

Pengaruh Media Vidio 360 Derajat Guna Peningkatan Pariwisata Candi Tegowangi di Desa Tegowangi, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri

Muji Basuki¹, Heru Budiono², Agus Budiarto³

Progam Studi Pendidikan Sejarah, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Nusantara PGRI Kediri

muiibazsemm@gmail.com¹, herbud@unpkediri.ac.id², budiarto@unpkediri.ac.id³

ABSTRACT

The development of information technology that can bring new technology and facilitate human activities. Virtual tour technology is a technology where users can surround / travel around a place virtually, panoramic itself has the advantage that the information presented is more real and complex The purpose of this research is (1) To find out how to use 360-degree video media as a temple promotion media (2) To find out 360-degree video media can increase tourist interest in Tegowangi Temple The author in this study used a qualitative approach where the research was conducted at Tegowangi Temple tourism in Tegowangi village, Plemahan District, Kediri Regency, this research has three stages, namely the pre-field stage, the field worker stage, the data collection stage. The results of the study produced a tourism marketing context, 360-degree video media can increase tourist interest in Tegowangi Temple. The 360-degree video provides a virtual experience that is close to a physical visit, allowing tourists to explore and view the temple interactively..

Keywords: media 360, tegowangi temple, technology, video

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang dapat memunculkan teknologi baru dan mempermudah kegiatan manusia. teknologi virtual tour adalah teknologi dimana pengguna dapat mengelilingi/berkeliling kesuatu tempat secara virtual, panoramic sendiri memiliki keunggulan yaitu informasi yang dipaparkan lebih nyata dan kompleks Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui cara Menggunakan media video 360 Derajat sebagai media promosi candi (2) Untuk mengetahui media vidio 360 derajat dapat meningkatkan minat wasatawan di Candi Tegowangi penulis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif tempat penelitian yang dilakukan di pariwisata Candi Tegowangi di desa Tegowangi Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri, penelitian ini ada tiga tahapan yaitu tahap pra lapangan, tahap pekerja lapangan,tahap pengumpulan data. Hasil penelitian menghasilkan konteks pemasaran pariwisata, media video 360 derajat dapat meningkatkan minat wisatawan terhadap Candi Tegowangi. Video 360 derajat memberikan pengalaman virtual yang mendekati kunjungan fisik, memungkinkan wisatawan untuk menjelajahi dan melihat candi secara interaktif

Kata Kunci: media 360,Candi tegowangi, teknologi, vidio

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat dari masa ke-masa memunculkan teknologi-teknologi baru yang mempermudah kegiatan manusia. Penggunaan teknologi informasi diharapkan dapat membantu menyelesaikan berbagai permasalahan yang ditemui sehingga permasalahan tersebut dapat terselesaikan secara efektif. Kemajuan teknologi informasi berkembang diberbagai aspek, salah satunya seperti teknologi virtual tour atau panorama tour (Lesmana et al., 2020). Teknologi virtual tour adalah teknologi dimana pengguna dapat mengelilingi/berkeliling kesuatu tempat secara virtual, panoramic sendiri memiliki keunggulan yaitu informasi yang dipaparkan lebih nyata dan kompleks, tempat yang ditunjukkan dapat dilihat kesemua sisi dan dapat digerakkan kesisi yang diinginkan, dapat melihat sebuah tempat dengan berbagai sudut pandang sebesar 360 derajat hanya dalam satu foto atau vidio.

Pariwisata pada era sekarang memiliki peran yang sangat penting sebagai tempat refreshing atau penyegaran bagi jasmani dan rohani para pekerja keras untuk memulihkan fisik dan mental. Setiap Kota atau Kabupaten memiliki potensi objek wisata yang menarik para pengunjung. Pariwisata mencakup berbagai kegiatan perjalanan ke tempat-tempat di luar tempat tinggal seseorang untuk mencari kesenangan, suasana baru, ketenangan, dan kepentingan lainnya (Saripurnadinata, 2022). Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 menggambarkan pariwisata sebagai segala sesuatu yang berkaitan dengan wisata, termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dengan penyelenggaraan pariwisata.

Pariwisata telah menjadi salah satu sumber devisa utama bagi Indonesia, berkat keragaman jenis pariwisata yang ditawarkan mulai dari keindahan alam, kekayaan budaya, hingga interaksi sosial masyarakat yang menarik. Keberadaan sektor pariwisata memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Pendapatan dari industri pariwisata dapat menyumbang secara signifikan terhadap perekonomian negara dan daerah, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan warga setempat (Wijanarko, 2022). Namun, pengembangan pariwisata tidak boleh dilakukan secara sembarangan. Penting bagi pemerintah dan pihak terkait untuk mempertimbangkan potensi dan daya dukung daerah serta mengembangkan strategi yang berkelanjutan agar pariwisata memberikan manfaat jangka panjang bagi lingkungan, budaya, dan masyarakat setempat (Pada et al., 2021). Pendekatan kolaboratif dengan organisasi pariwisata, termasuk partisipasi pemerintah dan swasta, menjadi kunci untuk mencapai kesuksesan dalam pengembangan sektor pariwisata yang berkelanjutan dan berdampak positif bagi masyarakat.

Indonesia kaya akan warisan budaya, salah satunya adalah kerajaan Majapahit, kerajaan Budha-Hindu terbesar yang pernah ada di Nusantara. Berdiri pada abad ke-13 hingga abad ke-15, kerajaan ini menguasai wilayah luas yang mencakup sebagian besar Indonesia, Malaysia, Singapura, Filipina,



dan Brunei modern (Rahma, 2020). Kekuasaan Majapahit tidak hanya meliputi aspek politik dan militer, tetapi juga berpengaruh besar terhadap kebudayaan dan pembangunan berbagai candi peninggalan bersejarah. Candi-candi tersebut memiliki fungsi yang beragam, seperti tempat ibadah bagi umat Hindu dan Buddha, pusat pengajaran agama, pertirtaan untuk upacara keagamaan, serta tempat pemakaman untuk raja dan tokoh-tokoh terkemuka (Eni, 2019). Hingga saat ini, peninggalan-peninggalan bersejarah dari Kerajaan Majapahit masih dapat ditemui dan dijaga sebagai bagian penting dari identitas budaya Indonesia.

Selain itu, Indonesia juga dikenal memiliki bentang alam yang indah dan memukau. Dari ujung barat hingga timur, negara ini dipenuhi dengan keindahan alam yang beragam, seperti gunung berapi yang aktif, hutan hujan tropis yang lebat, pantai-pantai yang eksotis, dan pulau-pulau yang mempesona. Pegunungan tinggi seperti Pegunungan Jayawijaya di Papua dan Pegunungan Bukit Barisan di Sumatera menawarkan panorama alam yang menakjubkan dan menjadi tujuan para pendaki. Sementara itu, keindahan bawah laut Indonesia yang kaya akan keanekaragaman hayati juga menjadi daya tarik bagi para penyelam dari seluruh dunia. Wisatawan lokal dan mancanegara dapat menikmati pesona alam Indonesia yang melimpah, menjadikannya salah satu tujuan wisata alam yang populer di dunia (Afandi et al., 2022). Dengan perpaduan warisan budaya dan bentang alam yang menakjubkan, Indonesia menjadi negara yang memiliki daya tarik unik dan memikat bagi siapa saja yang mengunjunginya.

Candi Tegowangi merupakan sebuah situs bersejarah yang berharga sebagai bagian dari peninggalan kerajaan Majapahit dengan pengaruh Budha-Hindu yang kuat. Terletak di Desa Tegowangi, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur, candi ini menjadi salah satu objek wisata cagar budaya yang penting bagi Indonesia (Widiatmoko et al., 2023). Melalui upaya pelestarian dan penelitian, Candi Tegowangi memberikan wawasan berharga tentang kejayaan kerajaan Majapahit dan warisan kebudayaan yang pernah berjaya di Nusantara (Karunia & Setianingsih, 2022). Bukan hanya menarik bagi para sejarawan dan arkeolog, tetapi juga menarik minat wisatawan dari dalam dan luar negeri yang ingin menyaksikan keagungan candi kuno ini (Tiarawanti et al., 2022).

Selain berfungsi sebagai objek wisata cagar budaya, Candi Tegowangi juga memiliki nilai keagamaan yang penting bagi umat Hindu. Sebagai tempat peribadahan, candi ini masih digunakan untuk upacara keagamaan dan ritual-ritual spiritual oleh umat Hindu setempat (Widiatmoko et al., 2022). Keunikan arsitektur dan detail ukiran pada candi ini menjadi daya tarik tersendiri bagi para peziarah yang datang untuk beribadah dan mencari kedamaian. Tak hanya itu, Candi Tegowangi juga menjadi panggung bagi berbagai pertunjukan seni dan budaya (Alkari et al., 2021). Di tempat yang sarat dengan nilai sejarah ini, para seniman terkenal sering menggelar acara seni, seperti tari, musik, dan teater, untuk merayakan kekayaan budaya

Indonesia dan menyajikan pengalaman budaya yang mendalam bagi pengunjung (Saputro et al., 2022). Dengan perpaduan nilai sejarah, keagamaan, dan kebudayaan, Candi Tegowangi menjadi destinasi yang unik dan menyajikan pesona keindahan masa lalu yang tetap hidup hingga saat ini.

Berangkat dari latar belakang di atas, peneliti memilih judul "Pengaruh Media Video 360 Derajat Guna Peningkatan Pariwisata Candi Tegowangi di Desa Tegowangi, Kecamatan Plemahan, Kabupaten Kediri". Penelitian ini bertujuan untuk menggali potensi penggunaan media video 360 derajat dalam meningkatkan pariwisata Candi Tegowangi dan menyebarkan pesan sejarah yang penting bagi generasi milenial, serta mempromosikan tempat peribadahan umat Hindu dan pertunjukan seni yang berlangsung di candi tersebut. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan positif dalam pengembangan pariwisata dan pelestarian warisan budaya di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena permasalahannya berhubungan dengan manusia yang bergantung pada pengamatan (Sugiyono, 2019). Penelitian kualitatif bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, dengan memanfaatkan metode alamiah (Roflin et al., 2021).

Penelitian ini dilakukan di Pariwisata Candi Tegowangi di Desa Tegowangi Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri. Data primer dikumpulkan dari pengelola objek wisata Candi Tegowangi, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen dan studi literature terkait gambaran umum objek wisata tersebut.

Untuk mengumpulkan data, peneliti menggunakan beberapa metode, yaitu observasi, studi pustaka, studi dokumen, wawancara, dan dokumentasi. Data kemudian dianalisis dengan melakukan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan menggunakan metode analisis kualitatif (Sugiyono, 2015).

Langkah-langkah dalam analisis data kualitatif meliputi membaca dan mempelajari data, memberi kode pada kata-kata kunci, menemukan tema-tema dari data, mengumpulkan dan mengklasifikasikan data dalam masing-masing tema, mencari pola dan hubungan-hubungan, serta membuat kesimpulan (Sugiyono, 2021).

Hasil analisis menunjukkan adanya beberapa faktor penghambat dan pendukung dalam pemanfaatan media video 360 derajat guna peningkatan pariwisata di Candi Tegowangi. Penelitian ini memberikan pemahaman yang holistik tentang fenomena yang dialami oleh subjek penelitian terkait pariwisata di Candi Tegowangi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep virtual tour 360 derajat adalah pengalaman virtual yang memungkinkan pengguna untuk menjelajahi dan menginteraksi dengan suatu tempat atau lingkungan secara digital dengan menggunakan teknologi 360 derajat. Dalam konsep ini, pengguna dapat melihat dan menjelajahi suatu lokasi dengan sudut pandang 360 derajat, seolah-olah mereka berada di tempat tersebut secara langsung.

Langkah pertama dalam menciptakan virtual tour 360 derajat adalah pemotretan menggunakan kamera khusus yang mampu menghasilkan gambar panorama 360 derajat. Kamera ini biasanya dirancang dengan beberapa lensa yang memungkinkan pengambilan gambar dari berbagai sudut. Pemotretan dilakukan dengan memperhatikan pencahayaan yang baik dan memastikan bahwa semua area yang relevan dan menarik untuk dilihat tercakup dalam gambar panorama 360 derajat.

Setelah pemotretan selesai, langkah selanjutnya adalah proses stitching atau penyusunan gambar-gambar tersebut menjadi satu gambar panorama yang utuh. Dalam proses ini, menggunakan perangkat lunak khusus untuk menggabungkan beberapa gambar menjadi satu. Perangkat lunak ini menganalisis dan memadukan gambar-gambar tersebut dengan memperhatikan kesesuaian garis-garis dan tekstur dalam gambar. Proses ini juga memperhatikan kesinambungan antara gambar-gambar yang berdekatan untuk menciptakan transisi yang mulus dalam tur virtual.

Setelah proses stitching selesai, gambar panorama yang utuh akan dihasilkan. Gambar ini meliputi seluruh lingkungan yang telah difoto dan dapat dipanjangkan atau diperkecil sesuai kebutuhan. Selanjutnya, gambar panorama dapat ditingkatkan kualitasnya melalui pengolahan gambar seperti penyesuaian warna, kontras, dan peningkatan resolusi.

Selain langkah-langkah teknis di atas, konsep virtual tour 360 derajat juga melibatkan penyusunan konten dan pengaturan navigasi yang baik. Konten yang relevan dan menarik harus dipilih dan disusun dengan baik agar pengguna dapat merasakan pengalaman yang memuaskan dan informatif. Pengaturan navigasi yang baik memungkinkan pengguna untuk dengan mudah menjelajahi lokasi dan berpindah antara titik-titik pandang yang berbeda.

Konsep virtual tour 360 derajat memiliki banyak manfaat dalam berbagai bidang, termasuk pariwisata, real estat, pendidikan, dan banyak lagi. Dalam industri pariwisata, virtual tour 360 derajat dapat digunakan untuk mempromosikan destinasi wisata, menggantikan tur fisik, dan memberikan pengalaman interaktif kepada calon wisatawan. Dalam real estat, virtual tour 360 derajat memungkinkan calon pembeli untuk melihat properti secara detail tanpa harus mengunjunginya secara fisik. Dalam pendidikan, virtual tour 360 derajat dapat digunakan sebagai alat pembelajaran yang interaktif dan mendalam.



Secara keseluruhan, konsep virtual tour 360 derajat menggabungkan teknologi fotografi 360 derajat, proses stitching, pengolahan gambar, penyusunan konten, dan pengaturan navigasi untuk menciptakan pengalaman virtual yang imersif dan interaktif. Dengan menggunakan teknologi ini, pengguna dapat merasakan sensasi berada di tempat tersebut dan menjelajahi lingkungan secara virtual dengan sudut pandang yang luas dan detail yang tinggi. Konsep ini memiliki potensi besar dalam berbagai industri dan memberikan manfaat yang signifikan dalam mempromosikan, menjelajahi, dan memvisualisasikan tempat atau lingkungan secara virtual.

Media video 360 derajat memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan minat para wisatawan terhadap Candi Tegowangi. Dengan menggunakan video 360 derajat, para wisatawan dapat memiliki pengalaman virtual yang mendekati mengunjungi situs tersebut secara langsung. Pertama-tama, media video 360 derajat memungkinkan wisatawan untuk secara interaktif menjelajahi dan melihat sekitar Candi Tegowangi. Mereka dapat mengendalikan sudut pandang mereka sendiri, berputar 360 derajat, dan memilih area yang ingin mereka jelajahi. Hal ini memberikan pengalaman yang lebih nyata dan memungkinkan para wisatawan untuk merasakan kehadiran di tempat tersebut.

Video 360 derajat juga memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk melihat Candi Tegowangi dari berbagai sudut pandang. Mereka dapat melihat dengan jelas arsitektur, detail, dan keindahan candi tersebut. Video ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang keunikan dan keindahan Candi Tegowangi, yang dapat menarik minat para wisatawan untuk mengunjunginya secara fisik. Selain itu, video 360 derajat juga dapat menyediakan informasi tambahan tentang Candi Tegowangi.

Wisatawan dapat memanfaatkan elemen multimedia seperti teks atau narasi audio yang disertakan dalam video untuk memperoleh penjelasan tentang sejarah, budaya, atau detail penting lainnya tentang candi. Hal ini memberikan wawasan yang lebih mendalam dan membuat kunjungan mereka menjadi lebih bermakna. Hasil dari pengiriman Google Form kepada narasumber juga menunjukkan bahwa banyak orang cenderung menyukai media 360 derajat. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan video 360 derajat dapat efektif dalam menarik minat para wisatawan terhadap Candi Tegowangi.

Selain meningkatkan minat wisatawan, media video 360 derajat juga dapat memperluas jangkauan pemasaran Candi Tegowangi. Video 360 derajat dapat dengan mudah dibagikan melalui platform online dan media sosial, mencapai calon wisatawan dari berbagai belahan dunia. Dengan memperkenalkan Candi Tegowangi melalui video yang menarik, lebih banyak orang dapat mengetahui tentang keberadaan candi tersebut dan termotivasi untuk mengunjunginya. Namun, penting untuk diingat bahwa video 360 derajat tidak dapat sepenuhnya menggantikan pengalaman fisik mengunjungi Candi Tegowangi. Meskipun video tersebut dapat memberikan pengalaman

yang mendekati, pengalaman langsung mengunjungi situs bersejarah tersebut memiliki nilai tersendiri.

Oleh karena itu, video 360 derajat sebaiknya digunakan sebagai alat pendukung untuk memikat minat wisatawan dan membantu mereka dalam perencanaan kunjungan mereka. Secara keseluruhan, media video 360 derajat memiliki potensi besar dalam meningkatkan minat wisatawan terhadap Candi Tegowangi. Dengan memberikan pengalaman virtual yang mendekati mengunjungi situs tersebut secara langsung, video 360 derajat dapat memberikan gambaran yang lebih nyata tentang keindahan, arsitektur, dan atmosfer Candi Tegowangi. Wisatawan dapat menjelajahi dan melihat sekitar candi secara interaktif, serta memilih sudut pandang yang mereka inginkan. Dengan penggunaan media ini, para wisatawan dapat merasakan pengalaman yang mendalam dan mendekati kunjungan fisik ke candi tersebut. Selain itu, video 360 derajat juga memberikan informasi tambahan tentang sejarah, budaya, dan detail penting lainnya tentang Candi Tegowangi.

Melalui elemen multimedia seperti teks atau narasi audio, wisatawan dapat memperoleh penjelasan yang mendalam saat mereka menjelajahi video. Hal ini dapat memperkaya pengetahuan mereka tentang candi tersebut dan membuat kunjungan mereka menjadi lebih bermakna. Dalam konteks pemasaran pariwisata, media video 360 derajat juga dapat menjadi alat yang efektif untuk memikat minat wisatawan. Dengan memperlihatkan keindahan dan pesona Candi Tegowangi secara nyata, wisatawan dapat terinspirasi untuk mengunjungi tempat tersebut secara fisik. Video ini juga dapat dengan mudah dibagikan melalui platform online dan media sosial, sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memungkinkan penyebaran informasi tentang Candi Tegowangi di antara para wisatawan potensial.

Meskipun video 360 derajat dapat memberikan pengalaman virtual yang mendekati, penting untuk diingat bahwa pengalaman langsung mengunjungi Candi Tegowangi memiliki nilai tersendiri. Oleh karena itu, video 360 derajat sebaiknya digunakan sebagai alat pendukung untuk memancing minat wisatawan dan membantu mereka dalam perencanaan kunjungan mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dalam konteks pemasaran pariwisata, media video 360 derajat memiliki potensi besar untuk meningkatkan minat wisatawan di Candi Tegowangi. Video 360 derajat menawarkan pengalaman virtual yang mirip dengan kunjungan fisik, memungkinkan wisatawan menjelajahi dan melihat candi secara interaktif. Video ini juga dapat memberikan informasi lebih lanjut tentang sejarah, budaya dan detail penting lainnya dari Candi Tegowangi, memperkaya pengetahuan wisatawan

Selain itu, video 360 derajat dapat menjadi alat pemasaran yang efektif dengan memperlihatkan keindahan dan pesona Candi Tegowangi secara nyata kepada audiens yang lebih luas, oleh karena itu video 360 derajat sebaiknya digunakan sebagai alat pendukung untuk memikat minat wisatawan dan membantu mereka dalam perencanaan kunjungan fisik ke candi tersebut.

SARAN

1. Melakukan pemotretan dan produksi video 360 derajat untuk Candi Tegowangi dengan kualitas yang baik untuk menghadirkan pengalaman yang lebih imersif bagi pengguna.
2. Menyusun konten yang relevan dan menarik untuk disertakan dalam video 360 derajat, termasuk informasi sejarah, budaya, dan detail penting lainnya tentang Candi Tegowangi.
3. Mengoptimalkan penggunaan platform online dan media sosial untuk mempromosikan video 360 derajat Candi Tegowangi kepada calon wisatawan.
4. Memastikan adanya dukungan teknis dan bantuan bagi pengguna yang ingin mengakses dan menjelajahi video 360 derajat Candi Tegowangi.
5. Menggunakan video 360 derajat sebagai alat pendukung untuk memikat minat wisatawan dan membantu mereka dalam perencanaan kunjungan fisik ke Candi Tegowangi, dengan tetap mengedepankan pengalaman langsung.

DAFTAR RUJUKAN

- Afandi, Z., Yatmin, Y., Budianto, A., Budiono, H., Widiatmoko, S., Wiratama, N. S., Lestari, S. N., Alkari, A., & Ferdian, F. (2022). Pelatihan Pembuatan Video Pembelajaran Menggunakan Aplikasi Kinemaster untuk Guru di SMAN 6 Kediri. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (Abdira)*, 2(1). <https://doi.org/10.31004/abdira.v2i1.63>
- Alkari, Ferdian, F., & Wiratama, N. S. (2021). Nilai-Nilai Pendidikan Karakter dalam Relief Bubuksah- Gagangakingdi Candi Surowono. *Semdikjar*.
- Eni, S. P. (2019). MEMAHAMI RELIEF-RELIEF PADA CANDI-CANDI KERAJAAN-KERAJAAN KEDIRI, SINGASARI DAN MAJAPAHIT DI JAWA TIMUR. *Jurnal SCALE*, 6(2). <https://doi.org/10.33541/scale.v6i2.41>
- Karunia, A. D., & Setianingsih, R. (2022). Eksplorasi Etnomatematika Arsitektur Kuno Di Kediri. *JURNAL PENELITIAN PENDIDIKAN MATEMATIKA DAN SAINS*, 5(2). <https://doi.org/10.26740/jppms.v5n2.p71-83>
- Lesmana, I. S., Bahits, A., & Tabrani, M. B. (2020). STRATEGI PROMOSI PENGELOLAAN WISATA PANTAI UNTUK MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN PASCA TSUNAMI SELAT SUNDA DI KABUPATEN PANDEGLANG. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 6(2). <https://doi.org/10.35906/jm001.v6i2.595>

- Pada, K., Vape Batubulan, J., Putu, I., Suwastawa, A., Agung, A., Lindia, I. T., Pramesti, D. Y., Widyastuti, S., Riskarini, D., & ABDUL, K. (2021). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Di Indomaret Ancol 1-T001 Jakarta Utara). In *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata* (Vol. 17, Issue 1).
- Rahma, A. A. (2020). Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1). <https://doi.org/10.22146/jnp.52178>
- Roflin, E., Liberti, I. A., & Pariyana. (2021). pengertian Survei menurut Sugiyono 2018. *Eprints.Walisongo.Ac.Id*.
- Saputro, E. R., Widiatmoko, S., & Afandi, Z. (2022). Eksistensi Seni Tari Mung Dhe dan Pengaruhnya Bagi Masyarakat di Desa. Garu, Kec. Baron, Kab. Nganjuk Tahun 1982-2009. *UNIVERSITAS PGRI KEDIRI*, 1(1).
- Saripurnadinata, R. (2022). Strategi Pengembangan Ekowisata Gunung Api Purba Nglanggeran Sebagai Penunjang Pertumbuhan Ekonomi di Gunungkidul Yogyakarta. *Business and Economic Analysis Journal*, 2(2).
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung. In *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D (Kedua). In *Alfabeta* (Vol. 3, Issue 2).
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Tindakan). In *Metode Penelitian Pendidikan*.
- Tiarawanti, R., Yatmin, Y., & ... (2022). Upaya Melestarikan Candi Tegowangi Sebagai Tempat Peninggalan Bersejarah di Kediri. ... *Dan Pembelajaran*).
- Widiatmoko, S., Budiono, H., Wiratama, N. S., & Sasmita, G. G. (2023). Kajian Deskripsi Semiotika Pada Pakaian Khas Kediri. *PINUS: Jurnal Penelitian Inovasi Pembelajaran*, 8(1). <https://doi.org/10.29407/pn.v8i1.18861>
- Widiatmoko, S., Setya, N., Wiratama, & Budiono, H. (2022). Sejarah Perkembangan Industri Batik Di Kediri. *WIKSA:Prosiding Pendidikan Sejarah*, 1(1).
- Wijanarko, W. (2022). Rancang Bangun E-Tourism Sebagai Media Promosi Pariwisata Indonesia. *Jurnal Teknologi Pintar*, 2(4).