

---

## Analisa Kelayakan AR *Artbook* sebagai Media Promosi Destinasi Pariwisata dan Kebudayaan di Kota Singkawang

Ryo Chandra Putra

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknik dan Desain, Universitas Pradita  
Email: ryo.chandra@student.pradita.ac.id

---

Diterima:  
18 Maret 2024

Diterima Setelah Revisi:  
19 April 2024

Dipublikasikan:  
29 April 2024

---

### Abstrak

Indonesia merupakan negara dengan keberagaman suku, budaya, dan tradisi tersebar di 17,508 pulau. Hal ini tentu memberikan keunggulan dalam sektor pariwisata yang ada di Indonesia. Salah satunya, Kota Singkawang yang ditajuk Kota Tertoleran di Indonesia namun tidak memiliki angka pariwisata yang fantastis meskipun memiliki banyak tradisi multikultural yang unik dan destinasi serta objek wisata yang menarik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kelayakan media literatur Buku Ilustrasi yang dikombinasikan dengan teknologi *Augmented Reality* (AR) sebagai media promosi destinasi pariwisata dan kebudayaan yang ada. Metode penelitian kualitatif dilakukan berdasarkan studi literatur, studi data dan juga studi kasus terhadap penelitian dan perancangan yang sudah dilakukan maupun dipublikasikan. Berdasarkan hasil analisa, ditemukan bahwa media literatur Buku Ilustrasi AR layak menjadi opsi alternatif pendukung yang tidak hanya dapat mendorong media promosi yang sudah dilakukan oleh Pemerintah Kota Singkawang, namun juga mampu menjadi media pembelajaran terhadap kebudayaan dan pariwisata yang ada di Kota Singkawang.

**Kata Kunci:** Singkawang, Buku Ilustrasi, *Augmented Reality*, *Artbook*, *Pariwisata*.

### Abstract

*Indonesia is a country characterized by the diversity of its ethnicities, cultures, and traditions spread across 17,508 islands. This provides an advantage in the tourism sector in Indonesia. One example is Singkawang City, touted as the Most Tolerant City in Indonesia, yet it does not boast fantastic tourism figures despite having numerous multicultural traditions with tourist destinations & attractions. The purpose of this study is to analyze the feasibility of Augmented Reality (AR)-enhanced Illustration Book (AR Artbook) as an alternative promoting medium. The analysis is conducted through qualitative research methods based on literature reviews, data, and case studies of designs that have been published. Based on the findings, it is concluded, AR Artbook is a great promoting medium alternative, capable of enhancing the existing promotional media by the Singkawang City Government and also a viable learning tool for the culture and tourism in the city of Singkawang.*

**Keywords:** Singkawang, *Illustration Book*, *Augmented Reality*, *Artbook*, *Tourism*.

## 1 PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan kurang lebih 17,500 pulau dan ditempati juga hingga 360 lebih suku bangsa tentu mengakibatkan sektor pariwisata dan kebudayaan di Indonesia merupakan industri yang menjajikan, dilihat data yang dipublikasikan oleh Kementerian Keuangan Indonesia (Kemenkeu) pada triwulan 1 2023 yang mencatat adanya lonjakan signifikan pada kunjungan

wisatawan mancanegara kumulatif sebanyak 2,5 juta angka kedatangan sehingga mengakibatkan kenaikan 508,87% dibanding 2022 yang juga merupakan tahun dimana, Pada Laporan yang dipublikasikan oleh OECD atau *Organization for Economic Co-Operation and Development* menuliskan bahwa sektor pariwisata Indonesia mampu berpartisipasi dengan memberikan pendapat domestik bruto (PDB) hingga 5,0% dari keseluruhan PDB Indonesia. Namun, hal ini juga dipengaruhi pada pandemi Covid-19 yang menghantam dunia lewat kebijakan restriksi pada 2020 yang mengakibatkan penurunan tingkat peran serta industri pariwisata terhadap PDB hingga hanya berada pada 2,2% atau sebesar 56% dari angka sebelumnya terhadap keseluruhan perekonomian Indonesia. Namun, hal ini tidak membuat sektor pariwisata Indonesia menjadi sesuatu yang akan kadaluwarsa dalam waktu yang dekat. Dilihat dari sumber yang sama, dimana Indonesia lewat Kemendikbud atau Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memprediksi adanya kenaikan angka kedatangan wisatawan mancanegara pada penghujung tahun 2023 menyentuh angka kurang lebih sebanyak 9 juta kunjungan wisatawan mancanegara (wisman).

Hal ini, dapat digunakan sebagai momentum daerah-daerah pariwisata di Indonesia sebagai strategi untuk menarik lebih banyak pendapatan di sektor pariwisata. Salah satu kota yang dikenal dengan keberagaman objek pariwisata dan kebudayaannya adalah Kota Singkawang, Kota Singkawang yang disebut juga Kota San-Khew-Jong dalam bahasa Hakka dan Kota Sakawokng dalam Bahasa Dayak Salako yang kerap digunakan oleh masyarakatnya, merupakan kota yang terdapat di provinsi Kalimantan Barat. Penuh dengan keberagaman juga menganugerahkan Singkawang dengan menoreh angka ketoleransian antar kultural yang tertinggi di Indonesia berdasarkan Indeks Kota Tertoleran dari SETARA Institute pada 2021-2023. Selain itu, Singkawang juga menerima Anugrah Kebudayaan PWI pada Peringatan Hari Pers Nasional Tahun 2021. Singkawang memiliki banyak potensi pariwisata dan kebudayaan yang diadakan setiap tahunnya seperti tradisi khas suku Tionghoa seperti Imlek, Ceng Beng, hingga Pawai Tatung dan Cap Go Meh yang merupakan salah satu bentuk perpaduan budaya Tionghoa dan Dayak (Juniardi & Marjito, 2018). Terlepas dari itu, Kota Singkawang pun menunjukkan keterbukaannya terhadap hari besar agama dilihat dari jalanan yang kerap kali dihiasi ornamen khas hari besar keagamaan terkait.

Meskipun begitu, Kota Singkawang mencatat angka pariwisata yang belum menjadikan Kota Singkawang sebagai kota yang berpusat pada sektor pariwisatanya dilansir dari angka pariwisata yang kurang lebih menyentuh angka 6000 tiap bulannya dari 2019 Menurut BPS atau Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Barat (2023). Bahkan, Sektor Pariwisata Kalimantan Barat juga terkena dampak Pandemi Covid-19 yang mengakibatkan titik terendah pada bulan Februari 2022 dan mencatat angka dibawah 10 kunjungan wisman dari Desember 2020 Hingga Maret 2022. Hal ini menunjukkan bahwa perlu terus dikembangkan dan dikenalkan ke masyarakat Indonesia, karena potensi pariwisata belum sepenuhnya usai dilihat dari kembalinya kenaikan angka wisman yang berkunjung ke Kalimantan Barat pada Desember 2022 hingga puncaknya Desember 2023 yang menunjukkan kenaikan 17,91% untuk rasio *year to year (y-to-y)* Desember 2022 dan 94,59% untuk rasio *month to month (m-to-m)* November 2023 .

Melihat permasalahan yang ada diatas, Kota Singkawang membutuhkan inovasi atau publikasi dalam media yang lebih atraktif dan interaktif agar dapat meraih audiens yang lebih luas untuk mengenal destinasi pariwisata dan kebudayaan di Singkawang. Salah satu media interaktif tersebut adalah, buku ilustrasi interaktif/AR *Artbook*, dimana *Artbook* yang ada dapat menjadi salah satu media promosi yang atraktif sehingga dapat membantu meningkatkan *awareness* dan ketertarikan terhadap Kota Singkawang dan akhirnya, meningkatkan angka pariwisata. Pemilihan media AR *Artbook* adalah berdasarkan beberapa faktor seperti banyaknya konten dan pengetahuan yang bisa diolah dan diselipkan di dalam sebuah buku, terutama untuk sebuah daerah yang memiliki banyak kebudayaan dan tradisi penuh dengan cerita di belakangnya, agar semua informasi kompleks yang ada serta latar belakangnya dapat diselipkan kedalam sebuah media yang *compact* dan atraktif.

Selain itu, media seperti buku juga dapat menjadi bentuk pelestarian dan dokumentasi terhadap informasi kebudayaan serta objek pariwisata yang ada pada tahun buku dan penelitian ini dirancang.

Terlebih, media literatur yang diolah pun dipadukan dengan teknologi *Augmented Reality* (AR) yang dapat meningkatkan ketertarikan dan interaktif untuk audiens terhadap media literatur yang dipilih. Dinyatakan oleh Shiralee Hudson Hill selaku Perencana Interpretasi *Art Gallery of* sebagian besar penikmat seni dapat lebih berinteraksi dan mendapatkan pengalaman yang lebih imersif ketika menggunakan filter AR karya seni tersebut. Hingga, 39% kembali melihat karya seni tersebut berulang kali setelah menggunakan filter AR, yang membuktikan peningkatan interaksi dan ketertarikan pengguna terhadap karya seni yang disajikan bersama fitur AR dapat menambah nilai tambah (Charr, 2024.).

## 2 KAJIAN PUSTAKA

Penelitian atau studi ini dilakukan dengan menganalisis, memilah dan memanfaatkan sejumlah artikel jurnal hingga data-data resmi lembaga kredibel yang telah dipublikasikan. Kesamaan topik dan relevansi bahasan terhadap penelitian atau perancangan yang dilakukan tentang Buku Ilustrasi Interaktif atau AR *Artbook* sebagai Media Promosi Pariwisata juga merupakan salah satu faktor utama dalam pemilihan sumber informasi dengan tujuan untuk menambah keakuratan pengetahuan terkait pembahasan yang diangkat, keberagaman perspektif, menambah kredibilitas, hingga memperkuat adanya permasalahan, teori, atau pun model yang relevan sehingga dapat mendukung analisa terhadap kelayakan perancangan sebuah media interaktif baru dan lebih modern yang diberi nama AR *Artbook*.

Tabel 1. Studi Literatur

Nama Penulis	Judul Permasalahan	Metode Penelitian	Hasil Pembahasan
Rosanto dan Chainarta (2022)	Analisa Daya Tarik Wisata Kota Singkawang	Metode Kualitatif Wawancara, Dokumentasi, dan Analisa Data	Penguatan <i>Branding</i> Kota Singkawang sebagai Kota Seribu Kelenteng
Ardelia <i>et al.</i> (2023)	Perancangan Video <i>Motion Graphic</i> Labuan Bajo sebagai Media Promosi Destinasi Wisata	Metode <i>Multimedia Development Life Cycle</i> (MDLC)	Video <i>Motion Graphic</i> Labuan Bajo
Setara Institute (2024)	Laporan Indeks Kota Toleran 2023	Metode Analisa Data, Studi Pengukuran Kinerja Kota, dan Analisa Paradigma Hak Konstitusional dan Standar Hukum HAM Internasional serta Tata Kelola Inklusif Pemerintah	Laporan IKT
Jumai dan Gina (2023)	Analisis Sektor Unggulan di Kota Sinkawang berdasarkan Metode Klassen	Metode Analisis Tipology Klassen	Data Pertumbuhan dan Kontribusi Sektor PDRB Singkawang & Kalimantan Barat
Media Keuangan Kementerian Keuangan Indonesia (2023)	Kian Melesat di 2023, Pariwisata Indonesia Bersiap Menuju Level Prapandemi	Metode Pengukuran dan Pencatatan Pemerintah	Artikel Media Keuangan

<b>Nama Penulis</b>	<b>Judul Permasalahan</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Pembahasan</b>
Rosanto dan Sofiani (2022)	Strategi Pemulihan Pariwisata Kota Seribu Klenteng, Kota Singkawang di Masa Pandemi COVID-19	Metode Analisa Data Kualitatif dan Kuantitatif Variabel Bebas (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan <i>Ancillary Services</i> ).	5 Strategi Pemulihan yang diutamakan oleh Walikota Singkawang 2022
Talitha <i>et al.</i> (2021)	Perancangan Buku Ilustrasi Taman Sari Yogyakarta	Metode <i>The Design Method</i> yang terdiri dari bagian <i>Discovery</i> , <i>Planning</i> , <i>Creative</i> , dan <i>Application</i> .	Perancangan Buku Ilustrasi sebagai Media Promosi Taman Sari Yogyakarta
Juniardi dan Marjito (2018)	Urgensi Pendidikan Multikultural Dalam Masyarakat Plural (Studi Kasus Di Kota Singkawang)	Metode Penelitian Kualitatif dengan Bentuk Strategi Studi Kasus Terpancang.	Pentingnya Pendidikan Multikultural di Kota Singkawang dalam Rangka Menghasilkan Sikap Toleransi dalam Kehidupan Plural Masyarakatnya
Noviadji dan Hendrawan (2021)	Perancangan Buku Ilustrasi Sebagai Media Pengenalan Bidang Keilmuan Desain	Metode Research & Development dengan Pendekatan Model <i>Analysis</i> , <i>Design</i> , <i>Development</i> , <i>Implementation</i> , dan <i>Evaluation</i>	Purwarupa Buku Ilustrasi sebagai Media literatur untuk menyajikan keilmuan desain dengan atraktif.
Dewi dan Ikbal (2022)	Perancangan <i>Augmented Reality</i> (AR) sebagai Media Promosi Objek Wisata Berbasis Android	Metode Pembuatan Aplikasi mengikuti FlowChart dan Deteksi Marker serta Use Case Diagram	Perancangan Aplikasi AR Media Promosi Objek Wisata Hutan Lindung, Lapangan Merdeka, Bambu Runcing, dan Hutan Mangrove.
Iliyas dan Handriyantini, (2021)	Perancangan Media Interaktif Buku Ilustrasi Menggunakan <i>Augmented Reality</i>	Metode Pembuatan Karya mengikuti FlowChart dan Deteksi Marker serta Use Case Diagram terhadap Adaptasi Karya Ilustrasi	Perancangan Fitur AR terhadap Buku Ilustrasi yang sudah ada
Kljun <i>et al.</i> (2020).	<i>Augmented Reality in Education: Current Status and Advancement of the Field. In: Geroimenko, V.</i>	Metode Kualitatif dan Komparasi terhadap Pengembangan dan Status AR	Rangkuman terhadap Poin-Poin Penting Pengembangan AR serta Potensi Pengembangan Industri AR

## 2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain merupakan satu dari banyak bidang ilmu pendidikan tinggi di Indonesia yang terdiri dalam berbagai fokus, salah satunya Desain Komunikasi Visual (Noviadji & Hendrawan, 2021). Desain Komunikasi Visual adalah suatu teknik yang ditujukan agar seorang individual dapat dengan mudah memahami dan menginterpretasikan informasi, maksud, dan pesan yang ingin disampaikan dengan akurat dan benar lewat gabungan elemen verbal dan visual (Ardelia *et al.*, 2023.)

## 2.2 Media Promosi

Media promosi adalah sebuah bentuk penyampaian informasi melalui media yang dalam penyampaiannya dapat mempengaruhi hingga mempersuasi keputusan dan tindakan terhadap sesuatu dengan tujuan untuk memperkenalkan suatu produk hingga meyakinkan keputusan bahkan mengingatkan informasi dari sebuah keberadaan produk (Ardelia *et al.*, 2023.) dan pemanfaatannya disebut juga Media Promosi. Media promosi yang ada pada saat ini sangat bervariasi, mengikuti perkembangan zaman dimana kebutuhan masyarakat terhadap informasi sangatlah berbeda-beda (Ranawijaya, A., Iryanti, E., & Ferdinanda, 2020). Media Promosi yang digunakan di bidang kepariwisataan digunakan untuk mempengaruhi dan menarik perhatian audiens wisatawan lokal maupun mancanegara (Suwarso, W., 2021).

## 2.3 Media Interaktif

Media Interaktif adalah salah satu bentuk pemanfaatan dan pengembangan teknologi dengan menggunakan dan mengkombinasikan elemen-elemen yang memungkinkan adanya navigasi, interaksi, hingga komunikasi dan kreasi oleh pengguna terhadap media yang ada baik dalam format teks, audio, hingga visual yang diolah (Ilyas & Handriyantini, 2021).

## 2.4 Buku Ilustrasi AR/AR *Artbook*

Buku Ilustrasi merupakan salah satu bentuk literatur yang selain dapat menerangkan wawasan dan gagasan secara lebih interpretatif dan bebas. Bentuk literatur ini juga dapat lebih tampil atraktif dan menarik secara visual. Dalam waktu yang bersamaan pula, Buku Ilustrasi dapat memiliki fungsi deskriptif sebagai pengganti uraian verbal dan sebagai alternatif penuturan narasi (Noviadji & Hendrawan, 2021). Hal ini juga menjadikan buku ilustrasi adalah media yang tepat untuk menjadi media promosi dikarenakan kemampuannya untuk menyampaikan informasi mengenai tempat wisata lewat ilustrasi atau informasi visual sehingga lebih mudah dikenali dan dapat membantu melestarikan warisan budaya yang ada (Talitha *et al.*, 2021.) Tidak berhenti disitu, pengaplikasian media literatur ini juga dapat dikombinasikan dengan teknologi *Augmented Reality* yang mampu mensimulasikan objek atau elemen nyata bersamaan dengan objek generatif hasil komputer (Putra, *et al.* 2023). AR atau *Augmented Reality* dan dalam Bahasa Indonesianya, realitas berimbuah juga seringkali digunakan dalam sektor multimedia, komunikasi, dan juga edukasi (Kljun *et al.*, 2020). AR dapat membangun visualisasi yang lebih informatif pada brosur atau media promosi tempat wisata sehingga dapat menyampaikan informasi lebih jelas terkait objek wisata yang dituju kepada pengguna (Dewi & Ikbal, 2022).

Pada kajian pustaka yang terkumpul lewat data-data dan variabel penelitian dalam bentuk jurnal, artikel, hingga buku teks yang di publikasikan, dapat ditemukan bahwa ada sebuah potensi pengembangan antara media Buku Ilustrasi sebagai bentuk literatur yang sudah lama dikembangkan dan digunakan oleh khalayak umum dan masyarakat di Indonesia, dikombinasikan dengan pemanfaatan teknologi *Augmented Reality* yang semakin dikenal di era modern ini dan dianalisis sebagai teknologi yang dapat mendukung sektor-sektor tertentu seperti sektor informasi, dikarenakan kemampuan teknologi ini yang dapat membantu memvisualisasikan sebuah informasi serta membuka peluang pengaplikasian media-media cetak yang lebih luas lagi.

### 3 METODE PENELITIAN

Penelitian atau analisis yang dilakukan, memanfaatkan Metode Kualitatif untuk menganalisa dengan melakukan *review* terhadap studi literatur yang dipilih mengikuti kajian-kajian dan relevansi topik yang telah dibahas pada kajian pustaka. Informasi yang diolah berdasarkan sumber informasi cetak dan elektronik, serta dikembangkan lewat data dan pengetahuan yang mengambil acuan pada pengamatan, survey, hipotesis hingga pengembangan atas ide dan materi yang sudah dibuat sebelumnya.

#### 3.1 Bahan dan Alat Penelitian

Analisis yang dilakukan menggunakan data yang bersumber dari jurnal-jurnal resmi yang sebagian besar dipublikasikan dalam waktu kurun 5 tahun terakhir sebagai referensi utama. Adapun data-data yang diambil berasal dari lembaga resmi pemerintahan seperti Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif NKRI atau Kemenparekraf hingga Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Singkawang.

#### 3.2 Pengumpulan dan Analisis Variabel

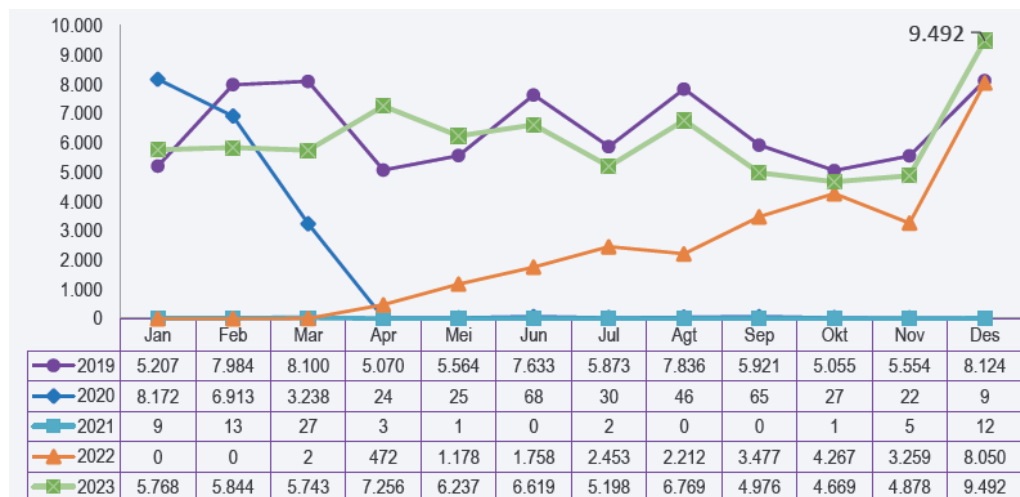
Pengumpulan dan Analisa Data yang dilakukan terhadap topik yang diangkat adalah lewat studi literatur yang dilakukan terhadap sumber informasi yang dipilih berdasarkan tingkat relevansi dan kesesuaian bahasan dengan topik atau media yang ditentukan yaitu AR *Artbook*/Buku Ilustrasi AR sebagai variabel utama/terikat penelitian. Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Kelayakan Perancangan Buku Ilustrasi AR
- 2) Media Promosi Destinasi Wisata dan Kebudayaan

Analisa Data dari variabel penelitian yang digunakan guna mendukung penelitian ini dilakukan dengan mengorganisasikan data mengikuti relevansi topik yang membuktikan adanya urgensi perancangan, penjabaran variabel dan unit yang berkaitan, memilih hasil penting dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, mempelajari dan kemudian menyimpulkan hasil dari variabel dan data yang sudah dikumpulkan, hingga melakukan komparasi data, penelitian, hingga perancangan yang ada.

### 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Kelayakan Perancangan Buku Ilustrasi AR, dimulai dengan pembuktian bahwa adanya urgensi perancangan terhadap Variabel bebas yaitu 2) Media Promosi Destinasi Wisata dan Kebudayaan. Kota Singkawang sendiri sudah terbukti meraih gelar Kota Tertoleran pada 2023 dan beberapa tahun sebelumnya (Setara Institute, 2024), dan memiliki beragam kebudayaan multikultural serta didukung dengan infrastruktur pemerintahan dan tatanan masyarakat yang plural. Seharusnya, memiliki sektor pariwisata dan kebudayaan yang menjanjikan dibanding daerah lain yang ada di negara Indonesia sehingga dapat menjadikan Kota Singkawang menjadi sebuah contoh untuk pengembangan dan pengelolaan kebudayaan. Meskipun begitu, dilihat dari angka pariwisata saat pandemi COVID-19 dan kebijakan restriktif pemerintah yang mengakibatkan kunjungan wisatawan mancanegara maupun lokal berkurang dilansir dari data angka pariwisata yang berada di angka 5000 hingga 8000 kunjungan tiap bulannya sejak 2019 Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Barat (BPS).



Gambar 1. Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisman ke Kalimantan Barat, 2019-2023 BPS Provinsi Kalimantan Barat

Kota Singkawang sendiri sebetulnya sudah memiliki media promosi tersendiri bernama "Pasti Ke Singkawang" yang digadag-gadag sebagai pengganti merk pariwisata "Pesona Indonesia" melalui Kepala Diaspora atau Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Singkawang Bosni (2019) menyatakan sambutan tertulis Wali Kota Singkawang.

Meskipun begitu, jika dilansir dari data yang ada, Daerah Singkawang dan provinsi Kalimantan Barat sudah mulai perlahan kembali ke angka pra-pandemi, hal ini menunjukkan bahwa akan ada tanda-tanda angka pariwisata yang stagnan dan kurang berkembang. Bahkan, hal ini terasa kontradiksi dengan pernyataan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Pak Sandiaga Salahuddin Uno bahwa terjadi peningkatan pemasukan dalam UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Kota Singkawang. Sandiaga Salahuddin Uno juga menyatakan bahwa Kemenparekraf harus mulai merespons terhadap adanya perubahan perilaku wisatawan baik lokal maupun mancanegara yang kerap kali datang dalam jumlah yang kecil dan destinasi yang lebih melokal, unik dan personal. Tidak hanya itu, Kota Singkawang juga di ekspektasikan untuk ditindaklanjuti dalam proses uji petik Kota Singkawang menjadi Kota Kreatif sehingga dapat menjadi destinasi atraktif untuk mendatangkan wisatawan nusantara dan mancanegara (Media Keuangan Kementerian Keuangan Indonesia, 2023).

Hal ini membuka peluang untuk hadir sebuah inovasi dalam media promosi yang dapat menarik lebih banyak wisman dan wisnus seperti menurut Suwarso (2021) bahwa, keindahan wisata budaya yang dimiliki Kota Singkawang memiliki kemampuan untuk turut mendongkrak daya tarik pariwisata, bahkan membuka potensi wisata lain seperti wisata alam, dan wisata kuliner. Hal ini juga mendorong perilaku aktif dari masyarakat yang berinteraksi dengan wisatawan, sehingga mendorong terbukarelanya potensi dan peluang pendapatan alternatif yang berhubungan dengan jasa pelayanan pariwisata seperti; hotel, villa, restoran, hingga transportasi dalam kota. Keberadaan objek dan destinasi wisata yang terdapat di Kota Singkawang seharusnya dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin untuk menjadi Daya Tarik Wisata (DTW). Terutama mengingat tingginya toleransi dan akulturasi antara agama dan budaya yang ada di Kota Singkawang menjadi faktor pendukung terhadap kenyamanan berwisata oleh wisatawan nusantara/wisnus dan juga wisman atau wisatawan mancanegara yang berada di Kota Singkawang.



Gambar 2. Foto Vihara dan Masjid yang saling bersebrangan dan menjadi DTW Kota Singkawang (Dok. Okezone.com)

Interaksi yang menunjukkan adanya kerukunan dan kekompakan antar etnis dan umat beragama yang dapat disaksikan oleh masyarakat lokal dan pendatang pun menjadi salah satu nilai tambah penting yang menjadikan DTW Kota Singkawang semakin kuat, yang dibuktikan pula lewat adanya salah satu tempat beribadah tertua berupa Vihara dan Masjid yang bersebelahan di Kota Singkawang, hingga elemen oriental khas pecinan yang menjadi ciri khas Kota Singkawang yang sering disebut juga Kota Seribu Kelenteng (Rosanto, & Chainarta, 2022.).



Gambar 3. Akulturasi Budaya pada Pawai Tatung Cap Go Meh yang menjadi DTW di Kota Singkawang. (Sumber Pribadi)

Tidak hanya itu, aktivitas yang juga sudah menjadi tradisi seperti Pawai Tatung Cap Go Meh yang menunjukkan adanya akulturasi dan interaksi budaya yang erat antara suku Tionghoa serta suku Dayak juga dapat menjadi DTW utama yang layak untuk dipromosikan lebih kuat karena memang sudah menjadi ciri khas Kota Singkawang tiap tahunnya. Oleh karena itu, aktivitas serta keunikan ini menunjukkan bahwa ada ruang untuk pengembangan atas ketersediaan informasi mengenai daya tarik wisata yang ada di Kota Singkawang dan metode atau media yang bisa digunakan untuk mendukung tereksposnya aktivitas yang ada sehingga bisa meningkatkan industri pariwisata yang ada, melihat masih kurangnya pemanfaatan DTW yang seharusnya mampu menarik angka kunjungan wisatawan yang lebih banyak.



#### 4.1 Media Promosi Destinasi Wisata dan Kebudayaan

Media promosi yang dilakukan lewat media buku ilustrasi sebagai salah satu gagasan literatur yang fleksibel dan dapat dengan mudah dipublikasikan dalam media lokal maupun internasional, membuka lebar peluang dan potensi tereksposnya budaya dan pariwisata Kota Singkawang. Media literatur dapat menjadi opsi alternatif pendukung yang baik, mengingat promosi melalui media sudah dilakukan oleh pemerintah Kota Singkawang lewat *tagline* “Ayo Ke Singkawang!”, bahkan media sosial informasi tentang pariwisata Singkawang juga telah turut dibuat oleh masyarakat Kota Singkawang lewat akun *Instagram* “@singkawanginformation” yang menjadi bukti partisipasi masyarakat dalam mendukung terbukanya informasi di Kota Singkawang. Hal ini merupakan salah satu langkah untuk turut mengekspos DTW kepada khalayak yang lebih luas (Rosanto, S., & Sofiani, S., 2022). Dalam analisa mereka tentang strategi pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah Kota Singkawang, ditemukan bahwa pengaruh variabel-variabel bebas seperti Amenitas, Aksesibilitas, dan Atraksi memberikan dampak positif terhadap variabel terikat yang dimana merupakan pemulihan pariwisata Kota Singkawang sebesar 82%.

Bentuk pengembangan media literatur Buku Ilustrasi sebagai media promosi hingga edukasi bukanlah merupakan hal yang sepenuhnya baru, seperti yang dilakukan oleh (Noviadji & Hendrawan, 2021) yang merancang bentuk literatur tersebut untuk membantu pengembangan media pengenalan bidang keilmuan desain grafis lewat membahas kemampuan konseptual dan mengumpulkan keahlian serta data-data terkait desain sehingga terbentuknya purwarupa Buku Ilustrasi yang dapat menjadi media informasi terkait bidang yang dipromosikan. Hal seperti inilah yang diharapkan dapat meningkatkan sektor pariwisata lewat sektor informasi dan komunikasi yang merupakan salah satu sektor kuadran IV/relatif tertinggal (Jumai & Sonia, 2023). Dengan mengembangkan dan menyediakan lebih banyak sumber informasi dan komunikasi lewat media literatur, membuka potensi untuk lebih dikenalnya pendidikan tentang kebudayaan dan pariwisata yang seperti tradisi budaya *Cap Go Meh* hingga pelestarian keramik yang menjadi salah satu industri terkenal di Kota Singkawang. Keduanya juga merupakan salah satu bentuk kegiatan multikultural yang seharusnya lebih dapat dikenal dan diadopsi tidak hanya oleh masyarakat yang ada di Kota Singkawang namun juga di seluruh Indonesia (Juniardi & Marjito, 2018). Namun, terdapat kekurangan dalam perancangan Buku Ilustrasi sebagai media promosi yang dimana, tidak selalu fleksibel dan kurang dapat menambah keterkaitan atau relevansi objek wisata dengan dunia yang semakin modern, sehingga nilai tambah yang disajikan oleh media tersebut sebagai media promosi belum sepenuhnya maksimal.



Gambar 4. Seniman Alex Mayhew, kreator pameran “Reblink” menggunakan fitur AR yang terintegrasi dalam karya seni.

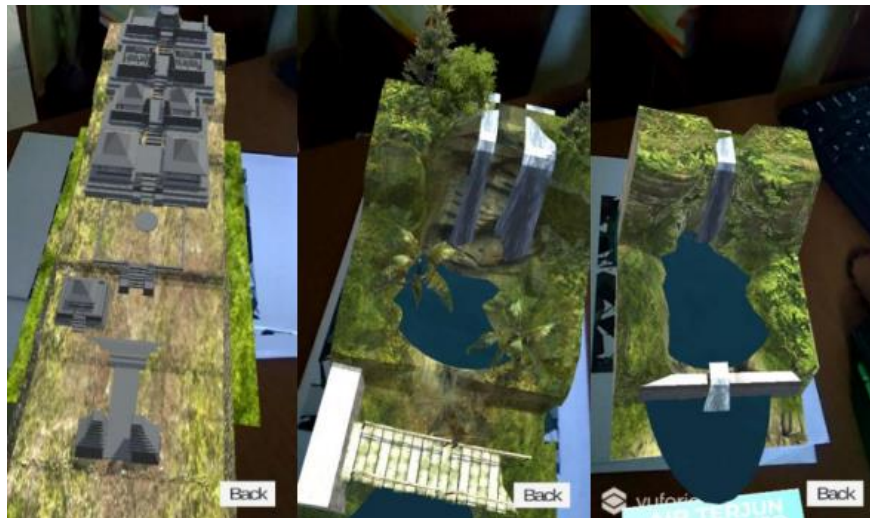
Oleh karena itu, muncul pengembangan dan penggunaan *Augmented Reality* yang juga sudah mulai diadopsi ke industri kesenian, salah satunya lewat pameran seni ataupun museum. Salah satunya adalah pameran instalasi seni berjudul “ReBlink”, dimana seniman Alex Mayhew bekerja sama dengan *The Art Gallery of Ontario, Toronto* mengembangkan pameran dengan fitur AR berjudul “Reblink” dimana para pengguna dapat berinteraksi dengan menggunakan filter AR dan menikmati pengalaman baru dalam berinteraksi dengan seni. Menurut Shiralee Hudson Hill selaku Perencana Interpretasi *Art Gallery of Ontario* melaporkan bahwa 84% pengunjung pameran tersebut merasa lebih berinteraksi dan mendapatkan pengalaman yang lebih imersif setelah menggunakan filter AR bersamaan dengan karya seni tersebut. Bahkan 39% kembali melihat karya seni tersebut berulang kali setelah menggunakan filter AR, yang dimana membuktikan keberhasilan fitur AR untuk meningkatkan interaksi dan atau ketertarikan pengguna terhadap karya seni yang disajikan (Charr, 2024.).

Media interaktif ini juga sudah mulai dikombinasikan dengan media literatur atau cetak seperti Buku Ilustrasi yang dikembangkan oleh (Iliyas & Handriyantini, 2021), yang dimana dalam perancangannya mereka berhasil mengembangkan sebuah buku ilustrasi yang dapat meningkatkan ketertarikan pembaca lewat penggunaan fitur AR. Fitur AR pun tidak hanya berhenti dalam penggunaan sederhana seperti munculnya animasi dalam ilustrasi, namun juga dapat dikembangkan menjadi pembuatan *game* sederhana dalam Buku Ilustrasi yang ada. Bahkan hingga menjadi sebuah fitur bantuan dengan objek 3D yang dapat meningkatkan pemahaman audiens terhadap sebuah objek wisata. Pengguna juga dapat mendapatkan pengetahuan lewat topik dan interaksi yang disajikan di dalam media yang dibuat.



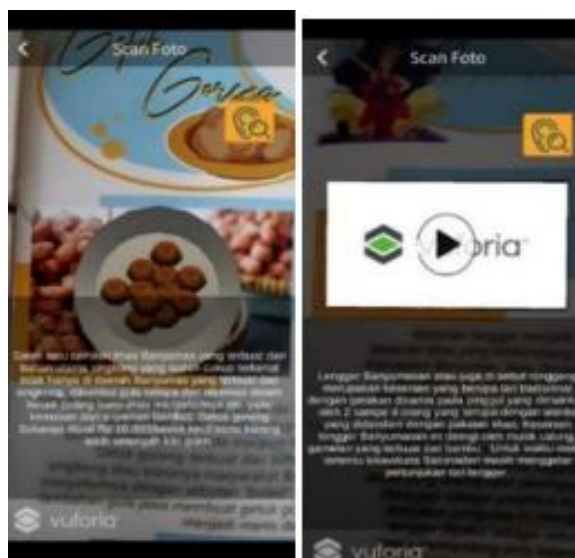
Gambar 5. Contoh Fitur AR pada Buku Ilustrasi Promosi Hutan Lindung Kota Langsa yang dikembangkan oleh Dewi dan Ikbal (2022).

Salah satu bentuk penggunaan teknologi AR dalam perancangan Buku Ilustrasi sebagai bentuk media promosi dan informasi destinasi wisata Hutan Lindung Kota Langsa, Perancangan di atas menunjukkan adanya penggunaan *Augmented Reality* atau AR sebagai salah satu bentuk media edukatif dan penyebaran informasi. Selain itu, Buku Ilustrasi AR dapat menghadirkan utilitas baru seperti kemampuan visualisasi yang lebih unik, atraktif dan yang terpenting adalah informatif.



Gambar 6. Fitur AR dalam Buku Ilustrasi lewat Aplikasi Pariwisata Kabupaten Karanganyar yang dikembangkan oleh Utama dan Nurgiyatna (2017).

Perancangan fitur AR yang dilakukan oleh Utama dan Nurgiyatna (2017) yang menunjukkan bahwa aplikasi fitur AR sebagai salah satu bentuk inovasi dalam bidang promosi pariwisata lewat media literatur Buku Ilustrasi. Media tersebut juga telah terbukti dapat membantu mengenalkan sebuah kebudayaan karena kemudahan pengaksesan mediana secara *real time* sehingga terdapat elemen yang secara langsung dapat membantu visualisasi untuk mendukung aspek pembelajaran atau pemahaman informasi (Putra *et al.* 2023). Bahkan, 86,7% responden dari penelitian yang dilakukan oleh Utama dan Nurgiyatna (2017) setuju bahwa penambahan fitur AR atau *Augmented Reality* dapat menarik minat masyarakat untuk mengunjungi objek wisata yang ada di Karanganyar, dan 84,7% setuju bahwa aplikasi yang ada juga dapat membantu masyarakat awam mengenal objek wisata Karanganyar. Hal ini, membuktikan bahwa pengadopsian teknologi AR dalam media informasi maupun promosi jelas dapat meningkatkan ketertarikan dan juga menambah kelengkapan informasi yang ada dan terbuka untuk diakses oleh khalayak umum.



Gambar 7. Fitur AR dalam Brosur Promosi Kebudayaan, Pariwisata, dan Kuliner Kota Banyumas yang dikembangkan oleh Ranawijaya *et al.* (2020)

Penggunaan AR yang fleksibel serta keunggulan lain yang dibawakan oleh inovasi teknologi yang sedang tren ini menjadi salah satu media yang dapat membuka peluang dan potensi baru sehingga mampu meningkatkan interaksi hingga ketertarikan audiens terhadap sebuah media informasi dan pada akhirnya berujung pada keberhasilan promosi objek wisata Kota Pariwisata Banyumas (Ranawijaya *et al.*, 2020).

#### 4.2 Kelayakan Perancangan Buku Ilustrasi AR

Perancangan-perancangan diatas menunjukkan bahwa pengadopsian dan pengkombinasian media literatur yang sudah dikenal oleh masyarakat dengan penerapan teknologi yang sudah mulai digunakan dalam berbagai media penyebaran informasi ini atau disebut juga Buku Ilustrasi AR/AR *Artbook*, terbukti dapat menjadi opsi alternatif dalam upaya memperkuat dan mengembangkan penyebaran media informasi yang lebih fleksibel, komunikatif, serta interaktif.

Media ini tidak hanya berhasil menarik lebih banyak audiens yang belum mengenal objek wisata yang ada. Namun juga dapat digunakan sebagai media edukasi, hingga media promosi yang lebih dapat memperkenalkan kebudayaan kepada audiens yang sebelumnya sudah mengenal atau dekat dengan narasi atau olahan bentuk visual yang dapat membawa cerita kompleks menjadi lebih mudah dinikmati oleh audiens (Ardelia *et al.*, 2023.). Selain itu, Buku *AR Artbook* akan dapat dengan mudah mempublikasikan informasi dan dokumentasi objek-objek wisata dan kebudayaan dengan lebih akurat, lengkap, dan atraktif. Sehingga, dengan adanya ketersediaan informasi yang mudah diakses dan menarik tentang pariwisata dan kebudayaan yang ada, dapat turut meningkatkan nilai DTW Kota Singkawang terhadap wisman dan wisnus (Rosanto & Sofiani, 2022), bahkan menarik perhatian wisatawan untuk mengunjungi dan menikmati wisata dan kebudayaan yang terdapat di Kota Singkawang.

### 5 SIMPULAN

Media ilustrasi merupakan salah satu bentuk pengaplikasian seni visual yang dapat meningkatkan bahkan melestarikan gagasan dengan kuat. Apalagi, jika dikembangkan dan dipadukan dengan teknologi *Augmented Reality* menjadi *AR Artbook* dimana ilustrasi yang ada dapat dipadukan dengan animasi, perancangan *game* atau bahkan elemen 3D tambahan, sehingga karya yang diciptakan dapat dinikmati dengan gaya baru dan metode baru yang lebih atraktif dan interaktif sehingga dapat menarik perhatian audiens yang lebih luas serta memberikan suatu nilai tambah terhadap media promosi yang dirancang.

Perancangan buku ilustrasi dengan model serupa akan dapat mempermudah dan meningkatkan kualitas akses informasi dan media promosi tentang pariwisata dan kebudayaan yang terdapat di Kota Singkawang untuk lebih dikenal oleh wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara, dengan harapan untuk turut meningkatkan angka kunjungan, menelusuri potensi serta kembali memperkuat industri sektor pariwisata hingga melestarikan objek wisata yang sudah ada.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ardelia, N., Cilla, V., Rachman, A., & Kurniawan, R. (2023). Perancangan Video Motion Graphic Labuan Bajo Sebagai Media Promosi Destinasi Wisata. *ArtComm – Jurnal Komunikasi dan Desain*, 6(2), 54 -65
- Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Barat. (2023). *Perkembangan Pariwisata Kalimantan Barat Desember 2023*. <https://kalbar.bps.go.id/pressrelease/2024/02/01/1328/terdapat-9-492-kunjungan-wisatawan-mancanegara-di-provinsi-kalimantan-barat-pada-desember-2023.html>
- Charr, M. (2024). How Museums are using Augmented Reality. *MuseumNext*. <https://www.museumnext.com/article/how-museums-are-using-augmented-reality/>

- Dewi, A. F., & Iqbal, M. (2022). Perancangan *Augmented Reality (AR)* Sebagai Media Promosi Objek Wisata Berbasis Android. *Infotek: Jurnal Informatika dan Teknologi*, 5(1), 179-186.
- Iliyas, R. S., & Handriyantini, E. (2021). Perancangan Media Interaktif Buku Ilustrasi Menggunakan *Augmented Reality*. *Teknika*, 10(3), 206-213.
- Jumai., & Gina, S. (2023). Analisis Sektor Unggulan di Kota Singkawang berdasarkan Metode Klassen. *EKODESTINASI : Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Pariwisata*, 1(2), 74-83.
- Juniardi, K., & Marjito, E. R. (2018). Urgensi Pendidikan Multikultural dalam Masyarakat Plural (Studi Kasus di Kota Singkawang). *Handep: Jurnal Sejarah dan Budaya*, 1(2), 17-34.
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (2018). *Sekilas Tentang Indonesia*. <https://kemlu.go.id/canberra/id/read/indonesia/2186/etc-menu>
- Kljun, M., Geroimenko, V., & Čopič Pucihar, K. (2020). *Augmented reality in education: Current status and advancement of the field*. *Augmented Reality in Education: A New Technology for Teaching and Learning*, 3-21. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-42156-4\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-030-42156-4_1)
- Media Keuangan Kementerian Keuangan Indonesia. (2023). *Kian Melesat di 2023, Pariwisata Indonesia Bersiap Menuju Level Prapandemi* Artikel ini telah tayang di situs Media Keuangan / MK+ dengan judul "Kian Melesat di 2023, Pariwisata Indonesia Bersiap Menuju Level Prapandemi-Media Keuangan". <https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/kian-melesat-di-2023-pariwisata-indonesia-bersiap-menuju-level-prapandemi>
- Noviadji, B., & Hendrawan, A. (2021). Perancangan Buku Ilustrasi sebagai Media Pengenalan Bidang Keilmuan Desain. *Jurnal Desain*, 8(2), 103-121.
- Putra, A. D., Susanto, M. R. D., & Fernando, Y. (2023). Penerapan MDLC Pada Pembelajaran Aksara Lampung Menggunakan Teknologi *Augmented Reality*. *CHAIN: Journal of Computer Technology, Computer Engineering*, 1(2), 32-34
- Ranawijaya, A., Iryanti, E., & Ferdinanda. (2020). Analisa Hasil Penerapan Teknologi *Augmented Reality* Sebagai Alternatif Media Promosi Pariwisata. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 4(2), 260-267.
- Rosanto, S., & Chainarta, V. (2022). Daya Tarik Wisata Kota Seribu Klenteng (Kota Singkawang) di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Darmawisata*, 1(2), 33-37.
- Rosanto, S., & Sofiani. (2022). Strategi Pemulihan Pariwisata Kota Seribu Klenteng, Kota Singkawang di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 5(3). <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i3.51400>
- Setara Institute. (2024). Indeks Kota Toleran Tahun 2023. *Pustaka Masyarakat Setara*. <https://setara-institute.org/indeks-kota-toleran-2023/>
- Suwarso, W. (2021). Peran Masyarakat dalam Promosi Pariwisata Kota Singkawang. *Jurnal PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*, 3(2), 146-156.
- Talitha, R. M., Iqbal, M., & Putra, D. R. (2021). Perancangan Buku Ilustrasi Taman Sari Yogyakarta. *SINGULARITY: Jurnal Desain dan Industri Kreatif*, 2(2), 133-140.
- Utama, A. Y., & Nurgiyatna, S. T. (2017). *Penggunaan Augmented Reality Sebagai Media Promosi Pariwisata Di Kabupaten Karanganyar* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).