

ABSTRAK

VANNESSA YEZA ALEXANDRA. NIM 2020110081. Penerapan Media Digital berbasis QR

Code sebagai Sarana Promosi dan Edukasi terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Anjungan

Kalimantan Timur. Dibawah bimbingan Ibu Ismayanti, S.Tr. Par, M.Sc.

Penerapan Media Digital berbasis QR Code sebagai Sarana Promosi dan Edukasi terhadap

Minat Berkunjung Kembali ke Anjungan Kalimantan Timur. Anjungan Kalimantan Timur

TMII merupakan salah satu objek wisata budaya yang menjadi etalase atau visualisasi

Kalimantan Timur di Jakarta, terdapat permasalahan yang ditemui dan dapat mempengaruhi

minat pengunjung untuk berkunjung kembali. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi

tanggapan pengunjung terhadap penerapan media digital berbasis QR Code di Anjungan

Kalimantan Timur, TMII, serta pengaruhnya terhadap minat berkunjung kembali. Metode yang

digunakan adalah survei kuantitatif dengan teknik purposive sampling, mengumpulkan data

dari 100 responden dengan kriteria pernah mengunjungi anjungan Kalimantan Timur, melalui

instrumen penelitian kuesioner yang disebarakan melalui google form. Metode analisis

penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif dan analisis regresi linear

sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan media digital berbasis QR Code di

Anjungan Kalimantan Timur mendapatkan tanggapan yang “sangat baik” dari pengunjung. Hal

tersebut menyatakan bahwa pengunjung merasa bahwa media digital yang tersedia bersifat

edukatif, interaktif, dan mudah diakses, serta memberikan informasi yang jelas dan menarik

mengenai budaya Kalimantan Timur. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan hasil uji t

yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan antara media digital terhadap minat

berkunjung kembali. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa media digital berbasis QR

Code berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali, dengan nilai koefisien

determinasi sebesar 39,5%. Saran yang dapat diberikan untuk pihak Anjungan Kalimantan

Timur adalah dapat mengoptimalkan platform digital dengan konten yang lebih informatif dan

interaktif, menyediakan akses yang lebih mudah untuk wisatawan asing, memperbarui dan

menambah informasi mengenai kebudayaan maupun koleksi barang 10 kabupaten kota yang

tersedia di anjungan, menambahkan kembali inovasi produk unggulan yang menarik, serta

dapat memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan Anjungan Kalimantan Timur dengan

konten visual yang menarik dan kreatif untuk membantu meningkatkan visibilitas dan

meningkatkan minat mereka untuk berkunjung kembali ke Anjungan Kalimantan Timur.

Kata Kunci: QR Code, Promosi Pariwisata, Edukasi Pariwisata, Minat Berkunjung Kembali

ABSTRACT

VANNESSA YEZA ALEXANDRA. NIM 2020110081. The Application of QR Code-Based

Digital Media as a Means of Promotion and Education towards the Interest in Returning Visits

to the East Kalimantan Pavilion. Under the guidance of

The Application of QR Code-Based Digital Media as a Means of Promotion and Education to

Enhance the Interest in Returning Visits to the East Kalimantan Pavilion. The East Kalimantan

Pavilion at TMII is a cultural tourist attraction that serves as a showcase or visualization of

East Kalimantan in Jakarta. There are issues encountered that may affect visitors' interest in

returning. This research aims to identify visitor responses to the implementation of QR Code-

based digital media at the East Kalimantan Pavilion, TMII, as well as its influence on the

interest in returning visits. The method used is a quantitative survey with purposive sampling

technique, collecting data from 100 respondents who have criteria of having visited the East

Kalimantan pavilion through a research instrument in the form of a questionnaire distributed

via Google Forms. The research analysis method used in this study employs descriptive

quantitative analysis and simple linear regression analysis. The research results show that the

application of QR Code-based digital media at the East Kalimantan Pavilion received a "very

good" response from visitors. It states that visitors feel that the available digital media is

educational, interactive, and easily accessible, as well as providing clear and engaging

information about the culture of East Kalimantan. The conclusion of this study shows the

results of the t-test indicating a significant effect of digital media on the interest in revisiting.

The regression analysis results indicate that QR Code-based digital media significantly

influences the interest in revisiting, with a coefficient of determination value of 39.5%.

Recommendations for the East Kalimantan Pavilion include optimizing digital platforms with

more informative and interactive content, providing easier access for foreign tourists, updating

and adding information about the culture and collections from the 10 regencies and cities

available at the pavilion, reintroducing attractive flagship product innovations, and utilizing

social media to promote the East Kalimantan Pavilion with engaging and creative visual

content to help increase visibility and enhance their interest in revisiting the East Kalimantan

Pavilion.

Keywords: QR Code, Tourism Promotion, Tourism Education, Intention to Revisit