

PENGUNAAN AUGMENTED REALITY DALAM KOMUNIKASI PARIWISATA

Engga Probi Endri

Universitas Mercu Buana

engga.probi@mercubuana.ac.id

Abstrak. Augmented Reality (AR) merupakan teknologi yang menggabungkan objek virtual dengan dunia fisik nyata menciptakan pengalaman interaktif bagi pengguna. AR telah menjadi populer dalam berbagai bidang termasuk dalam bidang komunikasi dan promosi pariwisata. AR dapat memberikan pengalaman interaktif yang memikat dan menyajikan informasi mengenai destinasi wisata dengan lebih menarik. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini adalah AR memiliki potensi besar dalam meningkatkan pengalaman pengguna dalam sektor komunikasi pariwisata, dengan menggabungkan dunia nyata dan dunia maya AR dapat memberikan pengalaman yang lebih menarik, informatif dan interaktif bagi wisatawan. Pengalaman pengguna AR dalam komunikasi pariwisata untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan mereka dengan destinasi yang dikunjungi dengan menggunakan fitur navigasi berbasis AR wisatawan dapat menemukan lokasi dan atraksi wisata dengan mudah dan cepat untuk mengurangi kebingungan dan meningkatkan efisiensi kerja serta memberikan pengalaman yang lebih personal melalui rekomendasi berdasarkan minat dan pengalaman wisata yang lebih relevan. Pengembangan AR untuk pariwisata harus memperhatikan berbagai aspek diantaranya Functionality, Usability, Learnability, Efficiency, Reliability, Maintainability, Utility untuk memastikan AR tetap relevan, dapat diandalkan dan mudah digunakan oleh wisatawan dari berbagai latar belakang.

Kata Kunci: Augmented Reality, Pengalaman, Komunikasi Pariwisata

Abstract. Augmented Reality (AR) is a technology that combines virtual objects with the real physical world to create an interactive experience for users. AR has become popular in various fields including in the field of communication and tourism promotion. AR can provide an engaging interactive experience and present information about tourist destinations more interestingly. This study uses a case study method with a qualitative approach. The results of this study are that AR has great potential in improving user experience in the tourism communication sector, by combining the real world and the virtual world AR can provide a more interesting, informative and interactive experience for tourists. AR user experience in tourism communication to increase their interaction and involvement with the destinations visited by using AR-based navigation features tourists can find tourist locations and attractions easily and quickly to reduce confusion and increase work efficiency and provide a more personalized experience through recommendations based on interests and more relevant tourist experiences. The development of AR for tourism must consider various aspects including Functionality, Usability, Learnability, Efficiency, Reliability, Maintainability, Utility to ensure AR remains relevant, reliable and easy to use by tourists from various backgrounds.

Keywords: Augmented Reality, Experience, Tourism Communication

PENDAHULUAN

Dewasa ini, perkembangan teknologi informasi dan internet sangat pesat semakin memberikan kemudahan bagi manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Pada era digital saat ini teknologi digital mendorong masyarakat untuk melakukan berbagai kegiatan atau transaksi secara online karena hal tersebut dianggap sangat efektif dan efisien. Kebutuhan informasi

yang cepat dan mudah adalah salah satu hal yang sangat dibutuhkan dalam memanfaatkan teknologi saat ini salah satunya teknologi Augmented Reality dalam sektor bidang pariwisata.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang penting bagi perkembangan suatu negara. Salah satunya Komunikasi pariwisata menghadirkan serangkaian tantangan yang memberikan pengaruh potensi penerapan teknologi augmented reality dalam industry pariwisata semakin jelas. AR menawarkan peluang luar biasa untuk mengubah cara kita menjelajahi, memahami dan berinteraksi dengan destinasi wisata, namun dibalik kecemerlangan potensial ini terdapat beberapa tantangan yang membatasi implementasi AR dalam komunikasi pariwisata. Salah satunya adalah rendahnya tingkat pemahaman dan kesadaran kalangan wisatawan terkait teknologi AR. Selain itu, infrastruktur teknologi yang tidak merata di seluruh destinasi pariwisata menjadi hambatan serius. Beberapa daerah mungkin masih menghadapi kendala dalam hal konektivitas internet yang memadai atau kurangnya akses ke perangkat mobile yang dapat mendukung pengalaman AR. Ini mengakibatkan kesenjangan teknologi antara destinasi populer dan yang kurang dikembangkan.

Sejalan dengan berkembangnya teknologi komunikasi yang ada saat ini, strategi dalam melakukan promosi pun juga mulai berubah ke arah yang lebih modern. Jika dulu hanya menggunakan media promosi konvensional seperti surat kabar, majalah, radio ataupun televisi, kini promosi merek sudah dilakukan dengan teknologi Internet, atau yang kemudian dikenal dengan istilah digital marketing. Sedikitnya terdapat empat manfaat digital marketing dalam memaksimalkan suatu bisnis, diantaranya adalah menghemat biaya promosi, menjangkau pasar yang lebih luas, sebagai sarana untuk meningkatkan penjualan, dan menjadi sarana penghubung yang baik dengan konsumen (Belch dan Belch, 2018). Setiap tahunnya pengguna AR terlihat terus menunjukkan pengembangan yang pesat di tahun 2022 ada sekitar 3,5 Miliar pengguna AR tersebar diseluruh dunia.

Biaya pengembangan aplikasi AR juga merupakan aspek yang perlu dipertimbangkan. Pengembangan aplikasi yang memadai dan menarik memerlukan investasi finansial yang signifikan, dan destinasi pariwisata dengan anggaran terbatas mungkin mengalami kesulitan dalam menghadapi tantangan ini. Oleh karena itu, diperlukan pemikiran kreatif dan solusi kolaboratif untuk memastikan bahwa manfaat AR dapat diakses oleh berbagai destinasi pariwisata.

Dalam konteks regulasi, isu-isu keamanan dan privasi muncul sebagai kekhawatiran yang patut diperhitungkan. Pengumpulan data pribadi pengunjung dan potensi risiko keamanan dapat menghambat adopsi teknologi AR jika tidak dikelola dengan cermat. Oleh karena itu, perlu ada pedoman dan regulasi yang jelas untuk mengatasi kekhawatiran ini dan membangun kepercayaan pengguna.

Dengan tantangan-tantangan ini, terdapat panggilan untuk kerjasama erat antara pemerintah, sektor pariwisata, dan pengembang teknologi AR. Langkah-langkah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat, investasi dalam infrastruktur teknologi, dan pembentukan kerangka regulasi yang sesuai dapat membantu membuka potensi penuh AR dalam memperkaya dan menghidupkan kembali pengalaman pariwisata. Dengan demikian, AR memiliki potensi untuk menjadi kekuatan revolusioner dalam membawa destinasi pariwisata menuju masa depan yang lebih interaktif dan mendalam.

Komunikasi Pariwisata. Ranah ilmu komunikasi terus berkembang demikian pesat di Indonesia, salah satu diantaranya yang juga banyak menjadi dasar kajian adalah komunikasi pariwisata. Kajian tentang komunikasi dan pariwisata dewasa ini sudah berkembang dan menyatu menjadi komunikasi pariwisata. Sektor pariwisata di Indonesia yang makin diunggulkan tentunya sangat memerlukan aktivitas komunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan pariwisata seperti tempat tujuan wisata, moda transportasi, akomodasi, promosi wisata

dan sumber daya pariwisata.

Komunikasi menjadi bagian yang sangat penting dalam aktivitas dan pengelolaan pariwisata yang lebih modern. Informasi penting dalam elemen-elemen pariwisata dapat dikomunikasikan dengan baik kepada para wisatawan. Menurut Bungin (2015; 86) pariwisata modern dapat digolongkan dalam beberapa elemen, yakni; (1) destinasi atau tempat tujuan wisata, (2) transportasi, (3) pemasaran pariwisata, dan (4) sumber daya.

Komunikasi pariwisata merupakan aktivitas komunikasi yang mengkomunikasikan pesan-pesan pariwisata kepada wisatawan dan seluruh stakeholder pariwisata. Bentuk-bentuk komunikasi dapat berupa komunikasi persuasif, komunikasi massa, komunikasi antar pribadi atau komunikasi kelompok. Sedangkan pesan-pesan pariwisata yang akan dikomunikasikan adalah elemen-elemen pariwisata yaitu: destinasi, transportasi, pemasaran wisata, dan sumber daya pariwisata (Bungin, 2015:88). Praktik komunikasi pariwisata bisa menggunakan pendekatan strategi komunikasi pemasaran dan memaksimalkan pemanfaatan teknologi komunikasi (Bungin, 2015: 93).

Augmented Reality (AR). Pramono menjelaskan bahwa Augmented Reality mulai berkembang dari tahun 1957 hingga 1962. Dia mengatakan bahwa ada seorang sinematografer, Morton Heilig, yang menciptakan Sensorama, sebuah simulator dengan visual, getaran, dan bau. Lalu pada 1966, Ivan Sutherland menemukan head-mounted display, yang menurutnya adalah jendela ke dunia. Kemudian pada 1975, Myron Krueger menemukan Videoplace, penemuan pertama yang memungkinkan adanya interaksi dengan objek virtual. Lalu pada 1989, Jaron Lanier menemukan Virtual Reality, dan pada 1992 dikembangkan Augmented Reality untuk memperbaiki pesawat boeing. Masih di 1992, LB Rosenberg mengembangkan Virtual Fixtures yang masih dalam sistem AR untuk digunakan di Angkatan Udara AS Armstrong Labs (Pramono, 2013).

Rusnandi, dkk menjelaskan bahwa Augmented Reality adalah sebuah teknologi yang menggabungkan benda maya yang dua dimensi ataupun tiga dimensi ke dalam sebuah lingkungan nyata tiga dimensi dan memproyeksikan benda-benda maya tersebut dalam waktu nyata. Teknologi ini juga berkembang sangat cepat di segala bidang, termasuk di dalamnya bidang pendidikan (Rusnandi et al., 2016)

Pradana menjelaskan bahwa secara sederhana sistem Augmented Reality memiliki cara kerja menggunakan kamera dari smartphone yang nantinya akan mendeteksi penanda atau objek marker yang telah tersedia, lalu kamera akan memindai pola marker tersebut lalu membandingkannya dengan database yang ada. Apabila database sesuai, maka informasi pada marker tersebut akan tampil dalam bentuk objek tiga dimensi sesuai animasi yang telah dibuat (Pradana, 2020).

Augmented Reality memiliki kelebihan dapat menampilkan objek dari dunia maya ke dunia nyata sehingga lebih menarik. Wulansari, dkk. menjelaskan kelebihan beserta keterbatasan dari Augmented Reality ini. Kelebihannya, teknologi ini dapat memperluas persepsi pengguna mengenai suatu objek dan memberikan pengguna sebuah pengalaman terhadap objek tiga dimensi yang ditampilkan, lalu memungkinkan pengguna untuk berinteraksi yang tidak dapat dilakukan di dunia nyata, dan memungkinkan pengguna untuk menggunakan berbagai perangkat sesuai dengan ketersediaan dan kebutuhan. Sementara keterbatasan dari teknologi ini, antara lain, biaya yang diperlukan relatif tinggi terlebih untuk resolusi yang baik, lalu kompleksitas objek, terbatasnya pakar penelitian pada beberapa wilayah tertentu seperti di Jepang dan Eropa, serta terbatasnya bandwidth untuk mekanisme distribute resource sharing (Ossy et al., 2016).

Dari uraian diatas, maka Augmented Reality dapat diartikan sebagai teknologi yang menggabungkan dunia nyata dengan dunia maya. Dengan kata lain Augmented Reality (AR) ini menghadirkan suatu objek yang berupa video atau foto/gambar ke dalam dunia nyata dalam

bentuk tiga dimensi. Augmented Reality (AR) ini dapat membantu memvisualisasikan suatu konsep yang abstrak sehingga dapat meningkatkan pemahaman mengenai struktur suatu objek.

Pengalaman Pengguna. Menurut ISO 9241-210 (2009), *User Experience* (UX) adalah persepsi dan respon dari pengguna sebagai reaksi dari penggunaan sebuah produk, sistem atau service. *User Experience* merupakan bagaimana user merasakan kesenangan dan kepuasan dari menggunakan sebuah produk, melihat atau memegang produk tersebut. UX tidak dapat dirancang oleh desainer tapi seorang desain dapat merancang sebuah produk yang dapat menghasilkan UX.

User Centered Systems Design memperkenalkan beberapa prinsip-prinsip desain antarmuka pengguna diantaranya yaitu, (Ritter, 2014):

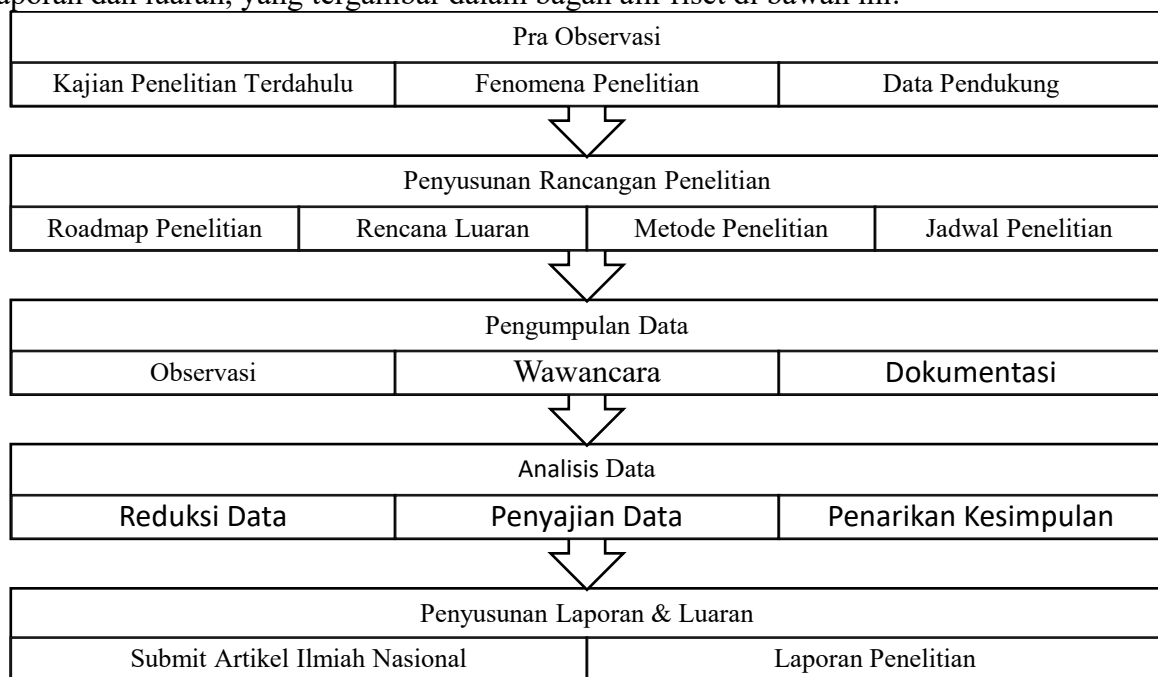
- 1) *Functionality*. Fungsionalitas dari sebuah perangkat lunak dengan efektif, efisien dan memuaskan dalam mencapai tujuan tertentu. Sistem informasi melayani banyak keperluan dan berbagai macam fungsi. Fungsi pada sistem tersebut dapat berjalan sesuai dengan kebutuhan. Fungsionalitas yang kurang memadai mengecewakan pemakai dan sering ditolak atau tidak digunakan.
- 2) *Usability*. Sebuah sistem informasi harus mempunyai kegunaan pada tipe orang yang berbeda dan juga pada lingkungan yang berbeda. Kegunaan sebuah sistem informasi dipengaruhi oleh beberapa faktor, didalamnya adalah user, lingkungan dan jenis perangkat. Interaksi pengguna dengan sistem informasi dipengaruhi oleh karakteristik mereka. Beberapa persamaan karakter para pengguna tersebut adalah:
 - *Visual Clarity*. Kejelasan visual pada sistem informasi yang digunakan.
 - *Consistency*. Sebuah sistem harus sesuai dengan sistem nyata serta sesuai dengan produk yang dihasilkan. Software Engineer harus memperhatikan hal-hal yang bersifat konsisten pada saat merancang aplikasi khususnya antarmuka. Contoh: pewarnaan warna, struktur menu, huruf, format desain yang seragam pada antarmuka diberbagai bagian sehingga pengguna tidak mengalami kesulitan pada saat berpindah posisi pekerjaan atau berpindah lokasi dalam menyelesaikan pekerjaan, (Anggraini, 2015).
 - *Informative Feedback*. Umpan balik adalah tentang mengirim kembali informasi tentang tindakan apa yang telah dilakukan dan apa yang telah dicapai, yang memungkinkan seseorang untuk melanjutkan kegiatan tersebut (Norman, 2002).
 - *Explicitness*. Ketegasan pada setiap fungsi pada sistem informasi tersebut.
 - *Appropriate Functionality*. Fungsi yang tepat pada setiap fungsi yang ada di sistem informasi.
 - *Flexibility and Control*. Kecocokan sistem dengan end user
 - *Error Prevention and Control*. Pencegahan dan kontrol kesalahan pada sistem informasi
 - *User guidance and support*. Adanya manual penggunaan yang up to date.
 - *Pleasurable*. kesenangan saat berinteraksi, menyenangkan untuk dilihat, fitur desain yang disukai, dan perasaan positif yang terbangun dari situs.
- 3) *Learnability*. Seberapa mudah sistem untuk dipelajari.
- 4) *Efficiency*. Seberapa efisien proses yang dilalui sistem untuk melakukan pekerjaan.
- 5) *Reliability*. Keandalan dalam sistem informasi berfungsi seperti yang diinginkan, tampilan akurat
- 6) *Maintainability*. Kemampuan software untuk dimodifikasi (koreksi, adaptasi, perbaikan). Sejauh mana tingkat kebutuhan modifikasi sistem tersebut dapat dilakukan secara efektif dan efisien
- 7) *Utility/Usefulness Fungsionalitas*. Sistem berfungsi seperti yang diinginkan oleh pengguna sehingga memberikan kemampuan untuk menyelesaikan tujuan dari suatu pekerjaan/

permainan, (Hartson dan Payla dalam Sasongko, 2016).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, Pengumpulan data akan dilakukan menggunakan wawancara mendalam dengan informan yang telah menggunakan Augmented Reality, hal ini akan memungkinkan peneliti untuk mendalam memahami pengalaman pengguna dalam menggunakan Augmented Reality dalam Komunikasi Pariwisata. Informan penelitian ini wisatawan yang telah menggunakan augmented reality dalam komunikasi pariwisata, mereka akan dipilih secara purposive sampling berdasarkan pengalaman mereka dalam menggunakan augmented reality dan keberadaan mereka di destinasi wisata tertentu.

Penelitian ini dimulai dengan tahap pra-observasi dan berakhir pada penyusunan laporan dan luaran, yang tergambar dalam bagan alir riset di bawah ini:



Gambar 1. Bagan Alir Riset.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep augmented reality di sektor pariwisata di Indonesia sebenarnya sudah lama digunakan. Apalagi dengan konsep AR calon wisatawan dapat diberikan pengalaman virtual untuk berkunjung tanpa datang secara langsung, hal tersebut dapat dimanfaatkan pengelola untuk menarik minat mereka berkunjung secara offline. Namun dari sisi perangkat dalam menyiapkan AR harus memadai, namun hasilnya dapat memberikan dampak yang baik. Seperti Google Maps yang saat ini dapat menampilkan obyek lokasi secara nyata melalui foto satelit dan memudahkan penggunanya melihat lokasi secara nyata. Sementara pengalaman dalam komunikasi pariwisata menjadi hal terpenting konsumen untuk mengunjungi objek wisata tersebut. Karena kemudahannya dalam menjangkau pelanggan di belahan dunia manapun dan penggunaannya yang gratis. Pemaksimalan konten adalah hal yang utama agar informasi dapat tersampaikan dengan baik serta tentu saja menarik minat pelanggan. Media yang dapat digunakan secara mudah adalah Instagram, Twitter atau facebook. Tersedia pula Instagram Ads, dimana pengguna dapat melakukan iklan berbayar sesuai target pasar yang dituju. Selain

itu biaya iklan pun dapat disesuaikan dengan kebutuhan penggunanya.

Pengalaman Pengguna dalam Menggunakan *Augmented Reality*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna merasa puas dengan pengalaman mereka menggunakan aplikasi AR selama kunjungan. Mereka menyampaikan bahwa AR memberikan informasi tambahan yang sangat menarik dan dapat membantu memahami konteks sejarah dan budaya lokal yang mereka kunjungi. Salah satu contoh waktu wisatawan ke Yogyakarta dengan berbagai macam tempat sejarah dan budaya yang ada di Yogyakarta yang dimana mereka bisa melihat bagaimana bangunan bersejarah tersebut terlihat pada zaman dahulu, AR ini salah satu yang sangat membantu pengunjung untuk berwisata.

Penggunaan AR dalam pengalaman pengguna dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan terhadap destinasi yang mereka kunjungi dan sumber daya untuk mengembangkan aplikasi AR yang menarik dan informatif karena pada dasarnya AR ini sangat membantu dalam sisi pengalaman pengguna.

Penggunaan AR dalam pariwisata memberikan informasi yang lebih detail dan menarik tentang objek wisata seperti memberikan informasi terkait dengan sejarah, budaya dan informasi lainnya. Wisatawan dapat menggunakan aplikasi AR untuk melihat model 3D dari bangunan bersejarah atau bisa berinteraksi langsung dengan pemandu wisata virtual. Selain itu, AR dapat memperkaya pengalaman wisatawan dengan memungkinkan mereka berinteraksi dengan objek wisata secara virtual atau sekarang bisa kita kenal dengan virtual 360. Berdasarkan hal ini wisatawan dapat menjelajahi objek wisata yang secara interaktif dan merasakan sensasi terbang diatas kota melalui simulasi AR.

Penggunaan *Augmented Reality* dalam Industri Pariwisata. *Augmented Reality* (AR) dapat digunakan untuk meningkatkan pengalaman wisata dengan menyediakan informasi tambahan navigasi lebih baik dan interaksi yang lebih menarik dan memainkan peranan dalam menciptakan pengalaman pengguna yang interaktif. Penggunaan AR wisatawan dapat menikmati destinasi lebih mendalam melalui perkembangan teknologi digital yang memperkaya dunia nyata serta meningkatkan interaktivitas dalam memberikan pengalaman dua arah dimana pengguna tidak hanya menjadi penonton saja tetapi juga dapat berinteraksi dengan elemen digital tersebut.

Dalam industri pariwisata pengalaman pengguna juga dapat menciptakan pengalaman menggunakan AR memungkinkan wisatawan merasakan tempat tempat wisata secara virtual sebelum wisatawan berkunjung ke objek wisata yang dituju agar dapat merasakan pengalaman yang mendalam, wisatawan dapat melihat simulasi bangunan bersejarah yang sudah rusak atau punah seperti semula atau menghidupkan kembali cerita bersejarah sesuai dengan histori yang sudah ada sejak dulu kala. Tidak terlampas dari itu saja penggunaan AR juga mendapatkan informasi yang sesuai dengan minat atau keinginan yang mereka butuhkan. Wisatawan dapat memilih mereka tertarik pada budaya dan atraksi apa karena pada dasarnya mereka bebas memilih virtual berbasis AR yang menampilkan sejarah atau cerita terkait dengan ketertarikan mereka.

Dalam penelitian ini juga *User Centered Systems Design* memperkenalkan beberapa prinsip-prinsip desain antarmuka pengguna diantaranya yaitu, (Ritter, 2014):

Functionality. Fungsionalitas dari sebuah perangkat lunak dengan efektif, efisien dan memuaskan dalam mencapai tujuan tertentu. Bahwa fungsionalitas pengalaman pengguna dengan AR dalam komunikasi pariwisata mempermudah wisatawan dalam menemukan arah atau lokasi dengan menampilkan navigasi atau petunjuk secara langsung pada layar perangkat wisatawan, tidak hanya itu saja AR juga memberikan kemudahan wisatawan untuk mengakses informasi tambahan terkait dengan tempat objek wisata, budaya lokal secara langsung. AR memberikan kenyamanan wisatawan dalam mendapatkan informasi dan panduan langsung

tanpa harus membawa prosur dan tidak perlu ke Tourism Information Center (TIC). Memberikan kemudahan dalam memahami karena bentuk penyajian yang visual dan interaktif yang dapat meningkatkan keterlibatan wisatawan untuk menciptakan pengalaman yang berkesan dengan visualisasi AR yang sangat menarik terutama generasi muda yang akrab dengan teknologi.

Usability. Sebuah sistem informasi harus mempunyai kegunaan pada tipe orang yang berbeda dan juga pada lingkungan yang berbeda. Kegunaan sebuah sistem informasi dipengaruhi oleh beberapa faktor, didalamnya adalah user, lingkungan dan jenis perangkat. Interaksi pengguna dengan system informasi dipengaruhi oleh karakteristik mereka. Bahwa pengalaman pengguna dengan AR mempermudah pengguna dari latarbelakang yang berbeda termasuk mereka yang tidak terbiasa dengan teknologi hal ini salah satu faktor kunci dalam mendukung usability AR terkait dengan aplikasi yang dirancang dapat digunakan diberbagai perangkat seperti smartphone, tablet dan kacamata AR untuk memperluas aksesibilitas informasi yang ditampilkan melalui AR agar informasi yang disampaikan tersebut relevan dan bermanfaat sesuai kebutuhan wisatawan. Manfaat usability dapat meningkatkan kepuasan pengguna dengan memberikan informasi yang mudah diakses dan navigasi yang sederhana untuk membantu wisatawan merasa lebih puas dengan pengalaman yang mereka dapatkan, wisatawan dapat memanfaatkan waktu mereka dengan baik karena AR mempermudah mereka menemukan dan memahami informasi seputar tempat objek wisata dan budaya lokal.

Learnability. Seberapa mudah sistem untuk dipelajari, dalam konteks ini memastikan bahwa pengguna dapat belajar menggunakan AR tanpa kesulitan, pengguna dapat langsung memahami cara kerja AR akan merasa lebih nyaman dan percaya diri menggunakan teknologi AR sepanjang perjalanan dengan learnability yang tinggi lebih banyak wisatawan mencoba dan menggunakan aplikasi AR agar wisatawan merasa nyaman menggunakan AR lebih banyak untuk mengeksplorasi fitur yang ditawarkan sehingga menciptakan pengalaman yang lebih banyak dan lengkap. Teknologi AR di desain intuitif, panduan interaktif dan pengenalan fitur bertahap dapat meningkatkan learnability dan mendorong adopsi yang lebih luas dikalangan wisatawan dari berbagai latar belakang.

Efficiency. Seberapa efisien proses yang dilalui sistem untuk melakukan pekerjaan dalam komunikasi pariwisata kemampuan teknologi memungkinkan pengguna mencapai tujuan yang cepat, mudah dan tanpa membuang sumber daya. Dalam konteks pariwisata efficiency menciptakan pengalaman yang bagus dan memorable bagi wisatawan untuk meningkatkan kepuasan selama perjalanan dan lebih banyak mengeksplorasi destinasi karena mereka tidak terbuang untuk mencari informasi dengan informasi yang disediakan langsung, wisatawan tidak perlu menganalisis atau mencari tahu sendiri sehingga pengalaman mereka menjadi lebih santai.

Reliability. Keandalan dalam sistem informasi berfungsi seperti yang diinginkan, tampilan akurat, AR memberikan informasi dan layanan yang konsisten, akurat dan bebas dari kesalahan dalam konteks ini pariwisata sangat penting karena wisatawan mengandalkan teknologi ini untuk mendukung keputusan mereka dan membangun kepercayaan pengguna untuk terus mengandalkan AR selama perjalanan. Keandalan teknologi AR meningkatkan wisatawan merekomendasikan AR kepada orang lain dan mendorong adopsi AR sebagai alat penting dalam industri pariwisata berbasis teknologi.

Maintainability. Kemampuan software untuk dimodifikasi (koreksi, adaptasi, perbaikan). Sejauh mana tingkat kebutuhan modifikasi sistem tersebut dapat dilakukan secara efektif dan efisien. Dalam konteks pariwisata AR harus terus diperbaharui dan dipelihara untuk memastikan bahwa wisatawan mendapatkan pengalaman yang relevan tanpa gangguan teknis dan informasi yang akurat. AR dapat memberikan pengalaman yang lancar dan memuaskan bagi wisatawan untuk meningkatkan pemeliharaan tidak hanya mendukung pengalaman pengguna yang lebih baik tetapi juga memastikan keberlanjutan dan efisiensi dalam industri

pariwisata.

Utility sistem berfungsi seperti yang diinginkan oleh pengguna sehingga memberikan kemampuan untuk menyelesaikan tujuan dari suatu pekerjaan/ permainan. Dalam konteks ini AR membantu wisatawan dalam mendapatkan informasi yang berguna, meningkatkan kenyamanan dan memberikan pengalaman yang lebih baik selama perjalanan wisata. AR menyediakan informasi relevan, interaktif dan mudah diakses dapat memperkaya pengalaman wisatawan dan membuat perjalanan menyenangkan tanpa hambatan.

PENUTUP

Dapat disimpulkan bahwa AR memiliki potensi besar dalam meningkatkan pengalaman pengguna dalam sektor komunikasi pariwisata, dengan menggabungkan dunia nyata dan dunia maya AR dapat memberikan pengalaman yang lebih menarik, informatif dan interaktif bagi wisatawan. Pengalaman pengguna AR dalam komunikasi pariwisata untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan mereka dengan destinasi yang dikunjungi dengan menggunakan fitur navigasi berbasis AR wisatawan dapat menemukan lokasi dan atraksi wisata dengan mudah dan cepat untuk mengurangi kebingungan dan meningkatkan efisiensi kerja serta memberikan pengalaman yang lebih personal melalui rekomendasi berdasarkan minat dan pengalaman wisata yang lebih relevan. Pengembangan AR untuk pariwisata harus memperhatikan berbagai aspek diantaranya *Functionality*, *Usability*, *Learnability*, *Efficiency*, *Reliability*, *Maintainability*, *Utility* untuk memastikan AR tetap relevan, dapat diandalkan dan mudah digunakan oleh wisatawan dari berbagai latar belakang.

DAFTAR RUJUKAN

- Ajanki, A., et al. (2011). An augmented reality interface to contextual information. *Virtual Reality*, 15, 161–173.
- Azuma, R. (1997). A survey of augmented reality. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 6(4), 355–385.
- Azuma, R., et al. (1999). Tracking in unprepared environments for augmented reality systems. *Computers & Graphics*, 23(6), 787–793.
- Belch, G., & Belch, M. (2018). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. McGraw-Hill Education.
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi pariwisata*. Prenadamedia Group.
- Ossy, W. D. E., Zaini, T., & Bahri, B. (2016). Penerapan teknologi augmented reality pada media pembelajaran sistem. *Jurnal Teknik Komputer AMIK BSI*, 2(8), 122–131.
- Pradana, R. W. (2020). Penggunaan augmented reality pada sekolah menengah atas di Indonesia. *Jurnal Teknologi Pendidikan: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pembelajaran*, 5(1), 97–115.
<http://ejournal.undikma.ac.id/index.php/jtp/article/view/2857>
- Pramono, A. (2013). Media pendukung pembelajaran rumah adat Indonesia menggunakan augmented reality. *Jurnal ELTEK*, 11.
- Ritter, F. E., Baxter, G. D., & Churchill, E. F. (2014). *Foundations for designing user-centered systems*. Springer.
- Rusnandi, E., Sujadi, H., Fibriyany, E., & Fauzyah, N. (2017). Implementasi augmented reality (AR) pada pengembangan media pembelajaran pemodelan bangun ruang 3D untuk siswa sekolah dasar. *Infotech Journal*, 3(2), 26–30..