

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Warisan budaya merupakan salah satu sumber daya pariwisata yang sangat signifikan dan merata di seluruh dunia, sementara pariwisata berbasis warisan budaya menjadi salah satu bentuk pariwisata yang paling signifikan pada masa kini (Timothy, 2014). Pariwisata memainkan peran penting dalam melestarikan budaya, berfungsi sebagai alat yang efektif untuk menjaga dan mempromosikan warisan budaya kepada masyarakat luas. Melalui pariwisata, nilai-nilai, tradisi, dan warisan sejarah dapat diperkenalkan dan dihargai oleh wisatawan dari berbagai tempat. Dalam konteks pariwisata budaya, wisatawan diberikan kesempatan untuk mempelajari dan mengalami kebudayaan lokal secara langsung, yang pada gilirannya memotivasi komunitas lokal untuk melestarikan dan menjaga tradisi mereka. Selain itu, pendapatan yang diperoleh dari pariwisata sering kali digunakan untuk merawat situs-situs bersejarah, menyelenggarakan festival budaya, dan mendukung seni serta kerajinan lokal, sehingga pariwisata sangat berkontribusi dalam mempertahankan identitas budaya suatu komunitas dan mencegah kepunahannya. Pariwisata juga memungkinkan tradisi, adat istiadat, dan warisan budaya yang mungkin mulai dilupakan untuk dihidupkan kembali dan dilestarikan. Kunjungan wisatawan ke situs-situs budaya seperti candi, museum, dan desa adat menciptakan peluang untuk menampilkan dan melestarikan kekayaan budaya tersebut. Dengan demikian, pariwisata berperan sebagai sarana edukasi dan apresiasi terhadap warisan budaya, menghubungkan masa lalu dengan masa kini, serta memperkuat identitas budaya dan memastikan bahwa nilai-nilai budaya dan sejarah tetap terjaga untuk generasi mendatang.

Dalam konteks pariwisata, bidang yang memiliki sarat makna dalam warisan sosial dan kebudayaan adalah wisata religi. Wisata religi adalah bentuk perjalanan yang erat hubungannya dengan aspek keagamaan yang dianut oleh manusia. Wisata religi dapat dikatakan sebagai upaya pelestarian warisan budaya dan tradisi keagamaan yang beragam, memastikan nilai-nilai dan sejarah spiritual tetap hidup

dan dikenal oleh generasi muda. Dengan menarik wisatawan, kegiatan ini juga mendukung pemeliharaan situs-situs bersejarah dan adat istiadat setempat, sehingga memperkuat identitas budaya nasional. Istilah wisata religi mengacu pada kunjungan ke tempat-tempat yang memiliki makna khusus bagi umat beragama, terutama tempat ibadah yang memiliki nilai tambah secara spiritual. Nilai tambah tersebut dapat berasal dari sejarah, keberadaan mitos dan legenda seputar tempat tersebut, atau pun karakteristik unik serta keunggulan arsitektur bangunan (Purnawan et al., 2019). Dalam konteks wisata religi, situs-situs religi yang memiliki nilai sejarah dan kebudayaan yang tinggi, serta memiliki keunikan tersendiri akan memberikan kesan yang berbeda bagi masyarakat. Salah satu situs religi yang memiliki keunikan tersendiri adalah Masjid Lautze 2 Bandung.

Masjid Lautze 2 Bandung merupakan representasi dari Yayasan Haji Karim Oei (YHKO) di Bandung, yang pusatnya terletak di Jalan Lautze 89, Pecinan, Jakarta. Yayasan ini memiliki tujuan, antara lain, sebagai sarana penyampaian informasi mengenai Islam kepada etnis Tionghoa (Mardotillah et al., 2020). Masjid Lautze 2, yang berlokasi di Jalan Tamblong 27, Bandung, didirikan pada tahun 1997 dengan mencerminkan unsur budaya etnik Tionghoa secara fisik. Dalam aspek arsitektur bangunan, masjid ini menggabungkan ciri khas Tionghoa dan Timur Tengah. Selain sebagai wujud fisik, Masjid Lautze 2 juga berfungsi sebagai pelaksana teknis yang mengelola unit-unit dan program-program keIslaman serta penerimaan mualaf di Bandung. Kegiatan utama Masjid Lautze 2 Bandung disamping kegiatan ibadah rutin, melibatkan pendampingan terhadap mualaf yang berasal dari berbagai latar belakang etnis yang tertarik untuk mendalami agama Islam, sambil menyediakan informasi terkait ajaran Islam. Mualaf atau individu yang ingin memperoleh pemahaman lebih mendalam tentang Islam mungkin mengalami ketidaknyamanan dalam mengunjungi masjid, terutama ketika memiliki pertanyaan tentang agama tersebut. Oleh karena itu, peran utama Masjid Lautze 2 adalah sebagai pusat kegiatan yang terletak di tengah masyarakat, terbuka bagi semua, tidak hanya untuk umat Muslim, melainkan juga untuk siapa pun tanpa memandang suku, bangsa, agama, atau kepercayaan tertentu yang berminat untuk mengetahui lebih banyak tentang Islam. Meskipun pelayanan utamanya ditujukan untuk beragam etnis,

terdapat penekanan khusus pada pelayanan kepada etnis Tionghoa (Mardotillah et al., 2020).

Selain Masjid Lautze 2, ada juga masjid lain yang menunjukkan akulturasi antara budaya Islam dan Tionghoa, yaitu Masjid Al-Imtizaj di Kota Bandung. Kedua masjid ini memiliki kemiripan dalam hal perpaduan unsur budaya Tionghoa dan Timur Tengah. Namun, Masjid Lautze 2 Bandung dipilih sebagai subjek penelitian karena masjid ini tidak hanya berperan sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai pusat kegiatan sosial yang bertujuan untuk memperkuat komunitas Muslim (Mardotillah et al., 2020). Di sisi lain, Masjid Al-Imtizaj lebih menekankan hanya pada aspek arsitekturnya. Kolaborasi dan dukungan di antara jamaah di Masjid Lautze 2 menggambarkan identitas Muslim yang multikultural.

Dalam pelaksanaannya, wisata religi memiliki tantangan tersendiri. Salah satu permasalahan utama dalam wisata religi adalah kurangnya minat dari masyarakat untuk mengunjungi situs-situs religi. Menurut data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia, pada tahun 2020, jumlah kunjungan ke situs-situs religi hanya mencakup sekitar 10% dari total kunjungan wisata domestik (Lestari & Sasono, 2020). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa tingkat partisipasi masyarakat dalam wisata religi lebih rendah dibandingkan dengan jenis wisata lainnya. Jika kondisi ini terus berlanjut, kemungkinan besar kebudayaan yang terkait dengan aspek religi akan mengalami penurunan seiring berjalannya waktu. Untuk mencegah hal ini, perlu meningkatkan minat generasi muda atau generasi penerus sebagai salah satu solusi yang dapat dilakukan. Generasi yang saat ini menjadi perhatian secara global adalah Generasi Z.

Menurut (Frey, 2020) Generasi Z merujuk pada individu yang lahir dalam jangka waktu antara tahun 1997-2012. Secara kuantitas, jumlah populasi Generasi Z diperkirakan lebih dari 2 milyar individu secara global (García-del Junco et al., 2021). Menurut data dari (Badan Pusat Statistik, 2020) menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki presentase populasi sebesar 27,94% di Indonesia, menjadikannya generasi dengan jumlah populasi terbanyak. Generasi Z merupakan kelompok sosial pertama yang terbiasa dengan konektivitas internet dan perangkat elektronik genggam sejak usia dini. Generasi Z memiliki keahlian teknologi

meskipun tidak mendapatkan pendidikan teknologi khusus, karena tumbuh di dunia yang terhubung secara digital (Buhalis & Karatay, 2022).

Generasi Z sebagai pelaku pariwisata semakin menunjukkan minat yang besar terhadap pengalaman transformasional. Menurut Generasi Z, teknologi seperti *virtual reality* (VR) memungkinkan mereka untuk mendapatkan interaksi yang lebih mendalam dan bervariasi (Buhalis et al., 2019). Berdasarkan data, lebih dari 84% konsumen global tertarik untuk menggunakan *virtual reality* atau *augmented reality* (AR) dalam pengalaman perjalanan mereka, dan 42% di antaranya meyakini bahwa VR dan AR akan menjadi masa depan industri pariwisata (Han et al., 2018). Dengan kata lain, teknologi VR maupun AR sangat cocok diimplementasikan untuk Generasi Z.

Dalam konteks pariwisata, generasi ini juga memiliki kontribusi yang signifikan. Menurut estimasi oleh WYSE Travel Confederation dan World Tourism Organization, perjalanan oleh generasi ini pada tahun 2017 mencakup 23% dari semua perjalanan wisata di seluruh dunia dan diperkirakan akan meningkat pada tahun 2019 (WYSE Travel Confederation, 2018). Oleh karena itu, Generasi Z adalah salah satu generasi yang paling terbuka untuk melakukan perjalanan pariwisata, dan mereka merasa nyaman dalam lingkungan multikultural. Generasi Z menggunakan jejaring sosial dan memperhatikan pendapat teman-teman mereka, memperoleh informasi tentang destinasi, mengatur perjalanan mereka sendiri, dan suka berinteraksi dengan penduduk lokal (García-del Junco et al., 2021).

Berdasarkan data dan informasi yang telah dipaparkan tersebut, dapat disimpulkan bahwa peran Generasi Z sangat krusial dalam aspek keberlanjutan warisan budaya. Namun, terjadi kontradiksi antara Generasi Z yang gemar melakukan perjalanan pariwisata dengan minat Generasi Z dalam berwisata religi. Data dari kuesioner yang disebar oleh peneliti kepada Generasi Z menunjukkan bahwa 63,1% responden Generasi Z berada dalam kategori sangat jarang hingga tidak pernah dalam melakukan wisata religi. Generasi Z memiliki beberapa alasan mengapa mereka sangat jarang dalam melakukan wisata religi. Berdasarkan data hasil dari kuesioner, sebagian besar memiliki alasan karena kegiatan pariwisata lain lebih menarik dibanding wisata religi. Selain itu, alasan seperti wisata religi yang

cenderung membosankan bagi Generasi Z, serta keterbatasan pada biaya dan lokasi menjadi alasan pendukung lain Generasi Z sangat jarang melakukan wisata religi.

Menurut wawancara dengan Ketua DKM Masjid Lautze 2, partisipasi Generasi Z dalam kegiatan atau acara masjid masih sangat minim, padahal keterlibatan mereka sangat dibutuhkan. Generasi Z dikenal lebih akrab dengan teknologi dan tren terkini dibandingkan generasi lainnya, sehingga peran mereka penting untuk keberlangsungan dan keberlanjutan kegiatan di Masjid Lautze 2. Ketua DKM juga menyampaikan rasa sedih dan ironi melihat rendahnya partisipasi Generasi Z dalam kegiatan atau wisata religi.

Penerapan teknologi dalam pengembangan pariwisata ini dapat dikategorikan sebagai pariwisata pintar atau *smart tourism*, yang membawa manfaat signifikan dalam meningkatkan pengalaman dan efisiensi dalam industri pariwisata. Istilah "*smart*" sendiri menjadi kata yang sedang tren untuk menggambarkan kemajuan teknologi, ekonomi, dan sosial yang didorong oleh teknologi yang bergantung pada sensor, *big data*, *open data*, metode baru konektivitas, serta pertukaran informasi, dan kemampuan untuk menyimpulkan dan merasionalkan (Gretzel et al., 2015). *Smart tourism* menggambarkan fenomena yang sedang berkembang di mana destinasi pariwisata, para praktisi, dan wisatawan bergantung pada teknologi baru, yang memungkinkan pengolahan data besar menjadi nilai yang signifikan (Ye et al., 2020). Pemanfaatan teknologi dalam konteks wisata meningkatkan efisiensi pengambilan keputusan dalam perencanaan bisnis dan memperbaiki pengalaman wisatawan.

Penerapan atau implementasi teknologi *smart tourism* dalam wisata religi dinilai berhasil memberikan dampak yang signifikan. Dalam upaya memperkenalkan warisan budaya dan menyampaikan informasi mengenai Masjid Lautze 2 Bandung, diperlukan penggunaan teknologi sebagai media pendukung untuk meningkatkan daya tarik. Teknologi yang dinilai sesuai untuk diterapkan pada konteks ini adalah *virtual reality* atau sering disebut dengan istilah VR. *Virtual reality* adalah teknologi yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan lingkungan yang disimulasikan oleh komputer, baik itu lingkungan nyata yang ditiru atau lingkungan yang sepenuhnya ada dalam imajinasi (Muhammad et al.,

2021). Implementasi VR memungkinkan penyajian visual menarik dalam bentuk 3D yang menyerupai objek fisik, memberikan daya tarik tambahan. Selain dalam bentuk lingkungan 3D, VR juga dapat menggunakan potret 360 derajat yang diambil dari dunia nyata, memungkinkan pengguna untuk merasakan lingkungan yang sebenarnya dengan sudut pandang yang imersif. Teknologi ini memadukan elemen visual dan interaktif untuk memberikan pengalaman yang mendalam dan realistis.. Keistimewaan *virtual reality* terletak pada *virtual reality* atau realitas virtual yang dapat dijadikan sebagai upaya mempromosikan dan menyediakan pengalaman wisata melalui teknologi *virtual reality*, yang didefinisikan sebagai lingkungan yang dihasilkan oleh komputer dan biasa disebut sebagai lingkungan virtual atau *virtual environment* (Pahlevi et al., 2021). Penggunaan VR dalam pariwisata mencakup tur virtual museum, eksplorasi situs bersejarah, dan simulasi perjalanan alam. VR memungkinkan pengguna untuk merasakan keindahan dan keunikan suatu tempat tanpa harus berada di sana secara fisik. Dengan kemudahan mengakses bangunan bersejarah dan informasi terkait dengan menggunakan smartphone, tablet, *desktop*, kacamata pintar, atau perangkat yang dipasang di kepala (*head-mounted devices*) dengan bantuan teknologi, *virtual reality* sebagai tur virtual telah menjadi salah satu metode informasi yang paling banyak digunakan dan populer untuk warisan budaya (Korumaz & Kilit, 2021). Penelitian terdahulu mengenai penerapan VR pada konteks wisata religi yang dilakukan oleh (Korumaz & Kilit, 2021) dengan judul penelitian “*Virtual Tours For Enhancement Of Architectural Heritage: A Case Study Karaman Fisandon Church*” memberikan respon positif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa dengan bantuan tur virtual, pengguna dapat masuk, menjelajahi, mempelajari, mencari, mencapai, dan menganalisis warisan budaya melalui lingkungan virtual dengan tingkat data visual yang tinggi. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi terhadap pelestarian dan promosi mengenai warisan budaya Gereja Fisandon dengan meningkatkan kesadaran pengguna terhadap warisan budaya. Penelitian lain yang menerapkan tur virtual dalam konteks wisata religi dilakukan oleh (Sofyansyah & Anom, 2023) dengan judul penelitian “*The Role of The Website-Based Public Service Information System of The Istiqlal Mosque Management Agency*”. Tur virtual disajikan dengan berbasis VR, dimana pengguna dapat menjelajahi situs Masjid

Istiqlal secara daring. Selain sebagai hasil dari perkembangan baru dalam kemajuan teknologi, penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi yang dirancang dapat mengomunikasikan informasi mengenai Masjid Istiqlal kepada publik dengan cara baru yang inovatif. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa VR berhasil dimanfaatkan sebagai alat edukatif, memberikan informasi mendalam tentang sejarah, budaya, dan keunikan suatu destinasi melalui narasi yang kaya dan visual yang imersif.

Pengembangan *smart tourism* dalam konteks wisata religi perlu direncanakan dan disusun sedemikian rupa agar pengalaman pengunjung menjadi menyenangkan tanpa menghilangkan esensi utama dari wisata religi. Konsep gamifikasi dinilai cocok diterapkan sebagai solusi dari permasalahan tersebut. Gamifikasi adalah penggunaan prinsip-prinsip desain dan unsur-unsur permainan dalam situasi atau konteks yang bukan permainan (Deterding et al., 2011). Gamifikasi bertujuan untuk meningkatkan motivasi, kepuasan, serta keterlibatan pengguna terhadap produk dan layanan khusus (Alsawaier, 2018). Gamifikasi memberi ruang untuk memberikan edukasi, memanfaatkan potensi dan penggunaan teknologi untuk wisatawan berinteraksi dengan objek wisata, baik itu visual maupun secara langsung (Asy'ari et al., 2021). Penelitian yang dilakukan oleh (Hutagaol, 2023) membuktikan bahwa gamifikasi dapat mempengaruhi minat pengunjung dan terbukti meningkatkan dorongan kepuasan pengguna untuk terlibat dalam aktifitas wisata. Ini menjadi jelas bahwa penerapan gamifikasi memberikan dampak positif dalam konteks *smart tourism*.

Teknologi *virtual reality* dan konsep gamifikasi keduanya menawarkan keunggulan yang signifikan. *Virtual reality* mampu menyediakan pengalaman yang sangat imersif, sedangkan gamifikasi meningkatkan keterlibatan pengguna dengan produk atau aplikasi. Hingga saat ini, tidak terdapat studi yang mengeksplorasi integrasi antara *virtual reality* dan gamifikasi. Penggabungan kedua konsep tersebut menciptakan inovasi yang belum pernah ada sebelumnya, yang diharapkan dapat menyediakan pengalaman yang lebih mendalam serta meningkatkan keterlibatan pengguna secara simultan.

Penelitian ini menerapkan metode penelitian pengembangan atau *research and development* (R&D), suatu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk menciptakan produk baru atau meningkatkan produk yang sudah ada. Penelitian terdahulu mengenai penerapan metode R&D dilakukan oleh (Djamaludin et al., 2022) dengan memberikan hasil yang positif. Dari penelitian terdahulu yang telah dikumpulkan dan dianalisis, ditemukan beberapa temuan penting. Pertama, penelitian tentang penerapan *virtual reality* (VR) dan tur virtual dalam wisata religi menunjukkan tingkat keberhasilan yang tinggi. Selain itu, implementasi gamifikasi dalam wisata religi juga menunjukkan hasil yang positif. Namun, belum ada penelitian yang menggabungkan VR dengan gamifikasi dalam konteks wisata religi, menjadikan hal ini sebagai kontribusi baru dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu yang menggabungkan gamifikasi dengan media interaktif seperti VR atau AR menggunakan metode R&D dan menunjukkan hasil yang baik. Oleh karena itu, metode R&D dipilih untuk digunakan dalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang diteliti, penulis memilih judul “*Rancang Bangun Wisata Religi Berbasis Virtual Tourism Menggunakan Virtual Reality Dan Gamifikasi Dalam Upaya Meningkatkan Minat Generasi Z*”. Pengembangan aplikasi ini diharapkan dapat memberikan pengalaman baru yang imersif dalam berwisata religi menggunakan konsep gamifikasi dan *virtual reality* khususnya dalam Masjid Lautze 2 Bandung dengan tujuan untuk meningkatkan minat Generasi Z terhadap wisata religi.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diutarakan di atas, maka rumusan masalah pada makalah ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengembangkan aplikasi Gamifikasi *Virtual Tourism* Wisata Religi Masjid Lautze 2 Bandung dalam upaya meningkatkan minat Generasi Z terhadap wisata religi?
2. Bagaimana menguji kelayakan aplikasi Gamifikasi *Virtual Tourism* Wisata Religi Masjid Lautze 2 Bandung yang akan dikembangkan sehingga dapat diterima dengan baik oleh pengguna?

1.3 Batasan Masalah Penelitian

Pembatasan masalah digunakan untuk mencegah terjadinya perluasan dari inti permasalahan, sehingga penelitian dapat lebih fokus dan memudahkan dalam pembahasan serta mencapai tujuan penelitian. Berikut adalah beberapa batasan masalah yang diidentifikasi dalam penelitian ini:

1. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Masjid Lautze 2 Bandung
2. Fitur pada aplikasi hanya untuk menampilkan informasi yang berkaitan dengan Masjid Lautze 2 Bandung
3. Aplikasi ditujukan untuk web *browser* yang mendukung Javascript.
4. Aplikasi ini hanya kompatibel untuk *laptop* atau *desktop*.
5. Penelitian ditujukan kepada yang memeluk agama Islam.
6. *Virtual reality* yang dikembangkan spesifik pada *virtual reality* dengan potret 360°.

1.4 Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penulisan makalah ini adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan aplikasi Gamifikasi *Virtual Tourism* Wisata Religi Masjid Lautze 2 Bandung untuk meningkatkan minat Generasi Z terhadap wisata religi.
2. Menganalisis hasil uji kelayakan aplikasi Gamifikasi *Virtual Tourism* Wisata Religi Masjid Lautze 2 Bandung sehingga dapat diterima oleh pengguna.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan harapan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak baik secara teoritis maupun praktis

1.5.1 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah inovasi baru tentang bagaimana meningkatkan sebuah produk dengan menggunakan teknologi, dalam hal ini penerapan gamifikasi dan *virtual reality* pada wisata religi dalam upaya meningkatkan minat Generasi Z terhadap wisata religi.

1.5.2 Manfaat Penelitian

- a. Bagi pengguna
 - i. Membuat kegiatan wisata religi menjadi lebih interaktif
 - ii. Memanfaatkan teknologi sebagai sarana wisata religi
- b. Bagi peneliti
 - i. Sebagai implementasi dari pengetahuan yang diperoleh selama menjalani pendidikan.
 - ii. Meningkatkan pengetahuan dan pengalaman dalam pengembangan aplikasi gamifikasi dan *virtual reality*.
- c. Bagi peneliti lain
 - i. Sebagai tambahan wawasan dan pengetahuan bagi yang sedang mencari informasi.
 - ii. Sebagai referensi untuk penelitian yang akan dilakukan dan dapat dikembangkan sehingga memberi manfaat khalayak umum.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini merupakan gambaran mengenai bagian-bagian pada skripsi dengan pembahasan singkat mengenai isi tiap bagiannya. Sistematika penulisan pada penelitian ini dibagi menjadi beberapa bagian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup konteks penelitian yang membahas latar belakang kesulitan yang dihadapi penelitian ini, rumus masalah, keterbatasan masalah tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistem penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan teori yang menjadi dasar bagi penulisan skripsi. Teori-teori yang dibahas mencakup aspek-aspek seperti Generasi Z, Pariwisata, *Smart Tourism*, *Virtual Tourism*, Wisata Religi, Teknologi Informasi, *Website*, *PlayCanvas*, *Virtual Reality*, Gamifikasi, Metode *Research & Development*, *User Acceptance Test* dan Penelitian terdahulu yang relevan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menggambarkan langkah-langkah penelitian yang meliputi desain penelitian, alat penelitian, bahan penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, dan analisis data.

BAB VI TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi temuan dan hasil penelitian, serta analisisnya. Bab ini membahas permasalahan yang telah disebutkan dalam Bab 1.

BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta rekomendasi untuk penelitian serupa di masa mendatang.