



YAYASAN PEMBINA LEMBAGA PENDIDIKAN PERGURUAN TINGGI PGRI KEDIRI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SEJARAH

Status "Terakreditasi Baik Sekali"

SK LAMDIK No. 773/SK/LAMDIK/Ak/S/XI/2022

Jl. K.H. Achmad Dahlan No. 76, Gedung B5 Lantai 1 Telp : (0354) 771576, 771503, 771495 Kediri

website : <https://sejarah.unpkediri.ac.id/> email : pend.sejarah@unpkdr.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS SIMILARITY

Nomor: 034 /A/Pend.Sej/UN PGRI-Kd/VIII/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Drs. Yatmin, M.Pd
NIDN : 0709076301
Jabatan : Ketua Program Studi Pendidikan Sejarah

menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : Muji Basuki
NPM : 18101020003 Th. Yudisium : 2023
Program Studi : Pendidikan Sejarah
Jenjang : S1
Similarity Index : 26%
Dosen Pembimbing I : Drs. Heru Budiono, M.Pd NIDN. 0707086301
Dosen Pembimbing II : Drs. Agus Budianto, M.Pd NIDN. 0022086508
Judul Skripsi :

**"PENGARUH MEDIA VIDEO 360 DERAJAT GUNA
PENINGKATAN PARIWISATA CANDI TEGOWANGI DI DESA
TEGOWANGI, KECAMATAN PLEMAHAN, KABUPATEN
KEDIRI"**

Karya tersebut benar-benar murni karya mahasiswa tertulis dan bebas *similarity* secara keseluruhan dari karya orang lain, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan aturan penulisan yang berlaku.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

Kediri, 10 Agustus 2023

Ka Prodi.
Pendidikan Sejarah.

Drs. YATMIN, M.Pd
NIDN: 0709076301

Muji Basuki

by Pendidikan Sejarah

Submission date: 10-Aug-2023 01:10AM (UTC-0700)

Submission ID: 2143881022

File name: Muji_Basuki_wada.docx (3.83M)

Word count: 13861

Character count: 91918

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi informasi terus menerus melahirkan teknologi-teknologi baru yang memudahkan manusia. Pemanfaatan teknologi informasi diharapkan dapat membantu memecahkan berbagai permasalahan yang dihadapi sehingga permasalahan tersebut dapat diselesaikan secara efektif. Kemajuan teknologi informasi berkembang dalam berbagai aspek, salah satunya adalah teknologi virtual tour atau panorama tour. Teknologi virtual tour adalah teknologi dimana pengguna dapat berkeliling/berkeliling suatu tempat secara virtual. Keunggulan dari panorama itu sendiri adalah informasi yang disajikan lebih nyata dan kompleks, serta tempat yang ditampilkan dapat dilihat dari segala sisi dan dapat dipindahkan ke suatu tempat. Sisi tempat yang diinginkan, tampilan 360 derajat suatu tempat dari setiap sudut hanya dengan satu foto. Buat panorama menggunakan metode penggabungan gambar.

Pentingnya pariwisata di zaman sekarang tidak dapat dipungkiri, karena menjadi sarana yang sangat berharga untuk menghidupkan kembali tubuh dan pikiran bagi mereka yang bekerja keras. Setiap bagian kota atau daerah memiliki daya tarik wisata yang luar biasa untuk menarik para wisatawan (Sigit Widyatmoko et al. 2016: 72). Pariwisata merujuk pada aktivitas atau perjalanan individu atau kelompok ke lokasi di luar tempat tinggal mereka

untuk jangka waktu tertentu, dengan tujuan mencari hiburan, mengejar pengalaman baru, meraih ketenangan, atau tujuan lainnya. (Nurul et al., 2022).

¹⁶ Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 telah mengartikan pariwisata sebagai segala aktivitas terkait dengan perjalanan rekreasi, termasuk pengelolaan tempat dan atraksi wisata serta upaya terkait penyelenggaraan pariwisata. Oleh karena itu, cakupan pariwisata melibatkan: 1). Berbagai kegiatan terkait perjalanan wisata. 2). Pengelolaan tempat-tempat dan atraksi wisata. 3) Penyediaan layanan dan fasilitas pariwisata. Pariwisata telah menjadi pilar utama dalam mendapatkan pendapatan asing karena Indonesia memiliki beragam jenis pariwisata, seperti alam, sosial, dan budaya, yang ⁶⁷ tersebar dari ujung barat (Sabang) hingga ujung timur (Merauke). (Al Hakim et al., 2021).

⁹ Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan dan berperan dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat (Lesmana et al., 2020). Selanjutnya, tergantung perkembangan jumlah wisatawan, jika target yang ditetapkan tercapai maka sistem prioritas akan dipertimbangkan. Untuk mencapai perkembangan tersebut perlu dilakukan langkah-langkah ⁹ dengan organisasi pariwisata yang ada (pemerintah dan swasta) serta pihak-pihak terkait untuk mendukung pengembangan pariwisata daerah secara berkelanjutan (Maharani 2014:20).

⁹ Indonesia memiliki kekayaan budaya yang melimpah, keindahan alam yang menakjubkan, dan aspek lainnya. Upaya pelestarian sumber daya alam dan lingkungan akan memiliki konsekuensi bagi kehidupan sosial budaya

masyarakat, terutama masyarakat lokal, dengan ⁸¹ warisan budaya yang kaya dan panorama alam yang ³² menawan. Pengembangan kawasan wisata dapat memberikan kontribusi bagi pendapatan asli daerah, membuka peluang usaha dan lapangan kerja, serta berfungsi melindungi kekayaan alam dan hayati. Pembangunan pariwisata sebagai sektor pembangunan seringkali menjadi bermakna jika dikembangkan sejalan dengan potensi daerah (Fatmawati & Santoso, 2020).

Sebelum berdirinya Negara Kesatuan Republik Indonesia, wilayah Indonesia dulu dipenuhi oleh berbagai kerajaan dan memiliki keragaman kebudayaan yang kaya. ³⁷ Kebudayaan merupakan unsur yang akan memengaruhi tingkat pengetahuan dan sistem pemikiran atau konsep yang ada dalam pikiran manusia, sehingga dalam aktivitas sehari-hari, kebudayaan memiliki sifat yang tidak nyata atau abstrak. (Pada et al., 2021).

⁶ Salah satu contohnya adalah kerajaan Majapahit, yaitu kerajaan Budha-Hindu terbesar yang pernah ada di wilayah Nusantara. Pemerintahan di Mojokerto, Jawa Timur, mengadopsi sistem monarki, yaitu sistem politik yang memiliki ⁶ kekuasaan yang tidak terbagi dari seorang pemimpin. Istilah ini mengacu pada negara-negara di mana seorang raja memegang kekuasaan tertinggi sebagai kepala negara. Posisi ini didapatkan oleh raja melalui silsilah keluarga. Banyak pembangunan juga dilakukan oleh Kerajaan Majapahit. Bangunan yang masih ada hingga sekarang dan memiliki nilai sejarah. candi-candi tersebut sebetulnya merupakan struktur yang didirikan untuk menghormati orang yang telah meninggal dunia, terutama untuk raja-raja dan

individu ⁶ terkemuka. Artinya dapat disimpulkan bahwa candi merupakan warisan dari era Hindu-Budha yang memiliki berbagai macam desain dan tujuan, meliputi tempat beribadah, tempat berkumpul dan mengajar agama, dan banyak lagi. penyaluran sisa abu jenazah raja atau figur terhormat, lokasi penghormatan kepada dewa, tempat mandi suci, serta gerbang utama (Saripurnadinata, 2022).

Secara keseluruhan, Candi Kediri ⁶ memiliki struktur, ragam hias, dan relief yang berbeda dari candi-candi di Jawa Tengah, karena dipengaruhi secara kuat oleh Kerajaan Kadiri dan Kerajaan Majapahit. Candi Tegowangi merupakan salah satu peninggalan dari Kerajaan Majapahit dengan gaya seni ⁵⁷ Buddha-Hindu. Tempat ini terletak di Desa Tegowangi, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri, Jawa Timur, Indonesia. Candi memiliki fungsi sebagai sarana untuk mengukir gambar-gambar dalam bentuk fisik, mewakili warisan dari masa lampau untuk menyampaikan pesan kepada generasi berikutnya. (Putri et al., 2020)

Saat ini, Candi Tegowangi memiliki peran sebagai tujuan wisata budaya yang penting bagi generasi milenial, agar mereka mengerti akan ⁶ pentingnya sejarah suatu negara. Selain itu, banyak seniman terkemuka yang mengunjungi candi ini untuk melakukan pertunjukan dan sebagai tempat peribadatan bagi umat Hindu. Selain fungsi tersebut, Candi Tegowangi juga berperan sebagai tempat ibadah bagi umat Hindu. Aspek religius ditunjukkan oleh ketaatan dalam mengamalkan keyakinan yang telah dianut, serta sikap toleransi terhadap praktik ibadah dan kepercayaan agama lain, dengan tujuan

menjalani kehidupan yang harmonis dan damai bersama-sama.(Tiarawanti et al., 2022).

Berdasarkan latar belakang diatas dan pemaparan keadan yang ada dilapangan secara singkat peneliti mengambil judul “Pengaruh Media Vidio 360 Derajat Guna Peningkatan Pariwisata Candi Tegowangi Di Desa Tegowangi, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan informasi yang dikumpulkan, disimpulkan bahwa pengunjung yang datang ke obyek wisata Candi Tegowangi sebagian besar berasal dari penduduk lokal Kediri. ¹⁴ Hal ini mungkin disebabkan oleh kurangnya upaya promosi di luar Kediri dan juga bisa disebabkan oleh lokasi obyek wisata yang tidak terlalu strategis, serta minimnya fasilitas menarik bagi pengunjung selain Candi itu sendiri.

Dalam proses perkembangan pariwisata banyak metode dapat digunakan sebagai sarana promosi memperkenalkan Candi Tegowangi. Salah satu metode tersebut melalaui vidio 360 derajat, diharapkan dapat menarik minat wisatawan

C. Pembatasan masalah ¹¹

Batasan-batasan yang dibatasin untuk melakukan penelitian dipaparkan sebagai berikut: Hanya mengambil dari segi promosi untuk meningkatkan wisatawan di Candi Tegowangi melalui vidio 360 derajat virtual tour. ¹¹ Hanya spot foto eksterior yang akan diambil foto panorama 360° yaitu Pintu masuk,

bagian candi, dan fasilitas candi, dan jalan menuju candi yang menjadi jalan utama arah wisatawan masuk.

²¹ **D. Rumusan Masalah**

Dari uraian yang telah dijelaskan dalam bagian awal, ⁶¹ permasalahan yang menjadi fokus penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah cara Menggunakan media video 360 Derajat sebagai sebagai media promosi candi ?
2. Apakah media vidio 360 derajat dapat meningkatkan minat wasatawan di Candi Tegowangi ?

E. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui cara Menggunakan media video 360 Derajat sebagai sebagai media promosi candi.
2. Untuk mengetahui media vidio 360 derajat dapat meningkatkan minat wasatawan di Candi Tegowangi.

⁶² **F. Manfaat Penelitian**

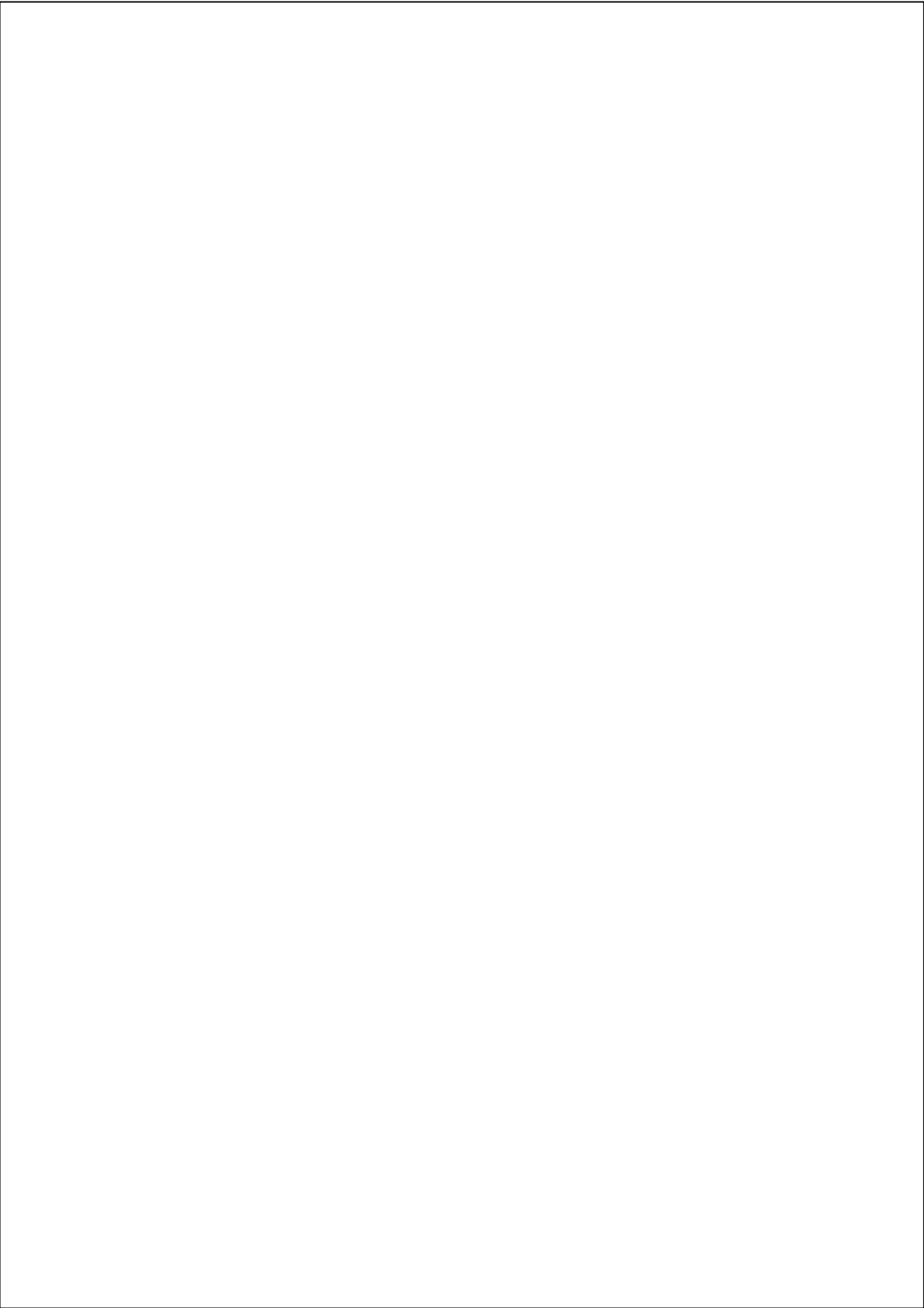
1. Manfaat Teoritis

Dalam aspek teoritis, diharapkan bahwa peneliti dapat memberikan kontribusi positif dan nilai tambah bagi pengembangan objek wisata tersebut.

⁵⁹ **2. Manfaat Praktis**

Dari sisi praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang jelas kepada masyarakat umum tentang cara memaksimalkan potensi ⁹ wisata Candi Tegowangi di Desa Tegowangi, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri

- 1) Bagi peneliti Sebagai syarat dalam menyelesaikan Program Strata (S.1)
Dalam Pendidikan Fakultas keguruan ilmu pendidikan Nusantara PGRI
Kediri
- 2) ⁹ Bagi pemerintah Desa Diharapkan Candi Tegowangi ini dapat dikenal
banyak orang dan dapat memajukan nama Desa sehingga menjadi tempat
wisata yang nyaman dan banyak peminatnya



BAB II

KAJIN TEORI

63 A. Landasan Teori

1. Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Istilah "pariwisata" terbentuk dari dua kata, yaitu 'pari' yang mengandung makna 'banyak, berulang-ulang, dan mengelilingi' serta 'wisata' yang mengacu pada 'perjalanan atau pergi ke suatu tempat'. Dengan demikian, pariwisata mengartikan aktivitas perjalanan atau berpindah tempat yang dilakukan secara berulang-ulang atau menjelajah. (Lesmana et al., 2020). Menurut Spillane dalam (Safi'i, 2020), Pariwisata merupakan pergerakan dari lokasi satu ke lokasi lain, yang bersifat temporer dan 77 dilakukan oleh individu atau sekelompok orang dengan tujuan mencapai harmoni 2 dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup, meliputi aspek sosial, budaya, alam, dan pengetahuan. Menurut (Saripurnadinata, 2022), Pariwisata melibatkan perpindahan tempat tinggal sementara dengan pemberian pelayanan dan produk yang dihasilkan dari industri pariwisata, yang mampu menciptakan pengalaman perjalanan bagi para wisatawan dan tidak terkait dengan tujuan mencari mata pencaharian. Berdasarkan berbagai definisi pariwisata di atas, 78 ciri-ciri pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Perjalanan dilakukan dalam jangka waktu yang terbatas.

74

2. Perjalanan dilakukan dari suatu tempat menuju tempat lain.

3. Tidak terkait dengan aktivitas mencari penghidupan.

79

4. Berkaitan dengan kegiatan rekreasi.

5. Memenuhi keinginan dan mendapatkan pengetahuan tentang berbagai hal yang beragam.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan tindakan perpindahan tempat tinggal ⁴⁰ sementara yang dilakukan oleh individu dari satu tempat ke tempat lain dengan meninggalkan lokasi asalnya, tanpa tujuan untuk mencari penghasilan, ¹⁶ tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan rekreasi yang beragam dan memuaskan keinginan.

b. Bentuk- Bentuk Pariwisata

2

Menurut (Pada et al., 2021), ada berbagai macam bentuk perjalanan wisata yang ditinjau dari beberapa macam segi, yaitu :

1) Dari segi kuantitas, wisata dibedakan atas :

- a. Wisata Perseorangan, yaitu suatu perjalan yang dilakukan oleh satu orang atau sepasang suami istri.
- b. Wisata Keluarga, yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh serombongan keluarga, yang masih mempunyai hubungan kekerabatan satu sama lain.
- c. Wisata Rombongan, yaitu suatu perjalanan yang dilakukan bersama-sama dengan dipimpin oleh seseorang yang

bertanggung jawab atas keselamatan dan kebutuhan seluruh anggotanya.

2) Dari segi kepengaturannya, wisata dibedakan atas :

a. Wisata Berencana, yaitu suatu perjalanan wisata yang jauh hari sebelumnya telah diatur segala sesuatunya, baik transportasi, akomodasi, maupun objek-objek yang akan dikunjungi.

b. Wisata Paket adalah sebuah produk perjalanan yang dikombinasikan² dan dijual untuk memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam melakukan perjalanan..

c. Wisata Terpimpin adalah salah satu paket perjalanan ekskursi yang ditawarkan oleh sebuah agen perjalanan. Dalam paket ini, para peserta perjalanan akan ditemani oleh seorang pemandu wisata yang akan membimbing mereka sepanjang perjalanan. Wisata Terpimpin diadakan secara terjadwal dan memiliki rute perjalanan yang telah ditentukan sebelumnya.

¹⁶
d. Wisata Khusus, yaitu suatu perjalanan wisata yang disusun secara khusus guna memenuhi permintaan seorang langganan atau lebih sesuai dengan kepentingannya.

e. Wisata Tambahan, yaitu suatu perjalanan wisata tambahan diluar pengaturan yang telah disusun dan diperjanjikan

pelaksanaannya, yang dilakukan atas permintaan pelanggan.

3) Dalam konteks tujuan dan makna, wisata dapat dibedakan menjadi:

a. Wisata Liburan, merupakan perjalanan wisata yang diadakan dan diikuti oleh sekelompok orang dengan tujuan berlibur, bersenang-senang, dan menghibur diri.

b. Wisata Pengenalan, adalah perjalanan anjangsana yang bertujuan untuk lebih memahami bidang atau daerah tertentu yang terkait dengan pekerjaan atau kepentingan tertentu.

c. Wisata Pendidikan, merupakan perjalanan wisata yang bertujuan untuk memberikan gambaran, melakukan studi perbandingan, atau meningkatkan pengetahuan mengenai bidang kerja atau topik yang dikunjungi.

d. Wisata Pengetahuan, merujuk pada perjalanan wisata yang utamanya berfokus pada perolehan pengetahuan atau melakukan penyelidikan dalam suatu bidang ilmu pengetahuan.

e. Wisata Keagamaan, melibatkan perjalanan wisata dengan tujuan utama melakukan ibadah keagamaan.

f. Wisata Kunjungan Khusus, merupakan perjalanan wisata dengan tujuan tertentu, seperti misi dagang, misi kesenian, atau tujuan lain yang bersifat spesifik.

g. Wisata Program Khusus, adalah perjalanan wisata yang dirancang untuk mengisi kekosongan atau keperluan khusus dalam suatu konteks tertentu.

h. Wisata Perburuan, merujuk pada kunjungan wisata yang bertujuan untuk mengadakan pemburuan binatang yang diizinkan oleh otoritas setempat, biasanya untuk tujuan hiburan semata.

4) Dari segi penyelenggaraanya, wisata dibedakan atas :

a. Ekskursi, yaitu suatu perjalanan wisata jarak pendek yang ditempuh kurang dari 24 jam guna mengunjungi satu atau lebih objek wisata.

b. Wisata Safari, yaitu suatu perjalanan wisata yang diselenggarakan secara khusus dengan perlengkapan atau peralatan khusus pula.

c. Wisata Pelayaran, yaitu perjalanan wisata yang menggunakan kapal pesiar mengunjungi objek-objek wisata bahari, dan objek wisata di darat tetapi menggunakan kapal pesiar sebagai basis pemberangkatannya.

d. Wisata Remaja, yaitu suatu kunjungan wisata yang penyelenggaraannya khusus diperuntukan bagi para remaja menurut golongan umur yang ditetapkan oleh hukum negara masing-masing.

e. Wisata Bahari, suatu kunjungan objek wisata khususnya untuk menyaksikan keindahan lautan.

⁴⁴ c. **Jenis-Jenis Pariwisata**

Menurut Spillane dalam (Kristiono & Susilo, 2021), jenis pariwisata antara lain:

1. Pariwisata dalam rangka Menikmati Perjalanan (Pleasure Tourism) merujuk pada bentuk pariwisata yang melibatkan individu ²⁴ yang meninggalkan tempat asalnya untuk tujuan liburan, mencari udara segar yang baru, memenuhi rasa ingin tahu, meredakan tekanan emosional, mengalami hal-hal baru, ⁶⁸ menikmati keindahan alam, serta mencari ketenangan dan kedamaian di lokasi di luar wilayah tempat tinggal mereka.
2. ² Recreation Tourism, jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki hari-hari liburnya untuk beristirahat menghilangkan keletihan dan kelelahannya, memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya.
3. Cultural Tourism, merupakan jenis pariwisata yang dilakukan karena keinginan untuk memahami tradisi, lembaga, ³⁸ dan gaya hidup masyarakat di daerah lain. Selain itu, juga bertujuan

untuk mengunjungi situs-situs bersejarah, peninggalan masa lalu, pusat seni, tempat-tempat beragama, atau berpartisipasi dalam festival seni, musik, teater, tarian rakyat, dan sebagainya.

4. Sports Tourism, jenis pariwisata ini dapat dibagi dalam dua kategori, yaitu :

- a. Big Sports Event, yaitu pariwisata yang dilakukan karena adanya peristiwa-peristiwa olahraga besar seperti Olympiade Games, World Cup, dan lain-lain.
- b. Sporting Tourism of the Practitioner, yaitu pariwisata olahraga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekan sendiri, seperti pendakian gunung, olahraga naik kuda, dan lain-lain.

5. Business Tourism, merujuk pada perjalanan yang berkaitan dengan urusan bisnis, merupakan bentuk dari perjalanan profesional di mana tujuannya terkait dengan pekerjaan atau jabatan, dengan penentuan tujuan dan jadwal perjalanan yang seringkali ditentukan secara resmi.

6. Pariwisata untuk Convention Tourism, melibatkan partisipasi dalam konvensi yang seringkali dihadiri oleh banyak peserta, mencapai ratusan hingga ribuan orang, dan biasanya berlangsung selama beberapa hari di kota atau negara yang menjadi tuan rumah.

d. Pengertian Objek Dan Daya Tarik Wisata

Menurut Fandeli dalam (Aliansyah & Hermawan, 2021), Obyek wisata merupakan perwujudan hasil kreasi manusia, gaya

hidup, seni budaya dan sejarah bangsa, serta tempat atau kondisi alam yang menarik bagi wisatawan. Secara sederhana, pariwisata adalah suatu kegiatan dimana kegiatan kepariwisataan sangat ditentukan oleh kepentingan wisatawan itu sendiri dalam berwisata, bukan hanya oleh kepentingan wisatawan, tetapi juga berdasarkan sumber daya wisata yang tersedia. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa objek wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keindahan, keanekaragaman kekayaan alam, keunikan budaya dan hasil buatan manusia di daerah tujuan wisata, dan merupakan tujuan atau tujuan wisatawan. Turis berkunjung.

Menurut Mappi dalam (Lesmana et al., 2020), Obyek pariwisata dibagi menjadi tiga kategori, yakni:

- i. Pariwisata alam, seperti: pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (eksotis), kawasan perlindungan, cagar alam, pemandangan alam, dan lain sebagainya.
- ii. Pariwisata budaya, seperti: tradisi kelahiran, tarian tradisional, musik tradisional, pakaian adat, acara pernikahan adat, upacara pertanian, festival panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, warisan tradisional, festival budaya, kerajinan tradisional, pertunjukan tradisional, adat istiadat lokal, museum, dan lain sebagainya.
- iii. Pariwisata buatan, seperti: fasilitas olahraga, permainan (layang-layang), hiburan (lawak atau akrobatik, sulap),

keahlian khusus (berkuda), taman rekreasi, taman nasional, pusat perbelanjaan, dan lain sebagainya.

Menurut Undang-undang No 10 tentang kepariwisataan dalam (Ramadhani, 2021), Daya tarik pariwisata dapat didefinisikan sebagai segala hal yang memiliki karakteristik unik, keindahan, dan nilai yang meliputi keanekaragaman alam, budaya, dan karya manusia yang menjadi tempat wisatawan ingin dikunjungi dan merupakan tujuan dari daerah pariwisata yang disebut destinasi pariwisata. Adanya 3 kategori yang membedakan daya tarik wisata, yaitu :

- a. Wisata alam merupakan jenis wisata yang melibatkan perjalanan ke tempat-tempat tujuan yang memiliki keindahan alam yang unik. Destinasi yang sering dikunjungi dalam jenis wisata ini antara lain laut, pantai, gunung, lembah, air terjun, hutan, dan objek wisata yang masih alami.
- b. Wisata budaya memiliki daya tarik yang istimewa karena mengajak wisatawan untuk mengunjungi lokasi-lokasi yang mempunyai karakteristik dan keunikan budaya tersendiri. Beberapa contoh dari tempat yang menawarkan pengalaman wisata budaya adalah Pulau Kemaro, Taman Purbakala Sriwijaya, dan objek-objek wisata budaya lainnya.
- c. Minat khusus dalam industri pariwisata mencakup mengunjungi objek wisata yang sesuai dengan minat individu,

seperti wisata yang berkaitan dengan olahraga, kegiatan rohani, pendidikan, kuliner, belanja, dan masih banyak lagi.

Menurut (Anggarini, 2021), Dalam menjalankan kegiatan wisatanya, terdapat empat tujuan yang ingin dicapai atau diperoleh oleh para wisatawan:

- a. "Something to see," merujuk pada keberadaan daya tarik khusus di daerah tujuan wisata, selain atraksi utama yang menjadi minat mereka.
- b. "Something to do," mengindikasikan bahwa selain memiliki banyak hal yang dapat dilihat, area wisata juga harus menyediakan fasilitas rekreasi yang mampu membuat wisatawan merasa betah berlama-lama di sana.
- c. "Something to buy," mencakup adanya fasilitas belanja untuk souvenir atau kerajinan khas sebagai oleh-oleh dari tempat wisata.
- d. "Something to know," menunjukkan bahwa objek wisata juga seharusnya memberikan pengalaman edukatif kepada wisatawan.

Keempat elemen ini menjadi faktor penting dalam membuat suatu daerah menjadi tujuan wisata yang menarik. Selain itu, dalam mengembangkan destinasi wisata, beberapa hal yang harus diperhatikan adalah:

- a. Kemampuan untuk bersaing dengan destinasi wisata di lokasi lain.

- b. Ketersediaan sarana pendukung yang memiliki karakteristik unik.
- c. Kepertahanan keaslian dan stabilitas, kecuali dalam hal pembangunan dan peningkatan.
- d. Daya tarik yang mampu menarik perhatian wisatawan.

Candi Tegowangi Sebagai Obyek Wisata

Candi Tegowangi Kediri merupakan destinasi wisata bersejarah yang terletak di Desa Tego Wangi, Kabupaten Plemahan, di provinsi Jawa Timur, Indonesia. Tempat ini menarik banyak pengunjung baik pada hari biasa maupun saat liburan. Keindahan tempat ini begitu memukau dan mampu memberikan pengalaman yang berbeda dari rutinitas sehari-hari kita..

Keindahan yang luar biasa dari Wisata Candi Tegowangi Kediri merupakan daya tarik yang sungguh menarik untuk dikunjungi. Sayangnya sekali jika Anda berada di Kota Kediri dan melewatkan kesempatan untuk mengunjungi objek wisata sejarah yang memiliki pesona tak tertandingi tersebut. Wisata Candi Tegowangi Kediri sangat tepat untuk menjadi tujuan liburan Anda, terutama pada masa libur panjang seperti libur nasional atau hari-hari istimewa lainnya.

Keindahan wisata Wisata Candi Tegowangi Kediri, ini sangatlah baik bagi anda semua yang berada di dekat atau di kejauhan untuk merapat mengunjungi tempat wisata Wisata Candi Tegowangi Kediri di kota Kediri Dimana lokasi Wisata Candi

Tegowangi Kediri ? seperti yang tertulis di atas lokasi Wisata Candi Tegowangi Kediri , terletak di desa tegowangi ., Kecamatan Plemahan , Kabupaten Kediri , Provinsi Jawa Timur . Tetapi jika anda masih bingung di mana lokasi atau letak Wisata Candi Tegowangi Kediri , saya sarankan anda mencari dengan mengetik Wisata Candi Tegowangi Kediri , di search google maps saja. Di Google maps sudah ditandai dimana lokasi yang anda cari tersebut.

Wisata Candi Tegowangi Kediri adalah destinasi yang wajib Anda singgahi, mengingat keindahannya yang tak tertandingi. Masyarakat setempat di daerah Plemahan juga dikenal sangat ramah dan hangat dalam menyambut kedatangan wisatawan, baik yang berasal dari dalam maupun luar daerah. Kota Kediri juga terkenal akan keindahan obyek wisatanya , salah satu contohnya adalah Wisata Candi Tegowangi Kediri ini , Candi Tegowangi memiliki bentuk seperti persegi panjang dengan sudut yang menghadap ke arah barat, memiliki dimensi 11,2 x 11,2 meter, dan mencapai ketinggian sekitar 4,35 meter. Bangunan candi ini dibuat sekitar tahun 1400 M pada zaman kerajaan Majapahit dan berfungsi sebagai tempat persembahan untuk Bhre Matahun. Bahan yang digunakan dalam pembangunan candi ini adalah batu andesit, sementara pondasi terbuat dari batu bata.

Di bagian tubuh candi, terdapat relief-relief yang masih dapat dinikmati dengan jelas. Relief ini menggambarkan kisah mengenai

penyucian ³⁴ Dewi Durga dari bentuk yang jelek dan jahat menjadi Dewi Uma dalam wujud yang baik. Proses ritual ini dipimpin oleh Sadewa, anggota termuda dari Pandawa. Wisatawan memiliki kesempatan untuk mengelilingi sekitar candi dan menemukan relief-relief yang memukau dan menarik perhatian.

Terdapat 14 panel yang terbagi dengan rincian, yakni 3 panel berada ³⁴ di sisi utara, 8 panel berlokasi di sisi barat, dan 3 panel terletak di sisi selatan. Di samping menikmati keindahan relief yang memukau, pengunjung juga berkesempatan untuk mengamati arca-arca yang terdapat di halaman candi. Meskipun kondisi arca-arca ini mungkin tidak lengkap, tetapi keindahannya masih bisa dinikmati. Sambil menikmati area candi yang dikelilingi oleh rerumputan hijau dan diberkahi dengan semilir angin yang disebabkan oleh pepohonan di sekitarnya, pengunjung dapat menikmati bangunan bersejarah ini. Selain sebagai tempat wisata, Candi Tegowangi juga sering digunakan sebagai lokasi penyelenggaraan berbagai acara budaya (Tiarawanti et al., 2022).

pemerintah kabupaten Kediri mengadakan berbagai acara budaya dan pariwisata seperti Pekan Budaya dan Pariwisata, Festival Panji Nusantara, Festival Panji Internasional, serta berbagai acara kebudayaan lainnya. Candi Tegowangi, yang diperkirakan merupakan peninggalan bersejarah dari zaman

Kerajaan Majapahit dengan latar belakang kepercayaan Hindu, memiliki ciri-ciri seperti arca Parwati Adhenari, Garuda berwujud manusia, dan Yoni dengan pancuran yang berbentuk naga.

Referensi dalam kitab Pararaton mengindikasikan bahwa Candi Tegowangi digunakan sebagai tempat persembahan atau penghormatan kepada Bhre Matahun dan didirikan sekitar tahun 1400 Masehi. Sampai saat ini, Candi Tegowangi tetap terjaga keutuhannya (Tiarawanti et al., 2022). Kemungkinan besar, peningkatan jumlahnya pada periode tersebut memiliki tujuan tersendiri, mungkin sebagai bentuk dari Konser Jangka Jayabaya yang merupakan simbol aspirasi kebebasan masyarakat yang menolak perubahan atau modernisasi (Sasmita et al., 2018).

Walaupun mengalami rekonstruksi pada tahun 2014 akibat letusan Gunung Kelud serta pada tahun 1993 karena terjadi penurunan bagian dasarnya, Candi Tegowangi tetap menjaga keaslian dan terpelihara. Area di sekitar candi dipelihara dengan baik dan terjaga kebersihannya. Keberadaan pohon-pohon di sekitar menciptakan suasana yang lebih segar dan alami. Penting bagi kita untuk menjaga, merawat, dan melestarikan kekayaan budaya serta peninggalan sejarah yang dimiliki oleh negara ini. Kita tidak boleh membiarkan budaya modern mengaburkan atau menggantikan nilai-nilai sejarah yang memberikan pelajaran berharga dan nilai-nilai yang tinggi.

40

2. Media Promosi

a. Definisi Media

Pengertian Media menurut (Ramayulis, 2019), Media ialah segala bentuk yang mampu difungsikan sebagai alat untuk menghantarkan ³ pesan dari pengirim kepada penerima sehingga merangsang pemikiran, emosi, perhatian, dan minat siswa sedemikian rupa sehingga terjadi proses pembelajaran. Gerlach dan Ely (1971) mengartikan Media secara umum sebagai manusia, materi, atau peristiwa yang membentuk kondisi yang memungkinkan siswa untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap.

Menurut (Afandi et al., 2022) Dalam upaya menciptakan video pembelajaran yang efektif, guru diharapkan memiliki kemampuan untuk melakukan pengeditan menggunakan aplikasi yang memiliki ukuran yang lebih kecil. Video pembelajaran adalah bentuk media yang dirancang secara terampil dan berdasarkan prinsip-prinsip pembelajaran. Dengan pendekatan ini, program tersebut memungkinkan siswa untuk lebih menarik perhatian pada materi pembelajaran melalui penggunaan unsur audio-visual.

Di samping ³ itu, AECT (Association of Education and Communication Technology, 1977) telah mengemukakan definisi media sebagai segala bentuk dan sarana yang digunakan untuk

mengkomunikasikan pesan atau informasi. Dijabarkan juga oleh (Mulyani, 2020), Media adalah segala jenis perangkat yang dapat digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dengan tujuan mencapai hasil belajar. Definisi media dapat bervariasi tergantung pada sudut pandang, maksud, dan tujuannya, tetapi secara umum, media dapat diartikan sebagai alat, sarana komunikasi, penghubung, atau perantara antara dua pihak.

b. Definisi Promosi

Promosi adalah tindakan yang dilakukan untuk menyebarkan informasi atau penawaran mengenai ¹³ produk atau layanan dengan tujuan menarik minat calon konsumen agar melakukan pembelian atau penggunaan, dengan harapan dapat meningkatkan jumlah penjualan. (Iqbal & Alamin, 2019). Sedangkan menurut (Firman Maulana et al., 2022) Menurut, promosi adalah aktivitas yang dirancang untuk merajai pelanggan agar mereka mengetahui produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan sehingga mereka puas dan membelinya.

Selanjutnya definisi lain menurut (Nashih & Panindias, 2021) menyatakan Promosi merupakan tindakan yang dilakukan oleh pihak pemasaran untuk mengkomunikasikan informasi mengenai produk mereka dan mengajak serta menginspirasi konsumen untuk melakukan pembelian. Dari ⁷⁵ definisi-definisi yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan usaha dalam

memberikan informasi mengenai produk dan layanan kepada konsumen agar dapat dikenal, serta merangsang minat konsumen untuk melakukan pembelian produk dan layanan tersebut.

66

c. Definisi Media Promosi

Media promosi adalah sebuah sarana untuk berkomunikasi tentang produk/jasa/imaji/perusahaan atau hal lainnya dengan tujuan untuk lebih dikenal oleh masyarakat secara lebih luas. Salah satu jenis promosi yang paling lama digunakan adalah promosi melalui percakapan antar orang secara langsung. Media ini memang memiliki efektivitas tinggi, namun kurang efisien karena kecepatan komunikasinya sulit untuk diukur dan diprediksi.

3

Beberapa bentuk media promosi yang tradisional termasuk brosur, poster, booklet, leaflet, spanduk, baliho, billboard, neon box, standing banner, kartu nama, surat kepala, seragam pegawai, jam dinding, poster pada kendaraan, peralatan makan dan minum, iklan di televisi, radio, spanduk terbang, balon udara, iklan di media cetak, daftar menu, daftar harga, dan lain sebagainya. Tidak ada satu pun media yang benar-benar akurat. Setiap individu memiliki keunggulan dan kelemahan yang berbeda-beda. Jika kita hanya mengandalkan satu saluran untuk memasarkan produk kita, maka jelas bahwa efektivitasnya akan menjadi terbatas.

d. Jenis Media Promosi

Jenis-jenis media promosi di bagi menjadi tiga kategori, yaitu :

1. Media ATL (Above The Line)

Media Above The Line merujuk pada berbagai jenis media promosi yang ditempatkan dalam kategori yang lebih tinggi. Hal ini karena media promosi dalam kategori ini membutuhkan alokasi anggaran yang signifikan. Walaupun demikian, media ini mampu mencakup segmen pasar yang sangat luas. Contohnya termasuk televisi, koran, radio, billboard, dan lain sebagainya.

2. Media BTL (Below The Line)

Media Below The Line merujuk pada berbagai bentuk media promosi yang tergolong dalam kategori lebih rendah. Ini karena media promosi dalam kategori ini tidak memerlukan anggaran besar, langsung mengenai target yang tepat, dan mengarah pada segmen pasar yang terbatas. Contoh dari jenis ini meliputi pamflet, flyer, poster, brosur, serta platform media sosial, dan sebagainya.

3. Media TTL (Trough The Line)

Jika kita melihat sekeliling kita, memang ada banyak kegiatan yang tidak lagi dianggap sebagai hal eksklusif. Terdapat aktivitas ATL yang mengandung unsur BTL. Dalam hal yang berkebalikan, BTL memiliki kandungan dari ATL. Iklan produk brand di majalah dilakukan dengan memberikan sample produk kepada pembaca sebagai contoh ATL dan BTL.

Sebagai perbandingan, contoh aktivitas BTL dan ATL adalah melakukan suatu acara di sebuah toko dengan mempromosikannya melalui iklan radio dan pesan singkat. Wilayah netral yang tidak jelas atau disebut juga sebagai 'grey area' merupakan faktor pendorong bagi munculnya istilah baru yang dikenal sebagai ⁵⁶ 'Through the Line' atau TTL. Istilah ini secara harfiah berarti 'mulai dari satu bagian hingga bagian yang lain'. Untuk memberikan gambaran yang jelas tentang segmen jasa kreatif komunikasi yang ditawarkan oleh perusahaan jasa komunikasi periklanan, istilah TTL diperkenalkan sebagai jembatan. Ambient Media adalah jenis media yang mencakup segala bentuk iklan yang disampaikan melalui medium non-tradisional.

3. Media 360 Derajat

a. Definisi Media 360 Derajat

Teknologi berkembang pesat saat ini dan melahirkan banyak inovasi teknologi baru, ¹ Salah satu tren yang tengah berkembang saat ini adalah video 360 derajat. Teknologi ini telah banyak diadopsi sebagai metode untuk menggambarkan suatu peristiwa dengan menghadirkan tampilan yang mampu menunjukkan semua sudut pandang sekitar peristiwa tersebut, sehingga meningkatkan daya tarik dan pengalaman menonton video.

Media 360°, termasuk Video dan gambar dengan sudut pandang 360° merupakan metode yang efektif bagi pengembang untuk mengoptimalkan aplikasi tradisional dengan konten yang mendalam. Pengembang maupun pengguna memiliki fleksibilitas untuk menciptakan konten 360° dalam format tunggal atau stereo. Gambar dan video seringkali harus diatur dalam format equirect-pano, yang merupakan format umum yang kompatibel dengan berbagai solusi penghasilan konten. (Google,2019).

b. Virtual Reality

Teknologi Realitas Virtual (Virtual Reality) adalah metode yang memungkinkan seseorang mengalami simulasi dari objek nyata menggunakan komputer, yang menciptakan suasana tiga dimensi untuk mengikutsertakan pemakai secara fisik. Umumnya digunakan oleh perancang obat, arsitek, insinyur, profesional medis, dan bahkan orang awam untuk melakukan tugas-tugas yang mirip dengan dunia nyata. Lingkungan realitas virtual biasanya memberikan pengalaman visual yang diproyeksikan pada layar komputer.

c. Virtual Tour

Dalam penelitian yang dihasilkan oleh Dianto G. Thomas, Sherwin R. U. A. Sompie, dan Brave A. Sugiarto, Virtual Tour mengacu pada sebuah simulasi dari lokasi nyata, yang umumnya terdiri dari rangkaian video atau koleksi foto. Virtual Tour juga

dapat menggabungkan elemen multimedia lainnya, seperti efek suara, musik, narasi, dan teks. Istilah "virtual tour" sering digunakan untuk merujuk pada berbagai jenis video dan media fotografi. Konsep panorama menghadirkan pandangan kontinu, yang dapat diperoleh melalui rangkaian foto atau perekaman video yang melibatkan pergerakan kamera. Namun, istilah "tour panorama" dan "virtual tour" pada umumnya terkait dengan perjalanan virtual yang diciptakan menggunakan kamera tetap, atau yang lebih baru dengan menggunakan kamera 360 derajat.

a. ¹³ Virtual Tour 360

Virtual Tour 360 merupakan hasil dari pengolahan foto digital yang berupa gambar panorama. Gambar panorama ini selanjutnya diolah menjadi perangkat lunak Virtual Tour yang memungkinkan pengguna untuk melihat gambar tersebut dari sudut pandang atas atau bawah, melakukan pemutaran atau perbesaran. Teknologi informasi yang canggih digunakan dalam Virtual Tour sehingga para ³¹ pengguna yang melihatnya merasa seolah-olah berada di lokasi yang sedang mereka amati (edisusilo). Secara sederhana, Virtual Tour merupakan pengalaman perjalanan atau tamasya dalam dunia maya..

b. Manfaat Virtual Tour 360

Sebagai sarana promosi di dunia maya, virtual tour interaktif memberikan keyakinan kepada calon pengunjung

lokasi dengan memberikan kontrol atas urutan, kecepatan, serta penekanan pada apa yang ingin mereka lihat dan hal-hal yang perlu diabaikan.

d. Karakteristik Video 360

Video 360 derajat diciptakan dengan tujuan untuk mengajak pengguna untuk terlibat secara aktif dengan konten dan merasakan pengalaman dari konten tersebut, bukan hanya sekadar duduk dan menonton. Jenis video ini menawarkan pandangan yang membenamkan pengguna ke dalam suasana yang dapat mereka pilih untuk dilihat. Video 360 derajat dibuat dengan menggunakan kamera yang memiliki kemampuan merekam gambar dari seluruh sudut pandang 360 derajat, berbeda dengan video standar yang hanya fokus pada satu sisi. Sujan Ghimire (2016:9) menjelaskan perbedaan antara format video tradisional dan video 360 derajat sebagai berikut:

Table 2.1 Perbedaan video normal dan video 360 derajat

Kategori	Video normal	Video 360 derajat
Konten video	Video normal mampu hanya menampilkan area terbatas di antara sekitarnya	Video 360 derajat dapat mencakup 360 derajat
	Mengonsumsi ruang penyimpanan lebih sedikit	Membutuhkan lebih banyak ruang penyimpanan dari video normal.
	Dapat dimainkan dalam banyak tipe pemutar video.	Diperlukan jenis pemutar video tertentu untuk menonton video 360 derajat

Kategori	Video normal	¹ Video 360 derajat
Produksi	Satu lensa kamera tunggal mampu menghasilkan suatu video.	Untuk tampilan bulat lengkap kita biasanya perlu menggunakan lebih dari 2 lensa kamera
	Siap memutar video dapatkan diproduksi langsung dari kamera biasa	Hanya beberapa kamera khusus yang menghasilkan video 360 derajat, dalam beberapa kasus lainnya rekaman video perlu dijahit secara terpisah untuk membuatnya siap
Publikasi	Publikasi video normal itu mudah tinggal upload	Sementara publikasi video 360 derajat sedikit lebih susah yaitu harus contoh menambahkan metadata agar video ¹ dapat diputar-putar, mengkonfirmasi resolusi video minimum yang dibutuhkan untuk pemutar video tertentu.
	Sebagian besar pemutar video mendukung pemutran video normal	Tidak semua pemutar video yang mendukung untuk memutar video 360 derajat
Pengalaman menonton	Video normal bisa ditonton dengan semua jenis pemutar video hanya dengan menatap itu.	Video 360 derajat menyediakan banyak pilihan sudut saat menonton
	Mainkan, Jeda, Teruskan dan Rewind adalah yang utama pilihan saat menonton video normal.	¹ Video 360 derajat menyediakan tampilan sudut yang berbeda pilihan sehingga penonton dapat mengatur sudut video dan menontonnya secara aktif.

Untuk menonton video 360 derajat, yang Anda butuhkan hanyalah perangkat seluler atau komputer desktop, dan headset VR (virtual reality), yang memungkinkan pengguna menjelajahi video ke segala arah dengan beberapa gerakan sederhana. Di desktop, pengguna dapat mengklik dan menyeret dengan mouse atau mengklik tanda panah di pojok kiri atas layar. Video ini dibuat²⁸ untuk menyampaikan pesan yang mudah dipahami dan diingat oleh semua orang yang melihatnya. Siswa juga lebih antusias mempelajari materi melalui video daripada diharuskan membaca. Dalam pembuatan video pasti membutuhkan perangkat komputer untuk proses editingnya, sehingga timbul masalah. (Afandi et al., 2022).

Pada perangkat seluler, pengguna dapat melihat melalui youtube dengan cara menghoyang-goyangkan perangkat seluler ke berbagai arah. Penggabungan teknologi¹ video 360 derajat dengan metode pembelajaran sejarah dapat menghasilkan sebuah alat media yang tidak hanya memperkenalkan perkembangan teknologi, tetapi juga mampu menarik minat belajar peserta didik serta memudahkan proses pemahaman. Oleh karena itu, direncanakan untuk menciptakan suatu bentuk media promosi yang mengusung konsep video 360 derajat pada candi tegowangi.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya merupakan usaha peneliti untuk mencari perbandingan serta sebagai sumber inspirasi baru bagi penelitian berikutnya. Selain itu, telaah literatur sebelumnya membantu dalam menempatkan penelitian serta menunjukkan keunikan dari penelitian tersebut. Bagian ini mencakup berbagai ²⁹ hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian yang akan dilakukan. Peneliti kemudian menggambarkan secara ringkas, baik itu penelitian yang telah dipublikasikan maupun yang belum. Berikut ini adalah rangkuman dari penelitian terdahulu yang masih relevan dengan tema yang akan dijelajahi oleh penulis.

Penelitian ¹⁴ pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Sigit Widyatmoko Sardjono Moch. Haris Setyawan (2016) berjudul "Peningkatan Kepuasan Pengunjung dalam Pengembangan Objek Wisata di Kabupaten Kediri pada Tahun 2016." ¹⁴ Metode penelitian yang digunakan adalah tindakan penelitian (action research) dengan menggunakan model Kemmis dan Taggart. Model ini terdiri dari serangkaian langkah yang membentuk satu kesatuan, yang meliputi empat komponen utama, yaitu perencanaan, pelaksanaan tindakan, pengamatan, dan refleksi.

Agar pelayanan obyek wisata dapat ditingkatkan, perlu memperhatikan beberapa hal. Salah satu caranya adalah melaksanakan perbaikan-perbaikan di obyek wisata tersebut, seperti menjaga

kebersihannya dan mengembangkannya. Untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, langkah promosi yang efektif perlu diterapkan, baik untuk wisatawan lokal maupun internasional, terutama di obyek wisata yang berada dalam kategori kuadran IV (Turnaround). Ini mencakup Candi Tegowangi, Petilasan Sri Aji Joyoboyo, dan Candi Surowono. Selanjutnya, kedua destinasi wisata ini juga memerlukan perbaikan fasilitas pariwisata dan peningkatan mutu layanan agar dapat menarik minat para wisatawan.

Di sisi lain, obyek wisata yang tergolong dalam kuadran I (Agresif) seperti Gunung Kelud, Ubalan, Gereja Tua Pohsarang, SLG, Air Terjun Irenggolo, dan Dolo, juga perlu dilibatkan dalam upaya peningkatan. Hal ini meliputi promosi yang lebih intensif dan berani, serta peningkatan fasilitas dan kualitas pelayanan guna menarik perhatian wisatawan dengan lebih efektif. Diperlukan penyempurnaan yang lebih baik, terutama dalam menambahkan opsi penginapan yang terletak di lokasi yang lebih sesuai bagi para pengunjung yang ingin menginap. Pentingnya hal ini bagi obyek wisata dan masyarakat di sekitar adalah karena dapat memberikan sumber pemasukan yang signifikan. Dalam rangka meningkatkan popularitas obyek wisata tersebut di mata para wisatawan, dapat dilakukan beberapa strategi promosi yang efektif. Selain itu, pelayanan yang memuaskan juga menjadi faktor penting dalam menjual produk wisata tersebut. Berdasarkan penelitian, perlu dipertahankan dan ditingkatkan pelayanan yang diberikan kepada pengunjung agar mereka dapat mencapai kepuasan yang optimal.

Sementara itu, jika pelayanannya ditingkatkan, pengunjung akan merasa lebih nyaman saat mengunjungi tempat wisata tersebut. Dalam rangka mempercepat penyebaran produk kepada masyarakat, perlu dilakukan promosi secara intensif dan mendalam. Dalam upaya mempromosikan obyek wisata, manajemen harus memilih strategi pemasaran yang efektif dan sesuai target.

Kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Riswanda tiara wati sigit widyatmoko yatmin (2022) yang berjudul Upaya melestarikan candi tegowangi sebagai tempat peninggalan bersejarah di kediri Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif.

Pada zaman kerajaan Majapahit, Candi Tegowangi dijadikan sebagai tempat penghormatan untuk Bre Matahun. Pembangunan candi ini dilakukan sekitar tahun 1400 M. Candi tersebut memiliki nilai sejarah yang sangat berharga dan berfungsi sebagai sarana untuk memahami kehidupan di masa lampau. Motivasi berdasarkan keyakinan pada waktu itu merupakan faktor yang mendorong pendirian Candi Tegowangi.

Sejarah kuno memiliki keberadaan yang signifikan karena peristiwa-peristiwa yang tercatat dalam sejarah telah berkontribusi pada kemajuan dan perkembangan Indonesia sampai saat ini. Salah satu contoh relief yang dapat ditemukan di candi Tegowangi adalah Relief Sudamala yang mengisahkan cerita Dewi Kunti bersama Sadewa dan keturunannya. Tentu saja, Dewi Kunti mengalami berbagai rintangan yang signifikan dalam perjalanannya. Seperti yang ditunjukkan oleh salah satu contoh bentuk

geomorfologi di atas, setiap karakteristik tanah memiliki arti dan kepentingan.

Karenanya, penting bagi kita untuk menjaga dan memelihara setiap struktur bersejarah yang ada Ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Savira Syahriya Rahma (2019) dengan Judul "Pengembangan media pembelajaran menggunakan konsep video 360 derajat berdasarkan konteks pada materi pencemaran lingkungan untuk siswa kelas VII di SMPN 3 Kendal."

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian pendekatan Research and Development (R&D), Media pembelajaran dengan menggunakan konsep video 360 derajat berbasis situasi pada materi pencemaran lingkungan sangat ideal digunakan sebagai media pembelajaran biologi untuk SMPN 3 Kendal berdasarkan validasi ahli dan respon siswa.

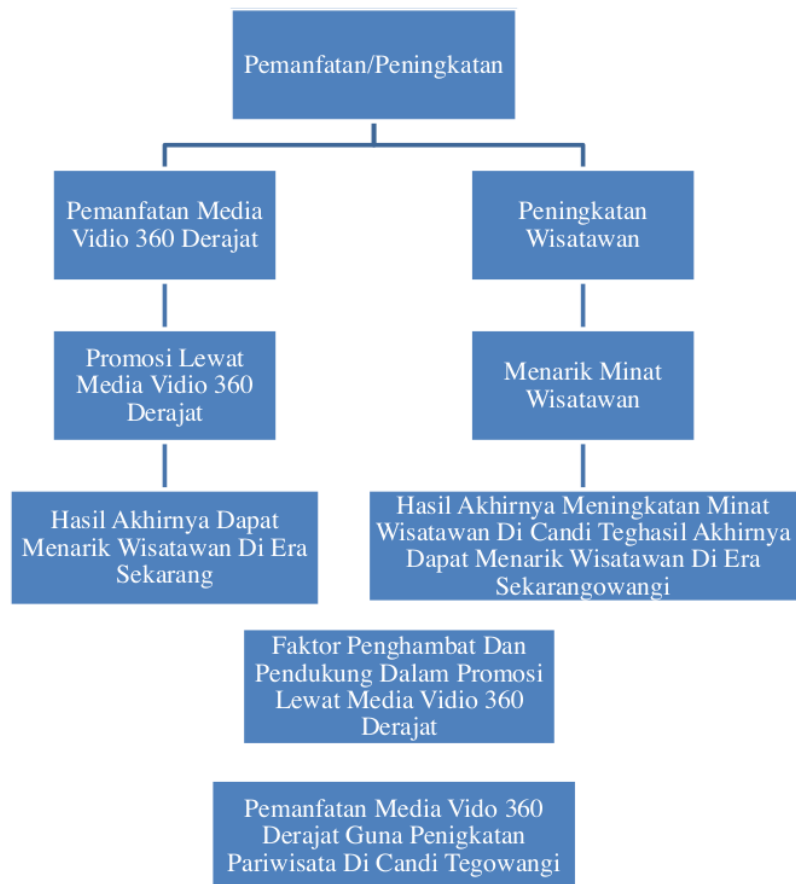
Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kelayakan ahli materi adalah 93% (sangat layak) dan ahli media sebesar 96% (sangat layak), dengan rata-rata persentase validasi oleh kedua kelompok ahli tersebut mencapai 94.5% (sangat layak). Sementara itu, tanggapan dari guru mata pelajaran Biologi mencapai 91% (sangat layak), dan hasil respons dari peserta didik pada uji skala terbatas adalah 91.5% (sangat layak), sedangkan pada uji lapangan yang lebih luas mencapai 93.1% (sangat layak). Respons siswa juga menunjukkan peningkatan dari uji skala terbatas ke uji lapangan yang lebih luas. Berdasarkan validasi dari ahli

media, ahli materi, pandangan guru mata pelajaran Biologi, dan tanggapan peserta didik, media pembelajaran dengan konsep video 360 derajat yang berbasis kontekstual pada topik pencemaran lingkungan dinyatakan layak untuk digunakan sebagai alat pembelajaran.

²¹ C. Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir dalam penelitian ini bertujuan sebagai pengarahan dalam pelaksanaan penilaian, terutama untuk memahami alur pemikiran, sehingga analisis yang dilakukan lebih sistematis dan sesuai dengan tujuan penulisan.

Tabel 2.2 Kerangka berpikir



D. ³⁵Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran dan paradigma penelitian pada halaman sebelumnya, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

1. Hipotesis penelitian secara simultan

Terdapat Pengaruh media vidio 360 derajat dalam meningkatkan minat wasatawan di Candi Tegowangi

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memilih pendekatan kualitatif karena permasalahan yang dihadapi berkaitan dengan aspek manusia yang mendasar dan memerlukan pengamatan mendalam.. Menurut (Sugiyono, 2019a) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan sebagainya, dengan pendekatan holistik melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, dalam konteks tertentu dan menggunakan metode.

Analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan signifikansi daripada generalisasi. Berdasarkan dua definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang diterapkan pada keseluruhan objek penelitian ketika terdapat fakta bahwa peneliti menjadi alat utama penelitian. bentuk tertulis, data eksperimen diperoleh dan dalam pendekatan ini juga menekankan signifikansi daripada generalisasi.

Menurut (Sugiyono, 2018) Mendeskripsikan pendekatan kualitatif, ini menekankan pada pendekatan fenomenologis yang mengharuskan pendekatan yang menyeluruh dan holistik, yaitu memahami suatu kajian dalam kerangka konstruksi yang kompleks. Ini melibatkan observasi menyeluruh terhadap objek dalam konteks alami dan sesuai dengan

keadaannya, bukan bersifat sepotong-sepotong. Menurut (Fadli, 2021) bahwa "Pendekatan kualitatif pada intinya melibatkan pengamatan individu dalam konteks kehidupan sehari-hari, berinteraksi dengan mereka, dan berusaha untuk memahami bahasa serta interpretasi mereka terhadap dunia di sekitarnya." ³ Dua definisi di atas menggambarkan bahwa pendekatan kualitatif dilakukan dalam lingkungan yang alami atau natural, mengamati objek penelitian sebagaimana adanya, tanpa manipulasi, dan melihatnya secara menyeluruh. ³⁹ (Sugiyono, 2019b) mengatakan bahwa "Obyek yang alamiah adalah obyek yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti dan kehadiran peneliti tidak begitu mempengaruhi dinamika pada obyek tersebut".

Menurut (Sugiyono, 2013) mengemukakan bahwa: Penelitian kualitatif dikenal juga sebagai penelitian naturalistik. Istilah "kualitatif" merujuk pada sifat data yang dikumpulkan, yang cenderung bersifat kualitatif dan tidak melibatkan penggunaan alat-alat pengukur seperti dalam pendekatan kuantitatif. Sementara itu, istilah "naturalistik" menggambarkan bahwa penelitian dilakukan dalam kondisi lapangan yang alami dan tidak dimanipulasi, sesuai dengan keadaan sebenarnya, tanpa melibatkan eksperimen atau pengujian yang terencana. Menurut pandangan Nasution, pendekatan kualitatif menekankan bahwa alat-alat pengukur tidak digunakan dalam proses penelitian.

³ Selain itu, situasi penelitian bersifat natural dalam artian tidak ada manipulasi di dalamnya. Untuk mendapatkan hasil pencarian digunakan

tes sebagai alat bantu pencarian. Dalam penelitian kualitatif, alat utamanya adalah peneliti itu sendiri sehingga dapat menggali permasalahan yang ada di masyarakat. Penelitian memainkan peran aktif dalam membentuk rencana penelitian, proses penelitian dan implementasi, serta merupakan kekuatan pendorong di balik keseluruhan proses dan hasil penelitian. Seperti yang dikatakan oleh (Fadli, 2021) bahwa: "...dalam penelitian naturalistik peneliti sendirilah yang menjadi instrumen utama yang terjun langsung kelapangan serta berusaha sendiri mengumpulkan informasi melalui observasi dan wawancara".

A. Jenis penelitian

²⁵ Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menggali pemahaman tentang fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, termasuk perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan sejenisnya (Prof. Dr. ⁶⁰ H.M. Sidik Priadana, MS Denok Sunarsi, S.Pd., 2021).

Sebuah karakteristik penting dari penelitian kualitatif adalah bahwa data yang terhimpun terdiri dari ¹⁷ kata-kata, gambar, dan bukan data berupa angka. Oleh karena itu, laporan penelitian akan mencakup penggunaan kutipan-kutipan data untuk mewujudkan presentasi laporan tersebut. ⁶⁵ Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilaksanakan secara bertahap dan dalam periode waktu yang telah ditentukan. Peneliti berupaya menghimpun informasi melalui proses

wawancara dan observasi, dengan terlibat secara langsung dalam lapangan untuk berinteraksi dengan para informan..

58

B. Tempat dan Waktu Penelitian

2. Tempat Penelitian

Tempat Penelitian yang dilakukan di Pariwisata Candi Tegowangi di Desa Tegowangi Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri

11

3. Waktu penelitian

Waktu yang dibutuhkan oleh peneliti untuk melakukan kegiatan penelitian di Candi Tegowangi dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

13

Tabel 3.1 Timeline Penelitian

Kegiatan penelitian	TAHUN 2023															
	Maret				April				Mei				Juni			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
pengajuan judul proposal skripsi																
ijin penelitian																
Bab I																
Bab II																
Bab III																
Pengumpulan data																
Analisis data																
Pembahasan																
Bab IV																
Bab V																

C. Tahapan penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam ¹² tiga tahapan:

- Tahap pra lapangan,
- Tahap pekerja lapangan,
- Tahap pengumpulan data.

Menurut (Jonathan Sarwono, 2006) Tahap-tahap tersebut diuraikan sebagai berikut:

⁵⁰ 1. Tahap pra lapangan

Tahap pra lapangan merupakan tahap persiapan sebelum terjun ke lapangan tujuan dari tahap pra lapangan adalah menetapkan permasalahan yang terjadi atau identifikasi masalah dan

mempersiapkan instrumen yang diperlukan. Adapun tahap pra lapangan dalam penelitian ini diantaranya :

- a. Memilih atau menetapkan lokasi penelitian (Candi Tegowangi)
- b. Mengurus perizinan penelitian dengan pengelola Candi Tegowangi Menentukan kriteria responden / narasumber
- c. Instrumen lembar observasi keadaan Candi Tegowangi untuk melihat fenomena yang terjadi di Candi Tegowangi
- d. Menyiapkan instrumen penelitian (lembar observasi)
- e. Mengunggah video di kanal youtube dan menyebarkan video ke komunitas komutas pecinta sejarah dikawasan.

2. Tahap pekerja lapangan

Tahap pekerja lapangan dilakukan ketika terjun di lapangan. Tujuan tahap pekerja lapangan untuk mengumpulkan data. Adapun kegiatan yang dilakukan tahap pekerja lapangan dalam penelitian ini diantaranya :

- a. Mengamati keadaan Candi Tegowangi melalui instrumen lembar observasi
- b. Mencatat hal-hal yang belum tertulis dalam catatan lapangan
- c. Mendokumentasikan seluruh kegiatan pengambilan data

12 3. Tahap pengumpulan data

Dalam proses penelitian, peneliti akan secara proaktif mencari dan mengumpulkan informasi yang relevan. Informasi ini kemudian diabadikan dalam bentuk catatan lapangan. Catatan lapangan

adalah pencatatan yang dilakukan saat melakukan pengamatan, wawancara, atau mengamati suatu peristiwa. Data yang terdapat dalam catatan lapangan selanjutnya dihimpun dan dikelompokkan berdasarkan kriteria yang sesuai, serta diatur secara teratur.

D. Sumber Data

1. Data Primer

²⁵ Penelitian ini masuk dalam kategori penelitian kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk mendalami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, termasuk dalam hal perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan (Nawawi 2018:31).

⁹ Data primer dari penelitian ini adalah pengelola objek wisata Candi Tegowangi

⁵ Penulis memperoleh data melalui penelitian data lapangan, yang berkaitan dengan skripsi penulis mengenai pengaruh Media 360 Derajat Guna Peningkatan Pariwisata Candi Tegowangi ⁶ di Desa Tegowangi Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri, data yang didapatkan berupa hasil kuisioner wawancara dengan pengunjung wisata candi tegowangi.

⁵ 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh dalam bentuk siap pakai yang telah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain. Data sekunder penelitian ini adalah studi dokumen dan literatur yang bertujuan untuk menemukan dan mengumpulkan data yang

digunakan dalam kaitannya dengan gambaran umum subjek. Pariwisata Candi Tegowangi di Desa Tegowangi Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri.

⁵ E. Prosedur Pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh informasi data -data yang diinginkan, peneliti dalam hal ini menerapkan beberapa metode sebagai berikut:

1. Observasi

Metode observasi, yang juga dikenal sebagai pengamatan, adalah proses teliti dalam memeriksa dan menyelidiki situasi di lokasi penelitian dengan tujuan untuk memahami dan mengkonfirmasi kebenaran dari penelitian yang sedang dilakukan. Observasi melibatkan ⁸⁰ pengamatan dan pencatatan sistematis terhadap elemen yang terlihat dalam suatu peristiwa atau fenomena pada objek penelitian. (Widyoko 2014:46)

Observasi dikerjakan dengan memanfaatkan pedoman pengamatan yang telah disiapkan untuk mempermudah serta mendukung peneliti dalam mendapatkan informasi. ⁵ Panduan tersebut dikembangkan dan diperbaharui selama penulis berada di lokasi dan lingkungan penelitian mengenai Pengaruh media 360 derajat guna peningkatan Pariwisata Candi Tegowangi di Desa Tegowangi Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri

11

2. Studi Pustaka

Pengumpulan data menggunakan studi pustaka dilakukan dengan membaca referensi jurnal-jurnal yang sebelumnya telah melakukan penelitian yang sama .

3. Studi Dokumen

Dalam rangka penyusunan narasi untuk aplikasi yang akan dikembangkan, studi dokumen dilakukan melalui videografi Candi Tegowangi yang terdapat di saluran YouTube Prodi Sejarah. Melalui sumber ini, informasi mengenai Candi diperoleh dan akan digunakan sebagai dasar untuk menyusun narasi dengan tambahan elemen efek suara dan teks pada aplikasi yang sedang dalam proses pengembangan.

4. Wawancara

13

Wawancara adalah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk mendapatkan informasi dari orang yang diwawancarai. Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab.

Wawancara digunakan peneliti untuk menyusun tanya jawab dengan informan guna mengumpulkan data terkait pertanyaan yang berkaitan dengan topik yang dibahas dalam skripsi ini. Dalam melakukan wawancara digunakan panduan pertanyaan yang disusun sesuai dengan preferensi masalah yang diteliti. (Palalangan et al. 2018:63)

55

²⁷ Wawancara merupakan suatu cara pengumpulan data penelitian dengan cara tanya jawab secara langsung dengan subjek yang berkontribusi langsung dengan objek yang diteliti (Tersiana 2018:12) Wawancara dalam penelitian ini meliputi beberapa pihak yaitu pemerintah desa setempat, pengelola objek wisata Candi Tegowangi penjual sekitar area Candi Tegowangi serta pengunjung Candi Tegowangi.

5. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode untuk mengumpulkan informasi dengan mengidentifikasi berbagai elemen atau faktor melalui catatan tertulis seperti naskah, ⁵ buku, surat kabar, majalah, notula rapat, prasasti, lengger, agenda, dan lain sebagainya. Metode dokumentasi digunakan sebagai cara untuk mengumpulkan informasi yang tidak berasal dari manusia. Informasi ini biasanya dalam bentuk ⁵ catatan, pengumuman, instruksi, aturan, laporan, keputusan, atau surat-surat lainnya. Dokumentasi juga mencakup catatan dan arsip yang berkaitan dengan topik penelitian tertentu.

²⁶ Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono 2008:476). Informasi yang terkumpul tentang metode tersebut berisi ⁵ kata-kata, tindakan, dan dokumen tertulis lainnya yang direkam menggunakan catatan-catatan.

Dalam upaya memperoleh semua informasi terkait gambaran umum objek, penulis menggunakan dokumen sebagai alat utama Pariwisata Candi Tegowangi di Desa Tegowangi Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri

¹² F. Teknik Analisis Data

Pada dasarnya, analisis merupakan metode untuk memecah suatu objek menjadi komponen-komponennya yang lebih kecil. Proses analisis suatu objek mungkin dilakukan ketika ¹² objek tersebut memiliki struktur yang terdiri dari berbagai komponen. Komponen-komponen ini dapat diidentifikasi oleh peneliti ketika mereka memiliki fungsi khusus dalam kerangka keseluruhan objek. ⁸⁵ Oleh karena itu, analisis data dalam pendekatan kualitatif cenderung bersifat induktif, di mana makna-makna dihasilkan ⁵¹ berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan dan kemudian diorganisir menjadi hipotesis dan teori. Proses analisis data melibatkan langkah-langkah seperti pengelompokan data, deskripsi, sintesis, pembentukan pola, dan pemilihan informasi yang relevan. ¹⁸ Diantaranya adalah:

1. Reduksi Data

Reduksi data dapat dijelaskan sebagai langkah-langkah untuk memilih, menghilangkan, dan memfokuskan pada proses penyederhanaan, pengabstraksian, ⁵ dan transformasi data mentah yang berasal dari catatan tertulis di lapangan. Tumpukan informasi yang dicatat di lapangan akan disusutkan dengan menggabungkannya, memperiksanya kembali, dan

mengorganisirannya berdasarkan kebutuhan penelitian. Dengan masalah Pengaruh media 360 derajat guna peningkatan Pariwisata Candi Tegowangi di Desa Tegowangi Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri observasi dan wawancara kemudian dianalisis dengan menajamkan, mengolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data tersebut sehingga bias disajikan.

5

2. Penyajian Data

Setelah melakukan pengurangan jumlah data, langkah selanjutnya adalah menampilkan data atau sekelompok data. Data yang disediakan mampu memungkinkan para peneliti untuk melakukan inferensi. Pada penelitian kualitatif, informasi hasil penelitian seringkali disajikan dalam format teks yang berbentuk naratif, yang menggambarkan secara mendetail temuan yang ditemukan.

3. Verifikasi/Penarikan Kesimpulan

Penyimpulan adalah sebuah proses dan pengaturan yang lengkap. Selama penelitian, pikiran analis memverifikasi kesimpulan-kesimpulan dengan menulis ulasan pada catatan yang ada. Menyimpulkan adalah langkah terakhir dalam menganalisis data. Ini melibatkan merumuskan kesimpulan dari penelitian, termasuk kesimpulan sementara dan kesimpulan akhir mengenai Pemanfatan Media Vidio 360 Derajat Guna Penikatan Pariwisata Di Candi Tegowangi Desa Tegowangi Kecamatan Plemahan Kabubaten Kediri Setelah semua data terkumpul melalui

7

instrument pengumpulan data yang ada, maka tahap selanjutnya adalah menganalisa data-data tersebut.

Dalam menganalisa data, penulisan menggunakan metode analisa kualitatif, artinya penelitian ini dapat menghasilkan data deskriptif yang berupa katakata tertulis atau lisan dari individu dan perilaku yang dapat diamati.

Adapun tahap yang dilakukan dalam analisis data kualitatif penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Membaca dan mempelajari data yang sudah diperoleh baik yang berasal dari proses interview, observasi, dokumentasi, dan catatan-catatan lapang (field note), menandai kata-kata kunci, dan gagasangagasan penting yang ada dalam data
- b. Mempelajaari kata-kata kunci itu, memberi kode pada judul pembicaraan tertentu, kemudian berupaya menemukan tema-tema yang berasal dari data. Setelah diberi kode, data dipelajari dan ditelaah lagi, kemudian disortir dan diuji untuk dimasukkan ke dalam kelompok tertentu yang akan menjadi cikal bakal tema.
- c. Mengumpulkan, memilah-milah serta mengklasifikasikan ke dalam masing-masing tema
- d. Berpikir, dengan jalan membuat agar kategori data itu mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan-hubungan, dan membuat temuan-temuan umum.

- e. Pada tahap akhir dalam penelitian ini adalah membuat ikhtisar/kesimpulan.

Penulis menggunakan cara berfikir induktif yakni pengambilan kesimpulan Adapun tehnik yang digunakan dalam analisa kualitatif adalah tehnik comparative yaitu analisa yang dilakukan dengan membandingkan antara datayang satu dengan data yang lainnya, antara variabel yang satu dengan variable lain untuk mendapatkan kesamaan suatu metode yang gunannya untuk membandingkan antara data lapangan dengan teori dari kepustakaan yang kemudian diambil kesimpulan.

Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam analisis ini adalah:

- a. Mengumpulkan data mengenai Sistem Pemanfatan Media Vidio 360 Derajat Di Candi Tegowangi Desa Tegowangi Kecamatan Plemahan Kabubaten Kediri
- b. Mengidentifikasi strategi Pemanfatan Media Vidio 360 Derajat Guna Penikatan Pariwisata Di Candi Tegowangi Desa Tegowangi Kecamatan Plemahan Kabubaten Kediri
- c. Menyimpulkan adanya beberapa faktor penghambat dan pendukung dalam pemanfaatan media vido 360 derajat di candi tegowangi.

G. Uji Keabsahan Temuan

Dalam bidang penelitian pada dasarnya telah dilakukan upaya untuk meningkatkan reliabilitas data yang dikenal dengan validitas data.

Salah satu syarat hasil penelitian harus ilmiah, dengan bukti data yang ada pada subyek penelitian. Kesalahan dapat terjadi pada saat pengambilan data objek penelitian. Peneliti harus mempertimbangkan data dengan secermat mungkin menggunakan teknik penelitian sehingga penelitian tersebut benar-benar dapat dipertimbangkan dalam segala aspeknya. Ada beberapa teknik untuk mengurangi atau meniadakan kesalahan dalam menggali data penelitian, diantaranya:

1. Perpanjang Keikutsertaan

Seperti telah dijelaskan, peran aktif peneliti memiliki dampak yang signifikan⁸³ dalam proses pengumpulan data dalam penelitian kualitatif. Partisipasi ini tidak hanya berlangsung dalam jangka waktu singkat, melainkan juga melibatkan peneliti dalam konteks penelitian dalam jangka waktu yang lebih panjang. Perpanjangan partisipasi peneliti memiliki potensi untuk meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap data yang terhimpun.¹² Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk memperpanjang partisipasinya selama kurang lebih satu bulan.

2. Ketekunan Pengamatan

Teknik observasi tekun berarti mengidentifikasi⁵³ karakteristik dan elemen-elemen dalam konteks yang sangat relevan dengan masalah atau isu yang sedang diinvestigasi, kemudian fokus diberikan secara mendalam pada elemen-elemen ini. Peneliti diharapkan melakukan pengamatan yang teliti dan³

mendalam secara berkelanjutan terhadap faktor-faktor yang menonjol. Ini memungkinkan peneliti untuk merinci proses penemuan secara tentatif (masih dapat berubah) dengan lebih jelas.

15 3. Triangulasi

Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data, yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Ada empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber dan metode, yaitu :

- a. Triangulasi sumber merupakan cara mengecek data yang telah diperoleh dari beberapa sumber (Sugiyono 2010:274). Adapun cara yang ditempuh peneliti adalah membandingkan data yang disampaikan di depan umum dengan data yang disampaikan secara pribadi.
- b. Triangulasi metode. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan metode wawancara yang ditunjang dengan metode observasi pada saat wawancara dilakukan.

49 4. Pemeriksaan Sejawat Melalui Diskusi

Metode ini dilaksanakan dengan menghadirkan hasil interim atau hasil akhir penelitian dalam bentuk diskusi analitis bersama kolega sebidang. Pendekatan ini memiliki tujuan sebagai salah satu upaya memastikan validitas data, yakni dengan menjaga

sikap terbuka dan prinsip kejujuran dalam proses penelitian.
(Sugiyono 2010:274).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Subyek

⁸ Candi Tegawangi terletak di desa Tegowangi, kecamatan Plemahan, kabupaten Kediri, 24 km dari kota Kediri. Letaknya di pemukiman penduduk 1 km dari jalan raya, lingkungan candi sudah ditata dengan cermat oleh pemerintah. Candi ini diperkirakan ada pada abad ke-14 atas perintah Hayam Wuruk. Pembangunan candi Tegawangi dimaksudkan untuk mensucikan atau menghilangkan kejahatan Bhre Metahun, sepupu Hayam Wuruk. Kata manggawangi yang tercatat dalam Kitab Pararaton menyebutkan bahwa Bhre Metahun wafat pada tahun 1310 saka atau tahun 1388 Masehi..

⁸ Candi ini berbentuk bujur sangkar menghadap ke barat dengan luas 11,20 m dan tinggi sekitar 4,29 m. Candi ini terbuat dari batu andesit yang ukurannya lebih besar dari candi Surawana juga di Kediri. Candi ini dalam keadaan bobrok dan hanya tersisa sebagian kecil candi.

Di tangga candi terdapat relief yang menggambarkan penabuh genderang. Di kaki candi terdapat relief dengan pola rumbai, bunga dan gana yang disusun berselang-seling. Pada dinding candi terdapat pahatan relief yang ⁸ menceritakan kisah Kidung Sudamala.

Relief Kidung Sudamala memperkuat klaim bahwa Pura Tegawangi merupakan tempat suci penyucian. Selain Candi Tegawang, sejarah

Sudamala juga dapat ditemukan di Candi Sukuh. Di sudut tenggara pelataran terdapat tumpukan batu reruntuhan candi yang belum diidentifikasi dan dibangun kembali. Selain itu terdapat beberapa arca diantaranya arca Parwati. Jika Anda berencana untuk mengunjungi Candi Tegowangi, Anda harus memperhatikan peraturan dan ketentuan yang berlaku di tempat ini. Selain itu, menjaga warisan budaya agar tetap bersih dan lestari merupakan tanggung jawab kita bersama.

2. Cara Penggunaan

a. Konsep

Konsep virtual tour 360 derajat adalah pengalaman virtual yang memungkinkan pengguna untuk menjelajahi dan menginteraksi dengan suatu tempat atau lingkungan secara digital dengan menggunakan teknologi 360 derajat. Dalam virtual tour ini, pengguna dapat melihat dan menjelajahi suatu lokasi dengan sudut pandang 360 derajat, seolah-olah mereka berada di tempat tersebut secara langsung.

Berikut adalah langkah-langkah umum dalam menciptakan virtual tour 360 derajat:

- 1) ***Vidiografi 360 Derajat:*** Diperlukan pemotretan dengan menggunakan kamera khusus yang dapat menghasilkan gambar panorama 360 derajat. Kamera ini biasanya dilengkapi dengan beberapa lensa untuk mengambil gambar dari berbagai sudut.

Gambar 4.1 Gambar Badan Candi



Dalam konsep virtual tour 360 derajat, langkah pertama yang diperlukan adalah pemotretan menggunakan kamera khusus yang mampu menghasilkan gambar panorama 360 derajat. Kamera ini biasanya dirancang dengan beberapa lensa yang memungkinkan pengambilan gambar dari berbagai sudut.

Dengan menggunakan kamera khusus ini, setiap sudut pandang dalam lingkungan yang akan diabadikan dapat direkam dengan akurasi tinggi. Hal ini memungkinkan pengguna untuk merasakan kehadiran fisik di tempat tersebut melalui tur virtual.

Perekaman dengan kamera 360 derajat juga memungkinkan pengambilan gambar dengan detail yang tinggi dan kualitas visual yang memukau. Hal ini penting untuk menciptakan pengalaman virtual yang memuaskan dan menarik bagi pengguna. Dalam proses pemotretan, fotografer harus memastikan bahwa semua area yang

relevan dan menarik untuk dilihat tercakup dalam gambar panorama 360 derajat. Ini termasuk sudut pandang yang mencakup lanskap, bangunan, objek penting, atau fitur menarik lainnya.

Selain itu, pemotretan dengan kamera khusus ini juga memerlukan keahlian dalam mengatur pencahayaan yang optimal. Pencahayaan yang baik akan memastikan gambar panorama memiliki kejelasan dan kualitas yang baik.

Perekaman menggunakan kamera 360 derajat juga memungkinkan vidiografi untuk mengabadikan suasana lingkungan dengan cara yang lebih realistis dan imersif. Dengan memiliki gambar panorama yang mencakup seluruh lingkungan, pengguna dapat merasakan sensasi berada di tempat tersebut.

Tidak hanya itu, dengan kamera khusus ini juga memungkinkan vidiografi untuk mengambil gambar dengan perspektif yang unik dan menarik. Dengan berbagai sudut pandang yang dapat diambil, pengguna dapat mengeksplorasi lingkungan secara mendalam dan memperoleh pengalaman yang lebih kaya.

Kamera khusus untuk pemotretan 360 derajat juga biasanya dilengkapi dengan teknologi stabilisasi gambar. Ini membantu mengurangi getaran dan guncangan yang dapat mempengaruhi kualitas gambar, sehingga menghasilkan hasil yang lebih baik dan stabil.

Selain itu, penggunaan kamera khusus ini juga membutuhkan pemahaman tentang pengaturan dan pengoperasian yang tepat. Vidiografer harus terbiasa dengan fitur-fitur khusus dan teknik pengambilan gambar yang optimal untuk menghasilkan gambar panorama yang berkualitas tinggi. Pemotretan menggunakan kamera 360 derajat merupakan langkah awal yang penting dalam menciptakan pengalaman virtual tour yang menarik dan imersif. Dengan teknologi ini, pengguna dapat menjelajahi dan merasakan lingkungan secara virtual dengan sudut pandang yang luas dan detail yang tinggi.

- 2) **Stitching:** Setelah mengambil gambar, langkah berikutnya adalah proses stitching atau penyusunan gambar-gambar tersebut menjadi satu gambar panorama yang utuh. Dalam proses ini, menggunakan perangkat lunak khusus untuk menggabungkan beberapa gambar menjadi satu.

Setelah proses pemotretan selesai, langkah selanjutnya adalah proses stitching atau penyusunan gambar-gambar tersebut menjadi satu gambar panorama yang utuh. Proses ini melibatkan penggunaan perangkat lunak khusus yang dirancang untuk menggabungkan beberapa gambar menjadi satu gambar panorama yang seimbang dan mulus. Proses stitching dimulai dengan memasukkan semua gambar yang telah diambil ke dalam perangkat lunak. Perangkat lunak akan menganalisis gambar-gambar tersebut dan mencocokkan titik-titik persilangan yang ada di antara mereka.

Gambar 4.2 Hasil stitching



Setelah titik-titik persilangan diidentifikasi, perangkat lunak akan memadukan gambar-gambar tersebut dengan memperhatikan kesesuaian garis-garis dan tekstur dalam gambar. Proses ini dapat melibatkan pergeseran, rotasi, atau perubahan skala pada gambar untuk mencapai keselarasan yang sempurna. Perangkat lunak juga dapat dilengkapi dengan fitur untuk menghilangkan distorsi atau ketidaksempurnaan pada gambar, seperti efek ghosting atau bayangan ganda yang mungkin muncul akibat gerakan objek atau getaran kamera. Selama proses stitching, perangkat lunak juga memperhatikan kesinambungan antara gambar-gambar yang berdekatan. Hal ini penting untuk memastikan transisi yang mulus antara satu gambar dengan gambar berikutnya, sehingga menciptakan pengalaman visual yang kontinu dalam tur virtual.

Setelah proses stitching selesai, gambar panorama yang utuh akan dihasilkan. Ini adalah gambar yang meliputi seluruh lingkungan yang telah difoto dan dapat dipanjangkan atau diperkecil untuk menyesuaikan dengan kebutuhan tur virtual. Selama proses penyusunan gambar menjadi satu, perangkat lunak juga dapat memberikan opsi untuk penyesuaian lanjutan, seperti peningkatan warna, kontras, dan ketajaman gambar. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas visual dan kejelasan gambar panorama.

Proses stitching ini membutuhkan waktu dan komputasi yang cukup intensif, terutama jika jumlah gambar yang akan disatukan cukup banyak. Oleh karena itu, diperlukan perangkat komputer yang memadai untuk menjalankan perangkat lunak dengan baik. Setelah gambar panorama selesai disusun, hasilnya dapat diekspor ke berbagai format file yang dapat digunakan untuk diunggah dan ditampilkan dalam tur virtual 360 derajat. Format yang umum digunakan adalah format JPEG atau TIFF.

Dalam keseluruhan, proses stitching atau penyusunan gambar menjadi satu merupakan langkah penting dalam menciptakan gambar panorama yang utuh dan memuaskan. Dengan perangkat lunak khusus dan pemahaman tentang teknik stitching yang tepat, gambar-gambar terpisah dapat digabungkan menjadi satu gambar panorama yang mengesankan.

- 3) **Pengolahan Gambar:** Setelah proses stitching, gambar panorama dapat ditingkatkan kualitasnya melalui pengolahan gambar seperti penyesuaian warna, kontras, dan peningkatan resolusi.

Setelah proses stitching selesai, langkah selanjutnya adalah pengolahan gambar untuk meningkatkan kualitas gambar panorama. Pengolahan gambar ini melibatkan penyesuaian warna, kontras, dan peningkatan resolusi untuk mencapai hasil yang lebih baik dan memukau.

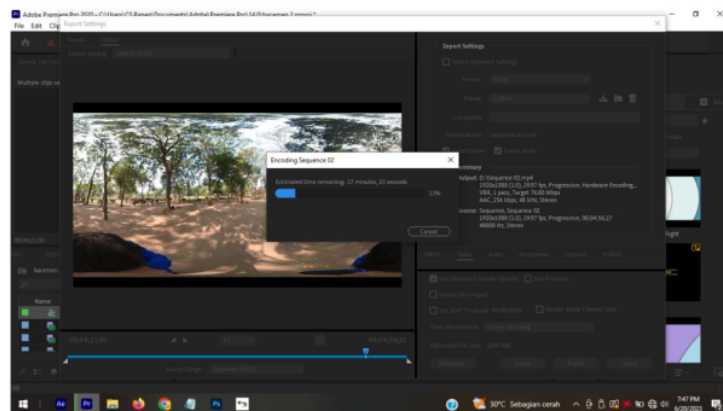
Pertama, penyesuaian warna dilakukan untuk memastikan bahwa warna dalam gambar panorama terlihat akurat dan seimbang. Ini melibatkan penyesuaian tingkat kecerahan, kejenuhan, dan tone warna agar sesuai dengan lingkungan yang dividio dan menghasilkan tampilan yang lebih alami.

Selanjutnya, penyesuaian kontras dilakukan untuk meningkatkan kedalaman dan ketajaman gambar. Kontras yang tepat dapat memberikan perbedaan yang jelas antara area terang dan gelap, sehingga memberikan dimensi visual yang lebih menarik dan detail yang lebih tajam dalam gambar panorama. Peningkatan resolusi juga merupakan langkah penting dalam pengolahan gambar. Ini dilakukan untuk meningkatkan kejelasan dan ketajaman gambar dengan meningkatkan jumlah piksel dalam gambar panorama. Dengan

peningkatan resolusi, pengguna dapat melihat lebih banyak detail dan tekstur yang halus dalam lingkungan yang direpresentasikan.

Selama proses pengolahan gambar, perangkat lunak pengeditan gambar seperti Adobe Premiere sering digunakan. Perangkat lunak ini menyediakan berbagai alat dan fitur yang memungkinkan pengguna untuk melakukan penyesuaian warna, kontras, dan peningkatan resolusi dengan presisi. Selain itu, pengolahan gambar juga dapat melibatkan penghapusan cacat atau elemen yang tidak diinginkan dalam gambar panorama. Misalnya, objek yang tidak diinginkan atau gangguan visual lainnya dapat dihapus atau dihilangkan menggunakan alat pengeditan yang tepat.

Gambar 4.3 Editing Adobe



Selama proses pengolahan gambar, penting untuk menjaga keseimbangan antara meningkatkan kualitas gambar tanpa mengubahnya secara berlebihan atau membuatnya terlihat tidak alami. Tujuannya adalah untuk memperbaiki dan meningkatkan gambar

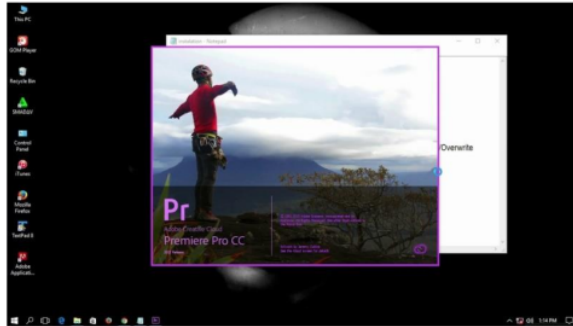
panorama tanpa menghilangkan kesan asli dan realistis dari lingkungan yang dividio. Setelah gambar panorama mengalami pengolahan yang tepat, hasilnya adalah gambar yang lebih tajam, lebih hidup, dan lebih memukau. Gambar panorama yang telah ditingkatkan kualitasnya ini siap untuk digunakan dalam tur virtual 360 derajat atau dalam berbagai konteks visual lainnya.

Pengolahan gambar setelah proses stitching ⁷⁶ memainkan peran penting dalam meningkatkan pengalaman pengguna dan mempersembahkan gambar panorama yang menarik secara visual. Dengan menggunakan teknik dan perangkat lunak yang tepat, gambar panorama dapat ditingkatkan menjadi karya yang mengesankan dan memuaskan bagi para pengguna.

- 4) Pembuatan Tour: Setelah gambar panorama siap, perangkat lunak khusus digunakan untuk membuat tur virtual. Ini melibatkan penempatan hotspot interaktif di sekitar gambar panorama yang memungkinkan pengguna untuk bergerak dan menjelajahi berbagai area dalam tur.

Setelah gambar panorama telah melalui proses pengolahan dan siap digunakan, langkah selanjutnya adalah membuat tur virtual menggunakan perangkat lunak khusus. Dalam langkah ini, hotspot interaktif ditempatkan di sekitar gambar panorama untuk memberikan pengguna kemampuan untuk bergerak dan menjelajahi berbagai area dalam tur.

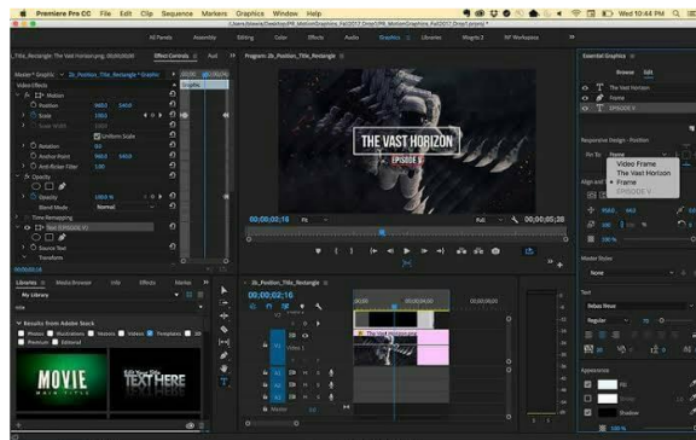
Gambar 4.4 Software Editing



Perangkat lunak tur virtual memungkinkan pengguna untuk menavigasi melalui gambar panorama dengan mudah. Hotspot interaktif adalah area yang ditandai di dalam gambar yang memungkinkan pengguna untuk melakukan tindakan tertentu, seperti mengklik atau menggesek, untuk melanjutkan ke area lain dalam tur.

Setiap hotspot interaktif dapat diatur untuk membawa pengguna ke gambar panorama lain yang terhubung atau memberikan informasi tambahan tentang area yang sedang dilihat. Misalnya, hotspot dapat mengarahkan pengguna ke ruangan lain, mengungkapkan informasi sejarah tentang objek, atau memunculkan media tambahan seperti video atau suara. Selain itu, perangkat lunak tur virtual juga memungkinkan penambahan elemen interaktif lainnya. Misalnya, pengguna dapat memiliki pilihan untuk memperbesar gambar, mengganti sudut pandang, mengaktifkan animasi, atau berinteraksi dengan objek 3D yang terintegrasi.

Gambar 4.5 Software 3D



Selama pembuatan tur virtual, perangkat lunak ini juga memberikan fleksibilitas dalam mengatur urutan dan jalur perjalanan dalam tur. Pengguna dapat dirangsang untuk mengikuti alur cerita yang ditentukan atau memiliki kebebasan untuk menjelajahi area sesuai dengan keinginan mereka sendiri.

Dalam proses penempatan hotspot, penting untuk mempertimbangkan desain yang intuitif dan user-friendly. Pengaturan yang terorganisir dengan baik dan navigasi yang jelas akan membantu pengguna untuk mengalami tur virtual dengan lancar dan menyenangkan. Hasil akhir tur virtual ini adalah pengalaman interaktif yang menarik dan mendalam bagi pengguna. Mereka dapat menjelajahi dan berinteraksi dengan lingkungan yang direpresentasikan oleh gambar panorama, memperoleh informasi tambahan, dan merasakan kehadiran fisik di tempat tersebut.

Dalam pembuatan tur virtual, penting untuk memastikan bahwa perangkat lunak yang digunakan mendukung format dan platform

yang sesuai dengan tujuan distribusi. Ini dapat mencakup penggunaan platform online, aplikasi khusus, atau integrasi dengan situs web dan media sosial.

Dengan menggunakan perangkat lunak dan teknologi tur virtual yang tepat, pengguna dapat merasakan pengalaman yang mendalam dan imersif dalam menjelajahi lingkungan yang direpresentasikan oleh gambar panorama. Tur virtual dengan hotspot interaktif memberikan kesempatan untuk berpartisipasi aktif dan mengeksplorasi dengan cara yang tidak mungkin dilakukan dalam pengalaman fotografi tradisional.

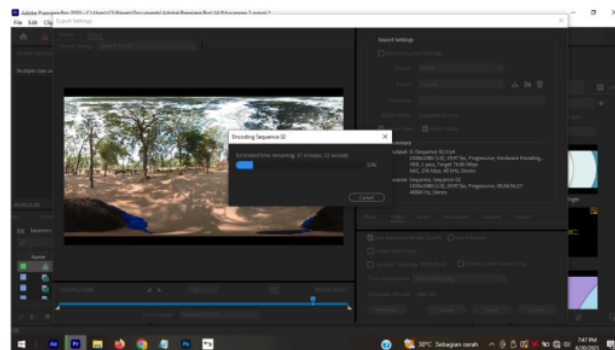
- 5) Integrasi Multimedia: Untuk meningkatkan pengalaman virtual tour, dapat ditambahkan elemen multimedia seperti teks, audio, dan video. Ini dapat memberikan informasi tambahan tentang tempat atau objek yang dilihat pengguna dalam tur.

Untuk meningkatkan pengalaman virtual tour yang lebih kaya dan informatif, banyak elemen multimedia dapat ditambahkan, seperti teks, audio, dan video. Elemen-elemen ini memberikan informasi tambahan kepada pengguna tentang tempat atau objek yang mereka lihat dalam tur virtual.

Pertama, teks dapat digunakan untuk memberikan penjelasan singkat, deskripsi, atau informasi historis tentang tempat atau objek yang ditampilkan dalam gambar panorama. Pengguna dapat membaca teks ini sebagai panduan atau informasi tambahan yang membantu

mereka memahami konteks dan signifikansi tempat yang sedang mereka jelajahi.

Gambar 4.6 Pengabungan Vidio 360 derajat



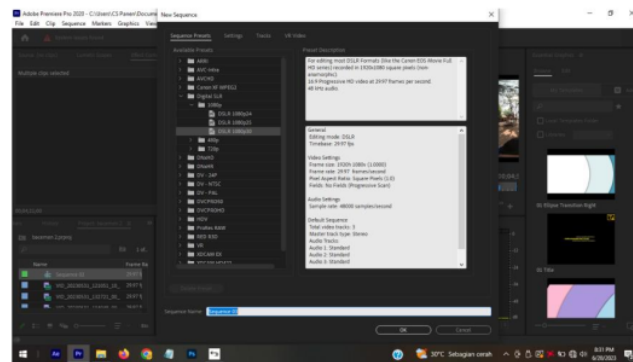
Selain teks, audio juga merupakan elemen multimedia yang berharga dalam tur virtual. Pengguna dapat mendengarkan narasi, penjelasan, atau komentar suara yang direkam sepanjang tur. Ini memberikan pengalaman mendengar yang lebih immersif dan memungkinkan pengguna untuk mendapatkan informasi secara audio sambil menjelajahi gambar panorama.

Selanjutnya, video juga dapat menjadi elemen yang kuat dalam meningkatkan pengalaman virtual tour. Video pendek dapat dipasang sebagai bagian dari tur untuk menampilkan detail lebih lanjut, misalnya, tentang sejarah tempat atau kegiatan yang terkait. Video dapat memberikan dimensi gerakan dan visual yang lebih dinamis dalam tur, menambahkan keaslian dan daya tarik.

Selama pengembangan tur virtual, penting untuk menyelaraskan elemen multimedia seperti teks, audio, dan video dengan konten

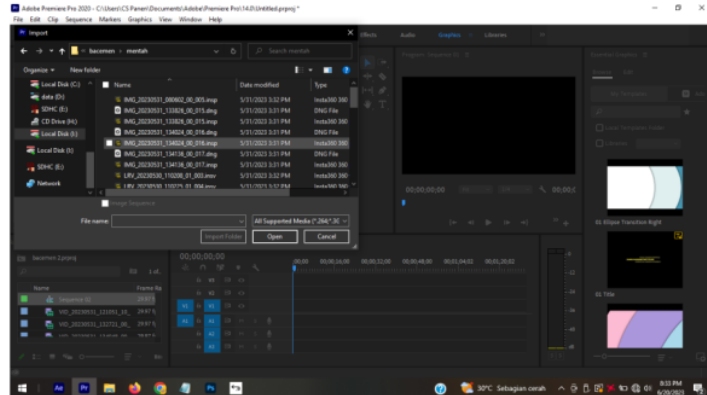
visual. Semua elemen ini harus saling melengkapi dan tidak mengganggu pengalaman pengguna. Desain yang terorganisir dengan baik dan navigasi yang mudah digunakan memastikan bahwa informasi tambahan tersedia dengan baik dan dapat diakses dengan nyaman.

Gambar 4.7 Pengabungan Vidio 360 derajat



Dalam hal ini, perangkat lunak tur virtual dan platform distribusi memiliki peran penting. Mereka harus mendukung integrasi dan penambahan elemen multimedia dengan lancar, memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan konten tersebut sesuai kebutuhan dan preferensi mereka.

Gambar 4.8 Pengabungan Vidio 360 derajat



Dengan menambahkan elemen multimedia seperti teks, audio, dan video dalam tur virtual, pengalaman pengguna dapat diperkaya dengan informasi tambahan yang memberikan konteks dan penjelasan yang lebih dalam. Hal ini menjadikan tur virtual lebih interaktif, edukatif, dan mendalam dalam mempresentasikan tempat atau objek yang dijelajahi.

- 6) Platform dan Penyedia: Virtual tour 360 derajat dapat diunggah dan diakses melalui platform online atau aplikasi khusus. Ada berbagai penyedia layanan virtual tour yang dapat membantu dalam pembuatan dan distribusi tur virtual.

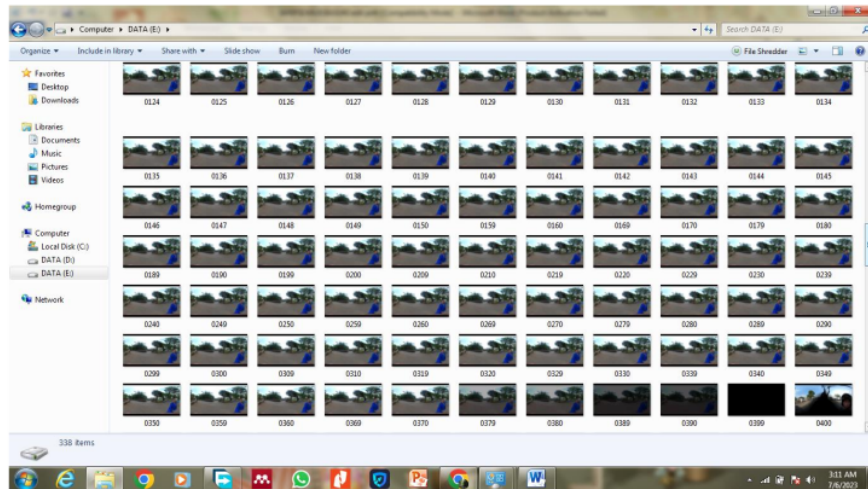
Untuk mengunggah dan mengakses virtual tour 360 derajat, terdapat beberapa opsi platform online dan aplikasi khusus yang dapat digunakan. Platform ini menyediakan infrastruktur dan alat untuk membuat, menyimpan, dan berbagi tur virtual dengan pengguna di seluruh dunia. Beberapa platform online yang populer untuk hosting

virtual tour 360 derajat termasuk Google Street View, Matterport, Roundme, dan Kuula. Platform ini menyediakan antarmuka yang mudah digunakan dan fitur-fitur khusus yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah gambar panorama, membuat tur virtual, menambahkan elemen interaktif, dan membagikannya kepada pengguna lain.

Selain platform online, juga terdapat aplikasi khusus yang dapat diunduh dan diinstal pada perangkat mobile atau desktop. Misalnya, ada aplikasi seperti Pano2VR, 3DVista, atau iStaging yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan menjelajahi tur virtual 360 derajat dengan fitur interaktif.

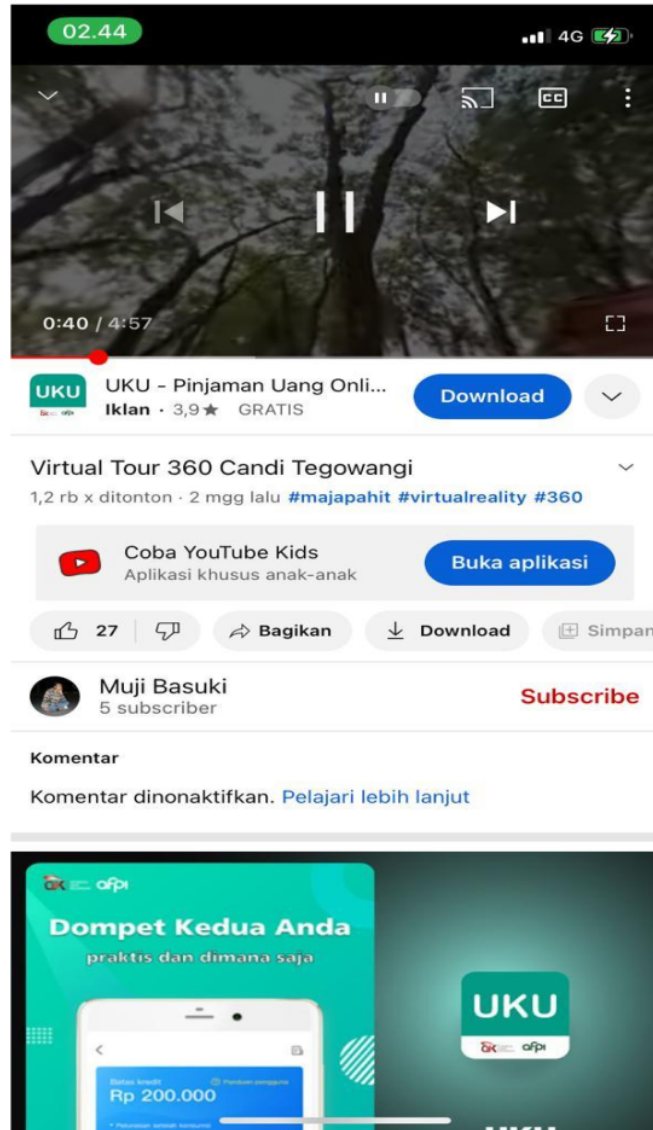
Penyedia layanan virtual tour juga dapat membantu dalam proses pembuatan dan distribusi tur virtual. Mereka biasanya memiliki tim yang terampil dalam pemotretan, pengolahan gambar, dan pembuatan tur virtual. Penyedia ini dapat membantu menghasilkan tur virtual berkualitas tinggi dengan pengalaman pengguna yang menarik. Pilihan platform atau penyedia layanan tergantung pada kebutuhan dan preferensi individu atau bisnis yang ingin membuat tur virtual. Setiap platform atau penyedia memiliki fitur dan harga yang berbeda, sehingga penting untuk melakukan penelitian dan memilih yang sesuai dengan kebutuhan Anda.

Gambar 4.9 File Video



Dalam semua kasus, tujuan akhirnya adalah membuat tur virtual 360 derajat yang dapat diakses dengan mudah oleh pengguna. Hal ini memungkinkan pengalaman menjelajahi dan mengeksplorasi lingkungan secara virtual dengan cara yang mudah dan fleksibel. Dengan menggunakan platform online atau aplikasi khusus, virtual tour 360 derajat dapat diunggah dan diakses dengan cepat dan efisien. Ini memungkinkan pemirsa dari seluruh dunia untuk menikmati dan merasakan lingkungan secara virtual dengan cara yang lebih interaktif dan mendalam.

Gambar 4.10 Youtube



Dengan konsep virtual tour 360 derajat, pengguna dapat mengalami dan menjelajahi tempat atau lingkungan dengan cara yang lebih interaktif

dan mendetail. Ini sangat berguna untuk sektor pariwisata, real estate, museum, dan industri lainnya yang ingin memamerkan lokasi mereka kepada pengguna di seluruh dunia.

b. Penerapan

Media video 360 derajat memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan minat para wisatawan terhadap Candi Tegowangi. Dengan menggunakan video 360 derajat, para wisatawan dapat memiliki pengalaman virtual yang mendekati mengunjungi situs tersebut secara langsung.

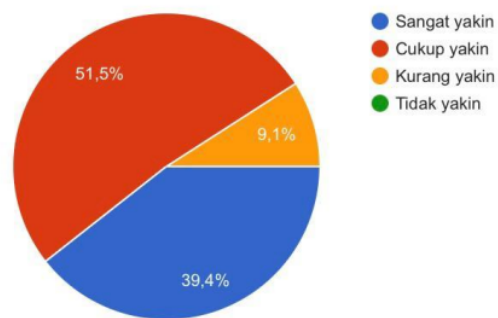
Video 360 derajat memungkinkan wisatawan untuk secara interaktif menjelajahi dan melihat sekitar Candi Tegowangi, memberikan mereka gambaran yang lebih nyata tentang keindahan, arsitektur, dan atmosfer tempat tersebut. Wisatawan dapat mengendalikan sudut pandang mereka sendiri, berputar 360 derajat, dan memilih area yang ingin mereka jelajahi

Hal ini sesuai dengan hasil pengiriman goggle form kepada narasumber yang menjelaskan bahwa cenderung suka dengan media 360 derajat

Gambar 4.11 Hasil Gform

Apakah Anda berpikir penggunaan media video 360 derajat dapat meningkatkan daya tarik Candi Tegowangi sebagai destinasi wisata?

33 jawaban



Media 360 derajat memiliki kemampuan unik untuk meningkatkan pengalaman yang mendalam dalam melihat Candi Tegowangi. Dengan menggunakan teknologi ini, para pengunjung dapat merasakan sensasi seolah-olah mereka berada di lokasi tersebut secara langsung.

Pertama, media 360 derajat memungkinkan para pengunjung melihat Candi Tegowangi dari berbagai sudut pandang. Mereka dapat memutari candi secara virtual dan melihat setiap detailnya dengan jelas. Ini memberikan perspektif yang lebih komprehensif tentang keindahan dan kompleksitas arsitektur candi.

Selanjutnya, media 360 derajat juga memungkinkan pengunjung untuk menjelajahi area-area spesifik di dalam dan sekitar Candi Tegowangi. Mereka dapat memandang ke dalam ruangan candi, mengamati patung-

patung dan relief yang kaya akan sejarah, dan menjelajahi lingkungan sekitar seperti taman atau pemandangan alam. Hal ini memberikan pengalaman yang lebih interaktif dan mendalam dibandingkan dengan sekadar melihat gambar-gambar statis.

Kemudian, media 360 derajat juga memperkaya pengalaman pengunjung melalui fitur interaktif. Pengunjung dapat mengklik hotspot interaktif yang memberikan informasi tambahan tentang sejarah, budaya, atau arti penting dari setiap bagian candi. Ini memberikan wawasan yang lebih dalam tentang Candi Tegowangi dan menghidupkan pengalaman pengunjung.

Selain itu, media 360 derajat juga menciptakan atmosfer yang lebih mendalam. Pengunjung dapat merasakan cahaya, suara, dan suasana sekitar melalui video 360 derajat. Mereka dapat merasakan kehadiran tempat tersebut dengan lebih jelas, membangkitkan rasa kekaguman dan menghargai nilai sejarah dan keindahan Candi Tegowangi.

Terakhir, media 360 derajat dapat memberikan aksesibilitas yang lebih luas kepada orang-orang yang mungkin tidak dapat mengunjungi Candi Tegowangi secara fisik. Ini memberikan kesempatan bagi mereka untuk menikmati dan menghargai keindahan dan keunikan candi dengan cara yang mendalam. Dengan demikian, media 360 derajat membuka pintu bagi lebih banyak orang untuk terhubung dengan warisan budaya ini.

Secara keseluruhan, media 360 derajat memberikan pengalaman yang mendalam dalam melihat Candi Tegowangi. Dengan perspektif yang luas,

kemampuan menjelajah, fitur interaktif, atmosfer yang kaya, dan aksesibilitas yang ditingkatkan, pengunjung dapat merasakan kedalaman dan keindahan situs bersejarah ini melalui pengalaman virtual yang mendekati mengunjunginya secara langsung.

Gambar 4.12 Hasil Gform



Media 360 derajat memiliki potensi besar untuk meningkatkan kunjungan ke Candi Tegowangi. Dengan menggunakan teknologi ini, para calon wisatawan dapat memiliki pengalaman virtual yang mendekati kunjungan fisik ke candi tersebut.

Pertama, media 360 derajat dapat memberikan gambaran yang jelas tentang keindahan dan pesona Candi Tegowangi kepada calon wisatawan. Dengan melihat gambar-gambar 360 derajat, mereka dapat melihat secara

langsung arsitektur yang indah, detail yang halus, dan lanskap sekitar candi. Hal ini dapat menarik minat mereka untuk melihat candi secara langsung.

Selanjutnya, media 360 derajat dapat memberikan informasi yang lebih mendalam tentang sejarah dan nilai budaya Candi Tegowangi. Dalam video 360 derajat, wisatawan dapat mendapatkan penjelasan audio atau teks tentang keunikan dan arti penting dari setiap bagian candi. Ini memberikan wawasan yang lebih kaya dan membuat kunjungan mereka menjadi lebih bermakna.

Kemudian, media 360 derajat juga dapat membangkitkan rasa penasaran dan eksplorasi. Dengan kemampuan menjelajah melalui gambar 360 derajat, calon wisatawan dapat merasakan sensasi seolah-olah mereka berjalan melalui lingkungan candi. Ini dapat memicu keinginan mereka untuk melihat candi secara langsung dan mengeksplorasi setiap sudutnya.

Selain itu, media 360 derajat dapat meningkatkan kepercayaan diri wisatawan. Dengan melihat candi melalui gambar 360 derajat, mereka dapat ⁷⁰memiliki gambaran yang lebih jelas tentang apa yang diharapkan saat mengunjungi situs tersebut. Ini dapat mengurangi kecemasan atau ketidakpastian yang mungkin mereka rasakan sebelum melakukan perjalanan.

Terakhir, media 360 derajat dapat memperluas jangkauan pemasaran Candi Tegowangi. Video dan gambar 360 derajat dapat dengan mudah dibagikan melalui platform online dan sosial media, mencapai calon

wisatawan dari berbagai belahan dunia. Ini memberikan kesempatan untuk menjangkau lebih banyak orang dan memperkenalkan candi kepada audiens yang lebih luas.

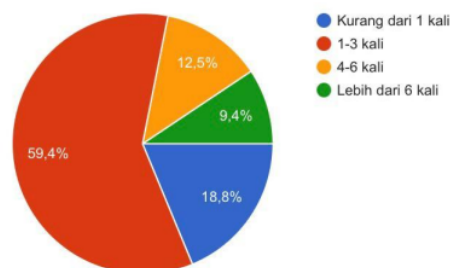
Secara keseluruhan, media 360 derajat dapat meningkatkan kunjungan ke Candi Tegowangi dengan memberikan gambaran yang jelas, informasi yang mendalam, rasa penasaran dan eksplorasi, kepercayaan diri, serta jangkauan pemasaran yang lebih luas. Dengan memanfaatkan teknologi ini secara efektif, candi dapat menarik lebih banyak wisatawan untuk mengunjungi dan menghargai keindahan serta warisan budayanya.

Gambar 4.13 Hasil Gform

**Apakah Anda pernah mengunjungi
Candi Tegowangi sebelumnya?**

**Jika ya, seberapa sering Anda
mengunjungi Candi Tegowangi
dalam setahun?**

32 jawaban



Dengan menggunakan video 360 derajat, wisatawan juga dapat merasakan atmosfer dan suasana di sekitar Candi Tegowangi. Mereka

dapat melihat perubahan cahaya, mendengarkan suara lingkungan, dan mendapatkan gambaran yang lebih lengkap tentang lingkungan sekitar.

Selain itu, video 360 derajat juga dapat menyediakan informasi tambahan melalui elemen multimedia seperti teks atau narasi audio. Ini memungkinkan wisatawan untuk mendapatkan penjelasan tentang sejarah, arsitektur, atau detail penting lainnya tentang Candi Tegowangi saat mereka menjelajahi video.

Dalam konteks pemasaran pariwisata, video 360 derajat dapat menjadi alat yang efektif untuk memikat minat wisatawan. Dengan memperlihatkan keindahan dan pesona Candi Tegowangi secara nyata, wisatawan dapat terinspirasi untuk mengunjungi tempat tersebut secara fisik.

Selain itu, video 360 derajat juga dapat digunakan dalam kampanye promosi online melalui media sosial, situs web, atau aplikasi khusus. Video ini dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memungkinkan potensi viralitas dan berbagi informasi tentang Candi Tegowangi di antara para wisatawan potensial.

Namun, penting untuk diingat bahwa video 360 derajat hanya dapat memberikan pengalaman virtual, dan tidak dapat sepenuhnya menggantikan pengalaman langsung mengunjungi Candi Tegowangi. Tetapi, video tersebut dapat menjadi alat yang kuat untuk memancing minat dan menginspirasi para wisatawan untuk merencanakan kunjungan mereka ke situs tersebut.

Media video 360 derajat memiliki potensi besar untuk meningkatkan minat wisatawan dalam mengunjungi Candi Tegowangi. Teknologi ini memberikan pengalaman virtual yang mendalam dan imersif kepada calon wisatawan, membangkitkan rasa penasaran mereka untuk melihat situs bersejarah ini secara langsung. Pertama, media video 360 derajat memberikan pengalaman visual yang mendekati kunjungan fisik. Wisatawan dapat merasakan sensasi seolah-olah mereka berada di Candi Tegowangi dengan melihat video 360 derajat.

Mereka dapat memandang sekeliling dan merasakan atmosfer candi, menciptakan koneksi emosional yang kuat dan menimbulkan keinginan untuk datang dan mengalami situs tersebut secara langsung. Selanjutnya, video 360 derajat memungkinkan wisatawan untuk melihat Candi Tegowangi dari berbagai sudut pandang. Mereka dapat memutar candi dan melihat setiap detilnya dengan lebih jelas. Pengalaman visual yang komprehensif ini dapat menarik minat mereka untuk mengeksplorasi lebih dalam lagi saat mengunjungi situs tersebut. Kemudian, media video 360 derajat menciptakan pengalaman interaktif yang menarik.

Wisatawan dapat mengendalikan pandangan kamera dan mengarahkannya ke area-area yang menarik minat mereka. Ini memberikan rasa kebebasan dan partisipasi aktif dalam kunjungan virtual, yang pada gilirannya meningkatkan minat mereka untuk melakukan kunjungan fisik. Selain itu, video 360 derajat juga dapat memberikan informasi tambahan tentang sejarah, budaya, dan keindahan Candi

Tegowangi. Dalam beberapa video, terdapat fitur interaktif yang memberikan penjelasan teks atau audio tentang setiap bagian candi, memberikan wawasan lebih mendalam tentang situs bersejarah tersebut.

Penggunaan teknologi canggih ini juga mencerminkan inovasi dan upaya dari pihak pengelola situs untuk memberikan pengalaman yang unik kepada wisatawan. Hal ini dapat memberikan kesan positif tentang Candi Tegowangi dan mencerminkan upaya pelestarian dan promosi warisan budaya yang penting.

Selanjutnya, media video 360 derajat dapat menjangkau audiens global. Wisatawan dari seluruh dunia dapat dengan mudah mengakses dan menikmati video ini melalui platform online. Ini membuka peluang untuk menarik wisatawan dari berbagai negara dan meningkatkan kunjungan internasional ke Candi Tegowangi. Dalam era media sosial dan berbagi konten, video 360 derajat juga dapat dengan mudah dibagikan oleh wisatawan. Mereka dapat membagikan pengalaman virtual mereka dengan teman-teman dan keluarga, menciptakan efek domino yang memperluas jangkauan promosi Candi Tegowangi.

Media video 360 derajat juga menghadirkan kesempatan bagi para pelaku industri pariwisata untuk menciptakan pemasaran yang inovatif dan menarik. Mereka dapat menggabungkan teknologi ini dengan strategi pemasaran digital lainnya, seperti kampanye media sosial atau situs web interaktif. Dengan cara ini, mereka dapat mencapai khalayak yang lebih luas dan menarik perhatian calon wisatawan dengan pengalaman visual

yang unik. Selain itu, media video 360 derajat dapat menjadi alat promosi yang efektif untuk pariwisata lokal. Dengan memanfaatkan teknologi ini, Candi Tegowangi dapat memperkuat identitasnya sebagai tujuan wisata yang menarik dan berbeda. Video 360 derajat ⁷³ dapat menjadi daya tarik yang kuat bagi wisatawan lokal untuk mengunjungi dan mengenal lebih dalam tentang kekayaan budaya yang dimiliki oleh situs bersejarah ini.

Pendapat ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan narasumber bernama bapak Nurali selaku penjaga Situs Candi yang menyatakan bahwa *“media ini membantu arus wisatawan local ada peningkatan beberapa wisatawan”*

Gambar 4.14 Daftar Tamu Situs Candi sebelum penggunaan media 360 derajat

DAFTAR TAMU

nama 2.3

No	Alamat	Religi	Salat	Yer	SO	SATO	SATA	Masjid	Bay	Daeng	Alang
1.	2.9	-	-	-	5	-	-	-	-	-	1
2.	2.9	-	-	-	20	12	3	-	-	-	-
3.	2.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.	17	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.	10	-	-	-	-	-	9	-	-	-	-
6.	12	6	-	-	13	6.1	-	-	-	-	-
7.	102	4	-	-	-	13	2	-	-	-	-
8.	73	4	6	-	-	6.8	-	-	-	-	-
9.	2.8	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-
10.	12	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11.	2.0	-	1.9	-	7.7	3	-	-	-	-	-
12.	18	-	-	-	33	-	-	-	-	-	-
13.	9.0	2	4	-	3.4	2.7	-	-	-	-	-
14.	12	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
15.	2.13	-	-	-	2.0	4	-	-	-	-	-
16.	5	-	-	-	11	4	-	-	-	-	-
17.	8	-	4.8	4.0	-	11	-	-	-	-	-
18.	2.3.5	-	-	-	6	1.8	-	-	-	-	-
19.	4.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
20.	19.2	-	6	-	13	5	-	-	-	-	-
21.	3.2.2	2	-	-	31	4	10	1	-	-	-
22.	2	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-
23.	1.4	-	10	-	-	11.2	-	-	-	-	2
24.	18.4	6	-	-	6.0	-	-	-	-	-	-
25.	3	4	-	30	-	5	-	-	-	-	-
26.	7	-	-	-	10	9	-	-	-	-	-
27.	8.3	-	-	23	13	10	4.7	-	-	-	-
28.	18.0	-	-	-	-	4.4	-	-	-	-	-
29.	5	-	6	8	-	-	-	-	-	-	-
30.	3.0	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-
31.	3	-	-	12	-	-	2	-	-	-	3

1960 25 105 110 110 4.98 300 13 JML = 31.11

Jumlah = 31.14

Gambar 4.15 Hasil daftar tamu wisatawan setelah penggunaan media 360 derajat

No	Nama	Alamat	Umur	Tg	Jd	Smp	Sma	Nominasi	Persentase
1	69						12		
2	75						8		2
3	106						82		
4	98				50				
5	10	2					96		8
6	98	5					6		
7	25			30					
8	52	4					18		
9	24		35				50	2	
10	100						70	6	
11	97					82			
12	17		16				4		
13	56		15	40			37		
14	122		10	30			98		3
15	9	1							
16	9	5					6		
17	133	2	12		130		12		
18	205			40			3		
19	15		6				65	31	
20	31		10				88		
21	33		78		103		6		
22	31						60	2	1
23	132		6				70		
24	139		20		148		2		
25	41		50	23			40	35	9
26	18							2	
27	112						86	20	4
28	22						70		
29	137								
30	76	60							
	20.95	49	258	163	605	489	905	2.9	2.2
Jumlah	4315								

Berdasarkan pengamat dan juga melihat daftar tamu dari bulan mei ke bulan juni didapatkan hasil , untuk menghitung persentase kenaikan, kita perlu menghitung selisih antara jumlah pengunjung baru (4.315) dengan jumlah pengunjung sebelumnya (3.114), kemudian membaginya dengan jumlah pengunjung sebelumnya, lalu dikalikan dengan 100 untuk mendapatkan persentasenya.

$$\text{Selisih} = 4.315 - 3.114 = 1.201$$

$$\begin{aligned}
 \text{Persentase kenaikan} &= (\text{Selisih} / \text{Jumlah pengunjung sebelumnya}) \times 100 \\
 &= (1.201 / 3.114) \times 100 \\
 &\approx 38.55\%
 \end{aligned}$$

Jadi, terjadi kenaikan sekitar 38.55% dari 3.114 pengunjung menjadi 4.315 pengunjung per bulan.

Jumlah pengunjung telah mengalami peningkatan yang signifikan selama periode tersebut. Dari 3.114 pengunjung per bulan sebelumnya, angka tersebut melonjak menjadi 4.315 pengunjung per bulan. Artinya, terjadi kenaikan sekitar 38.55%. Perubahan ini menunjukkan adanya peningkatan minat dan popularitas dalam hal yang ditawarkan kepada pengunjung. Jumlah pengunjung yang lebih besar juga dapat berarti lebih banyak potensi pelanggan atau pengguna yang dapat dijangkau. Dengan demikian, kenaikan yang signifikan ini dapat dianggap sebagai prestasi yang positif dan indikasi pertumbuhan yang menggembirakan.

Penggunaan media video 360 derajat juga memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk merencanakan kunjungan mereka dengan lebih baik. Mereka dapat menggunakan video ini sebagai panduan virtual, mengidentifikasi area-area yang ingin mereka eksplorasi dan menentukan agenda kunjungan yang lebih terarah. Hal ini dapat meningkatkan minat dan motivasi mereka untuk merencanakan perjalanan ke Candi Tegowangi. Terakhir, penggunaan media video 360 derajat dapat memberikan pengalaman yang lebih inklusif bagi wisatawan dengan keterbatasan fisik. Mereka yang tidak dapat melakukan perjalanan fisik ke situs dapat tetap

merasakan keindahan dan sejarah Candi Tegowangi melalui pengalaman virtual ini. Hal ini meningkatkan aksesibilitas dan memperluas jangkauan Candi Tegowangi sebagai tujuan wisata yang dapat dinikmati oleh semua orang. Secara keseluruhan, media video 360 derajat memiliki potensi besar dalam meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi Candi Tegowangi. Dengan memberikan pengalaman virtual yang mendalam, informasi tambahan yang relevan, jangkauan global, dan efek promosi yang kuat, video 360 derajat menjadi alat yang efektif untuk memperkenalkan dan mempromosikan situs bersejarah ini kepada wisatawan potensial.

Dalam kesimpulan, media video 360 derajat memiliki potensi besar untuk meningkatkan minat wisatawan terhadap Candi Tegowangi. Dengan memberikan pengalaman virtual yang mendekati kunjungan langsung, video 360 derajat dapat memperlihatkan keindahan dan pesona situs tersebut kepada para wisatawan, menginspirasi mereka untuk mengunjunginya secara fisik.

B. Pembahasan

Konsep virtual tour 360 derajat adalah pengalaman virtual yang memungkinkan pengguna untuk menjelajahi dan menginteraksi dengan suatu tempat atau lingkungan secara digital dengan menggunakan teknologi 360 derajat. Dalam konsep ini, pengguna dapat melihat dan menjelajahi suatu lokasi dengan sudut pandang 360 derajat, seolah-olah mereka berada di tempat tersebut secara langsung.

Langkah pertama dalam menciptakan virtual tour 360 derajat adalah pemotretan menggunakan kamera khusus yang mampu menghasilkan gambar panorama 360 derajat. Kamera ini biasanya dirancang dengan beberapa lensa yang memungkinkan pengambilan gambar dari berbagai sudut. Pemotretan dilakukan dengan memperhatikan pencahayaan yang baik dan memastikan bahwa semua area yang relevan dan menarik untuk dilihat tercakup dalam gambar panorama 360 derajat.

Setelah pemotretan selesai, langkah selanjutnya adalah proses stitching atau penyusunan gambar-gambar tersebut menjadi satu gambar panorama yang utuh. Dalam proses ini, menggunakan perangkat lunak khusus untuk menggabungkan beberapa gambar menjadi satu. Perangkat lunak ini menganalisis dan memadukan gambar-gambar tersebut dengan memperhatikan kesesuaian garis-garis dan tekstur dalam gambar. Proses ini juga memperhatikan kesinambungan antara gambar-gambar yang berdekatan untuk menciptakan transisi yang mulus dalam tur virtual.

Setelah proses stitching selesai, gambar panorama yang utuh akan dihasilkan. Gambar ini meliputi seluruh lingkungan yang telah difoto dan dapat dipanjangkan atau diperkecil sesuai kebutuhan. Selanjutnya, gambar panorama dapat ditingkatkan kualitasnya melalui pengolahan gambar seperti penyesuaian warna, kontras, dan peningkatan resolusi.

Selain langkah-langkah teknis di atas, konsep virtual tour 360 derajat juga melibatkan penyusunan konten dan pengaturan navigasi yang baik. Konten yang relevan dan menarik harus dipilih dan disusun dengan baik

agar pengguna dapat merasakan pengalaman yang memuaskan dan informatif. Pengaturan navigasi yang baik memungkinkan pengguna untuk dengan mudah menjelajahi lokasi dan berpindah antara titik-titik pandang yang berbeda.

Konsep virtual tour 360 derajat memiliki banyak manfaat dalam berbagai bidang, termasuk pariwisata, real estat, pendidikan, dan banyak lagi. Dalam industri pariwisata, virtual tour 360 derajat dapat digunakan untuk mempromosikan destinasi wisata, menggantikan tur fisik, dan memberikan pengalaman interaktif kepada calon wisatawan. Dalam real estat, virtual tour 360 derajat memungkinkan calon pembeli untuk melihat properti secara detail tanpa harus mengunjunginya secara fisik. Dalam pendidikan, virtual tour 360 derajat dapat digunakan sebagai alat pembelajaran yang interaktif dan mendalam.

Secara keseluruhan, konsep virtual tour 360 derajat menggabungkan teknologi fotografi 360 derajat, proses stitching, pengolahan gambar, penyusunan konten, dan pengaturan navigasi untuk menciptakan pengalaman virtual yang imersif dan interaktif. Dengan menggunakan teknologi ini, pengguna dapat merasakan sensasi berada di tempat tersebut dan menjelajahi lingkungan secara virtual dengan sudut pandang yang luas dan detail yang tinggi. Konsep ini memiliki potensi besar dalam berbagai industri dan memberikan manfaat yang signifikan dalam mempromosikan, menjelajahi, dan memvisualisasikan tempat atau lingkungan secara virtual.

Media video 360 derajat memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan minat para wisatawan terhadap Candi Tegowangi. Dengan menggunakan video 360 derajat, para wisatawan dapat memiliki pengalaman virtual yang mendekati mengunjungi situs tersebut secara langsung. Pertama-tama, media video 360 derajat memungkinkan wisatawan untuk secara interaktif menjelajahi dan melihat sekitar Candi Tegowangi. Mereka dapat mengendalikan sudut pandang mereka sendiri, berputar 360 derajat, dan memilih area yang ingin mereka jelajahi. Hal ini memberikan pengalaman yang lebih nyata dan memungkinkan para wisatawan untuk merasakan kehadiran di tempat tersebut.

Video 360 derajat juga memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk melihat Candi Tegowangi dari berbagai sudut pandang. Mereka dapat melihat dengan jelas arsitektur, detail, dan keindahan candi tersebut. Video ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang keunikan dan keindahan Candi Tegowangi, yang dapat menarik minat para wisatawan untuk mengunjunginya secara fisik. Selain itu, video 360 derajat juga dapat menyediakan informasi tambahan tentang Candi Tegowangi.

Wisatawan dapat memanfaatkan elemen multimedia seperti teks atau narasi audio yang disertakan dalam video untuk memperoleh penjelasan tentang sejarah, budaya, atau detail penting lainnya tentang candi. Hal ini memberikan wawasan yang lebih mendalam dan membuat kunjungan mereka menjadi lebih bermakna. Hasil dari pengiriman Google Form kepada narasumber juga menunjukkan bahwa banyak orang cenderung

menyukai media 360 derajat. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan video 360 derajat dapat efektif dalam menarik minat para wisatawan terhadap Candi Tegowangi.

Selain meningkatkan minat wisatawan, media video 360 derajat juga dapat memperluas jangkauan pemasaran Candi Tegowangi. Video 360 derajat dapat dengan mudah dibagikan melalui platform online dan media sosial, mencapai calon wisatawan dari berbagai belahan dunia. Dengan memperkenalkan Candi Tegowangi melalui video yang menarik, lebih banyak orang dapat mengetahui tentang keberadaan candi tersebut dan termotivasi untuk mengunjunginya. Namun, penting untuk diingat bahwa video 360 derajat tidak dapat sepenuhnya menggantikan pengalaman fisik mengunjungi Candi Tegowangi. Meskipun video tersebut dapat memberikan pengalaman yang mendekati, pengalaman langsung mengunjungi situs bersejarah tersebut memiliki nilai tersendiri.

Oleh karena itu, video 360 derajat sebaiknya digunakan sebagai alat pendukung untuk memikat minat wisatawan dan membantu mereka dalam perencanaan kunjungan mereka. Secara keseluruhan, media video 360 derajat memiliki potensi besar dalam meningkatkan minat wisatawan terhadap Candi Tegowangi. Dengan memberikan pengalaman virtual yang mendekati mengunjungi situs tersebut secara langsung, video 360 derajat dapat memberikan gambaran yang lebih nyata tentang keindahan, arsitektur, dan atmosfer Candi Tegowangi. Wisatawan dapat menjelajahi dan melihat sekitar candi secara interaktif, serta memilih sudut pandang yang mereka inginkan. Dengan penggunaan media ini, para wisatawan dapat merasakan

pengalaman yang mendalam dan mendekati kunjungan fisik ke candi tersebut. Selain itu, video 360 derajat juga memberikan informasi tambahan tentang sejarah, budaya, dan detail penting lainnya tentang Candi Tegowangi.

Melalui elemen multimedia seperti teks atau narasi audio, wisatawan dapat memperoleh penjelasan yang mendalam saat mereka menjelajahi video. Hal ini dapat memperkaya pengetahuan mereka tentang candi tersebut dan membuat kunjungan mereka menjadi lebih bermakna. Dalam konteks pemasaran pariwisata, media video 360 derajat juga dapat menjadi alat yang efektif untuk memikat minat wisatawan. Dengan memperlihatkan keindahan dan pesona Candi Tegowangi secara nyata, wisatawan dapat terinspirasi untuk mengunjungi tempat tersebut secara fisik. Video ini juga dapat dengan mudah dibagikan melalui platform online dan media sosial, sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memungkinkan penyebaran informasi tentang Candi Tegowangi di antara para wisatawan potensial.

Meskipun video 360 derajat dapat memberikan pengalaman virtual yang mendekati, penting untuk diingat bahwa pengalaman langsung mengunjungi Candi Tegowangi memiliki nilai tersendiri. Oleh karena itu, video 360 derajat sebaiknya digunakan sebagai alat pendukung untuk memancing minat wisatawan dan membantu mereka dalam perencanaan kunjungan mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dalam konteks pemasaran pariwisata, media video 360 derajat memiliki potensi besar untuk meningkatkan minat wisatawan di Candi Tegowang. Video 360 derajat menawarkan pengalaman virtual yang mirip dengan kunjungan fisik, memungkinkan wisatawan menjelajahi dan melihat candi secara interaktif. Video ini juga dapat memberikan informasi lebih lanjut tentang sejarah, budaya dan detail penting lainnya dari Candi Tegowang, memperkaya pengetahuan wisatawan

Selain itu, video 360 derajat dapat menjadi alat pemasaran yang efektif dengan memperlihatkan keindahan dan pesona Candi Tegowangi secara nyata kepada audiens yang lebih luas, oleh karena itu video 360 derajat sebaiknya digunakan sebagai alat pendukung untuk memikat minat wisatawan dan membantu mereka dalam perencanaan kunjungan fisik ke candi tersebut..

B. Saran

1. Melakukan pemotretan dan produksi video 360 derajat untuk Candi Tegowangi dengan kualitas yang baik untuk menghadirkan pengalaman yang lebih imersif bagi pengguna.
2. Menyusun konten yang relevan dan menarik untuk disertakan dalam video 360 derajat, termasuk informasi sejarah, budaya, dan detail penting lainnya tentang Candi Tegowangi.

3. Mengoptimalkan penggunaan platform online dan media sosial untuk mempromosikan video 360 derajat Candi Tegowangi kepada calon wisatawan.
4. Memastikan adanya dukungan teknis dan bantuan bagi pengguna yang ingin mengakses dan menjelajahi video 360 derajat Candi Tegowangi.
5. Menggunakan video 360 derajat sebagai alat pendukung untuk memikat minat wisatawan dan membantu mereka dalam perencanaan kunjungan fisik ke Candi Tegowangi, dengan tetap mengedepankan pengalaman langsung.

Muji Basuki

ORIGINALITY REPORT

26%

SIMILARITY INDEX

26%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

eprints.walisongo.ac.id

Internet Source

3%

2

eprints.polsri.ac.id

Internet Source

2%

3

docplayer.info

Internet Source

1%

4

core.ac.uk

Internet Source

1%

5

repository.uinjambi.ac.id

Internet Source

1%

6

proceeding.unpkediri.ac.id

Internet Source

1%

7

idr.uin-antasari.ac.id

Internet Source

1%

8

www.idsejarah.net

Internet Source

1%

9

repository.unpkediri.ac.id

Internet Source

1%

10	ihategreenjello.com Internet Source	1 %
11	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1 %
12	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1 %
13	123dok.com Internet Source	1 %
14	ojs.unpkediri.ac.id Internet Source	1 %
15	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	1 %
16	pt.scribd.com Internet Source	1 %
17	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
18	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
19	repository.dinamika.ac.id Internet Source	<1 %
20	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
21	lib.unnes.ac.id Internet Source	<1 %

22	library.binus.ac.id Internet Source	<1 %
23	www.jurnalmahasiswa.uma.ac.id Internet Source	<1 %
24	ejournal.kemenparekraf.go.id Internet Source	<1 %
25	Sri Adi Widodo, A.A Sujadi. "ANALISIS KESALAHAN MAHASISWA DALAM MEMECAHKAN MASALAH TRIGONOMETRI", SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Humaniora, 2017 Publication	<1 %
26	jurnal.iainponorogo.ac.id Internet Source	<1 %
27	journal2.um.ac.id Internet Source	<1 %
28	Zainal Afandi, Yatmin Yatmin, Agus Budianto, Heru Budiono et al. "Pelatihan Pembuatan Video Pembelajaran Menggunakan Aplikasi Kinemaster untuk Guru di SMAN 6 Kediri", Jurnal Pengabdian Masyarakat (abdira), 2022 Publication	<1 %
29	Submitted to Clarkston Community Schools Student Paper	<1 %
30	repo.unsrat.ac.id Internet Source	<1 %

31	Dianto G. Thomas, Sherwin R.U.A. Sompie, Brave A. Sugiarso. "Virtual Tour Sebagai Media Promosi Interaktif Penginapan Di Kepulauan Bunaken", Jurnal Teknik Informatika, 2018 Publication	<1 %
32	Submitted to Universitas Merdeka Malang Student Paper	<1 %
33	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1 %
34	pujakesuma-igmafazizah.blogspot.com Internet Source	<1 %
35	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
36	dennymuharomariawan.wordpress.com Internet Source	<1 %
37	Submitted to Surabaya University Student Paper	<1 %
38	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
39	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	<1 %
40	www.scribd.com Internet Source	<1 %

41	Submitted to Universitas Atma Jaya Yogyakarta Student Paper	<1 %
----	---	------

42	edoc.pub Internet Source	<1 %
----	-----------------------------	------

43	repo.sttsetia.ac.id Internet Source	<1 %
----	--	------

44	repository.unibos.ac.id Internet Source	<1 %
----	--	------

45	borobudurwriters.id Internet Source	<1 %
----	--	------

46	www.teluklove.com Internet Source	<1 %
----	--------------------------------------	------

47	Sugiono Ruslan. "Rekonstruksi Rumah Majapahit di Desa Bejijong Sebagai Sarana Edukasi Pendidikan IPS", Gulawentah:Jurnal Studi Sosial, 2019 Publication	<1 %
----	---	------

48	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	<1 %
----	---	------

49	adoc.pub Internet Source	<1 %
----	-----------------------------	------

50	adoc.tips Internet Source	<1 %
----	------------------------------	------

es.scribd.com

51

Internet Source

<1 %

52

Submitted to Tarumanagara University

Student Paper

<1 %

53

etheses.iainponorogo.ac.id

Internet Source

<1 %

54

simki.unpkediri.ac.id

Internet Source

<1 %

55

Submitted to Universitas Islam Malang

Student Paper

<1 %

56

ftd.asia.ac.id

Internet Source

<1 %

57

laurentiadewi.com

Internet Source

<1 %

58

repository.iainpurwokerto.ac.id

Internet Source

<1 %

59

repository.ummat.ac.id

Internet Source

<1 %

60

anyflip.com

Internet Source

<1 %

61

mafiadoc.com

Internet Source

<1 %

62

repository.syekhnurjati.ac.id

Internet Source

<1 %

63	repository.umy.ac.id Internet Source	<1 %
64	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper	<1 %
65	journal.unnes.ac.id Internet Source	<1 %
66	repository.usahidsolo.ac.id Internet Source	<1 %
67	seni-musik-sma.blogspot.com Internet Source	<1 %
68	skripsi-konsultasi.blogspot.com Internet Source	<1 %
69	bajangjournal.com Internet Source	<1 %
70	hetmuizenhuis.blogspot.nl Internet Source	<1 %
71	id.123dok.com Internet Source	<1 %
72	journals.telkomuniversity.ac.id Internet Source	<1 %
73	lemlit.unpas.ac.id Internet Source	<1 %
74	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1 %

75	repository.unpas.ac.id Internet Source	<1 %
76	blog.rumahweb.com Internet Source	<1 %
77	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1 %
78	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
79	repository.stikosa-aws.ac.id Internet Source	<1 %
80	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
81	www.balihorizon.com Internet Source	<1 %
82	www.docstoc.com Internet Source	<1 %
83	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
84	alfidin.blogspot.com Internet Source	<1 %
85	doku.pub Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Muji Basuki

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19

PAGE 20

PAGE 21

PAGE 22

PAGE 23

PAGE 24

PAGE 25

PAGE 26

PAGE 27

PAGE 28

PAGE 29

PAGE 30

PAGE 31

PAGE 32

PAGE 33

PAGE 34

PAGE 35

PAGE 36

PAGE 37

PAGE 38

PAGE 39

PAGE 40

PAGE 41

PAGE 42

PAGE 43

PAGE 44

PAGE 45

PAGE 46

PAGE 47

PAGE 48

PAGE 49

PAGE 50

PAGE 51

PAGE 52

PAGE 53

PAGE 54

PAGE 55

PAGE 56

PAGE 57

PAGE 58

PAGE 59

PAGE 60

PAGE 61

PAGE 62

PAGE 63

PAGE 64

PAGE 65

PAGE 66

PAGE 67

PAGE 68

PAGE 69

PAGE 70

PAGE 71

PAGE 72

PAGE 73

PAGE 74

PAGE 75

PAGE 76

PAGE 77

PAGE 78

PAGE 79

PAGE 80

PAGE 81

PAGE 82

PAGE 83

PAGE 84

PAGE 85

PAGE 86

PAGE 87

PAGE 88

PAGE 89

PAGE 90

PAGE 91

PAGE 92

PAGE 93

PAGE 94

PAGE 95

PAGE 96
