual tour bisa menjadi salah satu media informasi dan e-Tourism adalah integrasi antara perkembangan teknologi dengan pariwisata (Kawulur et al., 2018). Langkah lain yang dilakukan di era new normal ini bahwa harus beradaptasi dengan teknologi, dan saat ini banyak dikembangkan sebuah teknologi untuk mengembangkan sektor pariwisata yaitu virtual tour. Virtual tour merupakan sebuah strategi yang efektif untuk pelaku industri sektor pariwisata, hal ini digunakan untuk menjaga kestabilan ekonomi di masa pandemi (Kinanthi, 2020). Aplikasi Virtual Tour Reality diharapkan dapat meningkatkan minat calon wisatawan untuk berkunjung dan meningkatkan potensi pariwisata (Yuliana & Lisdianto, 2017), berdasarkan pernyataan tersebut tentunya dengan adanya fasilitas Aplikasi virtual tour dapat dijadikan sebagai media promosi pada objek wisata.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan dua jenis data yaitu primer dan sekunder untuk merancang bangun model virtual tourism di objek wisata Air Terjun Goa Gong. Data primer dikumpulkan melalui wawancara yang dilakukan secara langsung dengan tiga orang Pemerintah Desa Sulangai dan dua masyarakat di sekitar Banjar Batulantang untuk mengetahui kondisi kawasan air terjun dan bagaimana merancang model virtual tourism sebagai media promosi era revolusi 4.0 kedepannya. Informan dipilih dengan metode purposive sampling yang mana peneliti dengan sengaja memilih mereka dengan keyakinan bahwa mereka mengetahui permasalahan yang sedang dikaji sehingga dapat memberikan jawaban rumusan masalah yang diteliti (Cochran, 1977).

Data yang dikumpulkan melalui wawancara dengan informan dilaksanakan selama 6 bulan terhitung Januari-Juli 2022. Data selanjutnya dianalisis dengan triangulasi, yaitu menyesuaikan, membandingkan, dan mengkontrasikan pandangan dan pendapat para informan yang berbeda untuk menguji validitas data dan menginterpretasikan data tersebut agar mendapatkan pola-pola dan tema-tema yang cocok digunakan dalam menjawab rumusan masalah untuk memastikan bahwa pembahasannya memberikan pemahaman yang mendalam tentang permasalahan yang diteliti (Subadra 2019; Patton, 2014).

Hasil dan Pembahasan

Air Terjun Goa Gong merupakan objek wisata yang tergolong baru di daerah Badung Utara sehingga masih perlu diperkenalkan secara luas dan dikembangkan lagi. Tidak menutup kemungkinan, dalam hal sederhana seperti alasan nama Goa Gong dalam artian sejarahnya perlu kita ketahui. Air terjun ini berada di aliran Sunagai Tukad Yeh Kilap. Menurut Pemangku, salah satu pelaku pariwisata sekaligus rohaniawan Desa Sulangai menyatakan, nama Goa Gong diambil dari kawasan suci di area Desa dengan keberadaan beberapa pura di Desa Batulantang, salah satunya adalah Pura Kancing Gumi. Nama dari Air Terjun Goa Gong itu sendiri diceritakan bermula dari sekitar tahun 1900-an, selalu mengeluarkan suara gong dan diyakini pula suara tersebut berasal dari dasar air terjun tersebut. Suara gong itu tidak selalu terdengar setiap hari namun pada bulan tertentu menurut kalender Bali pada Sasih Karo atau bulan kedua disebut dengan kata “Goa” juga diyakini sebagai tempat dengan istilah “tapsai” atau “metapa sesai” yang artinya pada jaman dahulu terdapat orang-orang suci atau pintar yang melakukan tapa atau semedi guna melestarikan hubungan manusia dengan lingkungan, sesama, termasuk dengan Tuhan yang dikenal dengan Tri Hita Karana. Jadi, dapat disimpulkan sejarah dari nama Air Terjun Goa Gong ini erat kaitannya dengan hal yang berhubungan dengan keyakinan warga setempat antara alam, makhluk hidup dan Tuhan.

Air Terjun Goa Gong dinyatakan memiliki komponen 4A dalam pariwisata yang terdiri atas Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas dan Ancilaritas (fasilitas tambahan). Atraksi (Attraction) yang ditawarkan Air Terjun Goa Gong di Desa Sulangai yakni untuk menuju air terjun ini wisatawan menempuh perjalanan dengan berjalan kaki (trackking) sepanjang 500 m dari area parkir motor atau mobil. Atraksi wisata ini juga telah dikonfirmasi oleh Perkebel Desa Sulangai berpendapat bahwa berjalan kaki sejauh 500 m merupakan atraksi pertama yang menyehatkan menuju ke air terjun. Selain itu, wisatawan juga dapat menikmati wisata air sekaligus ada batu besar yang cocok tempat untuk melakukan aktivitas yoga. Di sekitar air terjun dilengkapi spot selfie yang sayang jika dilewatkan untuk mengambil foto terbaik. Untuk menunjang aspek atraksi, pemerintah Desa Sulangai sudah mempersiapkan atraksi wisata petik buah untuk menunjang kegiatan para wisatawan. Dalam perjalanan menuju ke Air Terjun Goa Gong dapat menikmati indahnya alam, banyak pohon buah yang dapat dipetik wisatawan seperti buah coklat, kopi dan pepaya. Menurut (Kim dkk, 2004) Coklat dengan kandungan kakao (biji coklat) lebih dari 70% juga memiliki manfaat untuk kesehatan.



Gambar 1. Atraksi Wisata Air Terjun Goa Gong
Sumber: Koleksi penulis

Dukungan amenities bagi wisatawan yang datang ke Air Terjun Goa Gong dengan kendaraan tidak dikenakan biaya parkir. Sementara tiket masuk ke air terjun mulai dikenakan baik bagi wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara. Hal itu telah dikonfirmasi oleh Pokdarwis yang menyatakan bahwa ada perbedaan perlakuan tiket yakni dahulu tidak ada dikenakan biaya untuk tiket masuk ke air terjun. Belakangan setiap wisatawan wajib membayar kontribusi bagi pengelolaan air terjun. Pengunjung dikenakan biaya sebesar 10.000 rupiah/orang untuk wisatawan lokal dan 25.000/orang untuk wisatawan asing, sedangkan untuk penduduk lokal Desa Sulangai kita tidak dikenakan biaya masuk.

Di sekitar lokasi air terjun disediakan *rest area* berupa *bale bengong* yang berjumlah dua buah yakni di lingkungan air terjun dan di area parkir. Fasilitas lain berupa 2 kamar kecil (*toilet*) agar wisatawan bisa mengganti pakaian sebelum melakukan aktivitas berendam, untuk penggunaan *toilet* tidak dikenakan biaya. Sekitar 5 menit ke selatan dari air terjun terdapat restoran kecil yang dikelola oleh pasangan suami istri dari Belanda. Menu yang disediakan adalah menu Nusantara untuk wisatawan makan dan minum sambil menikmati indahnya perbukitan dan persawahan.



Gambar 2 Fasilitas Wisata Air Terjun Goa Gong
Sumber: Koleksi penulis

Aksesibilitas (Accessibility) menuju Air Terjun Goa Gong yang terletak di Desa Sulangai Banjar Batulantang Kabupaten Badung cukup bagus. Wisatawan dapat menuju ke objek wisata ini dengan transportasi darat melalui 3 jalur yakni melalui Bedugul, Kintamani, dan Denpasar. Rata rata waktu tempuh 1 jam lebih 15 menit dari perjalanan Kota Denpasar dan dari Bedugul dan Kintamani membutuhkan waktu tempuh 22 menit. Akses yang tersedia berupa jalur jalan namun jalur akses di sosial media belum tersentuh. Oleh sebab itu, akses di sosial media harus direncanakan.



Gambar 3. Aksesibilitas Wisata Air Terjun Goa Gong
Sumber: Koleksi penulis

Ancillary (Layanan tambahan) yang ada di Air Terjun Goa Gong adalah tersedianya Tourist Information Center dan jasa pemandu wisata yang berperan dalam kepariwisataan. Pemerintah Desa Sulangai, Pokdarwis dan Bumdes setiap bulan sekali di hari minggu mengadakan kegiatan bersih-bersih, membersihkan sampah dan penataan batu-batu di air terjun untuk pembuatan aktivitas tubing.



Gambar 4. Aksesibilitas Wisata Air Terjun Goa Gong
Sumber: Koleksi penulis

Berdasarkan paparan perihal ketersediaan aspek 4A di air terjun Goa Gong maka dapat dikatakan bahwa sumber daya manusia di wilayah Pemerintah Desa Sulangai belum menguasai penuh arti dari virtual tourism. Hal ini penting seberapa besar penguasaan tim sumber daya manusia untuk pembuatan projek virtual tourism 360o ini untuk mempromosikan Air Terjun Goa Gong untuk ke depannya. Hal itu penting karena pembuatan konten virtual tourism yang berkualitas memerlukan waktu yang banyak, sumber daya, dan keahlian kreatif yang spesifik. Biaya yang dibutuhkan dalam kegiatan projek belum dirancang mengingat Pemerintah Desa Sulangai belum membuat anggaran khusus untuk merancang bangun virtual tourism. Dalam pembuatan rancang bangun virtual tourism membutuhkan investasi dalam perangkat keras dan lunak seperti komputer atau laptop yang ber-spesifikasi tinggi, smartphone yang bisa memutar video hingga 4K, pengumpulan data dan penyusunan

desain yang dapat memakan biaya yang sangat signifikan. Desain virtual tour memerlukan dukungan berbagai atraksi wisata agar video penuh dan informatif. Dari penelitian terdahulu tampak bahwa belum adanya atraksi wisata untuk pengambilan video 360 di lokasi atraksi wisata di Air Terjun Goa Gong karena daya Tarik ini masih dalam pengembangan.

Model Rancang Bangun Virtual Tourism dengan perancangan aplikasi yang akan dibangun dalam penelitian ini adalah MDLC (Multimedia Development Life Cycle). Pada model ini terdapat 6 tahapan (Sutopo, 2012), namun disini perancangan aplikasi sampai 4 tahapan saja yaitu konsep, desain, pengumpulan bahan, dan pembuatan aplikasi.

Konsep (*Concept*) Penyusunan layout dibuat one page layout untuk mendukung sepenuhnya simpel dan mudah, sehingga calon wisatawan dapat mempermudah mengakses website pada perangkat handphone, tablet dan komputer. Penulis memilih web sebagai menyimpan media video, teks, gambar dan suara dalam teknis penyampaian informasi. Kemudian video direkam dan mengambil gambar pandangan 360o pada detail-detail kawasan air terjun. Kualitas video panorama 360^o hingga ukuran 4K dan gambar Full High Definition dapat memberikan hasil cerah dengan ukuran panorama 360^o dan 2 Dimensi.

Desain (*Design*) Penyusunan didasarkan konsep sebelumnya, yakni konsep satu halaman. Secara ringkas penempatan layout website dapat ditunjukkan pada bagan di bawah ini.

1	2	3	4
5			
6	7		
8			
9			
10			

Bagan 1. Desain Layout Website

Berikut uraian tiap bagian dalam layout adalah:

Bagian 1, 2 dan 4, bagian ini akan diisi dengan logo. Logo bagian pertama diisi logo Pemerintah Kabupaten Badung, logo bagian ke dua di isi logo Pemerintah Desa Sulangai dan logo bagian ke empat diisi logo Kampus IPBI.

Bagian 3, bagian ini akan diisi tulisan “Selamat Datang”

Bagian 5, bagian ini akan diisi tulisan “Air Terjun Goa Gong Virtual Tour 360”

Bagian 6, bagian ini akan diisi tulisan “Sejarah Desa Sulangai “

Bagian 7, bagian ini akan diisi foto-foto Desa Sulangai

Bagian 8, bagian ini akan diisi tulisan “Sejarah Air Terjun Goa Gong” dan video berupa foto-foto di Air Terjun Goa Gong.

Bagian 9, bagian ini akan diisi dengan video virtual tour yang diambil dari channel youtube peneliti.

Bagian 10, bagian ini bertuliskan “Developed by ...” Krisna Prawira 2023 Mahasiswa S2 Terapan Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional.

Pengumpulan Bahan (*material collecting*) dilakukan dengan pengumpulan bahan yang selanjutnya diolah pada tahap assembly dengan format file jpeg atau jpg berupa gambar panorama 2 Dimensi dan panorama 360o yang diambil dari penulis dan Pemerintah Desa Sulangai berukuran gambar 1080 pixel, kemudian video yang diambil dari link youtube yang peneliti sudah upload sebelumnya dengan format MP4 berdurasi 10 menit dengan kualitas video 4K ukuran lebar dan tinggi landscape (16:9), sejarah Desa Sulangai dan Sejarah Air

Terjun Goa Gong. Pada tahap Pembuatan Aplikasi (Assembly) dilakukan dengan mengumpulkan data berupa gambar, audio, dan video yang dikumpul pada tahap material collecting kemudian diolah ke dalam free domain website yang bernama wix.com sebagai pendukung pembuatan aplikasi. Secara garis besar layout website menggunakan bagian homepage.

Simpulan dan Saran

Melalui penelitian tentang model virtual tourism, penulis memiliki peluang untuk merintis masa depan pariwisata yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Dengan mengeksplorasi potensi teknologi terkini, penulis dapat menciptakan pengalaman wisata yang memikat, tanpa mengorbankan kelestarian lingkungan atau budaya lokal. Penelitian ini akan membuka pintu bagi kolaborasi lintas disiplin ilmu dan berkontribusi pada pengembangan solusi inovatif dalam mempromosikan destinasi wisata secara global. Dengan semangat penelitian ini, peneliti dapat membentuk perubahan positif dalam industri pariwisata dan mewujudkan pengalaman wisata yang tak terlupakan. Implikasi teori ini dapat membantu menghubungkan dinamika perubahan budaya, motivasi wisatawan, interaksi sosial, serta faktor lingkungan dengan era baru pengalaman wisata virtual. Implikasi praktis ini mencakup pengembangan platform virtual yang lebih interaktif dan realistis, peningkatan strategi pemasaran destinasi melalui pengalaman virtual, serta peluang baru bagi pelaku industri untuk berkolaborasi dalam menciptakan konten yang menarik dan mendalam.

Penelitian ini terbatas dengan belum adanya biaya dan sumber daya manusia untuk merancang model virtual tourism untuk melakukan promosi objek wisata Air Terjun Goa Gong ke aplikasi website dan bagaimana pengembangan potensi wisata dan fasilitas wisata agar terlihat menarik dan bernilai unik di mata wisatawan. Oleh sebab itu dapat disarankan agar penelitian lanjutan terkait dengan penelitian ini dapat diarahkan pada virtual tourism sebagai promosi objek wisata 4.0 agar setiap orang dapat menjelajahi objek wisata tanpa harus keluar rumah dan menjadi pengalaman terbaik untuk virtual tourism di masa pasca pandemi. Untuk itu, ketersediaan dana dan kompetensi SDM yang mendukung menjadi wajib diperhatikan.

Daftar Pustaka

- Amelia, V. and Danang Prasetyo (2023). Manfaat Literasi Digital Generasi Z sebagai Preferensi Tujuan Wisata dan Promosi Pariwisata. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Budaya*, vol. 9 no.2, pp.377–377. doi: <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i2.1282>.
- Ariesto Hadi Sutopo (2012). *Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pendidikan*.
- Cho, Y, Wang, Y & Fesenmaier, D.R. (2022). Searching for Experiences, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, vol. 12, no, 4, pp. 1-17. doi: 10.1300/J073v12n04_01
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Technique*. New York: John Wiley & Son, Inc.
- Ditpsd.kemdikbud.go.id. (n.d.). Menyiapkan Pendidik Profesional Di Era Society 5.0. Tersedia pada: <http://ditpsd.kemdikbud.go.id/artikel/detail/menyiapkan-pendidik-profesional-di-era-society-50> (Diakses 30 Agustus 2023)
- Jan, D., Roque, A., Leuski, A., Morie, J., Traum, D. (2009). A Virtual Tour Guide for Virtual Worlds. In: Ruttkay, Z., Kipp, M., Nijholt, A., Vilhjálmsson, H.H. (eds) *Intelligent Virtual Agents. IVA 2009. Lecture Notes in Computer Science, Vol 5773*. Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-04380-2_40
- Kawulur, M.U., Rindengan, Y.D.Y, & Najoan, X.B.N. (2018). Virtual Tour e-Tourism Objek Wisata Alam di Kabupaten Biak Numfor. *Jurnal Teknik Informatika*, vol. 13, no.3, pp. 1-6. doi: <https://doi.org/10.35793/jti.13.3.2018.28073>.
- Maharani, A, & Mahalika, F. (2020). New Normal Tourism Sebagai Pendukung Ketahanan Ekonomi Nasional Pada Masa Pandemi. *Jurnal Lemhannas RI*, vol 8, no. 2, pp. 42-55. doi: <https://doi.org/10.55960/jlri.v8i2.308>

- Najamuddin. (2022). Media Sosial Sebagai Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid 19 pada Wisata Malino Kabupaten Gowa. *Jurnal Sosialisasi*, vol. 9, no.1, pp. 155–161.
- Pendit, Nyoman. 1999. *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Akademi Pariwisata Trisakti.
- Pramidewi Premaswari, I. G. A. A. (2021) “Tur Wisata Virtual Bali Pada Era Society 5.0”, *SANDI: Seminar Nasional Desain*, 1, pp. 256–262. Tersedia pada: <https://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandi-dkv/article/view/141> (Diakses: 30 Agustus2023).
- Prasetyo, H, & Sutopo, W, (2018). Industri 4.0: Telaah Klasifikasi Aspek dan Arah Perkembangan Riset, *Jurnal Teknik Industri*, vol. 13, no. 2, pp. 17-26
- Revi dan Kinanthi. (2020). Virtual Tour: Strategi Industri Pariwisata Selama Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Jakarta Good Guide). *Jurnal Perjalanan Wisata, Destinasi, dan Hospitalis*. ISSN: 2621- 6701. Universitas Negeri Jakarta
- Subadra, I N. (2019). *Gaining In-Depth Understanding Through Mixed Methods Case Study: An Empirical Research from Temple Tourism in Bali*. Research Method Cases. London: Sage Publication.
- Widiastini, N.M.A., Prayudi, M.A.A, Rahmawati, P.I & Dantes I.G.R (2020). Pelatihan Pembuatan Virtual Tour bagi Kelompok Sadar Wisata Desa Sidatapa, Kabupaten Buleleng, Bali. *Bakti Budaya*, vol. 3, no. 2, pp. 116. doi: <https://doi.org/10.22146/bb.59518>
- Yuliana, A. and Lisdianto, E. (2017). Aplikasi Virtual tour Sebagai MediaPromosi Objek Wisata di Stone Garden Kab. Bandung Barat. *KOPERTIP: Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika dan Komputer*, vol. 1, no.3, pp.19–24. doi: <https://doi.org/10.32485/kopertip.v1i1.6>.
- Yusnaini, Y, & Slamet, S, (2019). Era Revolusi Industri 4.0: Tantangan Dan Peluang Dalam Upaya Meningkatkan Literasi Pendidikan. In: *Prosiding Seminar Nasional Program Pascasarjana Universitas Pgrri Palembang*. Palembang: Universitas PGRI Palembang, pp.1073–1085.