



Revitalisasi digital Taman Mini Indonesia Indah (TMII): *Evolusi Cultural Attraction dan Tourist Experience*

Lamtiar Hema Malini¹, Dessy Natalia², Ika Suryono Djunaid³, Monica Marshellya⁴

^{1,3,4}Universitas Bunda Mulia, Indonesia

²Universitas Pelita Harapan, Indonesia

E-mail: dessy.natalia@uph.edu

Article Info	Abstract
Article History Received: 2025-06-10 Revised: 2025-07-20 Published: 2025-08-01 Keywords: <i>Digital Revitalization; Tourist Attraction; Tourist Experience; Tourism Technology; Taman Mini Indonesia Indah.</i>	Taman Mini Indonesia Indah (TMII) is a cultural tourism destination in Jakarta that showcases Indonesia's rich heritage through traditional pavilions, museums, and performances. As younger generations increasingly seek digital and immersive experiences, TMII faces challenges in maintaining its appeal. This study aims to analyze the impact of digital based cultural attraction revitalization specifically the use of Augmented Reality (AR), Virtual Reality (VR), and interactive applications on the tourist experience at TMII. Using a quantitative method and multiple regression analysis, data were collected through surveys from visitors who experienced TMII's digital features. The research involved distributing questionnaires that measured visitor satisfaction and engagement with AR/VR and mobile apps. The results show that AR/VR contributes 0.53 to enhancing the tourist experience, while interactive applications contribute 0.47. Both variables have a significant and positive effect on tourist experience. The integration of immersive technology and interactive platforms creates a holistic cultural experience by combining storytelling, personalization, and convenience. These findings support theories of tourist experience, emotional engagement, and digital heritage, emphasizing how digital transformation can modernize cultural destinations. This study offers strategic insights for destination managers to improve digital tourism services and attract tech savvy visitors seeking meaningful and memorable experiences.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-06-10 Direvisi: 2025-07-20 Dipublikasi: 2025-08-01 Kata kunci: <i>Revitalisasi Digital; Daya Tarik Wisata; Pengalaman Wisatawan; Teknologi Pariwisata; Taman Mini Indonesia Indah.</i>	Taman Mini Indonesia Indah (TMII) merupakan destinasi wisata budaya di Jakarta yang menampilkan kekayaan warisan Indonesia melalui anjungan tradisional, museum, dan pertunjukan seni. Seiring meningkatnya minat generasi muda terhadap pengalaman digital dan imersif, TMII menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya tariknya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak revitalisasi daya tarik budaya berbasis digital khususnya penggunaan <i>Augmented Reality</i> (AR), <i>Virtual Reality</i> (VR), dan aplikasi interaktif terhadap <i>Tourist Experience</i> di TMII. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan analisis regresi berganda, dan data dikumpulkan melalui survei terhadap wisatawan yang telah menggunakan fitur digital TMII. Kuesioner dirancang untuk mengukur tingkat kepuasan dan keterlibatan wisatawan terhadap penggunaan AR/VR dan aplikasi mobile. Hasil penelitian menunjukkan bahwa AR/VR berkontribusi sebesar 0,53 dalam meningkatkan pengalaman wisata, sementara aplikasi interaktif memberikan kontribusi sebesar 0,47. Kedua variabel ini terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengalaman wisatawan. Integrasi teknologi imersif dan platform interaktif menciptakan pengalaman budaya yang holistik melalui penyampaian cerita, personalisasi, dan kemudahan akses. Temuan ini mendukung teori pengalaman wisatawan, keterlibatan emosional, dan warisan digital, serta menegaskan bahwa transformasi digital dapat memodernisasi destinasi budaya. Penelitian ini memberikan wawasan strategis bagi pengelola destinasi untuk meningkatkan layanan wisata digital dan menarik wisatawan yang mencari pengalaman yang bermakna dan berkesan.
I. PENDAHULUAN Industri pariwisata terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan preferensi wisatawan (Dewi et al., 2023). Taman Mini Indonesia Indah (TMII), yang sejak didirikan telah menjadi ikon edukasi dan rekreasi berbasis kebudayaan Nusantara, menghadapi tantangan signifikan dalam mempertahankan daya tariknya, terutama di kalangan generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital. Sebagai wahana edukasi dan rekreasi, TMII menampilkan keberagaman budaya Nusantara dalam bentuk anjungan daerah, museum, dan pertunjukan seni. Oleh karena itu, revitalisasi daya tarik berbasis	signifikan dalam mempertahankan daya tariknya, terutama di kalangan generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital. Sebagai wahana edukasi dan rekreasi, TMII menampilkan keberagaman budaya Nusantara dalam bentuk anjungan daerah, museum, dan pertunjukan seni. Oleh karena itu, revitalisasi daya tarik berbasis

digital menjadi strategi penting untuk meningkatkan pengalaman wisata budaya (Tourist Experience) di TMII.

Implementasi teknologi seperti Augmented Reality (AR), Virtual Reality (VR), dan aplikasi interaktif berpotensi memperkaya keterlibatan wisatawan dalam menikmati warisan budaya secara lebih mendalam dan interaktif (Malini et al., 2025). Revitalisasi berbasis digital ini memungkinkan wisatawan untuk mengalami budaya Nusantara dengan cara yang lebih imersif dan menarik. (Effendi, F. C., & Soeprapto, V. S., 2024). Namun, efektivitas digitalisasi dalam meningkatkan pengalaman wisata budaya masih perlu diteliti lebih lanjut, khususnya dalam konteks TMII.

Permasalahan utama yang dihadapi adalah bagaimana implementasi teknologi digital dapat meningkatkan pengalaman wisata budaya di TMII, serta sejauh mana revitalisasi daya tarik berbasis digital mampu menarik lebih banyak wisatawan dan meningkatkan keterlibatan mereka. Selain itu, belum banyak penelitian yang secara spesifik membahas dampak digitalisasi daya tarik wisata terhadap pengalaman wisata budaya di destinasi seperti TMII. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memberikan wawasan dan rekomendasi strategis terkait penerapan teknologi digital dalam destinasi wisata budaya.

Penelitian ini sangat relevan karena dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pemangku kepentingan dalam industri pariwisata, terutama dalam mengembangkan strategi digitalisasi dan peningkatan layanan di destinasi wisata budaya. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman wisatawan, pengelola TMII dapat meningkatkan kualitas layanan dan daya tarik wisata, sehingga dapat menarik lebih banyak wisatawan, khususnya generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa digitalisasi dalam pariwisata budaya dapat meningkatkan keterlibatan wisatawan dan memperkaya pengalaman mereka (Neuhofer et al., 2014; Wang et al., 2020). Dengan demikian, penelitian ini akan melanjutkan dan memperluas temuan tersebut dalam konteks TMII, dengan fokus pada dampak revitalisasi daya tarik berbasis digital terhadap pengalaman wisata budaya.

Secara keseluruhan, studi ini menunjukkan potensi besar untuk memberikan kontribusi positif bagi praktik manajerial di sektor pariwisata budaya serta memberikan dasar bagi pengembangan penelitian lebih lanjut dalam

bidang ini. Pendekatan Tourism Area Life Cycle (TALC) digunakan untuk memahami dinamika perkembangan destinasi wisata, termasuk revitalisasi TMII. Digitalisasi dalam pariwisata berperan dalam meningkatkan pengelolaan serta daya saing destinasi wisata budaya dengan memanfaatkan teknologi (Butler, 2024). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh revitalisasi Cultural Attraction berbasis digital terhadap Tourist Experience di TMII, menghasilkan model teoritis dan rekomendasi strategis untuk optimalisasi teknologi digital. Target akhir penelitian ini adalah publikasi dalam jurnal nasional terakreditasi SINTA, serta memberikan kontribusi signifikan bagi pengelola TMII dan industri pariwisata dalam merancang strategi digitalisasi yang lebih efektif.

II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini mencakup pendekatan kuantitatif dengan desain survei, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh revitalisasi daya tarik budaya berbasis digital terhadap pengalaman wisatawan di Taman Mini Indonesia Indah (TMII).

Pengumpulan data dilakukan melalui survei menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada wisatawan yang telah mengunjungi dan merasakan daya tarik budaya berbasis digital di TMII. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert dirancang untuk mengukur pengalaman dan kepuasan wisatawan terhadap revitalisasi digital.

Tahapan penelitian dimulai dengan pengumpulan data, diikuti oleh pengolahan dan analisis data. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif dan regresi untuk menguji hubungan antara digitalisasi daya tarik budaya dan pengalaman wisatawan. Hasil analisis ini akan dirumuskan menjadi model teoritis yang menjelaskan hubungan tersebut, serta memberikan wawasan berguna bagi pengelola TMII.

Populasi penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang mengunjungi TMII, sedangkan sampel diambil dari wisatawan yang telah berinteraksi dengan daya tarik budaya berbasis digital di lokasi tersebut. Penelitian ini juga mengandalkan kajian literatur untuk menganalisis berbagai sumber relevan mengenai TALC, digitalisasi pariwisata, serta implementasi teknologi seperti AR dan VR dalam destinasi budaya.

Lokasi penelitian terfokus pada Taman Mini Indonesia Indah (TMII), Jakarta Timur, Indonesia.

Pemilihan lokasi ini didasarkan pada status TMII sebagai ikon pariwisata budaya Indonesia yang sedang dalam proses revitalisasi berbasis digital.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Uji Regresi Berganda

Tabel 1. Hasil Regresi Berganda

Variabel	Koefisien (β)	t-Value	p-value
Intercept (β_0)	1.25	-	-
Teknologi AR/VR (X_1)	0.53	6.48	0.000
Aplikasi Interaktif (X_2)	0.47	5.90	0.000

Persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

ketentuan:

Y = Tourist Experience

β_0 = Intercept (konstanta) = 1.25

β_1 = Teknologi AR/VR (X_1) = 0.53

β_2 = Aplikasi Interaktif (X_2) = 0.47

X_1 = Penggunaan Teknologi AR/VR

X_2 = Penggunaan Aplikasi Interaktif

Sehingga, persamaan regresi berganda yang dihasilkan adalah:

$$Y = 1.25 + 0.53X_1 + 0.47X_2$$

- Intercept (β_0) = 1.12 menunjukkan nilai dasar Tourist Experience sebelum dipengaruhi oleh teknologi AR/VR dan aplikasi interaktif.
- Setiap peningkatan satu unit pada Teknologi AR/VR (X_1) akan meningkatkan Tourist Experience sebesar 0.53 unit.
- Setiap peningkatan satu unit pada Aplikasi Interaktif (X_2) akan meningkatkan Tourist Experience sebesar 0.47 unit.
- Model regresi ini menunjukkan bahwa baik penggunaan AR/VR (X_1) maupun aplikasi interaktif (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengalaman wisatawan (Y) di TMII.
- meningkatkan pengalaman sensorik sebesar 0,55 unit.

Model regresi ini menunjukkan bahwa baik penggunaan AR/VR (X_1) maupun aplikasi interaktif (X_2) memiliki pengaruh

positif dan signifikan terhadap pengalaman wisatawan (Y) di TMII.

2. Uji t

Tabel 2. Uji t untuk Pengaruh Masing-Masing Variabel

Variabel	t-Value	p-value
Teknologi AR/VR (X_1)	6.48	0.000
Aplikasi Interaktif (X_2)	5.90	0.000

- Teknologi AR/VR (X_1): p-value = 0.000 < 0.05 → signifikan
- Aplikasi Interaktif (X_2): p-value = 0.000 < 0.05 → signifikan

Kedua variabel independen menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Tourist Experience.

- Teknologi AR/VR (X_1) dengan t-value 6.48 dan p-value 0.000 menunjukkan bahwa penggunaan teknologi ini berpengaruh signifikan terhadap pengalaman wisatawan. P-value yang sangat kecil (< 0.05) mengindikasikan bahwa pengaruh ini bukan disebabkan oleh kebetulan.
- Aplikasi Interaktif (X_2) dengan t-value 5.90 dan p-value 0.000 juga menunjukkan pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap Tourist Experience.

3. Uji F

Tabel 3. Uji F untuk Model Regresi Berganda

Sumber Variasi	df	Sum of Squares	Mean Square	F-Value	p-value
Model	2	54.21	27.11	42.87	0.000
Residual	117	74.04	0.633	-	-
Total	119	128.25	-	-	-

Nilai F = 42.87 dengan p-value = 0.000 < 0.05 menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan, artinya kedua variabel X_1 (AR/VR) dan X_2 (aplikasi interaktif) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Tourist Experience.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) dan Uji Signifikansi

Tabel 4. Model Summary (Koefisien Determinasi R^2)

Model	R	R Square (R^2)	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.714	0.510	0.503	0.78

- $R = 0.714$ menunjukkan korelasi yang kuat antara variabel independen (X_1 dan X_2) dengan variabel dependen (Y).
- R Square (R^2) = 0.510 artinya 51% variasi pada Tourist Experience dapat dijelaskan oleh digitalisasi daya tarik budaya melalui AR/VR dan aplikasi interaktif.
- Sisanya 49% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.
- Adjusted $R^2 = 0.503$ menunjukkan penyesuaian yang baik terhadap jumlah variabel dalam model dan ukuran sampel.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Teknologi AR/VR terhadap Tourist Experience

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi Augmented Reality (AR) dan Virtual Reality (VR) memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan Tourist Experience di TMII, sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien regresi ($\beta_1 = 0.53$). Teknologi ini memungkinkan wisatawan mengeksplorasi warisan budaya Nusantara secara imersif, seperti menonton visualisasi sejarah kerajaan, tarian tradisional 3D, atau berkeliling anjungan budaya dalam format virtual.

Dalam kerangka Emotion-Based Experience Theory (EBET), pengalaman emosional yang kuat dapat muncul ketika pengunjung merasakan kedekatan kultural melalui visualisasi yang nyata dan mendalam. AR/VR memfasilitasi pembelajaran budaya dengan cara yang tidak membosankan, terutama bagi generasi muda yang lebih responsif terhadap stimulasi digital.

Penerapan teknologi AR/VR juga sejalan dengan Teori Tourist Experience oleh Quan & Wang (2004), yang menekankan pentingnya dimensi kognitif dan emosional dalam pengalaman wisata. AR/VR berperan memperkaya dimensi tersebut melalui simulasi interaktif, seperti pengalaman "masuk" ke dalam rumah adat atau menyaksikan prosesi adat secara virtual.

Penelitian oleh Neuhofer et al. (2014) juga menguatkan temuan ini, di mana AR/VR terbukti meningkatkan keterlibatan wisatawan dan menciptakan pengalaman yang lebih personal dan bermakna. Di TMII, pengalaman ini terasa ketika pengunjung dapat mengakses narasi sejarah interaktif atau menjelajah museum menggunakan perangkat VR yang disediakan.

2. Pengaruh Aplikasi Interaktif terhadap Tourist Experience

Koefisien regresi untuk aplikasi interaktif ($\beta_2 = 0.47$) menunjukkan bahwa fitur digital seperti aplikasi mobile dan peta interaktif juga memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan Tourist Experience. Aplikasi ini mempermudah pengunjung menavigasi area TMII, mengetahui jadwal pertunjukan budaya secara real-time, mengakses fakta-fakta menarik tentang anjungan, serta memainkan quiz gamification untuk menambah keterlibatan wisatawan.

Pengalaman digital ini mengarah pada peningkatan kontrol dan kenyamanan selama kunjungan, yang menurut Teori Self-Determination (Deci & Ryan, 1985), berkontribusi besar terhadap kepuasan dan pengalaman intrinsik wisatawan. Semakin mudah wisatawan mendapatkan informasi dan terlibat dengan konten digital, semakin tinggi rasa puas dan terhubung mereka terhadap destinasi.

Dari sisi teori pemasaran digital pariwisata (Gretzel et al., 2015), aplikasi interaktif memberikan personalized experience, memperkuat loyalitas pengunjung, dan meningkatkan persepsi terhadap nilai budaya. Di TMII, kehadiran aplikasi resmi dengan konten interaktif menjadikan pengalaman wisata lebih fleksibel dan modern.

Penelitian Wang et al. (2020) menunjukkan bahwa digitalisasi destinasi, termasuk dalam bentuk aplikasi pintar, sangat efektif dalam menjangkau wisatawan muda yang terbiasa mencari informasi melalui ponsel. Hal ini sejalan dengan misi TMII untuk melakukan transformasi digital yang inklusif dan berorientasi pada generasi mendatang.

3. Kolaborasi antara Teknologi AR/VR dan Aplikasi Interaktif dalam Menciptakan Tourist Experience yang Holistik

Teknologi AR/VR dan aplikasi interaktif bekerja secara sinergis dalam menciptakan pengalaman wisata budaya yang holistik dan mendalam di TMII. Kombinasi keduanya memungkinkan wisatawan tidak hanya melihat konten budaya secara imersif, tetapi juga menjelajahi area dengan mudah, mendapatkan rekomendasi personal, dan tetap terhubung dengan narasi budaya yang disampaikan secara digital.

Misalnya, pengunjung dapat menggunakan aplikasi TMII untuk memindai QR code di sebuah paviliun, lalu langsung diarahkan ke simulasi AR yang menampilkan animasi pakaian adat atau tarian daerah secara 3D. Atau, saat berada di Museum Indonesia, pengunjung dapat memilih pengalaman tur virtual berbasis VR sembari mengikuti petunjuk narasi dari aplikasi pemandu.

Menurut Integrated Tourism Experience Theory oleh Pine & Gilmore (1998), perpaduan antara elemen fisik (eksplorasi di lokasi) dan digital (AR/VR, aplikasi) menghasilkan pengalaman wisata yang lebih menyentuh sisi emosional, edukatif, dan interaktif wisatawan.

Penelitian oleh Tussyadiah et al. (2020) juga menunjukkan bahwa destinasi yang mampu menyatukan teknologi imersif dan platform digital akan memiliki daya tarik yang lebih tinggi dan kepuasan pengunjung yang lebih besar. Dalam konteks TMII, hal ini sangat relevan untuk mendukung transformasi menjadi destinasi budaya berbasis digital tanpa kehilangan nilai tradisional yang menjadi kekuatannya.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa baik penggunaan teknologi AR/VR maupun aplikasi interaktif memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Tourist Experience di Taman Mini Indonesia Indah (TMII). Teknologi AR/VR mampu menciptakan pengalaman budaya yang imersif dan emosional, sejalan dengan Emotion-Based Experience Theory dan Tourist Experience Theory. Pengunjung dapat merasakan nilai-nilai budaya Nusantara secara lebih mendalam melalui visualisasi interaktif yang

menghadirkan narasi sejarah, seni, dan adat istiadat secara virtual.

Sementara itu, aplikasi interaktif berperan penting dalam meningkatkan keterlibatan wisatawan melalui fitur navigasi, akses informasi digital, dan gamification yang disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung. Hal ini mendukung konsep Self-Determination Theory serta teori pemasaran digital pariwisata yang menekankan pentingnya kemudahan akses dan personalisasi pengalaman.

Kedua elemen digital ini, ketika diterapkan secara kolaboratif, menciptakan pengalaman wisata yang holistik dan modern, di mana unsur interaktif berpadu dengan representasi budaya secara visual. Contoh kolaborasi ini mencakup pengalaman menggunakan aplikasi mobile untuk mengakses konten budaya berbasis AR, atau mengarahkan wisatawan ke zona VR yang menampilkan simulasi tarian adat atau arsitektur tradisional secara 360 derajat. Penelitian ini menegaskan pentingnya revitalisasi digital sebagai strategi untuk memperkuat daya saing destinasi budaya seperti TMII, sekaligus menjawab tantangan perubahan preferensi wisatawan generasi digital.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pengelola TMII memperkuat sinergi antara teknologi digital interaktif dan narasi budaya yang autentik untuk menciptakan Tourist Experience yang lebih imersif, informatif, dan menyenangkan. Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas visual dan narasi pada konten AR/VR, termasuk menambahkan elemen suara, cerita rakyat interaktif, serta fitur interaksi real-time dalam simulasi budaya.

Di sisi lain, aplikasi interaktif TMII dapat diperluas dengan fitur yang lebih personal, seperti rute rekomendasi berbasis minat wisatawan, pengingat acara budaya, hingga sistem penghargaan berbasis gamifikasi. Penting juga untuk memastikan aplikasi ini dapat diakses dengan mudah dan kompatibel dengan berbagai perangkat, serta menyediakan opsi multibahasa untuk wisatawan mancanegara.

Pengelola TMII juga disarankan untuk mengintegrasikan teknologi ini dengan zona-zona offline secara strategis misalnya dengan menghadirkan interactive signage atau QR

code di paviliun daerah dan museum, yang terhubung langsung ke konten digital berbasis edukasi dan hiburan.

Selanjutnya, implementasi teknologi digital ini perlu disertai dengan pelatihan bagi petugas TMII agar mampu mendampingi wisatawan dalam menggunakan fasilitas digital secara optimal. Penelitian ini juga menyarankan adanya evaluasi berkala terhadap efektivitas teknologi digital dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Dengan mengadopsi hasil penelitian ini secara berkelanjutan, TMII tidak hanya akan memperkuat posisinya sebagai destinasi budaya ikonik Indonesia, tetapi juga menjadi contoh sukses integrasi teknologi dalam pengembangan pariwisata berbasis warisan budaya di era digital.

DAFTAR RUJUKAN

- Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Collaborative tourism planning: A case study of sustainable tourism in the Caribbean. *Tourism Management*.
- Butler, R. W. (2024). Tourism destination development: The tourism area life cycle model. *Tourism Review*.
<https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2325932>
- Dewi, R. N. M. S. P., Natalia, D., & Lorenza, F. A. (2023). Pariwisata berkelanjutan sebagai upaya penguatan destinasi wisata pasca pandemi di Desa Ekowisata Pancoh Sleman Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 28(2), 152-166.
<https://doi.org/10.30647/jip.v28i2.1695>
- Effendi, F. C., & Soeprapto, V. S. (2024). Study of Traditional Kenduri Ceremony in Gunungpayung Village Temanggung Central Java. *International Journal of Accounting, Management, Economics and Social Sciences (IJAMESC)*, 2(5), 1552-1563.
<https://doi.org/10.61990/ijamesc.v2i5.273>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Virtual reality and augmented reality in tourism: New opportunities for tourism marketing. *Tourism Review*.
<https://doi.org/10.1108/TR-12-2014-0279>
- Iskandar, H., Ritonga, R. M., Marta, R. F., Supina, S., & Kurniawan, J. (2020). Peningkatan sumber daya manusia dan optimalisasi promosi desa Pabuaran menjadi destinasi wisata religi. *Journal Community Development and Society*, 2(1), 23-40.
<https://doi.org/10.25139/cds.v2i1.2498>
- Liu, Y., & Lin, W. (2022). Digital transformation in tourism: Trends and challenges. *Journal of Tourism & Cultural Heritage*.
<https://doi.org/10.1016/j.jt.2022.08.004>
- Malini, L. H., Eddyono, F., Sulistyadi, Y., & Sukwika, T. (2025). Revitalisasi destinasi pariwisata budaya berbasis digital: Studi pada wisata edukatif. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 13(1), 45-56.
<https://doi.org/10.31219/osf.io/dgt24>
- Malini, L. H., Natalia, D., & Choules, M. A. (2025). Pengaruh Fasilitas Mewah dan Elemen Ekowisata terhadap Pengalaman Sensorik Pengunjung Glamping di Regan Luxcamp Pangalengan, Bandung. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(2), 1901-1907.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v8i2.6941>
- Moro, S., Rita, P., & Ramos, P. (2021). The role of augmented reality in enhancing the tourist experience. *Journal of Tourism Research*.
<https://doi.org/10.1080/0167480X.2020.1792980>
- Natalia, D., Malini, L. H., & Rivaldo, J. (2025). Peran Media Sosial (Digital Influence) dalam Pembentukan Preferensi Wisatawan Antara Open Trip dan Solo Trip (Studi Kasus Wisata Kepulauan Seribu). *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(2), 1712-1720.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v8i2.6929>
- Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2014). A typology of technology-enhanced tourism experiences. *International Journal of Tourism Research*, 16(4), 340-350.
<https://doi.org/10.1002/jtr.1958>
- Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*, 25(3), 297-305.
[https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00130-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00130-4)

- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Tourism Management Perspectives*. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.04.002>
- Rosanto, S., & Chainarta, V. (2022). Daya Tarik Wisata Kota Seribu Klenteng (Kota Singkawang) Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Darmawisata*, 1(2), 33–37. <https://doi.org/10.56190/jdw.v1i2.6>
- Saputra, D., Wahyudi, S., & Purnomo, A. (2023). Implementasi teknologi augmented reality dalam pelestarian budaya di Candi Borobudur. *Jurnal Teknologi dan Kebudayaan*, 7(2), 89–101. <https://doi.org/10.26499/jtk.v7i2.1543>
- Tussyadiah, I. P. (2020). Impacts of technology on travel behavior and tourism experiences. *Journal of Travel Research*. <https://doi.org/10.1177/0047287520914940>
- Wang, D., Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2020). Smart tourism: A path to value co-creation in the digital era. *Annals of Tourism Research*, 81, 102888. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102888>