

Tur Wisata Virtual Bali Pada Era *Society 5.0* (*Bali Virtual Tourism Tour In Society 5.0 Era*)

¹Muhammad Farhan Ashshiddiqie, ²I Gusti Agung Ayu Pramide wi Premaswari

^{1,2}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa Dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jalan Nusa Indah Sumerta Kaja – Denpasar, 80235, Indonesia

E-mail penulis korespondensi : gungdhyo11@gmail.com

Abstrak

COVID 19 yang melanda dunia pada awal tahun 2020 sangat mempengaruhi sektor pariwisata Indonesia, khususnya Bali. Imbas dari pandemi ini adalah sepi pariwisata yang membuat banyak pihak mengalami kerugian. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah tur virtual yang dapat digunakan sebagai media promosi pariwisata Bali. Dengan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk merasakan objek wisata secara virtual, diharapkan dapat memicu minat dan ketertarikan masyarakat untuk berkunjung ke Bali. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif-kualitatif dan menggunakan pendekatan deskriptif, di mana rancangan tur wisata virtual Bali diberikan kepada masyarakat untuk menilai dan menanggapi, selanjutnya data yang diperoleh dan rancangan tur akan dideskripsikan untuk dianalisis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan dari 77 responden, rata-rata condong tertarik mencoba tur virtual dan objek wisata yang tepat untuk menerapkan tur virtual adalah objek wisata yang bersifat rekreasi, perjalanannya dinikmati, dan menambah wawasan, seperti wisata alam atau wisata budaya. Dengan demikian tur virtual dapat menarik masyarakat untuk mencoba tur wisata virtual dan mengunjungi objek wisata tersebut secara langsung.

Kata Kunci: Wisata, *Virtual*, Tur

Abstract

COVID 19, which hit the world in early 2020, has greatly affected the Indonesian tourism sector, especially Bali. The impact of this pandemic is the lack of tourism which makes many parties suffer losses. This study aims to design a virtual tour that can be used as a medium for promoting tourism in Bali. By providing opportunities for people to experience tourist objects in a virtual way, it is hoped that it can spark public interest and interest in visiting Bali. This research uses quantitative-qualitative research methods and uses a descriptive approach, in which the design of a virtual tour of Bali is given to the community to assess and respond, then the data obtained and the tour design will be described for analysis. The results of this study show that out of 77 respondents, on average, they are interested in trying virtual tours and the right tourist objects for implementing virtual tours are recreational attractions, the trips are enjoyed, and add insight, such as nature tourism or cultural tourism. Thus a virtual tour can attract people to try a virtual tour and visit the tourist attraction in person.

Keyword: *Tourism, Virtual, Tour*

PENDAHULUAN

Pada bulan Maret 2020, terjadi lonjakan tajam COVID 19 di Indonesia yang membuat pemerintah bertindak cepat membatasi pergerakan masyarakat di tempat umum. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) diberlakukan agar penyebaran COVID 19 tidak semakin tinggi. Di samping pembatasan-pembatasan yang dilakukan pemerintah Indonesia, masyarakat juga sudah terlanjur takut dengan virus COVID 19 yang digadang-gadang sebagai virus mematikan. Akibatnya, banyak tempat umum yang menjadi sepi, seperti pertokoan, perkantoran, tempat ibadah, sekolah, dan tempat hiburan. Hal ini memengaruhi sektor ekonomi, sosial, budaya dan pariwisata.

Kemunculan COVID 19 sangat memengaruhi Bali pada sektor ekonomi dan pariwisata. Kedua sektor ini saling berkaitan tidak lain karena pendapatan utama Bali ada pada sektor pariwisatanya. Sejak COVID 19 merebak di Indonesia, jumlah wisatawan kian menurun baik wisatawan internasional maupun domestik. Pada bulan Mei 2020, terjadi penurunan drastis wisatawan Bali hingga 88,99 persen *month to month* (mtm), penurunan terdalam tercatat pada wisatawan Indonesia

yakni 92,45 persen (Sugiari, 2020). Kondisi ini tidak dapat dibiarkan karena tidak hanya akan merugikan pemerintah dan provinsi, namun masyarakat Bali secara umum juga akan terpengaruh oleh sepiunya wisatawan. Banyak dari masyarakat Bali akan kehilangan sumber pendapatannya, dan akan mengakibatkan angka kemiskinan yang semakin tinggi. Hal ini akan menimbulkan efek berantai yang akan merugikan daerah, bahkan negara.

Untuk mempromosikan kembali wisata Bali kepada masyarakat, *virtual reality* dapat digunakan untuk memperkenalkan, mengingatkan, dan juga menarik calon-calon wisatawan baik yang sudah pernah berkunjung ke Bali, maupun calon wisatawan baru. *Virtual reality* menawarkan sensasi nyata bagi penggunaannya sehingga akan membuat calon wisatawan merasakan dan menilai sendiri bagaimana dan apa yang di tawarkan oleh suatu objek wisata di Bali tanpa perlu mengandalkan pihak lain untuk mengulas tempat wisata tersebut. Masyarakat Indonesia pada masa pandemi ini lebih banyak berkegiatan di rumah, tentunya banyak juga berinteraksi dan bergantung pada teknologi digital. Melihat fenomena ini pada masyarakat Indonesia, disertai dengan masyarakat secara umum yang sudah bergerak menuju era society 5.0, di mana tidak hanya pada bidang industri saja yang bertaut pada teknologi digital, namun pada bidang sosial masyarakat pun sudah memaksimalkan penggunaan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan adanya fenomena tersebut di atas, penulis merumuskan beberapa permasalahan dalam penelitian ini, yaitu apakah tur digital ini dapat menarik masyarakat untuk berwisata di Bali dan wisata apa yang tepat menggunakan tur digital ini. Penelitian ini akan penulis kaji dengan teori *virtual reality* sebagai landasan dan akan menggunakan metode penelitian kuantitatif-kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penggunaan teori dan metode tersebut akan memudahkan penulis dalam menjawab permasalahan penelitian ini dan akan dijelaskan lebih lanjut pada pembahasan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat minat masyarakat dalam menggunakan teknologi virtual reality untuk mengunjungi objek wisata Bali. Harapan penulis ketika kondisi sudah kembali sebagaimana sedia kala, mengingat vaksin dari COVID 19 juga sudah mulai dipasarkan, banyak wisatawan yang akan mengunjungi objek wisata berkat promosi yang sudah digencarkan dikala pandemi.

KAJIAN TEORI

Pariwisata

Suwantoro (2004:3) mendefinisikan istilah pariwisata, yaitu suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian seseorang yang sedang berwisata adalah orang yang sedang melakukan perjalanan meninggalkan tempat tinggalnya dalam waktu sementara, dengan tujuan mencari kenikmatan, ketenangan, kedamaian, keseimbangan, keserasian dan kebahagiaan jiwa serta memenuhi keinginan terhadap sesuatu. Menurut Ismayanti (2010), berdasarkan jenis-jenis objek wisatanya, pariwisata dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. Wisata pantai (Marine tourism)
2. Wisata Etnik (Etnik tourism).
3. Wisata Cagar Alam (Ecotourism).
4. Wisata Buru.
5. Wisata Olahraga.
6. Wisata Kuliner.
7. Wisata Religius.
8. Wisata Agro.
9. Wisata Gua.
10. Wisata Belanja.
11. Wisata Ekologi.
12. Wisata Budaya.

Promosi

Menurut Stanton pada tahun 1993, Promosi adalah kegiatan memberikan informasi kepada konsumen, memengaruhi, dan menghimbau khalayak ramai. Dengan adanya promosi, sebuah

perusahaan dapat menawarkan dan menarik konsumen untuk membeli produk atau jasa dari perusahaan tersebut.

Society 5.0

Era revolusi industri 4.0 (the industrial revolution 4.0.) yang menawarkan literasi baru yakni data, technology, and human literation, sebagai sebuah tesis baru era teknologi digital, sejak tahun 2018 muncul “anti tesis” dari Jepang yang lebih menjunjung “manusia” di samping terjadinya revolusi data dan teknologi. Menurut Kantor Kabinet Jepang, Society 5.0 didefinisikan sebagai sebuah masyarakat yang berpusat pada manusia yang menyeimbangkan kemajuan ekonomi dengan penyelesaian masalah sosial melalui sistem yang sangat mengintegrasikan ruang maya dan ruang fisik.

Virtual reality

Virtual reality (VR) adalah sebuah teknologi yang membuat pengguna dapat berinteraksi dengan lingkungan yang ada dalam dunia maya yang disimulasikan oleh komputer, sehingga pengguna merasa berada di dalam lingkungan tersebut. VR bekerja dengan memanipulasi otak manusia sehingga seolah-olah merasakan berbagai hal yang virtual terasa seperti hal yang nyata. Bisa dibayangkan, VR merupakan proses penghapusan dunia nyata di sekeliling manusia, kemudian membuat pengguna merasa tergiring masuk ke dunia virtual yang sama sekali tak bersentuhan dengan dunia nyata. Untuk dapat memaksimalkan sensasi nyata dari dunia realitas virtual, dibutuhkan perangkat tambahan yang menstimulasi indra lainnya selain penglihatan. Hal paling minimal dapat dengan menstimulasi indra pendengaran pengguna menggunakan *speaker* maupun *headphone*. (Binus, 2018)

Stereoskopi

Stereoskopi (juga disebut stereoskopik) adalah sebuah teknik untuk membuat atau menampilkan ilusi mendalam pada sebuah gambar dalam arti stereopsis untuk penglihatan binokular. Kata stereoskopi berasal dari kata dari bahasa gre στερεός (stereos), berarti "padat", dan σκοπέω (skopeō), berarti "terlihat". Gambar stereoskopik apapun disebut sebagai stereogram. Sebagian besar metode stereoskopik menghadirkan dua gambar terpisah untuk mata kiri dan kanan pengamatnya. Gambar dua dimensi tersebut kemudian dikombinasikan dalam otak untuk memberikan persepsi kedalaman 3D. Stereoskopi dapat kita temukan pada mainan anak-anak yang berbentuk seperti teropong dua mata/binokular dengan sebuah lempengan berbentuk cakram yang berisi gambar pemandangan. (Wikipedia)

Audio visual

Konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik di mana penyampaiannya dapat dilakukan melalui berbagai medium, baik secara tidak langsung seperti internet dan televisi, maupun langsung seperti presentasi. Secara umum *audio visual* merupakan suatu medium penyampaian pesan/informasi melalui bunyi/suara dan pencitraan gambar secara simultan. Menurut Arsyad (2002 : 94) media berbasis *audio visual* adalah media visual yang mengandung penggunaan suara tambahan untuk memproduksinya. Contoh dari *audio visual* dapat berupa video maupun sebuah pertunjukan. Konten *audio visual* merupakan satu bentuk informasi yang disampaikan melalui pencitraan gambar dan bunyi/suara pada satu buah media.

Suara Stereophonik

Suara stereophonik, lebih umum disebut stereo adalah reproduksi dari suara yang menggunakan lebih dari satu saluran suara dan melalui sebuah susunan konfigurasi penguat suara yang simetris serta bertujuan untuk mendapatkan suara yang natural.

Situs Web

Definisi secara umum, situs web adalah kumpulan dari berbagai macam halaman situs yang terangkum di dalam sebuah domain atau subdomain, yang berada di dalam WWW (*World Wide Web*), yang berisikan kumpulan informasi yang disediakan secara perorangan, kelompok, ataupun organisasi. Halaman situs web biasanya berupa dokumen yang ditulis dalam format *Hyper Text Markup Language* (HTML). Menurut Suwanto Raharjo sendiri layanan web adalah salah satu

Internet yang paling banyak dipergunakan dibandingkan dengan layanan lain seperti ftp, gopher, news atau bahkan email.

Virtual Tour

Sebuah tur virtual adalah simulasi dari lokasi yang ada, biasanya terdiri dari urutan video atau gambar diam. Hal ini juga dapat menggunakan unsur-unsur multimedia lainnya seperti efek suara, musik, narasi, dan teks. Hal ini dibedakan dari penggunaan siaran langsung atau tele-pariwisata.

Sensor Gyroscope

Sensor Gyroscope merupakan sebuah sensor yang terpasang pada *smartphone* yang mendeteksi gerakan *smartphone* berdasarkan gravitasi dan juga arah kompas. Dengan sensor ini, seseorang dapat menggunakan fitur video 360° dengan maksimal karena sensor akan mengikuti gerakan berputar, naik, dan juga turun dari pengguna *smartphone* sehingga seakan-akan *smartphone* merupakan jendela dari video 360° atau dunia virtual tersebut. Saat ini hampir semua *smartphone* sudah dilengkapi dengan sensor ini.

METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif-kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. (Kasiram (2008: 149) dalam bukunya Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif). Adapun menurut Sugiyono (2012:29) pendekatan deskriptif adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

Menurut Sarwono dan Lubis (2007: 110) “Analisis Kualitatif merupakan analisis yang didasarkan pada adanya hubungan semantis antar variabel yang sedang diteliti. Tujuannya ialah agar peneliti mendapatkan makna hubungan variabel-variabel sehingga dapat digunakan untuk menjawab masalah yang dirumuskan dalam penelitian”.

Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif-kualitatif, maka penulis akan mendapatkan jawaban dari permasalahan penelitian ini melalui tanggapan masyarakat. Subjek yang penulis teliti pada penelitian kali ini adalah *virtual reality* dan unsur-usurnya untuk membentuk satu buah tur virtual pariwisata Bali.

HASIL PEMBAHASAN

Pada tahun 1992, Lanier menyatakan bahwa *virtual reality* merupakan sebuah pembuatan ruang secara digital yang seorang manusia dapat mengakses dengan mengenakan peralatan canggih computer. Segala media yang meniru kenyataan masuk dalam kategori *virtual reality*. Penggunaan *virtual reality* bisa diterapkan pada banyak bidang, termasuk pada bidang pariwisata. Dalam penelitian ini, wisata digital yang diterapkan pada wisata di Bali merupakan sebuah tur virtual berbasis video 360°. Video tur ini akan mengajak wisatawan berkeliling objek-objek wisata di Bali secara virtual. Hanya bermodalkan *smartphone*, sebuah stereoskop, dan akses internet.

Masyarakat Indonesia sudah mulai bergerak menjadi society 5.0 di mana masyarakat menggunakan teknologi digital dalam tiap aspek kehidupannya. Mulai dari berbelanja, berobat, sampai yang paling baru adalah belajar dan bekerja dari rumah. Kondisi pandemi memaksa masyarakat untuk berdiam diri di rumah, sehingga masyarakat semakin banyak menggunakan teknologi digital dengan keterbatasan kegiatan di dalam rumah. Fenomena pada masyarakat ini menandakan bahwa masyarakat sudah siap menyambut inovasi digital pada bidang pariwisata juga. Tur ini menumbuhkan keinginan masyarakat untuk berwisata di tengah rasa bosan tinggal di rumah akibat pandemi.



Gambar 1. Ilustrasi Tampilan Situs Web Pada Komputer
(Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2020)

Tampilan Pada Situs Web

Gambar 1 merupakan rancangan dari tampilan situs web tur wisata virtual Bali pada perangkat komputer. Pada laman utama akan langsung menampilkan tur virtual objek wisata dan juga deskripsi dari objek wisata tersebut. Pada bagian kiri bawah terdapat tulisan “mulai” yang merupakan tombol lainnya tur virtual. Selain tombol mulai terdapat tombol kiri dan kanan untuk menggeser objek wisata pada laman utama. Terdapat lima pilihan navigasi pada *navigation bar* yang meliputi:

1. **Beranda** yang mengantarkan pengguna kembali pada laman utama.
2. **Wisata Daerah** yang mengantarkan pengguna kepada laman berbagai pilihan tur wisata virtual berdasarkan daerah yang ada di Bali.
3. **Panduan** yang mengantarkan pengguna kepada laman panduan cara melakukan tur wisata virtual dan apa saja yang perlu disediakan oleh pengguna.
4. **Tentang Kami** yang mengantarkan pengguna pada laman informasi pihak pengembang tur wisata virtual dan juga pengelola wisata.
5. **Pengaturan** yang membuka sebuah opsi pengaturan bahasa pada situs web tur wisata virtual.



Gambar 2. Ilustrasi Tampilan Situs Web Pada Smartphone
(Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2020)

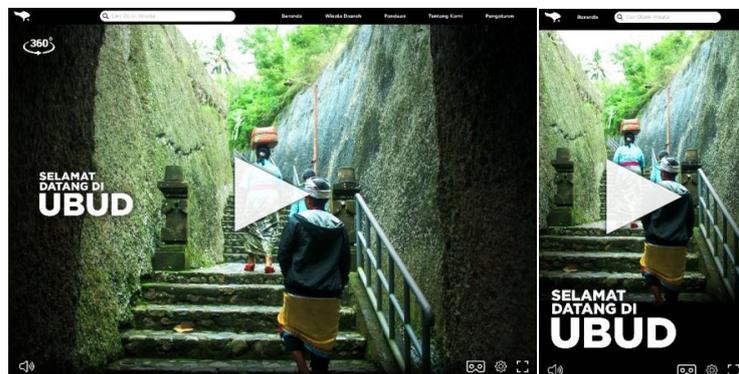
Selain lima pilihan tersebut, terdapat sebuah *search bar* untuk mencari objek wisata Bali yang diinginkan secara spesifik oleh pengguna. Gambar 2 merupakan rancangan tampilan situs web pada perangkat *smartphone*. Terdapat perbedaan dengan tampilan komputer dengan tampilan *smartphone*. Perbedaan tersebut yaitu pilihan navigasi yang ada pada *navigation bar* pada tampilan halaman utama hanya terdapat pilihan “Beranda”, *Search bar*, dan juga tiga titik vertikal sebagai ikon pilihan lain. Pilihan “Wisata Daerah”, “Panduan”, “Tentang Kami”, dan “Pengaturan” disembunyikan pada ikon pilihan, yang baru akan ditampilkan apabila pengguna memilih ikon tersebut.

Alat Tur Wisata Virtual

Alat utama yang dibutuhkan oleh pengguna tur wisata virtual adalah *smartphone* dan stereoskop. *Smartphone* ini akan menjadi media utama dari tur wisata virtual yang kemudian dipasangkan pada alat stereoskop. Stereoskopi merupakan teknik yang mampu menciptakan suatu ilusi pada suatu gambar tampak seperti nyata dengan alat berbentuk binokular. Untuk merasakan seakan-akan masuk ke dalam dunia tur wisata virtual ini, calon wisatawan harus menyediakan stereoskop atau alat yang biasa dikenal dengan *VR Glasses* atau Kacamata VR. Kacamata VR ini sangat mudah didapatkan saat ini dengan harga yang cukup murah. Kacamata VR dapat ditemui di tiap toko aksesoris *smartphone* maupun secara daring. Kacamata VR juga dapat dibuat sendiri dengan menggunakan bahan kardus. Selain *smartphone* dan kacamata VR, pengguna bisa juga menyediakan sebuah *headphone* agar merasa semakin masuk ke dalam dunia tur wisata virtual dengan menstimulasi indra pendengaran pengguna.

Tur Wisata Virtual

Tur virtual akan memanfaatkan *audio visual* berupa video 360° yang memberikan akses bagi pengguna untuk melihat ke segala arah agar pengguna tidak terkunci pada satu pandangan saat menjalani tur serta suara stereo untuk memberikan kesan nyata terhadap suara lingkungan dalam tur virtual. Sensor *gyroscope* dari *smartphone* memungkinkan pengguna dapat bergerak mengamati objek wisata dengan leluasa bagaikan di dunia nyata. Gerakan yang akan ditangkap oleh sensor adalah gerakan memutar, mendongak, dan menunduk yang kemudian akan diaplikasikan pada tur wisata virtual ini



Gambar 3. Ilustrasi Tampilan Pemutar Tur pada Komputer dan *Smartphone*
(Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2020)



Gambar 4. Ilustrasi Tampilan Tur Mode Stereoskopik
(Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2020)

Setelah memilih tombol “mulai”, pengguna akan diantarkan langsung pada laman pemutar tur wisata virtual. Pada laman ini, pengguna cukup menekan tombol ikon *play* untuk memulai tur. Secara *default*, pada perangkat *smartphone* tampilan video 360° akan langsung menggunakan mode stereoskopik layar penuh sebagaimana tampak pada gambar 4, namun bisa juga diatur agar tampak seperti tampilan video biasa. Sebaliknya pada perangkat komputer, secara *default* akan menggunakan pengaturan tampilan video biasa dan dapat diatur untuk menggunakan mode stereoskopik. Video tur tidak akan menampilkan durasi dari video agar pengguna dapat menjalani tur tanpa mempercepat atau melompati bagian-bagian tertentu dalam tur.

Responden

Hasil survei penulis kepada masyarakat mengenai tur wisata virtual menunjukkan dari 77 responden, 47 di antaranya tertarik mencoba tur wisata virtual ini, 28 di antaranya mungkin tertarik, dan hanya 2 yang menjawab tidak tertarik. 68 dari 77 responden juga menyatakan masyarakat akan tertarik untuk mengunjungi langsung objek wisata yang dijadikan tur virtual. Selain itu, berdasarkan hasil survei, wisata yang tepat dijadikan virtual adalah wisata yang memiliki sifat rekreasi, yang perjalanannya dinikmati, dan menambah wawasan, seperti wisata budaya atau wisata alam.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa *virtual reality* dapat diterapkan pada bidang pariwisata sebagai media promosi. *Virtual reality* dapat menjadi suatu inovasi dalam strategi promosi yang tentunya akan menarik masyarakat untuk berkunjung ke Bali. Salah satu penerapan *virtual reality* pada bidang pariwisata adalah tur virtual. Tur virtual ini dapat menjadi media informasi objek-objek wisata yang ada di Bali dan dapat dikunjungi oleh wisatawan domestik maupun internasional. Selain menyajikan informasi, masyarakat yang mengikuti tur akan merasa terlibat langsung pada tur virtual yang dilaksanakan dan memberikan pengalaman seakan telah berkunjung ke objek wisata yang dipilih. Dengan begitu akan memicu masyarakat pengguna tur virtual untuk berkunjung secara langsung. Dapat disimpulkan bahwa tur digital ini berdampak sangat baik, karena dapat mengurangi angka covid di Indonesia. Ini bisa dijadikan alternatif liburan di tengah pandemi.

REFERENSI

- Azani Cempaka Sari, (2018). *Virtual Reality*. di ambil kembali dari <https://socs.binus.ac.id/2018/11/29/virtual-reality/>, di akses pada 15 Desember 2020 Pukul 20.33 WITA.
- Bitar, (2020). *Pengertian Pariwisata Menurut Parah Ahli*. Diakses dari <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-pariwisata/>: pada 15 Desember 2020 Pukul 20.15 WITA.
- Bilal Syahid, (2020). *Pengertian Website*. <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-website/>, Diakses pada 15 Desember 2020 Pukul 21.17 WITA).
- CFFC, (2020). *Manfaat Membuat Konten Visual Untuk Bisnis*. di ambil kembali dari <https://teknoia.com/manfaat-membuat-konten-visual-untuk-bisnis-7462b57162f3>, Diakses pada 10 Desember 2020)
- Mukhlisin Riadi, (2019). *Pariwisata. Pengertian, Unsur, Bentuk dan Jenis Wisata*. Diakses dari <https://www.kajianpustaka.com/2019/12/pariwisata-pengertian-unsur-bentuk-dan-jenis-wisata.html> , pada 15 Desember 2020 Pukul 20.22 WITA.
- Puput Suwastika, (2019). *Berisap Menuju Era 5.0* . Di ambil kembali dari https://ppm-manajemen.ac.id/id_ID/blog/artikel-manajemen-18/post/bersiap-menuju-era-industri-5-0-1664, Diakses pada tanggal 22 Desember 2020 Pukul 15.45 WITA.
- Samhis Setiawan, (2020). *Pengertian P romosi – Tujuan, Fungsi, Komponen, Bentuk, Para Ahli*. Di ambil kembali dari <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-promosi/>, Diakses pada tanggal 15 Desember 2020 Pukul 20.40 WITA.
- Sugjari, Luh Putu. (2020, 02 Juli). *Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Bali Anjlok 92,45 Persen*. Diambil kembali dari [Bisnis.com: https://bali.bisnis.com/read/20200702/538/1260477/kunjungan-wisatawan-nusantara-ke-bali-anjlok-9245-persen](https://bali.bisnis.com/read/20200702/538/1260477/kunjungan-wisatawan-nusantara-ke-bali-anjlok-9245-persen)(Diakses pada 15 Desember 2020).
- Vebiolanessa, (2015). *Makalah Media Audio Dan Audio Visual*. <https://vebivanesa.wordpress.com/2015/04/13/makalah-media-audio-dan-audio-visual/>, Diakses pada tanggal 15 Desember pukul 21.20 WITA.
- Wikipedia, (2017). *Stereoskopi*. Diambil kembali dari: <https://id.wikipedia.org/wiki/Stereoskopi>, Diakses pada 15 Desember 2020 Pukul 20.33 WITA.
- Wikipedia, (2018). *Suara Stereophonik*. (https://id.wikipedia.org/wiki/Suara_stereofonik, Diakses pada 16 Desember 2020 Pukul 21.24 WITA).