

## Identifying the level of virtual tourism technology knowledge of tourism awareness groups in the City of Padang

### Identifikasi tingkat pengetahuan teknologi *virtual tourism* kelompok sadar wisata Kota Padang

Alhapen Ruslin Chandra<sup>1</sup>, Afifah<sup>1\*</sup>, Alfatah Haries<sup>2</sup>, Rafidola Mareta Riesa<sup>2</sup>, Tuti Azra<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Padang, Padang, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Negeri Padang, Indonesia

---

#### ARTICLE INFO

##### Keywords:

pokdarwis; technology-organization-environment; virtual tour

##### Katakunci:

Technology-Organization-Environment; Pokdarwis; Virtual Tour

##### DOI:

<https://doi.org/10.26905/jpp.v8i1.9325>

##### Corresponding Author:

Afifah  
[afifah@pnp.ac.id](mailto:afifah@pnp.ac.id)

#### ABSTRACT

*Virtual tour is a tourism activity that is carried out through web browsing using media such as images or videos to provide users with the feeling of being in the tourist destination. This activity can also be used as a means to promote tourist attractions. One group that is expected to adopt this virtual tour technology is Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), as this group has a role in promoting local tourist attractions. Virtual tour is a relatively low-cost promotional tool compared to other promotional media, yet with a wider reach of audience. This research aims to identify the understanding and ability of Pokdarwis Padang City related to the acceptance of virtual tour technology. This study was conducted through questionnaires involving 48 leaders and members of Pokdarwis of Padang City, where technical knowledge, ease of use, and perception of the benefits of virtual tour formed the basis of the questions. Descriptive analysis results show that the majority of Pokdarwis members lack of adequate knowledge of virtual tour and the appropriate use of technology in creating virtual tour. On the other hand, Pokdarwis members are already able to use social media but lack of adequate technical skills in creating virtual tour content.*

#### HOW TO CITE ITEM

Chandra, A., Afifah, A., Haries, A., Riesa, R., & Azra, T. (2023). Identifying the level of virtual tourism technology knowledge of tourism awareness groups in the City of Padang. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 8(1). doi:<https://doi.org/10.26905/jpp.v8i1.9325>

#### ABSTRAK

*Virtual tour* adalah kegiatan berwisata melalui penelusuran web dengan tampilan media berupa gambar atau video yang dapat membuat pengguna merasa seperti berada di daerah tujuan wisata. Kegiatan ini dapat juga dijadikan sebagai sarana untuk mempromosikan objek wisata. Salah satu pihak yang berkepentingan menguasai teknologi *virtual tour* adalah Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) karena kelompok ini mempunyai peran mempromosikan objek wisata daerahnya. *Virtual tour* menjadi media promosi relative berbiaya murah tetapi memiliki jangkauan yang luas. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana pemahaman dan kemampuan Pokdarwis Kota Padang terhadap teknologi *virtual tour*. Identifikasi dilakukan pada 48 orang ketua dan anggota Pokdarwis Kota Padang. Identifikasi dilakukan melalui kuesioner, dimana pengetahuan teknis, kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat *virtual tour* menjadi dasar pertanyaan dalam kuesioner. Dari hasil analisis deskriptif diketahui: sebagian besar anggota Pokdarwis belum mempunyai pengetahuan yang memadai mengenai *virtual tour* dan penggunaan teknologi tepat guna untuk

pembuatan *virtual tour*. Disisi lain, anggota Pokdarwis sudah mampu menggunakan media sosial namun belum memiliki kemampuan teknis yang memadai dalam pembuatan konten *virtual tour*.

---

## PENDAHULUAN

Merebaknya Covid-19 menyebabkan terbatasnya ruang gerak masyarakat untuk beraktifitas. Pembatasan mobilisasi penduduk tersebut dilakukan untuk mengurangi tingkat penyebaran wabah Covid-19 tersebut. Indonesia sebagai salah satu negara terdampak pandemic Covid-19, juga menerapkan kebijakan pembatasan mobilitas penduduk tersebut. Kebijakan ini tentu berdampak pada semua sektor perekonomian, termasuk sektor pariwisata. Kota Padang yang mempunyai beberapa destinasi wisata tentu juga terdampak dengan kebijakan tersebut. Riesa & Haries (2020) menyatakan bahwa Covid-19 berdampak terhadap pariwisata pada seluruh liniya. Berdasarkan data diketahui bahwa terjadi penurunan jumlah kunjungan yang cukup signifikan dari tahun 2019 ke 2020, dimana untuk kategori kunjungan wisatawan mancanegara menurun sebesar 75,48%, dan untuk jumlah kunjungan wisnus menurun sebesar 52,39% (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang, 2020).

Kondisi pandemi mendorong kreatifitas masyarakat untuk mencari solusi di bidang pariwisata. Salah satu terobosan yang berpeluang besar adalah melakukan suatu perjalanan wisata secara *virtual*, dimana wisatawan dapat menikmati suatu objek wisata tanpa harus datang secara langsung untuk mengunjungi objek tersebut. Peluang berkembangnya *virtual tour* tersebut didukung berkembangnya teknologi komunikasi. *Virtual tour* dapat ditampilkan dalam bentuk *tour* secara virtual dengan menempatkan wisatawan dalam gambar objek wisata dan memungkinkan mereka untuk meningkatkan kesadaran situasional, daya lihat, daya tangkap (Osman et al., 2020) *Virtual tour* dapat memberikan pengalaman “pernah berada” pada suatu objek wisata dengan memanfaatkan teknologi informasi melalui layar monitor. *Virtual tour* dapat dilakukan dengan menggunakan gambar, foto, dan video, bahkan dapat juga menyajikan model dalam tiga dimensi (Waraney et al., 2017).

Kota Padang, berdasarkan studi Riesa & Haries (2020) menemukan bahwa pengetahuan masyarakat Kota Padang mengenai *virtual tour* masih sangat rendah. Riesa & Haries (2020) menyebutkan bahwa 26% responden menyatakan pernah melakukan perjalanan wisata secara virtual dan sebanyak 74% tidak pernah melakukan perjalanan wisata secara virtual. Hal ini berarti sebagian besar responden belum familiar dengan perjalanan wisata virtual (*virtual tour*). Belum familiarnya *virtual tour* dikalangan masyarakat Kota Padang, bisa saja karena kurangnya informasi mengenai alternatif berwisata ketika terjadinya pandemi dengan menggunakan teknologi. Kurangnya informasi tersebut dapat saja disebabkan rendahnya pengetahuan dan kemampuan pemerhati wisata yang ada di Kota Padang terhadap teknologi *virtual tour*. Asumsi awal ini didukung oleh beberapa kegiatan *virtual tour* tentang wisata di Sumatera Barat yang pengagasnya bukan dari *stakeholder* pariwisata di kota Padang itu sendiri.

Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) sebagai salah satu *stakeholder* pariwisata harus bisa mengambil peran dalam mengembangkan cara berwisata dengan menggunakan teknologi *virtual*. Ada 16 (enam belas) Pokdarwis yang saat ini terdaftar pada Dinas Pariwisata Kota Padang dan berada di semua titik destinasi wisata (Faradianti, 2019). Keberadaan Pokdarwis ini bertujuan untuk meningkatkan peran dan posisi masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan, membangun dan menumbuhkan sikap positif masyarakat melalui perwujudan nilai-nilai Sapta Pesona, dan memperkenalkan, melestarikan dan memanfaatkan daya tarik wisata daerah.

Pemetaan mengenai pengetahuan dan kemampuan Pokdarwis tentang *virtual tour* tersebut penting dilakukan untuk mengetahui sejauhmana kemampuan dan ketrampilan anggota dalam mengelola bidang usaha pariwisata (Rahim, 2012). Sehingga dapat diupayakan langkah-langkah perbaikan untuk meningkatkan kreatifitas Pokdarwis di Kota Padang dalam mengelola daya tarik wisata di masa pandemi, dengan memanfaatkan teknologi digitalisasi dalam menghasilkan *virtual tour*. Dengan demikian masyarakat masih dapat menikmati objek wisata walaupun tidak mesti hadir secara fisik pada objek wisata tersebut.

Penelitian ini bertujuan mengetahui tingkat pengetahuan dan kemampuan Pokdarwis dalam menciptakan produk *virtual tour*. Kemampuan membuat produk *virtual tour* merupakan salah satu bentuk kreatifitas berbasis teknologi yang seharusnya dimiliki oleh Pokdarwis. Kemampuan ini tidak saja bermanfaat untuk objek wisata yang dipromosikan tetapi juga mendukung eksistensi Pokdarwis sebagai salah satu *stakeholder* pariwisata. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan bagi pemerintah dalam memberikan pendampingan kepada Pokdarwis terkait inovasi teknologi dan promosi objek wisata.

Pariwisata virtual atau *Virtual tour* adalah kegiatan berwisata oleh satu atau sekelompok orang yang dilakukan melalui penelusuran web dengan tampilan media berupa gambar atau video yang dihasilkan oleh komputer yang dapat membuat pengguna merasa seperti berada di daerah tujuan wisata, Riesa & Haries (2020). Dengan melakukan perjalanan pariwisata secara virtual ini, wisatawan dapat menghemat waktu dan pengeluaran karena dapat diakses melalui internet sehingga wisatawan tidak harus melakukan perjalanan ke destinasi tersebut. Bai et al (2004) mengemukakan bahwa individu yang menggunakan pariwisata virtual untuk

mengakses informasi awal sebuah destinasi wisata memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi terhadap pengalaman perjalanan mereka dibandingkan dengan wisatawan yang tidak menggunakan teknologi pariwisata virtual. Menurut Yüncü (2015), lingkungan virtual sebuah destinasi yang terdapat pada *social media* memainkan peranan penting dalam memberikan gambaran setiap destinasi dan pengalaman berwisata, terlebih lagi jika teknologi yang disediakan tersebut bisa memberikan simulasi dari kunjungan sebenarnya.

Media-media *Virtual tour* yang dapat dinikmati oleh pengguna dalam bentuk: 1) Gambar atau foto, 2) *Virtual reality Photography (VRP)*, yaitu teknik foto panorama dengan pemandangan *spherical* atau bulat, 3) Video, 4) *360° Video*, yang merupakan salah satu bentuk teknologi *virtual reality* dengan sudut pandang *360°* dimana pusat video berada di tengah, dan 5) *Interactive 360° Video*, yaitu video *360°* yang sudah ditingkatkan kualitasnya menjadi lebih interaktif. Koernig (2003) menyatakan bahwa teknologi internet dapat memberikan kesempatan bagi bisnis pariwisata dalam mempengaruhi wisatawan sebelum mereka berkunjung secara fisik. Perkembangan media sosial membuat komunikasi menjadi mudah dan menjadi salah satu alat yang efektif bagi wisatawan dalam mencari informasi perjalanan dan sarana bertukar informasi pengalaman perjalanan. Sebagai konsekuensi dari perkembangan teknologi tersebut, diperlukan umpan balik dari pengguna untuk melihat sejauh mana penerimaan pengguna terhadap teknologi tersebut. Salwani et al (2009) menyatakan bahwa *Technology Acceptance* dan kerangka *Technology–Organisation–Environment* adalah model yang paling umum yang digunakan untuk menjelaskan tingkat adopsi dan pengimplementasian teknologi internet.

*Technology–Organisation–Environment (TOE)* dapat digunakan untuk memahami peranan 3 (tiga) komponen penting yang mempengaruhi keputusan pengimplementasian sebuah teknologi dalam sebuah perusahaan, sebagaimana dijelaskan oleh Tornatzky et al (1990) yang meliputi: 1) *Technological context* (kemampuan teknis yang dibutuhkan dalam pengimplementasian teknologi), 2) *Organizational context* (ukuran organisasi), dan 3) *Environmental context* (aspek eksternal yang mempengaruhi keputusan untuk mengadopsi teknologi baru) yang meliputi pelanggan, pesaing, dan pemerintah.

*Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan penerimaan positif suatu gagasan secara sukarela yang berdiri sebagai sebuah interaksi kompleks antara proses kognitif dan emosional yang mengarah pada adopsi atau penolakan dari sebuah inovasi (Königstorfer dan Gröppel-Klein dalam Disztinger et al., 2017). Sementara itu Wu et al., (2011) menyatakan bahwa TAM menyediakan dasar penelusuran bagaimana variabel eksternal dapat mempengaruhi kepercayaan, sikap dan niat untuk menggunakan teknologi baru. Davis (1985) menyebutkan bahwa terdapat dua konstruksi inti dari *Technology Acceptance Model* yaitu *Perceived Usefulness (PU)* dan *Perceived Ease of Use (PEOU)*.

*Perceived Usefulness* merupakan keyakinan seseorang bahwa dengan mengadopsi teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja seseorang Davis (1985). *Perceived Ease of Use* lebih sering diidentikkan dengan *user friendly* atau “keramahan terhadap pengguna”, dimana menurut Porter dan Donthu (2006) *Perceived Ease of Use* adalah bagaimana keyakinan seseorang terhadap kemampuan mereka beradaptasi dengan teknologi tersebut berdasarkan pengalaman dan faktor kepribadian. (Hernandez et.al. dalam Ruslin Chandra et al., 2020) menyatakan bahwa TAM merupakan salah satu model yang dapat digunakan untuk meneliti bagaimana adaptasi dan penerimaan teknologi oleh konsumen dalam perilaku mereka terkait penggunaan teknologi.

## METODE

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dianalisis secara deskriptif. Analisis deskriptif dilakukan dengan mencari skor rata-rata persepsi responden untuk setiap variabel yang diteliti. Variabel dalam penelitian ini adalah: pengetahuan akan teknologi *virtual tour*, dan tingkat adopsi teknologi *virtual tour* yang dibagi dalam dua dimensi yaitu kemudahan penggunaan teknologi dan manfaat penggunaan teknologi dalam membuat *virtual tour* oleh Kelompok Sadar Wisata. Pengukuran variabel pengetahuan tentang teknologi, diadopsi dari studi Matikiti et al., (2018) yang meliputi pengetahuan dan kemudahan mendapat dukungan penggunaanteknologi. Sementara itu, pengukuran variabel adopsi teknologi dilakukan dengan merujuk pada Kucukusta et. al., (2015), dengan indikator yang diukur adalah kemudahan, dan manfaat.

Populasi pada penelitian ini adalah Pokdarwis yang ada di Kota Padang. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kota Padang berjumlah sekitar 240 orang. Namun tidak semua anggota Kelompok Sadar Wisata itu aktif mengelola organisasinya. Dalam pelaksanaan penelitian hanya ditemukan 48 responden yang bersedia menjadi sampel penelitian. Untuk menjawab tujuan penelitian dilakukan pengumpulan data primer dengan menggunakan instrument kuesioner. Pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner disusun secara sistematis dan menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1 sampai 5. Skala 1 sebagai nilai terendah menunjukkan kemampuan yang rendah sedangkan Skala 5 sebagai nilai yang tertinggi menunjukkan kemampuan yang tinggi. Data kemudian diolah secara deskriptif. Untuk melengkapi jawaban responden, pada bagian akhir kuesioner, diberikan pertanyaan terbuka sehingga bisa diketahui lebih lanjut mengenai persepsi responden terhadap variabel yang diteliti.

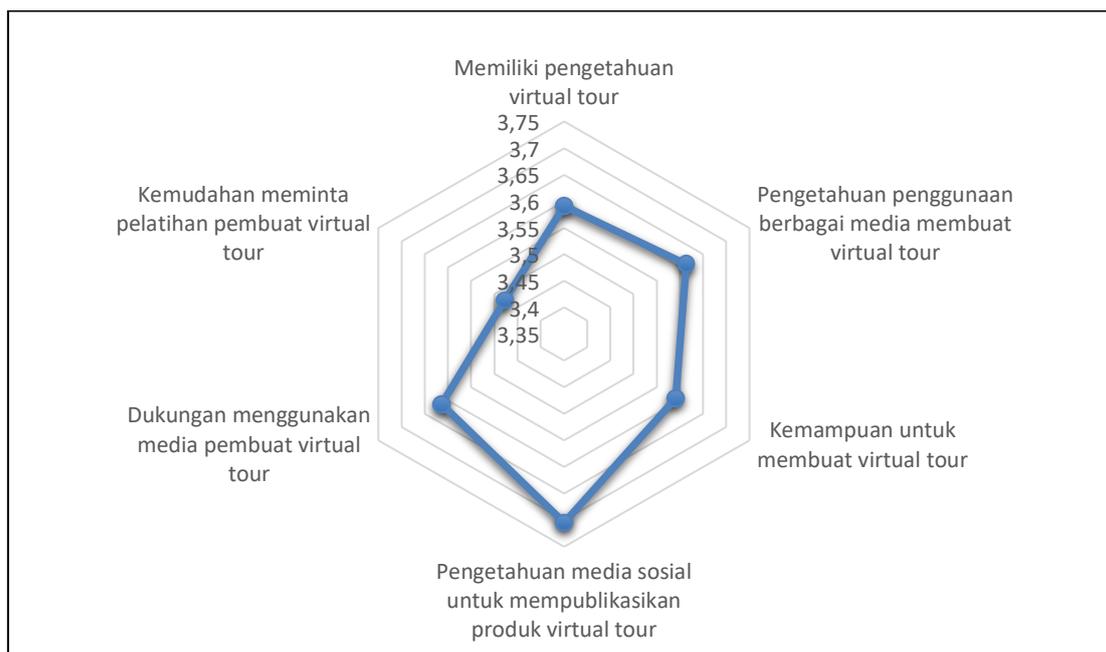
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Informasi terkait tingkat pengetahuan teknologi serta tingkat adopsi teknologi bagi Kelompok Sadar Wisata Kota Padang terhadap *virtual tour* didapatkan melalui analisis deskriptif. Tiga hal yang dibahas dalam penelitian ini: pengetahuan teknis, kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat *virtual tour* bagi Pokdarwis di Kota Padang.

### Pengetahuan Teknis

Pengetahuan teknis anggota Pokdarwis di Kota Padang mengenai *virtual tour* digali melalui 6 (enam) indikator pertanyaan meliputi: (1) Pokdarwis memiliki pengetahuan mengenai *virtual tour*, (2) Pokdarwis memiliki anggota yang mempunyai pengetahuan tentang penggunaan berbagai media membuat *virtual tour*, (3) Pokdarwis memiliki anggota dengan kemampuan yang memadai untuk membuat produk *virtual tour*, (4) Pokdarwis memiliki anggota yang mempunyai pengetahuan tentang berbagai media (*Facebook, YouTube, Instagram, dsb*) untuk mempublikasikan produk *virtual tour*, (5) Pokdarwis dapat dengan mudah mendapatkan dukungan atau saran tentang cara menggunakan media pembuat *virtual tour*, dan (6) Pokdarwis dapat dengan mudah meminta pihak lain untuk memberikan pelatihan tentang media pembuat *virtual tour*. Persepsi Pokdarwis atas 6 (enam) indikator tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.

Secara umum, anggota Pokdarwis di Kota Padang menyadari manfaat dari *virtual tour*, namun mereka belum mempunyai kemampuan teknis yang memadai dalam membuat produk *virtual tour* dengan menggunakan beberapa alternatif teknologi yang ada. Dari skala satu sampai lima, anggota kelompok sadar wisata memiliki skor rata-rata 3.6 (tiga koma enam) untuk pengetahuan teknis mengenai pembuatan *virtual tour*. Dari pertanyaan terbuka juga diketahui bahwa terdapat responden yang menyatakan mereka tidak mengetahui dengan baik mengenai *virtual tour*. Mereka menyatakan bahwa belum mengerti tentang *virtual tour*, dan adanya hambatan dimana sebagian besar anggota tidak mampu menggunakan teknologi digital. Dengan demikian, diketahui bahwa sebagian besar anggota Pokdarwis belum mempunyai pengetahuan yang memadai mengenai *virtual tour* dan bagaimana menggunakan teknologi untuk membuat produk *virtual tour*.



**Gambar 1.** Tingkat Pengetahuan Teknis *Virtual tour*

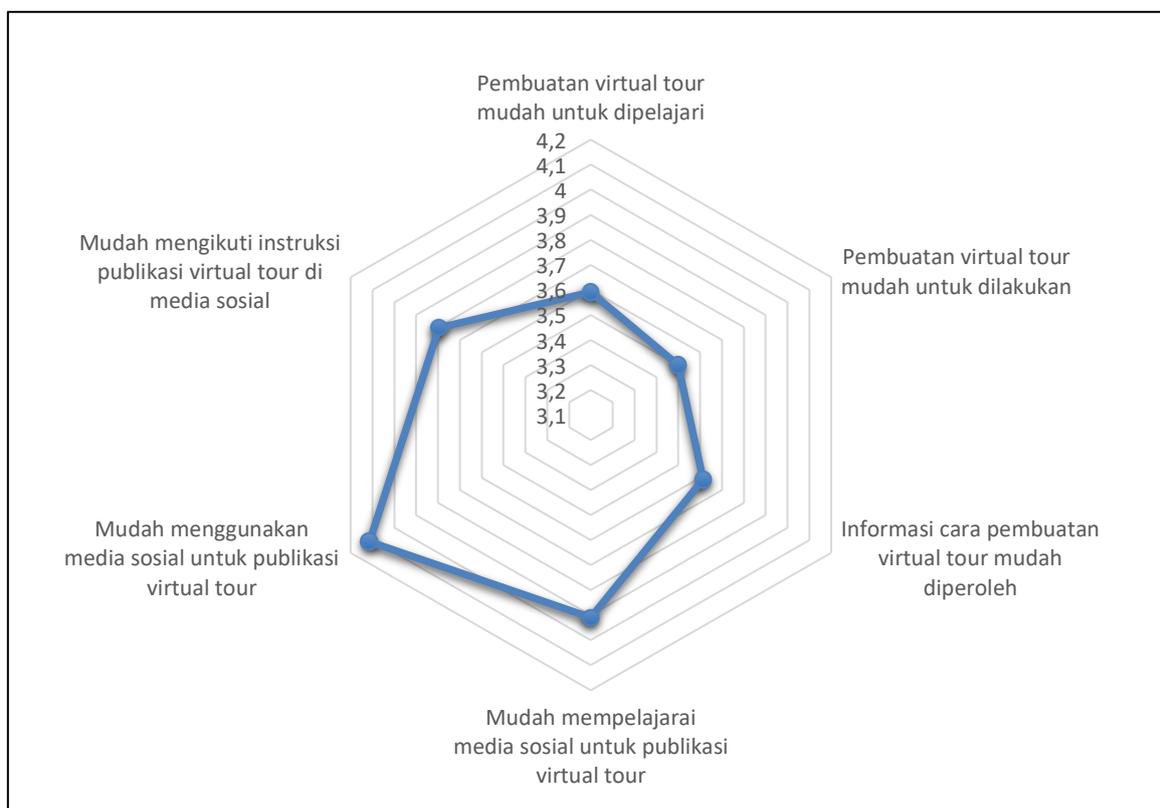
Sumber: olahan data penelitian (2022)

Rendahnya pemahaman Pokdarwis akan teknologi *virtual tour* tidak saja dialami oleh Pokdarwis di Kota Padang, kondisi yang sama juga dialami oleh Pokdarwis di Desa Sidatapa, Kabupaten Buleleng, Bali. Kondisi ini diketahui dari analisis situasi yang dilakukan oleh (Widiastini *et al.*, 2020) sebelum memberikan pelatihan *virtual tour* bagi Pokdarwis tersebut. Fahrianoor dan Hidayat (2022) dalam penelitiannya juga menyebutkan bahwa rendahnya literasi digital termasuk didalamnya pemahaman tentang *virtual tour* dialami oleh sumberdaya manusia penggerak pariwisata termasuk Pokdarwis.

### Persepsi Tingkat Kemudahan

Indikator yang digunakan untuk mengetahui persepsi tingkat kemudahan menggunakan media pembuatan *virtual tour* yang meliputi: (1) menggunakan media pembuat *virtual tour* mudah untuk dipelajari, (2) menggunakan media pembuat *virtual tour* mudah untuk dilakukan, (3) informasi mengenai cara pembuatan *virtual tour* mudah diperoleh dari berbagai sumber, (4) penggunaan media sosial seperti: FB, Youtube, Instagram, dsb untuk publikasi *virtual tour*, mudah untuk dipelajari, (5) penggunaan media sosial seperti: FB, Youtube, Instagram, dsb untuk publikasi *virtual tour* mudah untuk dilakukan, dan (6) instruksi pada saat publikasi *virtual tour* di media seperti: FB, Youtube, Instagram, dsb mudah untuk diikuti. Persepsi Pokdarwis atas 6 (enam) indikator tersebut dapat dilihat pada Gambar 2.

Dari skala satu sampai lima, anggota Pokdarwis memiliki skor rata-rata 3.7 (tiga koma tujuh) mengenai tingkat kemudahan aplikasi teknologi *virtual tour*. Skor yang paling tinggi adalah kemudahan penggunaan media sosial untuk mempublikasikan *virtual tour*. Hal ini mengindikasikan bahwa anggota Pokdarwis, dapat dengan mudah menggunakan aplikasi media sosial untuk mempromosikan objek wisata yang terdapat disekitar mereka. Namun, secara umum, mereka masih mengalami kesulitan menggunakan teknologi *virtual tour* dan diperlukan adanya pelatihan dari pihak terkait mengenai teknologi *virtual tour*. Dengan demikian diketahui memang responden dapat menggunakan media sosial dengan mudah, tapi mereka memiliki kemampuan teknis yang terbatas sehingga kesulitan dalam membuat konten *virtual tour*. Novitasari & Rodiyah (2022) juga menemukan bahwa Pokdarwis mampu menggunakan media sosial dalam mempromosikan destinasi wisata, akan tetapi untuk literasi digital lainnya masih rendah menurut Fahrianoor & Hidayat (2022)

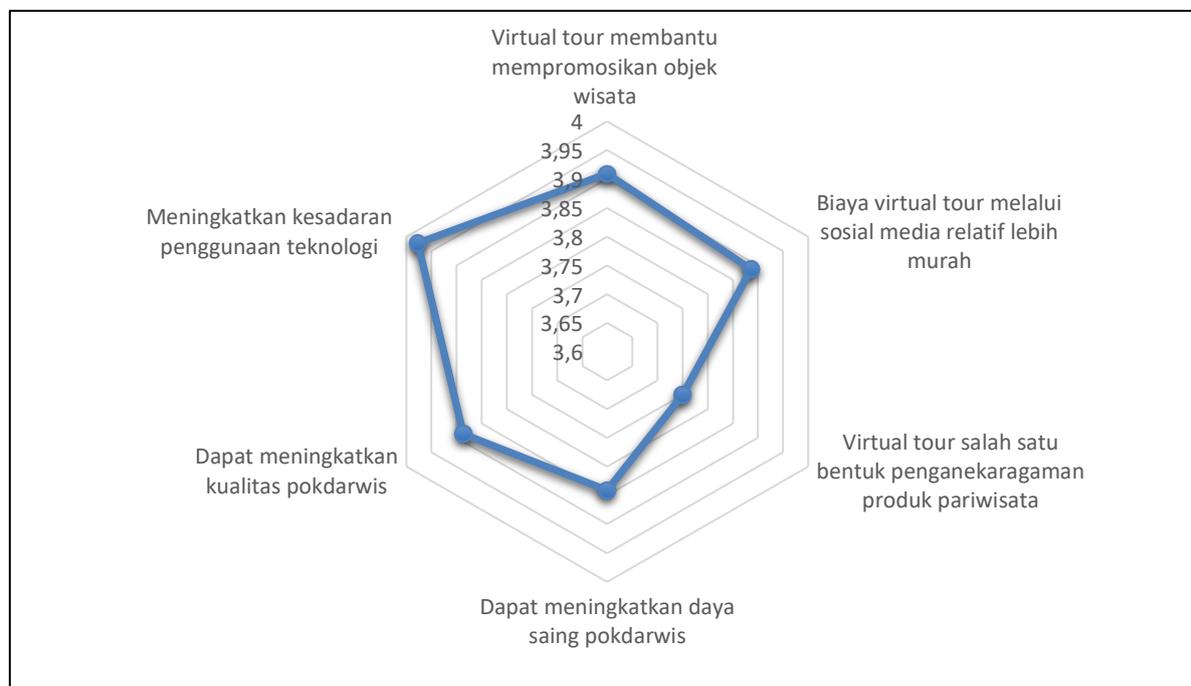


**Gambar 2.** Persepsi Tingkat Kemudahan Penggunaan *Virtual tour*  
Sumber: olahan data penelitian (2022)

### Persepsi Manfaat Penggunaan

Dalam menggali persepsi mengenai manfaat penggunaan *virtual tour* dalam mempromosikan destinasi wisata, digunakan 6 (enam) indikator yang meliputi: (1) produk *virtual tour* membantu Pokdarwis mempromosikan objek wisata kepada banyak orang, (2) biaya publikasi produk *virtual tour* melalui sosial media relatif lebih murah (3) *virtual tour* merupakan salah satu bentuk penganekaragaman (diversifikasi) produk pariwisata (4) produk *virtual tour* dapat membuat Pokdarwis lebih berdaya saing, (5) Produk *virtual tour* dapat membuat Pokdarwis berkualitas, dan (6) *virtual tour* dapat meningkatkan kesadaran anggota dalam penggunaan teknologi di industri pariwisata. Persepsi Pokdarwis atas 6 (enam) indikator tersebut dapat dilihat pada Gambar 3.

Anggota Pokdarwis mempersepsikan bahwa ada manfaat yang besar dari penggunaan teknologi *virtual tour* baik bagi Pokdarwis maupun bagi objek wisata. Skor rata-rata persepsi manfaat adalah 3.9 (tiga koma sembilan) dalam skala satu sampai lima. Responden menyatakan bahwa melalui *virtual tour*, objek wisata akan mudah dikenal oleh *stakeholder* dan dapat mempromosikan destinasi wisata dengan biaya yang murah. Manfaat *virtual tour* untuk kegiatan promosi wisata ini juga disarankan oleh Thomas *et al.*, (2018) untuk promosi penginapan di Kepulauan Bunaken. Yuliana & Lisdianto (2017) bahkan membuat rancangan aplikasi *virtual tour* sebagai media promosi pada objek wisata Stone Garden di Kabupaten Bandung Barat karena dinilai aplikasi ini lebih informatif bagi wisatawan dibandingkan informasi media digital lainnya.



**Gambar 3.** Persepsi Manfaat Penggunaan *Virtual tour*

Sumber: olahan data penelitian (2022)

Dari persepsi responden dapat diketahui bahwa pengetahuan dan keterampilan membuat produk *virtual tour* terkait destinasi wisata di Kota Padang belum dimiliki oleh Pokdarwis Kota Padang. Kondisi ini menghambat percepatan promosi wisata Kota Padang dan mengurangi eksistensi serta kualitas Pokdarwis Kota Padang. Pengetahuan dan kemampuan teknis membuat produk *virtual tour* seyogyanya sudah dimiliki oleh Pokdarwis. Diketahui bahwa kegiatan promosi saat ini dilakukan menggunakan teknologi, selain biaya relative lebih terjangkau daya sebarannya jauh lebih luas dibandingkan berpromosi secara konvensional. Pokdarwis sebagai salah satu anggota organisasi promosi suatu destinasi wisata turut mengembang tugas dan tanggungjawab tersebut.

## KESIMPULAN

*Virtual tour* merupakan salah satu teknologi yang dapat digunakan *stakeholder* pariwisata untuk mempromosikan dan meningkatkan daya saing objek wisata. Oleh sebab itu perlu diberikan perhatian yang cukup bagi pemanfaatan teknologi tersebut dalam memperkenalkan suatu destinasi wisata. Pokdarwis di Kota Padang dari segi (1) **pengetahuan teknis**, tidak mempunyai kemampuan membuat produk *virtual tour* dan tidak mudah bagi mereka mendapatkan informasi/pembelajaran mengenai *virtual tour*. Di sisi lain mereka sudah mempunyai pengetahuan teknis menggunakan media social sebagai wadah mempromosikan produk *virtual tour*. (2) **Dari segi kemudahan** menggunakan media *virtual tour*, Pokdarwis Kota Padang masih mengalami kesulitan secara umum dalam membuat produk *virtual tour* akan tetapi kemudahan mempublikasikan produk *virtual tour* melalui media social. (3) **Dari segi manfaat penggunaan**, Pokdarwis Kota Padang menyadari bahwa diantaranya: produk *virtual tour* dapat meningkatkan kesadaran penggunaan teknologi dalam industry pariwisata, membantu mempromosikan objek wisata, meningkatkan daya saing dan meningkatkan kualitas Pokdarwis. Keterbatasan pengetahuan Pokdarwis Kota Padang menghambat mereka dalam menggunakan teknologi *virtual* tersebut untuk mempromosikan objek wisata yang mereka kelola. Perlu dilakukan upaya pelatihan atau kerjasama dengan pihak terkait untuk meningkatkan

pengetahuan dan keterampilan anggota pokdarwis agar pemanfaatan teknologi dalam promosi objek wisata dapat dilakukan.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Bai, B., Hu, C., Elsworth, J., & Countryman, C. (2004). Online travel planning and college students: The spring break experience. *Online Travel Planning and College Students, Journal of Travel & Tourism Marketing*, 79–91. [https://doi.org/10.1300/J073v17n02\\_07](https://doi.org/10.1300/J073v17n02_07)
- Davis, F. D. (1985). *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems*. <https://www.researchgate.net/publication/35465050>
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang. (2020). *Laporan Akuntabilitas Kinerja Pemerintah Tahun 2020 ppidpadang*.
- Disztinger, P., Schlögl, S., & Groth, A. (2017). Technology Acceptance of Virtual Reality for Travel Planning. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2017* (pp. 255–268). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-51168-9\\_19](https://doi.org/10.1007/978-3-319-51168-9_19)
- Fahrianoor, & Hidayat, M. N. (2022). Peningkatan Kapasitas Kelompok Sadar Wisata Melalui Pelatihan Literasi Digital. *Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 4(2), 177–194.
- Faradianti, M. (2019, April 23). *Dinas Pariwisata Padang Sebut Ada Pokdarwis yang Didirikan Hanya untuk Mencari Uang*. Tribun Padang. <https://padang.tribunnews.com/2019/04/23/dinas-pariwisata-padang-sebut-ada-pokdarwis-yang-didirikan-hanya-untuk-mencari-uang>, diakses 1 September 2021.
- Koernig, S. K. (2003). E-Scapes: The Electronic Physical Environment and Service Tangibility. *Psychology and Marketing*, 20(2), 151–167. <https://doi.org/10.1002/mar.10065>
- Kucukusta, D., Law, R., Besbes, A., & Legohérel, P. (2015). Re-examining perceived usefulness and ease of use in online booking the case of Hong Kong online users. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(2), 185–198. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2013-0413>
- Matikiti, R., Mpinganjira, M., & Roberts-Lombard, M. (2018). Application of the Technology Acceptance Model and the Technology–Organisation–Environment Model to examine social media marketing use in the South African tourism industry. *SA Journal of Information Management*, 20(1). <https://doi.org/10.4102/sajim.v20i1.790>
- Novitasari, Y., & Rodiyah, I. (2022). The Role of Pokdarwis in Product Development of Lusi Island Tourism Objects. *Indonesian Journal of Public Policy Review*, 19. <https://doi.org/10.21070/ijppr.v19i0.1239>
- Osman, A., Wahab, N. A., & Ibrahim, N. (2020). Interactive Virtual Campus Tour using Panoramic Video: A Heuristic Evaluation. In *Journal of Computing Research and Innovation (JCRINN)* (Vol. 5, Issue 4). <https://jcrinn.com>
- Porter, C. E., & Donthu, N. (2006). Using the technology acceptance model to explain how attitudes determine Internet usage: The role of perceived access barriers and demographics. *Journal of Business Research*, 59(9), 999–1007. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.06.003>
- Rahim, F. (2012). *Pedoman Kelompok Sadar Wisata*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Riesa, R. M., & Haries, A. (2020). VIRTUAL TOURISM DALAM LITERATURE REVIEW. *Jurnal Pariwisata Bunda*, 01(1).
- Ruslin Chandra, A., Wimeina, Y., & Khairat, A. (2020). Penggunaan Media Sosial untuk Berbelanja Online Saat Pandemi Covid-19 Social Media Using for Online Shopping During Pandemic Covid-19. *JKBM*, 7(1). <https://doi.org/10.31289/jkbm.v7i1.4285>
- Salwani, M. I., Marthandan, G., Norzaidi, M. D., & Chong, S. C. (2009). E-commerce usage and business performance in the Malaysian tourism sector: Empirical analysis. *Information Management and Computer Security*, 17(2), 166–185. <https://doi.org/10.1108/09685220910964027>

- Thomas, D. G., Sompie, S. R. U. A., & Sugiarto, B. A. (2018). Virtual Tour Sebagai Media Promosi Interaktif Penginapan Di Kepulauan Bunaken. *Journal Teknik Informatika*, 13(1).
- Tornatzky, L. G., Fleischer, M., & Chakrabarti, A. K. (1990). *Processes of Technological Innovation*. Lexington books.
- Waraney, S. P. F., Tulenan, V., & Sinsuw, A. A. E. (2017). PENGEMBANGAN VIRTUAL TOUR POTENSI WISATA BARU DI SULAWESI UTARA MENGGUNAKAN TEKNOLOGI VIDEO 360 DERAJAT. In *Journal Teknik Informatika* (Vol. 12, Issue 1).
- Widiastini, N. M. A., Prayudi, M. A. A., Rahmawati, P. I., & Dantes, I. G. R. (2020). Pelatihan Pembuatan Virtual Tour bagi Kelompok Sadar Wisata Desa Sidatapa, Kabupaten Buleleng, Bali. *Bakti Budaya*, 3(2), 116. <https://doi.org/10.22146/bb.59518>
- Wu, I. L., Li, J. Y., & Fu, C. Y. (2011). The adoption of mobile healthcare by hospital's professionals: An integrative perspective. *Decision Support Systems*, 51(3), 587–596. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2011.03.003>
- Yuliana, A., & Lisdianto, E. (2017). Virtual Tour sebagai Media Promosi Objek Wisata di Stone Garden Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika Dan Komputer*, 01(01), 19–24.
- Yüncü, D. (2015). Relationships between perceptions of virtual destination environment, satisfaction and loyalty. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 6(2), 160–173. <https://doi.org/10.1108/JHTT-07-2014-0021>