

Hyperreality di Sektor Pariwisata Pada Era Digital (Studi Kasus: Virtual Tour Oleh Perusahaan A) = Hyperreality in the Tourism Sector in the Digital Age (Case Study: Virtual tour by Company A)

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920558674&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membahas fenomena budaya pariwisata virtual yang berkembang melalui virtual tour. Virtual tour merupakan simulasi lokasi atau objek wisata dengan menggunakan rangkaian video atau gambar beserta tambahan musik, efek suara, teks, dan narasi. Studi sebelumnya menemukan bahwa virtual tour muncul karena adanya perkembangan teknologi, kebutuhan promosi objek wisata, dan kebutuhan pen jagaan warisan budaya. Berdasarkan pemikiran Baudrillard, kondisi hyperreality merupakan konsekuensi logis dari perkembangan teknologi dan pandemi Covid-19 yang menguatkan kehidupan cyberspace. Namun peneliti berargumen bahwa tidak serta merta kondisi hyperreality dapat terjadi, khususnya dalam virtual tour yang dikelola oleh perusahaan A. Peneliti berargumen bahwa terdapat kompleksitas tersendiri untuk menciptakan kondisi hyperreality. Penelitian ini berusaha untuk menjelaskan apakah virtual tour yang dikelola oleh perusahaan A merupakan sebuah kondisi hyperreality pada industri pariwisata di era digital. Penelitian ini menemukan bahwa hyperreality tidak tercipta dalam virtual tour yang dikelola oleh perusahaan A. Terdapat beberapa komponen hyperreality sesuai pemikiran Baudrillard, yaitu model simulasi, seperti simulasi rute perjalanan, simulasi visual, simulasi narasi, dan simulasi interaksi. Namun masih terdapat keterbatasan yang menghalangi terciptanya kondisi hyperreality pada virtual tour. Menurut wisatawan, virtual tour merupakan inovasi yang menarik, namun mereka belum sepenuhnya menikmati perjalanan wisata virtual.

..... This study aims to discuss the phenomenon of virtual tourism culture that develops through virtual tours. A virtual tour is a simulation of a location or tourist attraction using a series of videos or images along with additional music, sound effects, text, and narration. Previous studies have found that virtual tours arise because of technological developments, the need for promotion of tourist objects, and the need for preserving cultural heritage. Based on Baudrillard's thinking, the hyperreality condition is a logical consequence of technological developments and the Covid-19 pandemic that strengthens cyberspace life. However, the researcher argues that hyperreality does not necessarily occur, especially in a virtual tour managed by company A. The researcher argues that there is a distinct complexity to creating hyperreality conditions. This study seeks to explain whether the virtual tour managed by company A is a hyperreality condition in the tourism industry in the digital era. This study finds that hyperreality is not created in a virtual tour managed by company A. There are several components of hyperreality according to Baudrillard's thinking, namely simulation models, such as travel route simulations, visual simulations, narrative simulations, and interaction simulations. However, there are still limitations that prevent the creation of hyperreality conditions on virtual tours. According to tourists, virtual tours are an interesting innovation, but they have not fully enjoyed virtual travel.