

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang penelitian**

Sejak Desember 2019, dunia menghadapi masalah kesehatan yaitu penyebaran COVID-19. Organisasi Internasional yaitu Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menyatakan situasi ini sebagai pandemi global pada 11 Maret 2020. Kampanye untuk mempromosikan pentingnya mencegah penyebaran virus sangat penting seperti mengenakan masker, cuci tangan, dan menjaga jarak fisik (*physical distancing*) merupakan prosedur kesehatan yang wajib. Dikarenakan pandemi dunia, pariwisata di Indonesia semakin berjalan semakin kelam yang menyebabkan orang-orang sudah mulai tidak tertarik bahkan tidak mengenal tempat wisata yang ada.

Maha Vihara Duta Maitreya yang terletak di Sei Panas, Batam merupakan vihara terbesar di Asia Tenggara. Dengan luas tanah 4,5 hektar, Maha Vihara Duta Maitreya dibangun pada tahun 1991. Sesuai dengan namanya, vihara ini memiliki nilai religi yang sangat kental yang sesuai dengan pesan Buddha Maitreya, yaitu pesan cinta kasih semesta.

Hampir di setiap sudut bangunan ditemukan patung Buddha Maitreya yang memiliki postur tubuh lebar tinggi, telinga padat dan perut buncit, kepribadian lugu dan selalu tertawa. Begitu dilihat, terasa hangat menyambut nuansa hidup, tampak Maitreya berkata: Selamat datang di dunia yang penuh kasih. Dia memimpin semua manusia ke dunia baru, hidup dengan kedamaian dan kebahagiaan.

Selain patung Buddha Maitreya, di vihara ini juga terdapat patung-patung buddha lainnya, seperti patung Buddha Gautama, Dewi Kwan Im, Satya Kalama, Amitabha, Baisajyaguru, dan lain-lain. Patung-patung tersebut tersebar di berbagai bagian vihara dengan keunikannya masing-masing.

Di vihara ini terdapat lima bangunan, yang pertama adalah Graha Maitreya sebagai fungsi utama, dimana masyarakat Maitreya melakukan persembahyangan tiga kali sehari kepada Tuhan Yang Maha Esa, Buddha Maitreya dan Buddha/Bodhisattva. Kapasitas Graha ini adalah 2.000 orang.

Pandemi covid19 yang menyebabkan kunjungan turis pada Maha Vihara Duta Maitreya mengalami penurunan pesat. Sesuai data yang didapat oleh penulis kunjungan turis pada Maha Vihara Duta Maitreya pada bulan Desember 2019 yakni sebelum covid mengalami kunjungan turis sebanyak 400-800 orang kunjungan dari Tiongkok, 600-1600 orang dari Korea, kunjungan dari ASEAN yaitu Vietnam, Singapura, dan Malaysia lebih banyak pada sabtu dan minggu yaitu 300-500 orang. Pada Januari 2020 kunjungan turis pada Maha Vihara Duta Maitreya mengalami penurunan yang sangat pesat yaitu tidak ada kunjungan turis dari luar negeri, dikarenakan diberlakukannya *lockdown* di Singapura yang merupakan jalur Internasional turis dari luar negeri ke kota Batam.

Dalam era pandemi ini, komersialisasi *smartphone* dan *virtual online environment* memungkinkan pemasar muncul sebuah ide atau konsep baru untuk menginspirasi dan melibatkan wisatawan secara aktif peserta melalui aplikasi *virtual reality*, di mana mereka dapat merasakan produk dan tujuan dari kenyamanan mereka dari rumah (Bogicevic et al., 2019). *Virtual Reality* adalah

teknologi baru, dan pemasar akan tertarik pada kebaruan, ketidakpastian, kompleksitas, dan potensi konflik yang akan dibawanya ke pemasaran. (Boyd & Koles, 2019). Agar pengunjung tetap dapat mengunjungi Maha Vihara Duta Maitreya, *virtual tour* merupakan salah satu solusi yang efektif untuk digunakan (Bec et al., 2021a). Pemilihan *Virtual tour* yang dilakukan oleh penulis sebagai cara untuk mendorong pemasaran pada Maha Vihara Duta Maitreya dikarenakan penulis ingin calon pengunjung dapat lebih interaktif dalam melihat atau mengenali Maha Vihara Duta Maitreya. Menurut penulis, pemasaran yang dilakukan dengan *video* kurang efektif dikarenakan akan terkesan bosan dan kurang interaktif sedangkan jika dengan *virtual tour* penulis akan membuat *virtual tour* agar calon pengunjung dapat lebih bebas dan lebih interaktif untuk berkeliling di Maha Vihara Duta Maitreya.

*Virtual tour* (VR) yang dapat didefinisikan sebagai teknologi komputer yang menciptakan simulasi imersif, memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan mengalami secara bersamaan dalam lingkungan yang ada di dunia buatan. Sejauh ini, penggunaan teknologi VR yang paling umum adalah di bidang konsumen, seperti aplikasi, presentasi ataupun *entertainment*. (Jamil, 2018). *Virtual tour* yang mulai dipandang karena memiliki kesempatan untuk mendorong sektor pariwisata membuat ide baru yaitu, *virtual tour*. Penulis disini menggunakan 3D Vista *Virtual tour* dalam pengerjaan *Virtual tour* Maha Vihara Duta Maitreya, dikarenakan aplikasi sangat user friendly sehingga lebih mudah untuk dimengerti, serta aplikasi 3D Vista *Virtual tour* menyediakan fasilitas yang cukup banyak dibandingkan aplikasi lainnya.

Dengan teknologi *Virtual Reality* dapat dikatakan membantu karena dengan teknologi *Virtual Reality* kita dapat membawa keberadaan fisik pengguna kepada tempat yang dituju tanpa perlu keluar rumah. Pengalaman *Virtual tour* (VR) dalam pariwisata dapat memiliki banyak tujuan dan manfaat yang dimana dapat berupa wisatawan dapat merasakan aplikasi VR yang dirancang untuk tujuan pemasaran, hiburan, pendidikan, aksesibilitas, dan pelestarian warisan. (Merckx & Nawijn, 2021)

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Bedasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, masalah yang diidentifikasi oleh penulis adalah:

1. Kunjungan pariwisata pada Maha Vihara Duta Maitreya menurun pesat ketika pandemi.
2. Belum adanya media *virtual tour* online untuk mengenalkan atau menarik pariwisata setelah pandemi.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Bedasarkan latar belakang yang telah dijelaskan rumusan masalah akan tertulis sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang *Virtual tour* pada Maha Vihara Duta Maitreya ?
2. Bagaimana merancang isi *virtual reality* Maha Vihara Duta Maitreya secara interaktif ?
- 3.

#### **1.4 Ruang Lingkup Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. *Virtual Reality* menggunakan aplikasi 3D Vista *Virtual tour*.
2. *Virtual tour* hanya pada lantai 1 yakni menjangkau dari halaman dalam vihara hingga dalam 3 graha buddha serta lorong Maha Vihara Duta Maitreya.
3. Penerapan *Virtual tour* akan di *export* dalam bentuk *web*.
4. Penerapan *Virtual tour Tour* tidak menggunakan *virtual reality headset*.

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan ruang lingkup penelitian yang telah tertulis, maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Agar calon pengunjung dapat secara bebas berinteraksi didalam *virtual tour* sehingga menimbulkan konsep bahwa Maha Vihara Duta Maitreya menarik.
2. Agar dapat menumbukan niat pada turis untuk berkunjung ke Maha Vihara Duta Maitreya setelah pandemi.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi praktisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau pedoman untuk mempermudah penerapan *virtual tour* pada tempat

wisata lainnya, sehingga tempat wisata di Indonesia akan lebih cepat berkembang setelah pandemi berakhir.

2. Bagi akademis, merupakan sarana pengembangan wawasan dan pengembangan kemampuan analisis serta sebagai syarat kelulusan untuk mendapat gelar sarjana.
3. Bagi Institusi, penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan, informasi, serta bahan referensi dalam melakukan penelitian lanjutan.