

MENINGKATKAN PENGALAMAN IMERSIF WISATAWAN MELALUI AUGMENTED REALITY: STUDI KASUS DI THE BLANCO RENAISSANCE MUSEUM

I Nyoman Cahyadi Wijaya^{1*}, Ni Kadek Winda Yanti², Rangga Aditya Hanggadwipa³, I
Made Dedik Setiawan⁴, Gloria Velove Kale⁵, Ni Nyoman Putri Gayatri⁶

¹²³⁴⁵⁶Universitas Pendidikan Nasional

*Korespondensi: cahyadiwijaya@undiknas.ac.id

Dikirim	Direvisi	Diterima
23-11-2024	14-02-2025	25-02-2025

ABSTRACT

Purpose: This research aims to explore the potential of AR to transform the museum experience, focusing on its ability to offer immersive, educational and culturally enriching interactions. Additionally, this research identifies challenges and opportunities for AR adoption.

Research Methods: Using qualitative case study methodology, data was collected through in-depth interviews with visitors and museum personnel, participant observation, document analysis, and focus group discussions with key stakeholders. Thematic analysis was used to reveal patterns regarding user engagement, operational barriers, and the broader implications of AR for cultural heritage preservation and virtual tourism.

Implications: Findings reveal that AR enhances the visitor experience by offering interactive 3D models, encouraging emotional engagement, and creating a dynamic recognition of the museum's heritage. However, challenges such as limited public awareness, technical resource gaps, and usability issues limit its potential. The study concludes that AR not only enriches the museum experience but also supports the growth of virtual tourism, making cultural heritage more accessible globally. Strategic recommendations include improving AR accessibility, expanding digital marketing, and integrating exclusive product lines to ensure financial sustainability and increase visitor satisfaction.

Keywords: *Augmented Reality*, immersive experience, virtual tourism, cultural heritage museum

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi potensi *Augmented Reality* (AR) dalam mengubah pengalaman museum, dengan fokus pada kemampuannya untuk menawarkan interaksi yang imersif, mendidik, dan memperkaya budaya. Selain itu, penelitian ini mengidentifikasi tantangan dan peluang untuk adopsi AR.

Metode Penelitian: Dengan menggunakan metodologi kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pengunjung dan personel museum, observasi partisipan, analisis dokumen, dan diskusi kelompok terfokus dengan pemangku kepentingan utama. Analisis tematik digunakan untuk mengungkap pola terkait keterlibatan pengguna, hambatan operasional, dan implikasi AR yang lebih luas terhadap pelestarian warisan budaya dan pariwisata virtual.

Implikasi: Temuan mengungkapkan bahwa AR meningkatkan pengalaman pengunjung dengan menawarkan model 3D interaktif, mendorong keterlibatan emosional, dan menciptakan pengenalan dinamis terhadap warisan museum. Namun, tantangan seperti terbatasnya kesadaran masyarakat, kesenjangan sumber daya teknis, dan masalah kegunaan membatasi potensinya. Studi tersebut menyimpulkan bahwa AR tidak hanya memperkaya pengalaman museum tetapi juga mendukung pertumbuhan pariwisata virtual, menjadikan warisan budaya lebih mudah diakses secara global. Rekomendasi strategis mencakup peningkatan aksesibilitas AR, perluasan pemasaran digital, dan integrasi lini produk eksklusif untuk memastikan keberlanjutan finansial dan meningkatkan kepuasan pengunjung.

Kata kunci: *Augmented Reality*, pengalaman mendalam, pariwisata virtual, museum warisan budaya

PENDAHULUAN

Integrasi Augmented Reality (AR) dalam industri pariwisata tidak lagi sekadar inovasi

tambahan, melainkan telah berkembang menjadi teknologi transformatif yang mendefinisikan ulang pengalaman wisatawan dalam memahami dan berinteraksi dengan budaya serta warisan sejarah. Dalam konteks museum, AR telah beralih dari sekadar alat interaktif menuju pendekatan berbasis data yang memanfaatkan kecerdasan buatan (AI) dan Internet of Things (IoT) untuk menciptakan pengalaman yang lebih personal dan adaptif. Dengan menggunakan pemrosesan real-time dan analitik perilaku pengunjung, teknologi ini memungkinkan museum untuk menawarkan konten yang dikurasi secara dinamis berdasarkan minat dan preferensi individu (Martí-testón et al., 2023)

AR kini tidak hanya diterapkan dalam ruang fisik museum tetapi juga menjadi pilar utama dalam pengembangan pariwisata virtual, yang semakin relevan di era pascapandemi. Konsep "museum tanpa batas" yang memanfaatkan *Augmented reality* (AR), *Virtual reality* (VR), dan *Mixed reality* (MR) memungkinkan akses ke warisan budaya dari mana saja, mengatasi keterbatasan geografis dan fisik. Di samping itu, studi terbaru menunjukkan bahwa integrasi AR dengan gamifikasi dalam ekosistem museum dapat meningkatkan keterlibatan dan daya ingat pengunjung, yang berimplikasi langsung pada efektivitas pendidikan budaya dan sejarah (Leung et al., 2023).

Potensi AR yang besar untuk dapat diterapkan di museum-museum Indonesia masih menghadapi tantangan signifikan, termasuk kesiapan infrastruktur digital, ketersediaan tenaga ahli, serta biaya implementasi yang tinggi (Ardhiati et al., 2021; Soemarni & Huvianta, 2023). Di negara-negara dengan ekosistem digital yang lebih maju, seperti Jepang dan Korea Selatan, AR telah diintegrasikan dengan teknologi 5G untuk menghadirkan pengalaman yang lebih imersif dan berkecepatan tinggi, memungkinkan interaksi real-time yang lebih kaya. Dalam konteks Indonesia, peluang penelitian terbuka luas untuk mengeksplorasi bagaimana AR dapat diadaptasi dengan mempertimbangkan keterbatasan teknologi lokal serta keberagaman pengunjung. Dengan demikian, studi yang lebih mendalam tentang model implementasi AR yang berkelanjutan dan inklusif sangat diperlukan untuk mendorong pertumbuhan pariwisata berbasis teknologi di Indonesia dan memperkuat daya saingnya dalam industri global.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi potensi AR yang mendalam di Museum Blanco. Metode pengumpulan data meliputi: (1) Wawancara mendalam dilakukan kepada pengunjung museum yang telah menggunakan fitur AR serta personel pengelola museum yang bertanggung jawab atas penerapan AR. Wawancara bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman pengguna dan perspektif pengelola terkait manfaat serta tantangan implementasi AR di Museum Blanco. (2) Peneliti melakukan observasi langsung terhadap interaksi pengunjung dengan fitur AR yang tersedia di museum. Fokus observasi mencakup durasi penggunaan, tingkat keterlibatan, serta respons emosional pengunjung terhadap teknologi AR. (3) Studi terhadap materi promosi dan konten digital yang dibuat oleh museum terkait fitur AR, termasuk brosur, media sosial, dan materi pemasaran lainnya. Analisis ini bertujuan untuk memahami bagaimana museum memosisikan AR sebagai bagian dari strategi komunikasi dan branding. dan (4) *Focus Group Discussion* (FGD) dilakukan dengan melibatkan empat kelompok responden utama: pengelola museum, pemandu wisata (guide), mahasiswa pariwisata, dan dosen pariwisata. Diskusi ini bertujuan untuk menggali pemahaman mendalam mengenai efektivitas AR dari perspektif operasional, edukatif, dan pengalaman pengunjung. FGD dilakukan sebanyak dua kali yakni pra-kunjungan dan saat usai kunjungan. Masing-masing dihadiri pihak yang sama, hal ini dilakukan untuk mengumpulkan berbagai sudut pandang dan memperkaya temuan penelitian.

Analisis Tematik (AT) digunakan untuk mengidentifikasi pola dan tema yang berkaitan dengan pengalaman pengguna, tantangan dalam implementasi AR, serta

kontribusinya terhadap pariwisata virtual. Metode pengumpulan data mencakup wawancara mendalam dengan pengunjung museum yang telah menggunakan fitur AR dan personel museum yang bertanggung jawab atas implementasi AR, observasi partisipan untuk menganalisis interaksi pengunjung dengan pameran AR, analisis dokumen materi promosi dan konten digital terkait AR yang dibuat oleh museum, serta diskusi kelompok terfokus dengan Mario Blanco dan Antonio Blanco Jr. Data yang diperoleh dianalisis secara tematik menggunakan enam tahap dari Braun & Clarke (2006), yaitu:

1. Familiarisasi dengan data: Peneliti membaca dan meninjau kembali data dari wawancara, observasi, dan FGD untuk memahami pola awal. Dalam penelitian ini, familiarisasi dilakukan dengan mengeksplorasi pengalaman pengguna AR, hambatan operasional, serta dampaknya terhadap keterlibatan pengunjung museum.
2. Pembuatan kode awal: Kode awal dibuat berdasarkan poin-poin kunci yang muncul dalam data, seperti "interaksi imersif AR", "hambatan teknis", dan "respon emosional pengunjung". Selain itu, tanggapan pengunjung mengenai model 3D Antonio Blanco dikodekan sebagai bentuk keterlibatan pengunjung
3. Pencarian tema: Kode-kode yang serupa dikelompokkan menjadi tema yang lebih luas. Dalam penelitian ini, tema yang ditemukan mungkin mencakup "Peningkatan Pengalaman Pengunjung melalui AR", "Tantangan Implementasi AR", dan "AR dalam Konteks Pariwisata Virtual".
4. Peninjauan tema: Tema yang telah ditemukan dievaluasi untuk memastikan bahwa tema tersebut benar-benar mencerminkan data. Dalam penelitian ini, misalnya, tema "Peningkatan Pengalaman Pengunjung" dapat diperkuat dengan wawancara yang menunjukkan bagaimana AR meningkatkan rasa ingin tahu dan keterlibatan.
5. Pendefinisian dan penamaan tema: Tema-tema yang telah dikonfirmasi kemudian diberi definisi yang jelas. Misalnya, tema "Tantangan Implementasi AR" bisa mencakup aspek kesenjangan teknologi, kesadaran publik, serta kebutuhan sumber daya manusia yang terampil.
6. Pelaporan hasil: Hasil akhir disusun dalam bentuk narasi penelitian yang komprehensif, seperti yang terlihat dalam bagian pembahasan penelitian. Penjelasan ini didukung oleh kutipan dari data dan interpretasi untuk menunjukkan bagaimana AR memengaruhi pengalaman museum.

Metode ini dipilih karena fleksibilitasnya dalam memahami pengalaman subjektif (Heriyanto, 2018), dalam konteks penelitian ini subjektivitas pengguna AR serta mengungkap wawasan mendalam mengenai keterlibatan pengunjung menjadi tantangan implementasi AR di museum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Museum Blanco Renaissance

Museum Blanco adalah lembaga swasta yang didedikasikan untuk memamerkan kehidupan dan karya Antonio Blanco, dengan warisan yang diteruskan oleh putranya, Mario Blanco. Berbeda dengan banyak museum di Bali yang berfungsi sebagai galeri untuk memamerkan karya seniman lain, Museum Blanco fokus memproduksi dan memamerkan karya seni aslinya. Identitas unik sebagai produsen dan bukan sebagai kolektor membedakannya dalam lanskap kompetitif. Selain lukisan-lukisan Antonio Blanco yang terkenal, lukisan Antonio Blanco yang diakui secara internasional menampilkan 16.000 karya yang dipamerkan di 18 negara menambah kedalaman persembahan museum, memperkaya pengalaman pengunjung dengan ekspresi artistik yang beragam.



Gambar 1. FGD (kiri) Pasca FGD (kanan)

Sumber: Penulis, (2024)

Analisis Tematik Braun & Clarke (2006) dalam Penelitian Augmented Reality di The Blanco Renaissance Museum:

1. Familiarisasi dengan Data

Tahap awal dalam analisis tematik adalah membiasakan diri dengan data yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, analisis dokumen, dan Focus Group Discussion (FGD). Dalam penelitian ini, data yang diperoleh menunjukkan berbagai perspektif mengenai implementasi AR di Museum Blanco, termasuk manfaat dan tantangan yang dihadapi. Temuan awal menunjukkan bahwa AR meningkatkan pengalaman pengunjung melalui interaksi imersif, tetapi terdapat kendala seperti kesenjangan teknologi dan kurangnya kesadaran masyarakat terhadap fitur ini.

2. Pembuatan Kode Awal

Setelah memahami data, proses selanjutnya adalah mengkodekan elemen-elemen kunci yang muncul dari transkrip wawancara, catatan observasi, dan hasil diskusi kelompok. Kode awal yang diidentifikasi dalam penelitian ini meliputi:

- Interaksi Imersif: Pengunjung merasakan pengalaman yang lebih mendalam dengan model 3D Antonio Blanco.
- Hambatan Teknis: Kurangnya infrastruktur teknologi dan keahlian teknis dalam penerapan AR.
- Respon Emosional Pengunjung: Antusiasme dan keterlibatan pengunjung meningkat dengan fitur AR.
- Pemasaran dan Kesadaran Masyarakat: Keterbatasan strategi pemasaran AR sehingga masih banyak pengunjung yang tidak mengetahui fitur ini.
- Potensi Pariwisata Virtual: AR sebagai alat yang memperluas jangkauan museum kepada audiens global.

3. Pencarian Tema

Kode-kode yang telah dihasilkan dikelompokkan menjadi beberapa tema utama yang merepresentasikan pola-pola dalam data:

- Peningkatan Pengalaman Pengunjung melalui AR: AR memungkinkan pengalaman museum yang lebih interaktif dan menarik.
- Tantangan dalam Implementasi AR: Termasuk kurangnya kesadaran publik, keterbatasan sumber daya teknologi, dan kesiapan pengguna.
- AR sebagai Alat Pariwisata Virtual: Teknologi ini dapat digunakan untuk menjangkau audiens global dan meningkatkan aksesibilitas terhadap warisan budaya.

4. Peninjauan Tema

Pada tahap ini, tema-tema yang diidentifikasi ditinjau ulang untuk memastikan bahwa mereka sesuai dengan data yang dikumpulkan. Dalam penelitian ini, setiap tema dianalisis ulang dengan melihat keterkaitannya dengan wawancara dan hasil observasi. Misalnya, tema "Peningkatan Pengalaman Pengunjung melalui AR" diperkuat oleh tanggapan positif dari 80% responden yang menyatakan bahwa fitur AR membuat pengalaman museum lebih dinamis. Tema "Tantangan dalam Implementasi AR" dikonfirmasi melalui wawancara dengan pengelola museum yang menyebutkan bahwa keterbatasan anggaran dan kurangnya tenaga ahli teknologi menjadi hambatan utama dalam penerapan AR.

5. Pendefinisian dan Penamaan Tema

Setelah tema-tema ditinjau, langkah selanjutnya adalah mendefinisikan dan menamai tema secara jelas:

- Transformasi Pengalaman Museum melalui AR: AR memberikan pengalaman baru yang lebih interaktif dan menarik bagi pengunjung.
- Hambatan dan Kesiapan dalam Adopsi Teknologi AR: Menyoroti keterbatasan teknis, kesadaran masyarakat, dan kesiapan pengguna.
- Peluang AR dalam Ekspansi Pariwisata Virtual: AR sebagai jembatan untuk menghubungkan museum dengan audiens global.

6. Pelaporan Hasil

Langkah terakhir adalah menyusun hasil analisis dalam bentuk narasi penelitian yang komprehensif. Dalam penelitian ini, hasil analisis tematik dimasukkan ke dalam bagian diskusi untuk menjelaskan bagaimana AR telah mempengaruhi pengalaman pengunjung di Museum Blanco. Hasil menunjukkan bahwa meskipun AR memiliki potensi besar dalam meningkatkan keterlibatan pengunjung, masih terdapat tantangan yang perlu diatasi agar teknologi ini dapat diadopsi secara optimal. Rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini mencakup peningkatan strategi pemasaran, pelatihan sumber daya manusia, serta pengembangan fitur AR yang lebih kontekstual dengan koleksi museum.

AR sebagai Katalisator Pengalaman imersif

Temuan dari analisis tematik menunjukkan bahwa AR berperan sebagai katalisator utama dalam meningkatkan keterlibatan pengunjung di Museum Blanco. Melalui fitur interaktif seperti model 3D Antonio Blanco, pengunjung dapat merasakan pengalaman yang lebih personal dan mendalam.



Gambar 2. Pengunjung mencoba *Augmented Reality* Model 3D legenda Antonio Blanco
(Sumber: Observasi, 2024)

Fitur ini tidak hanya menarik perhatian tetapi juga menciptakan bentuk keterlibatan baru yang sebelumnya tidak tersedia dalam pengalaman museum konvensional. Tanggapan dari 80% responden yang diwawancarai menunjukkan bahwa pengalaman museum menjadi lebih dinamis dan meningkatkan rasa keingintahuan mereka dalam mengeksplorasi koleksi yang ada. Namun, meskipun AR berhasil menciptakan interaksi yang lebih mendalam, beberapa pengunjung menyarankan agar teknologi ini dapat lebih diintegrasikan dengan koleksi seni museum. Meskipun pengalaman AR tidak terkait langsung dengan karya seni museum, namun tetap memainkan peran penting dalam memperkaya pengalaman pengunjung dengan menciptakan titik interaksi baru. Fitur seperti penceritaan interaktif ini memungkinkan pengunjung untuk terhubung dengan warisan museum dengan cara yang lebih menarik dan berkesan (Mossberg, 2008)

PEMBAHASAN

Potensi Pariwisata Virtual

Augmented Reality (AR) selaras dengan tren pariwisata virtual yang berkembang, dimana teknologi memungkinkan pengunjung menjelajahi destinasi dari jarak jauh, menyediakan cara mendalam untuk berinteraksi dengan warisan budaya tanpa perlu hadir secara fisik (Yim et al., 2017). Penyelarasan ini menghadirkan peluang unik bagi institusi budaya seperti Museum Blanco untuk memanfaatkan potensi besar pariwisata virtual. Dengan mengintegrasikan AR, museum telah berhasil memperluas pengalaman pengunjung melampaui batas fisiknya, sehingga dapat diakses oleh khalayak global. Langkah ini memungkinkan individu yang tidak dapat melakukan perjalanan untuk tetap berinteraksi dengan pameran dan persembahan budaya museum, terutama mereka yang memiliki mobilitas terbatas atau yang secara geografis jauh.

Penggabungan model 3D interaktif kreasi ikonik Antonio Blanco ke dalam pengalaman AR merupakan contoh utama bagaimana museum memanfaatkan teknologi untuk menawarkan sesuatu yang baru dan menarik. Representasi digital ini, dikombinasikan dengan narasi informatif, tidak hanya menarik pengunjung lokal namun juga memungkinkan khalayak global untuk terlibat dengan warisan museum dengan cara yang benar-benar baru. Selama penelitian berlangsung, 20 responden mengungkapkan apresiasi mereka atas kemampuan museum dalam menyediakan akses virtual terhadap pamerannya, dan menyoroti bagaimana inisiatif tersebut membuka pengalaman museum bagi mereka yang mungkin tidak memiliki kesempatan untuk berkunjung.

Pentingnya keterlibatan teknologi dalam pengembangan pariwisata virtual ini sangat penting dalam lanskap pariwisata pascapandemi, dimana perjalanan konvensional mulai perlu peningkatan dengan menambahkan unsur teknologi. AR telah terbukti menjadi alat yang ampuh untuk mensimulasikan kehadiran dan menciptakan pengalaman mendalam bagi audiens jarak jauh. Dengan menawarkan tur virtual dan pengalaman AR, Museum Blanco telah memposisikan dirinya sebagai pemimpin potensial dalam domain pariwisata virtual, resonansi dengan Melati & Syarief, (2022) dengan pendekatan inovatifnya dapat menjadi preseden bagi museum dan lembaga budaya lain yang ingin memperluas jangkauan mereka dan terhubung dengan khalayak global dengan cara yang berkelanjutan dan inklusif. Langkah ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan pengunjung namun juga membantu melestarikan warisan budaya dengan menjadikannya lebih mudah diakses oleh orang-orang di seluruh dunia, terlepas dari lokasi fisik mereka. Selain itu, bimbingan yang diberikan oleh staf museum Blanco memainkan peran penting karena temuan ini sejalan dengan Nirmala & Paramitha, (2020); Puspita et al., (2021) di era digital, tidak adanya sentuhan manusia tidak dapat diimbangi oleh teknologi, sehingga sentuhan manusia dalam rangka integrasi pariwisata dan teknologi masih relevan dan bermanfaat.

Seiring dengan pertumbuhan pariwisata virtual, adopsi awal AR oleh Museum Blanco sebagai alat untuk memperluas basis audiensnya menyoroti potensinya untuk menjadi pemain terkemuka di masa depan pariwisata digital dan jarak jauh. Upaya museum untuk menggunakan AR sebagai sarana menghubungkan masyarakat dengan budaya secara virtual, inisiatif ini menandai museum sebagai institusi yang berpikiran maju yang selaras dengan penelitian AR untuk memperluas posisi museum dalam meraih kesuksesan jangka panjang dalam perluasan dunia pariwisata digital. (Kusdiby dkk., 2023).

Tantangan dan Peluang dalam Implementasi

Penerapan *Augmented Reality* (AR) di Museum Blanco menawarkan tantangan sekaligus peluang yang signifikan. Meskipun AR memiliki potensi untuk mengubah keterlibatan dan pengalaman pengunjung, keberhasilan integrasinya memerlukan penanganan beberapa masalah utama. Permasalahan ini berkisar dari terbatasnya kesadaran masyarakat dan keterbatasan sumber daya hingga kesiapan pengunjung untuk menggunakan teknologi secara efektif. Memahami tantangan-tantangan ini dalam konteks kerangka pariwisata dan teknologi yang lebih luas sangat penting untuk mengidentifikasi bidang-bidang yang dapat dilakukan perbaikan. Dalam tabel berikut, dapat diketahui tantangan yang dihadapi Museum Blanco dalam menerapkan AR dan potensi peluang untuk mengatasi tantangan tersebut. Selain itu, temuan menunjukkan terdapat kerangka teoritis yang relevan yang menginformasikan pemahaman kita tentang peran AR dalam meningkatkan pengalaman pengunjung dan pariwisata virtual.

Tabel 1. Tantangan dan Peluang Penerapan AR di Museum Blanco

Kategori	Tantangan	Peluang	Teori/Kerangka Terkait
Kesadaran	Terbatasnya pengetahuan masyarakat terhadap fitur-fitur AR karena upaya promosi yang kurang memadai.	Kembangkan strategi pemasaran yang kuat, terutama pada platform digital, untuk meningkatkan kesadaran.	Teori Kesadaran Masyarakat (Yang et al., 2022)
Kendala Sumber Daya	Kesenjangan dalam keahlian teknis dan kebutuhan investasi yang signifikan di bidang infrastruktur.	Berkolaborasi dengan perusahaan teknologi dan lembaga pendidikan untuk pelatihan dan berbagi sumber daya.	Teori Ketergantungan Sumber Daya (Yung & Khoo-Lattimore, 2019)

Kesiapan Pengunjung	Beberapa pengunjung mengalami kesulitan dalam menavigasi objek AR, yang menunjukkan perlunya desain yang lebih ramah pengguna.	Fokus pada desain intuitif, tutorial yang jelas, dan pelatihan untuk meningkatkan pengalaman pengguna.	<i>Technology Acceptance</i> (Davis, 1989; Scherer et al., 2019)
Keterikatan	Beberapa pengunjung merasa konten AR tidak cukup dikaitkan dengan karya seni museum.	Sempurnakan fitur AR dengan menambahkan narasi sejarah atau informasi kontekstual ke karya seni.	<i>Added value heritage</i> (Jung dkk., 2020)
Kepuasan Pengunjung	Rendahnya kepuasan karena kurangnya keterlibatan atau nilai pendidikan yang tidak jelas.	Tingkatkan keterlibatan emosional melalui pengalaman AR yang dipersonalisasi yang berhubungan dengan preferensi pengunjung.	<i>Experience Value</i> (Gibson & O'Rawe, 2018)
Potensi Wisata Virtual	Jangkauan terbatas karena kendala geografis.	Perluas jangkauan museum melalui tur AR virtual untuk khalayak global.	Teori Pariwisata Virtual (Bogicevic et al., 2019)

Sumber: Pengolahan data, (2024)

Strategi pengembangan Museum Blanco Renaisans

Museum Blanco berdiri di titik penting di mana ia dapat mendefinisikan kembali perannya sebagai tujuan seni dan pendidikan. Dengan adanya pergeseran demografi pengunjung ke arah pelajar pasca-COVID-19, museum ini berada pada posisi yang tepat untuk menerima hal tersebut edu-pariwisata. Dengan menawarkan program yang disesuaikan seperti lokakarya seni, tur interaktif, dan pameran yang berpusat pada warisan Antonio Blanco dan Mario Blanco, museum dapat meningkatkan daya tariknya sebagai pusat pendidikan sekaligus memperkuat signifikansi budayanya.

Pada saat yang sama, meningkatkan upaya branding dan pemasaran digital sangatlah penting. Kedudukan Mario Blanco sebagai seniman nasional memberikan keuntungan unik untuk mempromosikan merek museum dan menarik perhatian melalui penceritaan yang relevan. Meningkatkan produksi konten di platform seperti YouTube, ditambah dengan mengoptimalkan keterlibatan di Google Review, dapat memperluas kehadiran digital museum. Menyoroti identitas khasnya sebagai produser karya seni orisinal, serta narasi menarik tentang perjalanan artistik keluarga Blanco, mampu memikat penonton baik lokal maupun global.

Untuk memastikan keberlanjutan finansial, museum dapat memanfaatkan lini produk eksklusif. Cetakan mahakarya Antonio Blanco yang bertanda tangan dan edisi terbatas, diperluas hingga mencakup karya Mario Blanco, menawarkan aliran pendapatan yang menarik sekaligus memperkuat eksklusivitas museum. Penawaran tersebut diperuntukkan bagi kolektor seni dan pengunjung setia, sehingga menciptakan hubungan yang lebih dalam antara museum dan pengunjungnya.

Selain itu, membidik segmen pengunjung tertentu yang terungkap dalam FGD perlu dilakukan sebagai strategi pemasaran yang serius untuk meraih pasar potensial seperti kelompok Dharma Wanita, pegawai negeri, dan personel militer memberikan peluang untuk merancang program khusus. Tur kelompok atau aktivitas bertema seni yang disesuaikan untuk audiensi ini dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan memperluas jangkauan pasar museum. Dengan mengintegrasikan strategi-strategi ini inisiatif wisata edukasi, *branding* digital, diversifikasi produk eksklusif, dan program yang ditargetkan Museum Blanco dapat mengamankan posisinya sebagai tujuan budaya dan seni utama di Bali. Fokusnya pada keunikan, nilai pendidikan, dan perolehan pendapatan yang inovatif memastikan bahwa program ini tetap relevan dan terus berkembang dalam lanskap pariwisata yang terus berkembang.

SIMPULAN

Studi ini menyimpulkan bahwa penerapan *Augmented Reality* (AR) di Museum Blanco secara signifikan meningkatkan keterlibatan pengunjung dan mendukung potensinya sebagai tujuan wisata virtual. AR memperkaya pengalaman museum melalui penceritaan interaktif, keterlibatan emosional, dan visualisasi dinamis, selaras dengan warisan yang ditambah dan teori nilai pengalaman. Namun, tantangan seperti terbatasnya kesadaran masyarakat, keterbatasan sumber daya, dan hambatan kegunaan menghambat penerapannya secara optimal. Temuan ini menggarisbawahi perlunya upaya strategis untuk meningkatkan aksesibilitas, mempromosikan fitur AR secara efektif, dan menyelaraskan teknologi dengan kesiapan pengunjung.

Penelitian ini dibatasi oleh fokusnya pada satu studi kasus, yang mungkin tidak sepenuhnya mewakili penerapan AR yang lebih luas di lembaga budaya lain. Selain itu, metode kualitatif yang digunakan, seperti wawancara dan observasi, mengandalkan perspektif subjektif yang dapat memanfaatkan triangulasi data kuantitatif untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam. Penelitian di masa depan harus mengeksplorasi dampak jangka panjang AR terhadap perilaku dan kepuasan pengunjung, membandingkan adopsi AR di berbagai jenis museum, dan menggabungkan sampel yang lebih besar dan beragam untuk meningkatkan kemampuan generalisasi (Ardhiati et al., 2021; Bagus Satya Wira et al., 2023). Menjelajahi integrasi AR dengan teknologi lain, seperti realitas virtual, juga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang potensinya dalam pariwisata virtual.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhiati, Y., Prawesthi D, A., Prasetya, L. E., Kurniawan, F. W., & Priyambodo, B. (2021). Virtual Tourism: An Imaginary Art Museum of Soekarno's Painting Collection Series. *International Journal of Glocal Tourism*, 2(3), 177-184. <https://doi.org/10.58982/injogt.v2i3.73>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Wira, S. N. B. S., Prawira, A. A. G. O., Slamet, I. W. A., Rusadi, N. W. P. (2023). Tur Virtual sebagai Wisata Alternatif selama Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 8(1), 1-13. <https://doi.org/10.56743/jstp.v8i1.214>
- Bogicevic, V., Seo, S., Kandampully, J. A., Liu, S. Q., & Rudd, N. A. (2019). Virtual reality presence as a preamble of tourism experience: The role of mental imagery. *Tourism Management*, 74, 55-64. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.02.009>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008>
- Gibson, A., & O'Rawe, M. (2018). Virtual reality as a travel promotional tool: Insights from a consumer travel fair. In *Augmented Reality and Virtual Reality, Progress* (pp. 93-107). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-64027-3_7
- Heriyanto, H. (2018). Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif (Thematic Analysis as a Method for Analyzing Data for Qualitative Research). *Anuva*, 2(3), 317.
- Jung, K., Nguyen, V. T., Piscarac, D., & Yoo, S. C. (2020). Meet the virtual jeju dol harubang – The mixed VR/Ar application for cultural immersion in Korea's main heritage. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 9(6). <https://doi.org/10.3390/ijgi9060367>
- Kusdibyo, L., Rafdinal, W., Susanto, E., Suprina, R., Nendi, I., & Abdurokhim, A. (2023). How smart are you at traveling? Adoption of smart tourism technology in influencing visiting tourism destinations. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 14(4), 2015. [https://doi.org/10.14505/jemt.14.4\(68\).13](https://doi.org/10.14505/jemt.14.4(68).13)
- Leung, W. K. S., Chang, M. K., Cheung, M. L., & Shi, S. (2023). VR tourism experiences and tourist behavior intention in COVID-19: an experience economy and mood management perspective. *Information Technology & People*, 36(3), 1095-1125. <https://doi.org/10.1108/ITP-06-2021-0423>
- Martí-testón, A., Muñoz, A., Gracia, L., & Solanes, J. E. (2023). *applied sciences Using WebXR Metaverse Platforms to Create Touristic Services and Cultural Promotion*.
- Melati, D., & Syarif, S. (2022). Optimasi Produksi Aset Digital Virtual Event Dalam Meningkatkan Kualitas Event Virtual (Studi Kasus Pada KEMENKUMHAM Legal Expo). *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 7(2), 89-98. <https://doi.org/10.56743/jstp.v7i2.238>
- Merritt, K., & Zhao, S. (2020). An investigation of what factors determine the way in which customer satisfaction is increased through omni-channel marketing in retail. *Administrative Sciences*, 10(4). <https://doi.org/10.3390/admsci10040085>
- Mossberg, L. (2008). Extraordinary Experiences Trough Storytelling. *Scandinavian. Journal of Hospitality and Tourism*, 8 (3), 195-210. <https://doi.org/10.1080/15022250802532443>
- Nirmala, B. P. W., & Paramitha, A. A. I. I. (2020). Digitalisasi Desa dan Potensi Wisata Di Desa Kerta, Kabupaten Gianyar Menuju Pariwisata 4.0. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(3), 350-355. <https://doi.org/10.22437/jkam.v4i2.11273>

- Augusrini, N., Suzana, Y., Handayani, N., Putri, R. T. (2023). Virtual Tour Method as an Alternative Tourism Experience During The Covid-19 Pandemic (Case Study of Villages Nglanggeran, Yogyakarta). *International Journal of Travel, Hospitality and Events*, 2(3), 286–295. <https://doi.org/10.56743/ijothe.v2i3.296>
- Pratama, H., & Suprpto, B. (2017). The Effect of Brand Image, Price, and Brand Awareness on Brand Loyalty: The Rule of Customer Satisfaction as a Mediating Variable. *GATR Global Journal of Business Social Sciences Review*, 5(2), 52–57. [https://doi.org/10.35609/gjbsr.2017.5.2\(9\)](https://doi.org/10.35609/gjbsr.2017.5.2(9))
- Puspita, N. P. L. A., Astawa, I. P., & Mudana, I. G. (2021). Hotel Strategy in Facing the Covid-19 Pandemic (The Westin Resort Nusa Dua Experience). *International Journal of Glocal Tourism*, 2(1), 28–39. <https://doi.org/10.58982/injogt.v2i1.38>
- Scherer, R., Siddiq, F., & Tondeur, J. (2019). The technology acceptance model (TAM): A meta-analytic structural equation modeling. *Computers & Education*, 128, 13–35.
- Suheryadi, H., Noviadi, A., Wibowo, F.S. Azzahra, F. (2023). Jakarta Creative Tourism Travel Agent: Virtual Tour During Pandemic Covid-19. *International Journal of Travel, Hospitality and Events*, 2(3), 277–285. <https://doi.org/10.56743/ijothe.v2i3.295>
- Susanti, E., Rafika, M., & Melinda, T. (2021). Consumer Brand Engagement on Brand Loyalty: The Role of Brand Satisfaction as a Mediating Variable. *KnE Social Sciences*, 2021, 306–322. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i5.8818>
- Soemarni, L., & Huvianta, H. (2023). The Effect of Service Quality on Tourist Satisfaction in The Implementation of Chse at Museum Nasional Jakarta. *International Journal of Travel, Hospitality and Events*, 2(1), 311–319. <https://doi.org/10.56743/ijothe.v2i1.226>
- Yang, C., Yan, S., Wang, J., & Xue, Y. (2022). Flow Experiences and Virtual Tourism: The Role of Technological Acceptance and Technological Readiness. *Sustainability (Switzerland)*, 14(9), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su14095361>
- Yim, M. Y. C., Chu, S. C., & Sauer, P. L. (2017). Is *Augmented Reality* Technology an Effective Tool for E-commerce? An Interactivity and Vividness Perspective. *Journal of Interactive Marketing*, 39, 89–103. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2017.04.001>
- Yung, R., & Khoo-Lattimore, C. (2019). New realities: a systematic literature review on virtual reality and *Augmented Reality* in tourism research. *Current Issues in Tourism*, 22(17), 2056–2081. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1417359>