



Perancangan *Virtual Tour* 360° Istana Maimun Sebagai Media Promosi Tempat Wisata Di Kota Medan

Jaka Agfila Wardana¹, Muhammad Rusdi Tanjung²

^{1,2} Universitas Potensi Utama, Sumatera Utara, Indonesia

JL. KL. Yos Sudarso, Km. 6,5 No. 3-A, Medan, 20241, Indonesia

Email: jakaagfilaw218@gmail.com

Abstrak

Virtual Tour 360° Istana Maimun dirancang sebagai media promosi untuk meningkatkan visibilitas destinasi wisata budaya di Kota Medan. Penelitian ini berfokus pada potensi Istana Maimun sebagai warisan sejarah Melayu Deli yang membutuhkan inovasi dalam strategi promosi untuk menjangkau pasar wisatawan modern. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data primer melalui wawancara dengan pengelola Istana Maimun dan observasi lapangan, serta data sekunder yang diperoleh dari studi literatur terkait teknologi *virtual tour* dan pariwisata digital. Proses perancangan *virtual tour* melibatkan teknik fotografi 360° menggunakan kamera Insta360 One R Twin Edition, pengeditan gambar dengan Adobe Photoshop, dan pembuatan tur *virtual* interaktif menggunakan perangkat lunak 3DVista. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Virtual Tour* 360° ini berhasil menciptakan pengalaman eksplorasi imersif dengan fitur navigasi interaktif, informasi sejarah berbasis multimedia, serta antarmuka pengguna yang intuitif. Berdasarkan kuesioner yang melibatkan 34 responden, 85,3% menyatakan ketertarikan terhadap media ini, dengan 52,9% mengungkapkan tingkat kepuasan yang tinggi. Simpulan dari penelitian ini mengkonfirmasi bahwa *Virtual Tour* 360° dapat efektif sebagai media promosi yang meningkatkan visibilitas Istana Maimun sekaligus berfungsi sebagai sarana edukasi budaya berbasis teknologi.

Kata Kunci: *Virtual Tour* 360°, media promosi.

PENDAHULUAN

Industri pariwisata memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan pelestarian budaya suatu daerah. Salah satu objek wisata budaya yang memiliki nilai sejarah tinggi di Kota Medan adalah Istana Maimun. Dibangun pada tahun 1888, istana ini merupakan simbol kejayaan Kesultanan Melayu Deli yang tidak hanya menarik wisatawan domestik tetapi juga mancanegara. Berlokasi di Jalan Brigjend Katamso, Istana Maimun menyajikan kekayaan arsitektur, ornamen khas, dan nilai-nilai budaya Melayu yang tercermin dari interior maupun eksterior bangunannya.

Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah kunjungan wisatawan ke Istana Maimun mengalami peningkatan yang signifikan. Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Medan, tercatat 202.030 pengunjung pada tahun 2021, meningkat menjadi 260.311 pengunjung pada tahun 2022, dan mencapai 115.200 pengunjung hingga April 2023. Peningkatan ini menandakan minat masyarakat terhadap objek wisata

berbasis budaya terus bertumbuh. Namun demikian, promosi yang dilakukan masih bersifat konvensional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal.

Seiring dengan kemajuan teknologi, media promosi berbasis digital menjadi alternatif yang efektif dalam menjangkau masyarakat secara luas tanpa batasan geografis. Salah satu pendekatan yang inovatif adalah penggunaan teknologi *Virtual Tour 360°*. Teknologi ini memungkinkan pengguna untuk melakukan eksplorasi suatu tempat secara interaktif melalui perangkat digital, memberikan pengalaman visual yang mendekati kenyataan. *Virtual Tour* telah banyak diimplementasikan di berbagai bidang, termasuk pariwisata, pendidikan, dan properti, untuk meningkatkan keterlibatan pengguna dan efektivitas penyampaian informasi (Thomas, Sompie, & Sugiarto, 2018).

Dalam konteks pariwisata budaya, *Virtual Tour* berperan penting dalam memperkenalkan objek wisata kepada calon pengunjung sebelum mereka melakukan kunjungan fisik. Melalui pengalaman interaktif yang ditawarkan, calon wisatawan dapat melihat berbagai sudut Istana Maimun, memahami sejarah, serta mengenal kebudayaan Melayu Deli secara lebih mendalam. Hal ini tidak hanya meningkatkan daya tarik destinasi tetapi juga memberikan edukasi budaya secara visual dan imersif.

Perancangan *Virtual Tour 360°* untuk Istana Maimun dilakukan dengan menggunakan teknik *Virtual Reality Photography (VRP)*, yaitu metode pembuatan foto panorama interaktif dengan sudut pandang 360 derajat (Asmani, 2011). Teknik ini mampu menciptakan pengalaman mendalam bagi pengguna, seolah-olah mereka berada langsung di lokasi tersebut. Selain itu, perancangan *User Interface (UI)* dan *User Experience (UX)* juga menjadi aspek penting untuk memastikan kemudahan navigasi dan kenyamanan pengguna dalam menjelajahi lingkungan virtual. Menurut Galitz (2007), UI yang efektif merupakan perpaduan antara input dan output yang dirancang sesuai kebutuhan pengguna, sedangkan UX menurut Sharp, Rogers, dan Preece (2019) adalah persepsi dan respons pengguna terhadap produk digital yang digunakan.

Integrasi elemen multimedia interaktif seperti gambar, suara, video, dan teks dalam *Virtual Tour* ini diharapkan dapat memberikan pengalaman yang tidak hanya informatif tetapi juga menyenangkan. Dengan demikian, teknologi *Virtual Tour 360°* tidak hanya menjadi media promosi yang modern dan menarik, tetapi juga berperan sebagai media edukasi budaya yang efektif.

Tujuan dari pengembangan Virtual Tour 360° Istana Maimun ini adalah untuk meningkatkan daya tarik pariwisata budaya Kota Medan melalui pemanfaatan teknologi interaktif. Selain itu, platform ini ditujukan untuk menjangkau masyarakat secara luas, baik lokal maupun mancanegara, serta memperkuat pemahaman masyarakat terhadap nilai-nilai sejarah dan budaya Melayu Deli.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data primer dan sekunder untuk merancang virtual tour 360° Istana Maimun sebagai media promosi wisata di Kota Medan. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pengurus Istana Maimun serta dokumentasi visual berupa foto dan rekaman kondisi fisik istana dan artefak sejarahnya. Narasumber utama yang diwawancarai adalah Bapak Ahmad Ajie, pengurus sekaligus pengisi kegiatan Ronggeng Istana Maimun, yang memberikan informasi valid terkait sejarah, pengelolaan, dan strategi promosi tempat wisata tersebut.

Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari studi literatur yang meliputi buku, artikel, dan penelitian terdahulu mengenai teknologi *Virtual Reality* (VR) dan aplikasi *virtual tour* 360°, yang menjadi landasan teoritis dalam pengembangan media promosi digital ini. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode 5W + 1H (*What, Where, When, Why, Who, How*) untuk mengidentifikasi konten yang akan disajikan, media publikasi, target pengguna, serta teknik pengembangan virtual tour yang sesuai. Konsep perancangan virtual tour ini berfokus pada tema “Menghidupkan Sejarah dan Budaya Melayu Deli dalam Era Digital” dengan menonjolkan pengalaman interaktif yang edukatif dan imersif bagi wisatawan lokal dan mancanegara, pelajar, serta masyarakat luas yang tertarik pada sejarah dan budaya Melayu Deli.

Media utama yang digunakan adalah website interaktif yang didesain dengan antarmuka pengguna (UI/UX) responsif dan fitur multimedia seperti panduan audio, hotspot interaktif, serta navigasi peta yang memudahkan eksplorasi *virtual*. Untuk mendukung promosi, media pendukung berupa infografis, *x-banner*, serta *merchandise* seperti stiker, *photo card*, gantungan kunci, dan kaos turut digunakan. Visualisasi pengembangan virtual tour dilakukan melalui pembuatan sketsa *storyboard* yang meliputi tampilan *loading screen*, *welcome screen*, *home screen*, navigasi, dan jendela

informasi, dengan palet warna kuning, putih, dan hitam yang melambangkan nilai budaya dan estetika Istana Maimun.

Proses pengambilan gambar 360° menggunakan kamera *Insta360 One R Twin Edition* yang dipasang pada tripod pada posisi setinggi mata untuk kenyamanan visual pengguna, dengan monitoring melalui aplikasi pada tablet *Xiaomi Pad 6*. Foto-foto hasil pengambilan kemudian diedit menggunakan *Adobe Photoshop* dan disusun menjadi *virtual tour* menggunakan *software 3DVista*. *Virtual tour* yang telah selesai selanjutnya dipublikasikan melalui website dengan hosting dan domain mandiri untuk memudahkan akses global tanpa batas geografis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Deskripsi Karya

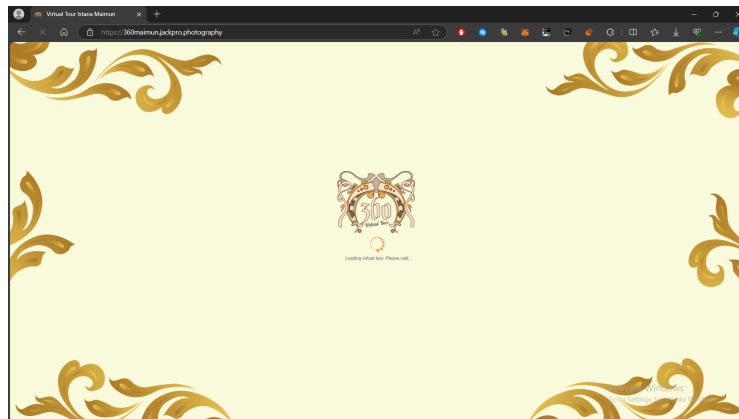
Media Utama

Media utama dalam perancangan *virtual tour* ini adalah foto 360° Istana Maimun yang akan diintegrasikan ke dalam tampilan sebuah website. Website *virtual tour* ini diharapkan dapat menjadi media yang efektif untuk memperkenalkan dan mempromosikan Istana Maimun sebagai salah satu destinasi wisata bersejarah di Kota Medan.

Proses perancangan *Virtual Tour* Istana Maimun dilakukan dengan menggunakan beberapa perangkat lunak. Penulis menggunakan *Adobe Photoshop* sebagai alat utama untuk pengeditan dan retouching gambar 360°. Dengan *Photoshop*, gambar yang diambil dapat diperbaiki dari segi pencahayaan, ketajaman, serta warna, sehingga hasil akhir mampu menampilkan keindahan dan keaslian bangunan Istana Maimun secara detail. Selain itu, *software 3DVista* digunakan sebagai *platform* untuk merancang *virtual tour* itu sendiri. *3DVista* menyediakan berbagai fitur interaktif yang memungkinkan penambahan *hotspot*, informasi tambahan, dan navigasi yang memudahkan pengguna dalam menjelajahi setiap sudut Istana Maimun.

Pada tahap pengambilan gambar 360°, penulis memanfaatkan perangkat kamera *Insta 360 One R Twin Edition*, yang dirancang khusus untuk pengambilan gambar dengan sudut pandang 360°. Kamera ini dipasang pada tripod agar stabilitas gambar tetap terjaga selama proses pengambilan. Selain itu, penulis menggunakan *Xiaomi Pad 6* sebagai monitor untuk mengontrol aplikasi dari kamera *Insta 360*, sehingga proses

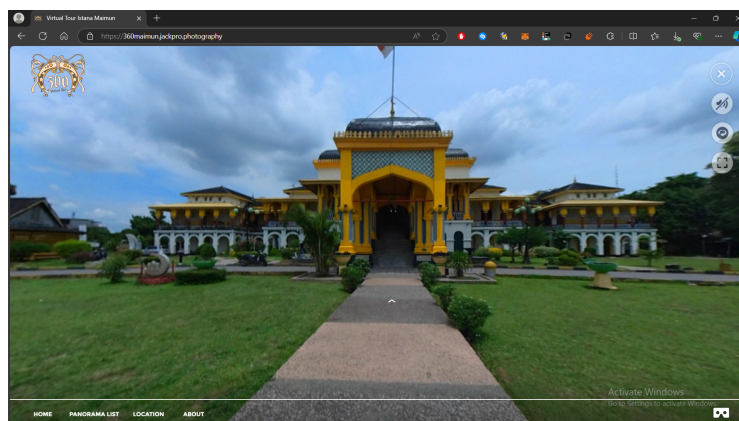
pengambilan gambar dapat lebih akurat dan hasil yang didapat sesuai dengan yang diinginkan.



Gambar 1. Loading Screen Awal Virtual Tour

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

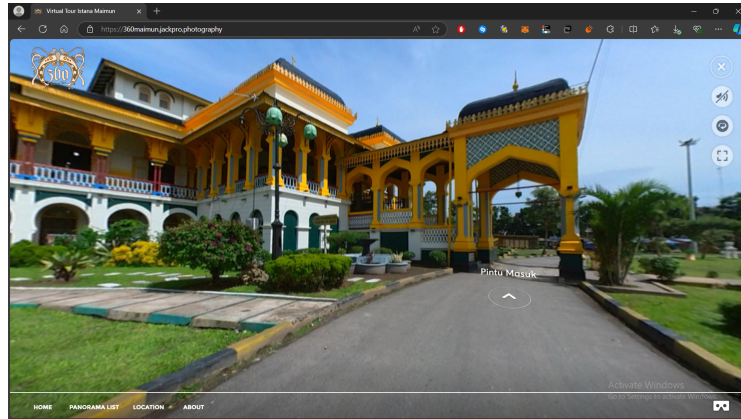
Tampilan awal *virtual tour* menampilkan layar loading dengan elemen visual yang mencerminkan estetika Istana Maimun, seperti motif arsitektur khas dan warna dominan kuning keemasan. Animasi sederhana atau progress bar ditampilkan untuk memberi indikasi proses pemuatan, sementara teks informatif atau logo *virtual tour* memperkuat identitas pengalaman yang akan diakses.



Gambar 2. Tampilan Home Screen Awal

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

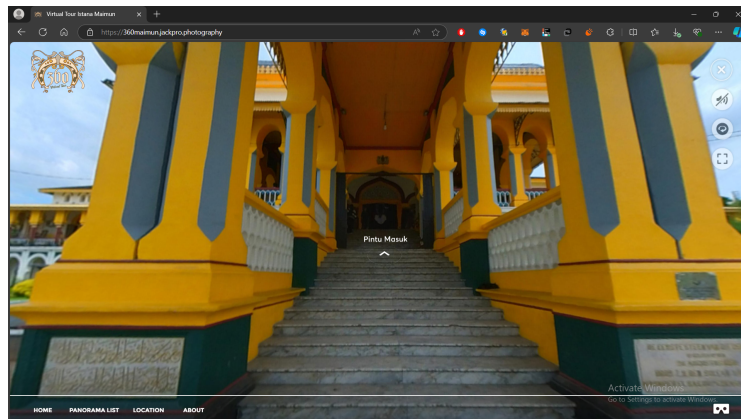
Tampilan *home screen virtual tour* menampilkan bagian depan Istana Maimun yang ikonik, dengan arsitektur megah dan warna khas kuning keemasan. Pengguna disuguhkan dengan tampilan interaktif yang memungkinkan navigasi ke berbagai area, serta tombol menu untuk memilih eksplorasi lebih lanjut. Elemen UI minimalis memastikan fokus utama tetap pada keindahan Istana.



Gambar 3. Tampilan Tampak Samping Kiri Istana Maimun

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

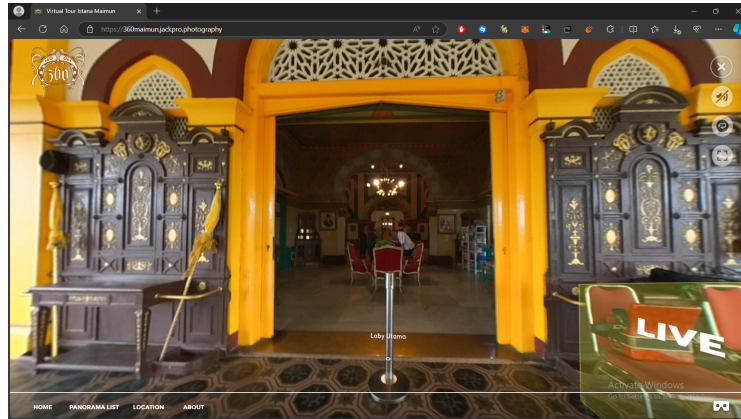
Tampilan ini menampilkan sisi kiri Istana Maimun, memperlihatkan detail arsitektur khas dengan perpaduan gaya Melayu, Eropa, dan Timur Tengah. Pengguna dapat mengamati struktur bangunan, jendela lengkung, serta elemen dekoratif yang memperkaya keunikan Istana. Perspektif ini memberikan sudut pandang berbeda, memungkinkan eksplorasi lebih mendalam terhadap keindahan dan sejarah bangunan.



Gambar 4. Tampilan Tangga Menuju Pintu Masuk

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

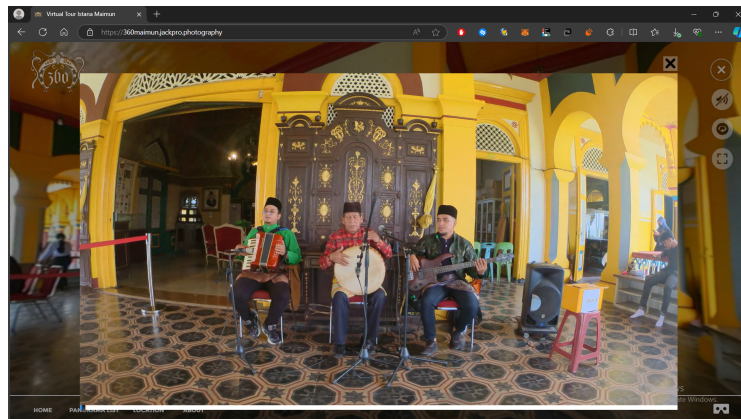
Tampilan ini menunjukkan tangga utama Istana Maimun dengan arsitektur khas dan warna kuning keemasan. Detail ornamen dan desain pintu masuk memberikan kesan megah, mengundang pengguna untuk menjelajahi interior Istana.



Gambar 5. Tampilan Pintu Masuk Istana

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

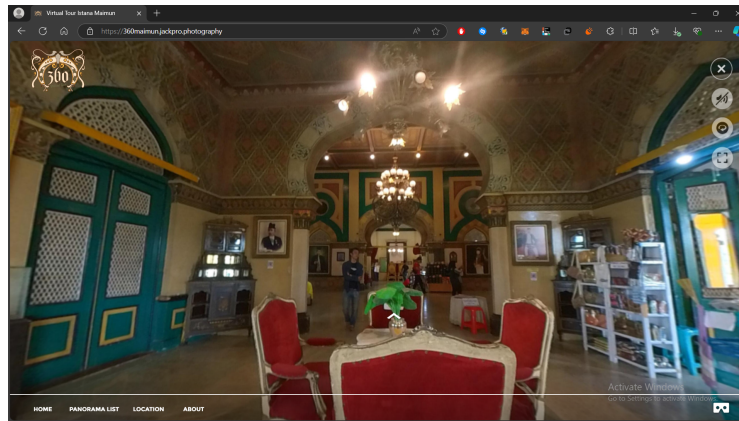
Tampilan ini menampilkan pintu masuk utama Istana Maimun dengan desain megah dan ornamen khas. Kombinasi warna kuning keemasan serta detail arsitektur mencerminkan keanggunan dan sejarah Istana, memberikan kesan menyambut bagi pengunjung.



Gambar 6. Tampilan Media interaktif Video *Live* Musik Istana Maimun

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

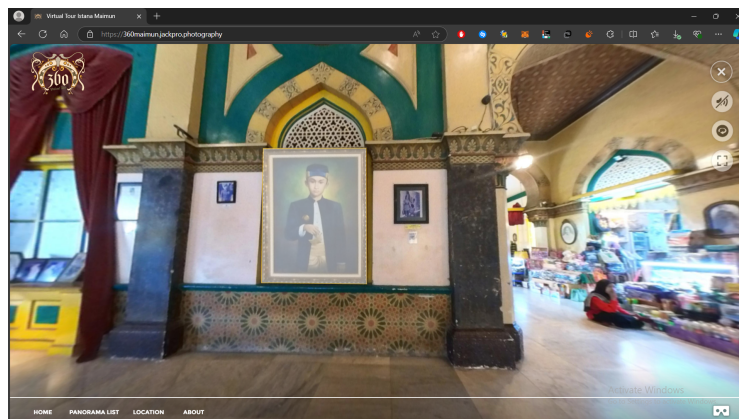
Tampilan ini menampilkan media interaktif berupa video *live* musik tradisional di Istana Maimun. Pengguna dapat menyaksikan pertunjukan musik khas Melayu secara langsung, menambah pengalaman yang menarik dalam menjelajahi budaya dan sejarah Istana.



Gambar 7. Tampilan Loby Istana Maimun

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

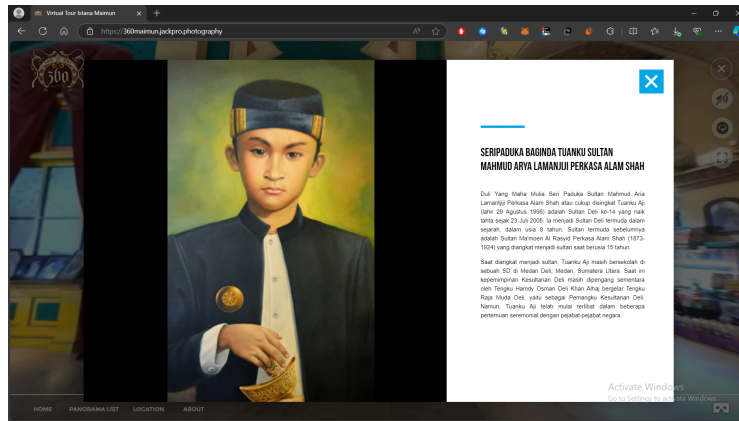
Tampilan ini menampilkan lobi utama Istana Maimun dengan arsitektur megah dan dekorasi khas Melayu. Pengguna dapat melihat detail interior yang kaya akan sejarah, seperti ukiran dinding, lampu gantung, dan perabotan klasik yang mencerminkan kejayaan masa lalu.



Gambar 8. Tampilan Ruang Utama Istana Maimun

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

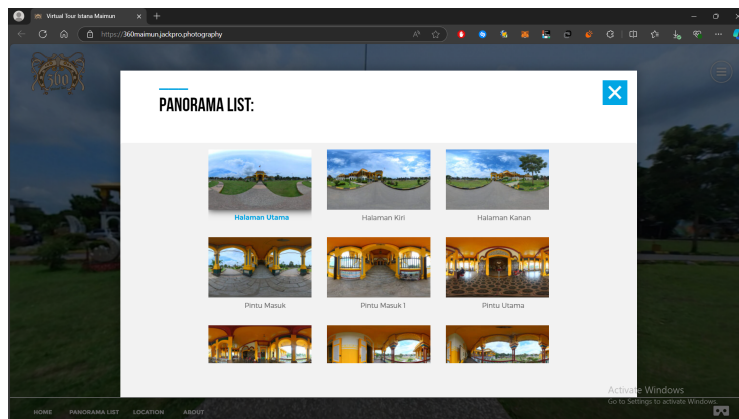
Tampilan ini menampilkan ruang utama Istana Maimun dengan desain interior megah yang dipengaruhi oleh budaya Melayu, Timur Tengah, dan Eropa. Pengguna dapat melihat singgasana kerajaan, perabotan klasik, serta detail ornamen yang mencerminkan kejayaan Kesultanan Deli.



Gambar 9. Tampilan Media interaktif Informasi Gambar

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

Tampilan ini menampilkan media interaktif yang berisi informasi serta gambar Sultan Mahmud Arya Lamanjiji Perkasa Alam Shah. Pengguna dapat mengetahui lebih dalam tentang sosok sultan termuda Kesultanan Deli melalui teks sejarah, foto, dan elemen visual interaktif.



Gambar 10. Menu Panorama List Navigasi

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

Tampilan ini menunjukkan menu navigasi panorama yang memudahkan pengguna dalam menjelajahi berbagai area Istana Maimun. Dengan daftar lokasi interaktif, pengguna dapat dengan cepat beralih ke tampilan yang diinginkan untuk pengalaman *virtual tour* yang lebih fleksibel dan nyaman.



Gambar 11. Tampilan Menu Tentang Aplikasi dan Penggunaannya

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

Tampilan ini berisi informasi tentang aplikasi *virtual tour* serta panduan penggunaannya, membantu pengunjung memahami fitur dari *virtual tour* ini.

Media Pendukung

X-Banner



Gambar 12. Media Pendukung *X-Banner*

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

Penulis merancang sebuah *X-Banner* sebagai media pendukung untuk menyampaikan informasi dan promosi *virtual tour* melalui *QR Code*

Adapun *X-Banner* ini memiliki spesifikasi sebagai berikut:

Dimensi/Ukuran : 60 cm x 160 cm

Bahan : MMT 280G dan Kaki *X-Banner*

Tipografi : Anton Regular
Software Visualisasi : *Adobe Photoshop 2024, Adobe Illustrator*
Realisasi : *Digital Printing*

Infografis



Gambar 13. Media Pendukung Infografis

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

Penulis merancang sebuah infografis mengenai proses perancangan *virtual tour* 360° sebagai media promosi tempat wisata di Kota Medan.

Adapun infografis ini memiliki spesifikasi sebagai berikut:

Dimensi/Ukuran : 40 cm x 60 cm
Bahan : Stiker ritrama laminasi doff dengan PVC *board* dan kaki T-
Banner
Tipografi : Anton Regular
Software Visualisasi : *Adobe Photoshop 2024, Adobe Illustrator*
Realisasi : *Digital Printing*

Merchandise

T-Shirt



Gambar 14. Merchandise Kaos/T-Shirt

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

Penulis menggunakan Kaos *T-Shirt* sebagai merchandise yang tidak hanya berfungsi sebagai Pakaian, tetapi juga sebagai media promosi yang efektif, Adapun kaos ini memiliki spesifikasi sebagai berikut:

Dimensi/Ukuran	: 70x30 cm
Bahan	: Cotton Combed 24s
Software Visualisasi	: Adobe Photoshop
Realisasi	: <i>Digital Printing</i>

Photo Card



Gambar 15. Merchandise Photo Card

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

Penulis memilih photo card sebagai *merchandise* karena dapat disimpan dan di pajang di berbagai tempat dan memiliki fitur NFC untuk dapat di scan dan masuk kedalam website *virtual tour*. Adapun photocard ini memiliki spesifikasi sebagai berikut

Dimensi/Ukuran	: 5,5 cm x 8,5 cm
Bahan	: PVC
Software Visualisasi	: Adobe Photoshop
Realisasi	: <i>Digital Printing</i>

Gantungan Kunci



Gambar 16. Merchandise Gantungan Kunci

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

Penulis memilih gantungan kunci sebagai *merchandise* agar dapat digunakan sebagai pajangan baik di tas, kunci dll. Adapun gantungan kunci ini memiliki spesifikasi sebagai berikut:

Dimensi/Ukuran	: 5,5 cm x 8,5 cm
Bahan	: PVC
Realisasi	: <i>Digital Printing</i>

Stiker



Gambar 17. Merchandise Stiker

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

Penulis memilih stiker sebagai media *merchandise* karena dapat dipasang di berbagai tempat, seperti laptop, buku catatan, atau botol minum. Adapun stiker ini memiliki spesifikasi sebagai berikut :

Dimensi/Ukuran	: 4 x 4 cm
Bahan	: Stiker Ritrama
Realisasi	: <i>Digital Printing</i>

Buku Panduan Karya



Gambar 18. Buku Panduan Karya

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

Buku panduan karya bertujuan untuk memberikan informasi tentang perancangan *Virtual Tour* Istana Maimun sebagai media promosi. Adapun buku panduan karya ini memiliki spesifikasi sebagai berikut:

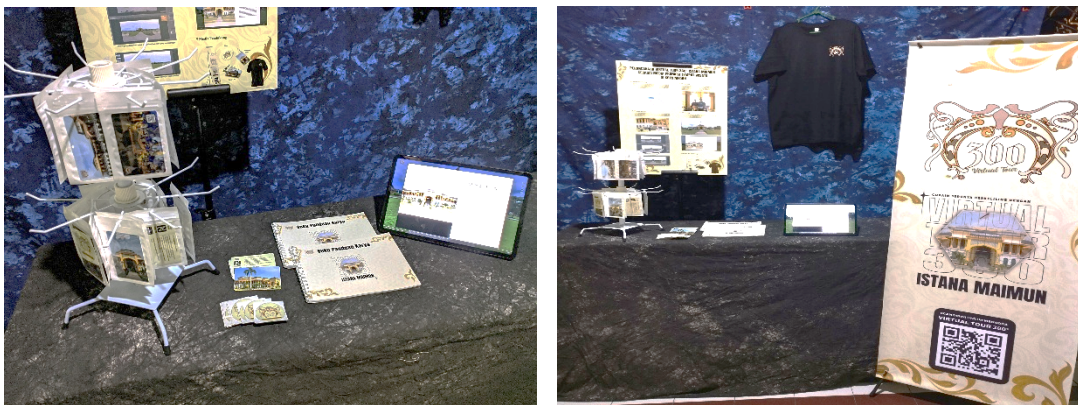
Dimensi/Ukuran	: 21 cm x 14,8 cm
Bahan	: Tik 220 GSM

Software Visualisasi : Adobe Photoshop

Realisasi : Digital Printing, Jilid Ring

Implementasi dan Dokumentasi

Virtual Tour Istana Maimun telah diuji dan didemonstrasikan kepada pengunjung di lingkungan Istana. Booth pameran menampilkan *website virtual tour* di monitor dan berbagai *merchandise* yang dirancang dengan tema konsisten. Infografis dan buku panduan karya juga disediakan untuk mendukung penjelasan kepada pengunjung.



Gambar 19. Hasil Karya

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

Hasil Kuesioner

Kuesioner disebarakan secara *online* dengan jumlah responden sebanyak 34 orang dari berbagai latar belakang usia, profesi, dan domisili.

Tabel 1. Data Responden

No	Nama	Usia	Profesi	Domisili
1	kila	25	Pekerja	Medan
2	Raja	19	Mahasiswa	Medan
3	Giovani	30	Mahasiswa	Medan
4	MRA	23	Mahasiswa	Medan
5	Rahmatul Aini	20	Mahasiswa	Medan
6	Alvin Wicaksana	21	Mahasiswa	Medan
7	Linna Syahputri	21	Mahasiswa	Medan

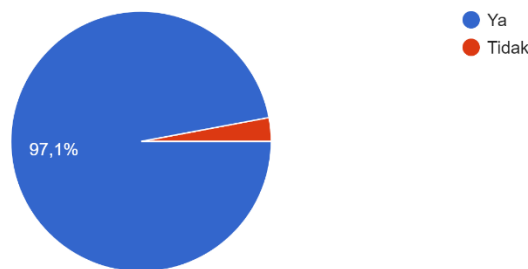
8	Aliya F. Zakkir	18	Pelajar	Medan
9	Widya Febri Yanti	21	Mahasiswa	Medan
10	kayzan naufal	17	Pelajar	Medan
11	Nadya Tahta Awnillah	21	Pekerja	Medan
12	Ivan	25	Pengajar	Luar Sumatera Utara
13	Cut Rufina	21	Pekerja	Sumatera Utara (di luar Medan)
14	Duma Fadini Silalahi	23	Mahasiswa	Sumatera Utara (di luar Medan)
15	Karina Zahra	17	Pelajar	Medan
16	Dinda Shabihah Nasution	24	Mahasiswa	Medan
17	Syahrani Aslamia Siregar	22	Mahasiswa	Sumatera Utara (di luar Medan)
18	Galim Zaihan Muzakki	21	Mahasiswa	Medan
19	Nur Rodiyah Hisan	21	Mahasiswa	Luar Sumatera Utara
20	putri apyrlia	23	Pekerja	Medan
21	Fahmi atthariq	22	Pekerja	Medan
22	Dinda Amalia Rakhmadani Gultom	21	Pekerja	Medan
23	Fitra Agustina	19	Mahasiswa	Medan
24	Fitri	20	Mahasiswa	Medan
25	Christin Regina	20	Mahasiswa	Medan
26	Rizky	25	Mahasiswa	Sumatera Utara (di luar Medan)
27	Rizki Julia	22	Mahasiswa	Medan
28	Fachrunnisa	23	Pekerja	Medan
29	Dinda Syahri	24	Pekerja	Medan
30	Cut Cici nur khodizah	20	Mahasiswa	Sumatera Utara (di luar Medan)
31	Adam Raihan	23	Mahasiswa	Medan
32	Mhd Azhib Wiranata	21	Mahasiswa	Medan

33	Angle Monica	17	Pelajar	Luar Sumatera Utara
34	Fadillah zahra	20	Mahasiswa	Medan

Adapun rincian pertanyaan yang diberikan penulis dan hasil data yang diterima penulis dari kuesioner yang telah diberikan oleh responden adalah sebagai berikut:

1. Apakah Anda pernah mengunjungi Istana Maimun secara langsung?

Apakah Anda pernah mengunjungi Istana Maimun secara langsung?
34 jawaban

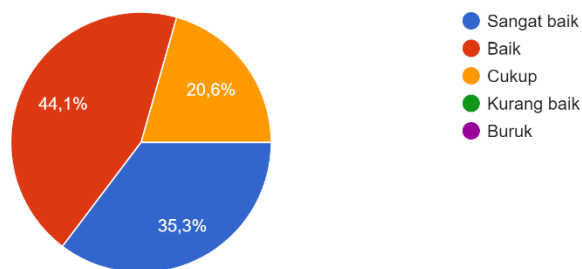


Gambar 20. Hasil Kuesioner Pertanyaan 1

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

2. Bagaimana pengalaman Anda saat mengunjungi Istana Maimun?

Bagaimana pengalaman Anda saat mengunjungi Istana Maimun?
34 jawaban



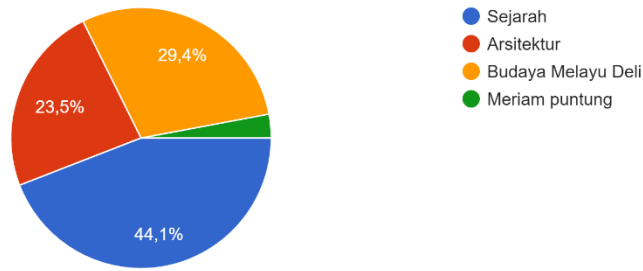
Gambar 21. Hasil Kuesioner Pertanyaan 2

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

3. Apa yang menurut Anda menjadi daya tarik utama Istana Maimun?

Apa yang menurut Anda menjadi daya tarik utama Istana Maimun?

34 jawaban



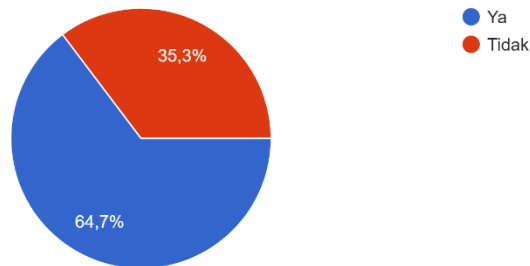
Gambar 22. Hasil Kuesioner Pertanyaan 3

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

4. Apakah Anda pernah mendengar tentang teknologi *Virtual Tour 360°* sebelumnya?

Apakah Anda pernah mendengar tentang teknologi *Virtual Tour 360°* sebelumnya?

34 jawaban

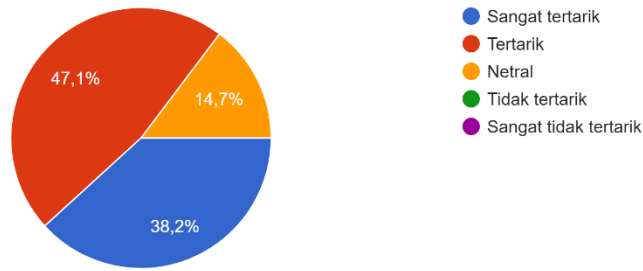


Gambar 23. Hasil Kuesioner Pertanyaan 4

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

5. Seberapa tertarik Anda mencoba *Virtual Tour 360°* untuk mengunjungi Istana Maimun?

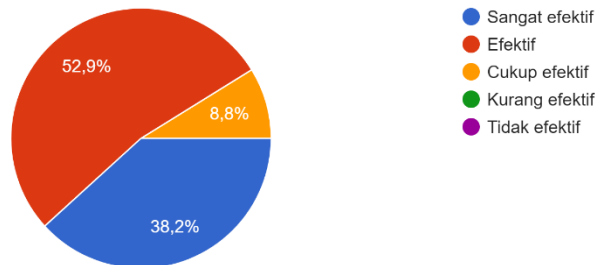
Seberapa tertarik Anda mencoba Virtual Tour 360° untuk mengunjungi Istana Maimun?
34 jawaban



Gambar 24. Hasil Kuesioner Pertanyaan 5
(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

6. Menurut Anda, seberapa efektif penggunaan *Virtual Tour 360°* sebagai media promosi Istana Maimun?

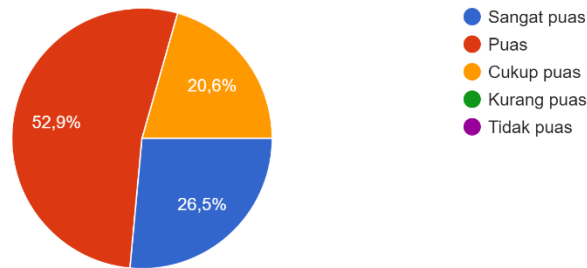
Menurut Anda, seberapa efektif penggunaan Virtual Tour 360° sebagai media promosi Istana Maimun?
34 jawaban



Gambar 25. Hasil Kuesioner Pertanyaan 6
(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

7. Seberapa puas Anda jika dapat menjelajahi Istana Maimun secara virtual melalui *Virtual Tour 360°*?

Seberapa puas Anda jika dapat menjelajahi Istana Maimun secara virtual melalui Virtual Tour 360°?
34 jawaban

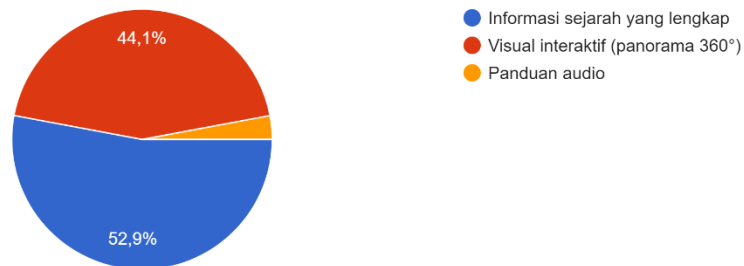


Gambar 26. Hasil Kuesioner Pertanyaan 7

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

8. Fitur apa yang paling Anda harapkan dalam *Virtual Tour* Istana Maimun?

Fitur apa yang paling Anda harapkan dalam Virtual Tour Istana Maimun?
34 jawaban



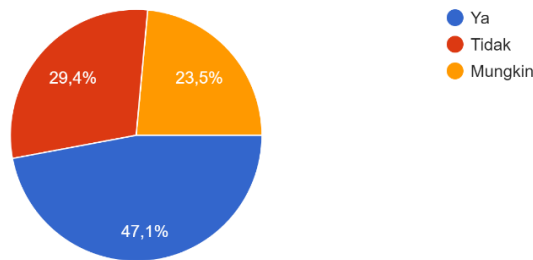
Gambar 27. Hasil Kuesioner Pertanyaan 8

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

9. Apakah menurut Anda *Virtual Tour* 360° dapat menggantikan pengalaman fisik berkunjung ke Istana Maimun?

Apakah menurut Anda Virtual Tour 360° dapat menggantikan pengalaman fisik berkunjung ke Istana Maimun?

34 jawaban



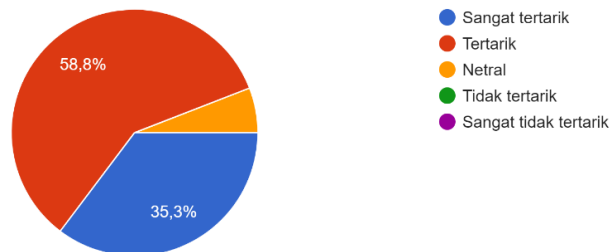
Gambar 28. Hasil Kuesioner Pertanyaan 9

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

10. Jika tersedia *Virtual Tour 360°*, apakah Anda masih tertarik untuk mengunjungi Istana Maimun secara langsung?

Jika tersedia *Virtual Tour 360°*, apakah Anda masih tertarik untuk mengunjungi Istana Maimun secara langsung?

34 jawaban



Gambar 29. Hasil Kuesioner Pertanyaan 10

(Sumber: Jaka Agfila Wardana, 2024)

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarakan oleh penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa melalui *Virtual Tour* Istana Maimun ini masyarakat tertarik untuk mengunjungi Istana Maimun secara langsung. *Virtual Tour 360°* Istana Maimun ini juga mendapat respon antusias dari teman-teman yang menggunakan website *virtual tour* ini secara langsung.

Pembahasan

Pengembangan dan Kualitas Karya

Virtual Tour 360° Istana Maimun yang dibuat berhasil menggabungkan teknologi fotografi 360° dan desain interaktif untuk menciptakan pengalaman digital yang menarik dan informatif. Penggunaan software seperti *Adobe Photoshop* dan *3DVista* memungkinkan perbaikan kualitas visual dan penambahan fitur interaktif yang memperkaya pengalaman pengguna.

Pemilihan media pendukung seperti merchandise dan infografis menambah nilai promosi yang menyeluruh, sehingga tidak hanya mengandalkan media digital saja, tetapi juga menyediakan elemen fisik yang dapat menjangkau lebih banyak audiens.

Respon Pengguna dan Efektivitas *Virtual Tour*

Hasil kuesioner menunjukkan adanya tingkat penerimaan dan ketertarikan yang tinggi terhadap teknologi *virtual tour* sebagai media promosi wisata. Hal ini membuktikan bahwa *virtual tour* mampu menarik perhatian dan memberikan pengalaman baru yang bermanfaat bagi pengguna.

Meskipun demikian, hasil juga mengindikasikan bahwa *virtual tour* belum dapat sepenuhnya menggantikan pengalaman fisik berkunjung. Ini sejalan dengan teori bahwa teknologi *virtual tour* bersifat komplementer, memperluas akses informasi dan membantu wisatawan merencanakan kunjungan secara lebih efektif.

Ketertarikan responden yang tetap ingin berkunjung secara langsung meski sudah mencoba *virtual tour* menunjukkan potensi teknologi ini dalam meningkatkan jumlah kunjungan fisik, bukan menguranginya.

Implikasi dan Saran Pengembangan

Pengembangan fitur interaktif seperti *hotspot* informasi, video *live*, dan multimedia lainnya sangat diapresiasi oleh pengguna. Hal ini perlu terus ditingkatkan, misalnya dengan penambahan audio guide, tur berbasis *augmented reality*, atau integrasi sosial media untuk meningkatkan *engagement*.

Penyempurnaan antarmuka dan navigasi juga penting agar pengguna dari berbagai kalangan dapat mengakses virtual tour dengan mudah dan nyaman.

Selain itu, pengembangan media pendukung seperti *merchandise* dengan fitur NFC yang terintegrasi dengan *virtual tour* dapat menjadi strategi promosi inovatif yang memadukan aspek digital dan fisik secara efektif.

Keterbatasan

Keterbatasan utama karya ini adalah belum tersedianya fitur yang memungkinkan interaksi lebih dinamis, serta keterbatasan jumlah responden yang relatif kecil sehingga hasil kuesioner belum dapat digeneralisasi secara luas. Penelitian lanjutan dengan sampel lebih besar dan variasi demografis akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif.

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini, *Virtual Tour 360° Istana Maimun* telah dirancang sebagai media promosi digital yang efektif untuk memperkenalkan sejarah dan budaya Melayu Deli kepada audiens lokal maupun mancanegara. Berdasarkan hasil analisis dan wawancara, penggunaan teknologi virtual tour memungkinkan wisatawan untuk merasakan pengalaman mendekati kenyataan tanpa harus berada di lokasi fisik. Kombinasi fitur interaktif seperti foto 360°, panduan audio, dan informasi mendalam tentang sejarah dan arsitektur Istana Maimun membuat virtual tour ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai media edukasi.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa masyarakat, terutama kalangan wisatawan digital, sangat tertarik dengan inovasi ini. Penggunaan *virtual tour* dianggap sebagai solusi yang tepat di tengah tantangan mobilitas global, dan mampu menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batas geografis. Secara keseluruhan, *Virtual Tour 360° Istana Maimun* memiliki potensi besar untuk meningkatkan visibilitas dan popularitas Istana Maimun sebagai destinasi wisata budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- 3DVista. (2014). *3DVista virtual tour suite quick guide*.
- 3DVista. (2019). *Animated panoramas and video hotspot in 3DVista* [Video]. YouTube.
https://youtu.be/Lv5xckO_6so?si=D4ZSGUpF0x5wpbB-

- Asmani, J. (2011). Virtual Reality Photography (VRP) untuk pembuatan virtual tour 360°. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Medan. (n.d.). [Profil Instagram]. Instagram. <https://www.instagram.com/dinaspariwisataKotaMedan/?hl=en>
- Artsteps. (2024). *Dipo Art Exhibition on Artsteps*. <https://www.artsteps.com/view/654fb2a1c1189beaf73587f7>
- Galitz, W. M. (2007). User interface design: A new age of opportunity. In M. G. Helander, T. K. Landauer, & P. Prabhu (Eds.), *Handbook of human-computer interaction* (pp. 473–522).
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. (n.d.). *Jumlah wisman ke Sumatera Utara pada Desember 2021*. <https://sumut.bps.go.id/pressrelease/2022/02/02/895/jumlah-wisman-ke-sumatera-utara-pada-desember-2021-sebanyak-0-kunjungan.html>
- Karya, S. M. (2020). *Virtual tour 360° SMK Multi Karya*. SMK Multi Karya. <http://www.vtour.smkmultikarya.sch.id>
- Kusrianto, A. (2010). *Pengantar tipografi*. Jakarta: Elexmedia Computindo.
- Nichols, R. (2021). *Mastering Adobe Photoshop Elements 2022*. Packt Publishing.
- Nofiar, A., Pribadi, A., Nasari, F., Irawan, R., Firmansyah, R., & Nahampun, B. N. (2023). *Buku virtual reality*. CV Kireinara.
- Setiadi, T. (2017). *Dasar fotografi: Cara cepat memahami fotografi*. Yogyakarta: Andi.
- Sharp, H., Rogers, Y., & Preece, J. (2019). *Interaction design: Beyond human-computer interaction* (5th ed.). Wiley.
- Surjono, H. D. (2017). *Multimedia pembelajaran interaktif: Konsep dan pengembangan* (Vol. 1). UNY Press.
- Syani, M., & Rahman, F. (2017). Virtual tour interaktif panorama 360° berbasis web di Politeknik TEDC Bandung: Studi kasus program studi teknik informatika.
- Thomas, D. G., Sherwin, S. R., & Brave, S. A. (2018). *Virtual tour sebagai media promosi interaktif*.
- 3DVista. (2019). *Virtual tour for e-learning, training, and quizzing* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/c138akjCDGc?si=UX4mHU4l6YkuZ7nf>
- Wicaksono, S. E., Triani, A. R., & Prajana, A. M. (2021). Perancangan prototype aplikasi mobile Museum Geologi Bandung.

Tamarin Interactive. (n.d.). *Website Tionghua Benteng Virtual Museum.*

<https://tamarininteractive.com/tionghoabenteng>

Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. (n.d.). *Wisatawan mancanegara yang datang ke Sumatera Utara.*

<https://sumut.bps.go.id/indicator/16/264/1/wisatawan-mancanegara-yang-datang-ke-sumatera-utara-menurut-kebangsaan-orang.html>