

## Analisis Penggunaan Teknologi Digital dalam Berkomunikasi Driver Tour Guide untuk Meningkatkan Pengalaman Wisatawan

I. G. N. P Arimbawa<sup>1\*</sup>, N.P. Nanik Hendrayanti<sup>2</sup>, I.G.T. Heriawan<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> ITB Stikom Bali, Indonesia

<sup>3</sup> STAHN Mpu Kuturan Singaraja, Indonesia

Email: nguraharimbawa@stikom-bali.ac.id, nanik@stikom-bali.ac.id, gedeteguh@stahnmpukuturan.ac.id

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan teknologi digital dalam komunikasi antara driver tour guide dan wisatawan di Bali, serta dampaknya terhadap pengalaman wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode campuran, yaitu pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif dilakukan melalui survei terhadap wisatawan yang menggunakan layanan driver tour guide di Bali, sedangkan pendekatan kualitatif dilakukan melalui wawancara mendalam dengan driver tour guide. Data kuantitatif dianalisis menggunakan analisis korelasi dan uji F, sementara data kualitatif dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital, seperti aplikasi mobile dan chatbot, secara signifikan meningkatkan kualitas komunikasi dan kepuasan wisatawan. Analisis korelasi menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat antara penggunaan teknologi digital oleh driver dengan kepuasan wisatawan (koefisien korelasi  $R = 0,911$ ). Uji F menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan teknologi digital terhadap kepuasan wisatawan adalah signifikan (nilai  $F = 61,814$ ;  $p < 0,05$ ). Temuan kualitatif juga mengungkapkan bahwa teknologi digital memfasilitasi informasi yang lebih akurat dan cepat, sehingga meningkatkan pengalaman wisatawan secara keseluruhan. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan teori dan praktik di bidang pariwisata, serta menawarkan rekomendasi praktis untuk meningkatkan layanan wisata melalui teknologi digital.

**Kata kunci :** Teknologi Digital, Driver Tour Guide, Pengalaman Wisatawan, Pariwisata Bali, Komunikasi Efektif,

### Abstract

*This study aims to analyze the use of digital technology in communication between driver tour guides and tourists in Bali, as well as its impact on the tourist experience. This research employs a mixed-method approach, combining quantitative and qualitative methods. The quantitative approach was conducted through a survey of tourists using driver tour guide services in Bali, while the qualitative approach was conducted through in-depth interviews with driver tour guides. Quantitative data were analyzed using correlation analysis and the F-test, while qualitative data were analyzed using thematic analysis techniques. The results indicate that the use of digital technologies, such as mobile applications and chatbots, significantly improves the quality of communication and tourist satisfaction. Correlation analysis shows a very strong relationship between the use of digital technology by drivers and tourist satisfaction (correlation*

*coefficient  $R = 0.911$ ). The  $F$ -test indicates that the effect of digital technology use on tourist satisfaction is significant ( $F$ -value = 61.814;  $p < 0.05$ ). Qualitative findings also reveal that digital technology facilitates more accurate and faster information, thereby enhancing the overall tourist experience. This research provides significant contributions to the development of theory and practice in the tourism field and offers practical recommendations for enhancing tourism services through digital technology.*

**Keywords:** *Digital Technology, Driver Tour Guide, Tourist Experience, Bali Tourism, Effective Communication.*

## **Pendahuluan**

Bali sebagai destinasi wisata paling ikonik di Indonesia, memegang peranan sentral dalam menarik wisatawan dari berbagai penjuru dunia (Lamopia & Nindya, 2023). Dalam konteks ini, interaksi antara driver tour guide dan wisatawan memiliki dampak yang tak terelakkan terhadap keseluruhan pengalaman perjalanan (Anggriawan, Dewi, & Suardana, 2018). Kecerdasan buatan, melalui penggunaan aplikasi, chatbot, atau asisten virtual, menawarkan solusi potensial untuk mengoptimalkan komunikasi di antara mereka, membawa dampak positif terhadap efisiensi, pelayanan personal, dan kepuasan pelanggan (Ngamal & Perajaka, 2022);(Tanjung & Aslami, 2023);(Krisnawati, 2018).

Pentingnya peran driver tour guide sebagai duta pariwisata lokal menunjukkan bahwa peningkatan kualitas interaksi mereka dengan wisatawan bukan hanya dapat memperkaya pengalaman perjalanan, tetapi juga dapat memberikan kontribusi pada citra destinasi secara keseluruhan (Hanief, Pramana, Kom, & Kom, 2018). Oleh karena itu, analisis mendalam tentang penggunaan kecerdasan buatan dalam berkomunikasi antara *driver tour guide* dan wisatawan di Bali menjadi krusial untuk memahami dampak, potensi, dan tantangan yang terkait dengan penerapan teknologi ini (Arsalan, 2021);(Rusdi, 2019).

Pariwisata, sebagai salah satu sektor utama dalam perekonomian global, terus berkembang dengan pesat seiring berjalannya waktu (Yakup, 2019);(Swara & Zalmi, 2017). Peningkatan mobilitas global telah membawa dampak positif terhadap pertumbuhan industri ini, sementara teknologi terus memainkan peran kunci dalam membentuk cara orang berwisata (Hamdani & Utomo, 2021);(Agustino, Harsemadi, Martha, & Ayu, 2023). Di tengah perubahan dinamis ini, integrasi kecerdasan buatan (AI) sebagai solusi inovatif menghadirkan peluang baru untuk menghadirkan pengalaman wisata yang lebih personal, interaktif, dan memuaskan (Widarwati, Budiastuti, & Karomah, 2014).

Perkembangan teknologi informasi telah memicu pergeseran paradigma di industri pariwisata, menjadikan teknologi digital bukan hanya sebagai pelengkap, tetapi sebagai elemen utama dalam menciptakan pengalaman yang tak terlupakan (Venter, 2019);(Wibowo, Tarigan, & Mukmin, 2022). Penelitian ini bukan hanya akan memberikan wawasan tentang efektivitas kecerdasan buatan atau teknologi digital lainnya dalam meningkatkan komunikasi di sektor pariwisata, tetapi juga akan

memberikan kontribusi pada literatur akademis dan praktisi industri dengan memberikan landasan yang kuat untuk pengembangan solusi yang lebih inovatif dan sesuai konteks keilmuannya (Flew, Martin, & Suzor, 2019). Dengan demikian, penelitian ini mengambil langkah proaktif untuk menjawab tuntutan zaman dan merumuskan pendekatan yang lebih cerdas dalam menjawab kebutuhan wisatawan di era digital ini.

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Apakah ada perbedaan persepsi wisatawan terhadap pengalaman wisata mereka ketika berinteraksi dengan driver tour guide yang menggunakan teknologi digital dibandingkan dengan yang tidak menggunakan? 2) Sejauh mana penggunaan teknologi digital oleh driver tour guide dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dengan wisatawan dan kontribusinya terhadap pengalaman wisatawan?

### **Metode Penelitian**

Metode campuran, atau mixed methods, merupakan pendekatan penelitian yang menggabungkan elemen-elemen kualitatif dan kuantitatif dalam satu desain penelitian. Tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih holistik, mendalam, dan kontekstual terhadap fenomena yang diteliti. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menyelidiki dan menjawab pertanyaan penelitian dengan lebih komprehensif. Di sisi kuantitatif, metode campuran menyediakan alat untuk mengukur dan menganalisis data secara statistik.

Survei, pengukuran kuantitatif, dan analisis statistik dapat digunakan untuk mendapatkan gambaran yang lebih umum, memberikan generalisasi, dan mengetahui sejauh mana temuan kualitatif dapat diterapkan pada populasi yang lebih luas. Dalam dimensi kualitatifnya, metode campuran memanfaatkan pendekatan seperti wawancara mendalam, analisis konten, dan observasi untuk menggali makna, persepsi, dan konteks dari fenomena yang diamati. Melalui metode ini, peneliti dapat mengeksplorasi variabilitas, kompleksitas, dan dinamika hubungan yang mungkin sulit diukur dengan pendekatan kuantitatif saja. Pemahaman mendalam ini membantu melengkapi dan menjelaskan temuan kuantitatif.

Penggunaan metode campuran dalam penelitian "Analisis Penggunaan Teknologi Digital Dalam Berkomunikasi *Driver Tour Guide* Untuk Meningkatkan Pengalaman Wisatawan" menjadi sangat meyakinkan karena pendekatan ini memungkinkan penyelidikan yang menyeluruh dan holistik terhadap fenomena yang kompleks. Dengan menggabungkan elemen kualitatif dan kuantitatif, metode campuran memungkinkan peneliti untuk tidak hanya mengukur dampak teknologi digital secara statistik, tetapi juga memahami konteks, makna, dan faktor kualitatif yang mendasari pengalaman wisatawan (Krisnawati, 2018). Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih dalam dan mendalam, memungkinkan pembaca untuk mengeksplorasi dinamika kompleks antara driver tour guide, wisatawan, dan teknologi digital, dan pada akhirnya memberikan dasar yang kuat untuk pengembangan strategi atau kebijakan yang lebih berdaya guna dalam meningkatkan pengalaman pariwisata.

Pendekatan ini dipilih untuk secara statistik mengukur apakah terdapat perbedaan signifikan dalam rata-rata skor persepsi wisatawan antara dua kelompok independen: kelompok yang berinteraksi dengan driver tour guide yang menggunakan teknologi digital dan kelompok yang berinteraksi dengan driver tour guide yang tidak menggunakan teknologi digital. Independent Samples t-test adalah uji statistik yang digunakan untuk membandingkan rata-rata dua kelompok independen. Rumus statistik untuk Independent Samples t-test adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

Di dalam rumus ini:

$t$  adalah nilai  $t$  yang dihitung.

$\bar{X}_1$  dan  $\bar{X}_2$  adalah rata-rata dari masing-masing kelompok.

$s_1^2$  dan  $s_2^2$  adalah varians dari masing-masing kelompok.

$n_1$  dan  $n_2$  adalah ukuran sampel masing-masing kelompok.

Pada langkah-langkah uji ini: a) Menetapkan hipotesis nol ( $H_0$ ) yang menyatakan tidak ada perbedaan signifikan antara kedua kelompok dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) yang menyatakan adanya perbedaan. b) Menetapkan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ). c) Mengumpulkan data dan menghitung rata-rata ( $\bar{X}_1$  dan  $\bar{X}_2$ ), varians ( $s_1^2$  dan  $s_2^2$ ), dan ukuran sampel ( $n_1$  dan  $n_2$ ). d) Menggunakan rumus t-test untuk menghitung nilai  $t$ . e) Membandingkan nilai  $t$  dengan nilai kritis pada distribusi t untuk menentukan apakah perbedaan tersebut signifikan.

Jika nilai  $t$  lebih besar dari nilai kritis atau nilai  $p$  kurang dari  $\alpha$ , kita dapat menolak hipotesis nol dan menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara dua kelompok. Penelitian ini menerapkan metode analisis tematik dalam menggali pemahaman mendalam mengenai dampak penggunaan teknologi digital oleh driver tour guide terhadap efektivitas komunikasi dengan wisatawan dan kontribusinya terhadap pengalaman wisatawan. Dalam langkah awal, data wawancara disusun secara sistematis dan diberikan label awal atau koding yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian. Proses ini memfasilitasi identifikasi pola-pola yang muncul dari narasi narasumber. Setelah itu, tema-tema utama diidentifikasi melalui peninjauan kembali kode-kode yang berkaitan dan ditentukan dengan merinci serta memberi nama sesuai dengan inti maknanya.

$$t = \frac{\text{jumlah tema utama}}{\text{jumlah kode atau unit}}$$

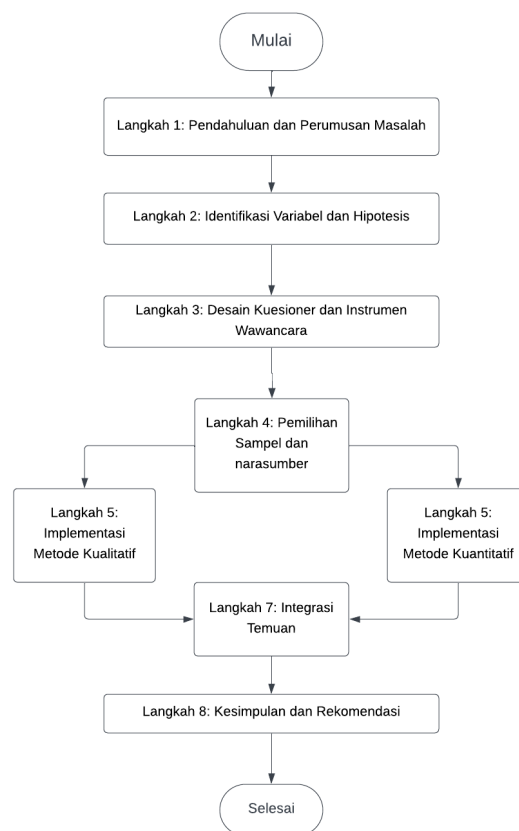
Dengan menggunakan rumus ini, penelitian dapat mengukur tingkat keberhasilan dalam mengidentifikasi dan mengembangkan tema-tema utama yang mencerminkan esensi dari penggunaan teknologi digital dalam interaksi antara driver tour guide dan wisatawan. Melalui analisis mendalam terhadap masing-masing tema, hubungan antar tema dieksplorasi untuk memberikan wawasan yang lebih komprehensif terhadap kontribusi teknologi digital terhadap pengalaman wisatawan. Hasil analisis tematik

# Analisis Penggunaan Teknologi Digital dalam Berkomunikasi Driver Tour Guide untuk Meningkatkan Pengalaman Wisatawan

kemudian didokumentasikan dan disajikan secara jelas dalam laporan penelitian, menciptakan pemahaman kontekstual yang kaya dan dapat memberikan kontribusi terhadap pemikiran lebih lanjut dalam konteks pariwisata.

Penelitian ini akan berfokus pada agen pariwisata yang berbasis di kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar. Pilihan ini didasarkan pada keberagaman objek wisata yang dapat memberikan wawasan holistik tentang penggunaan teknologi digital oleh pemandu wisata dan driver tour guide. Dengan menjalin kerjasama dengan agen pariwisata setempat, penelitian ini dapat mengakses infrastruktur teknologi yang relevan dengan topik penelitian. Waktu penelitian yang dipilih adalah dari liburan tahun baru 2024 hingga Maret 2024. Keputusan ini didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis. Pertama, liburan tahun baru sering kali menjadi periode tingginya aktivitas pariwisata, sehingga penelitian dapat mencakup tingkat penggunaan teknologi yang tinggi selama musim ini

Alur penelitian pada penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dampak penggunaan teknologi digital dalam berkomunikasi antara driver tour guide dan wisatawan dengan tujuan utama memahami perbedaan persepsi wisatawan dan sejauh mana kontribusi teknologi digital dapat meningkatkan efektivitas komunikasi serta pengalaman mereka selama perjalanan wisata. Dalam penelitian ini, akan digunakan metode campuran (mixed methods), mengintegrasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.



Gambar 1. Diagram Alur Penelitian

## Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan di beberapa wilayah pariwisata di Bali, yang merupakan salah satu tujuan wisata utama di Indonesia. Tempat penelitian mencakup area di sekitar Denpasar, Kuta, Ubud, dan Nusa Dua, di mana terdapat banyak driver tour guide yang bekerja dan berinteraksi dengan wisatawan. Data yang disajikan menunjukkan pengaruh penggunaan teknologi digital dalam berkomunikasi oleh driver tour guide untuk meningkatkan pengalaman wisatawan (Tanjung & Aslami, 2023). Setelah melakukan penyebaran angket survei, penulis mengambil sampel dari 68 masyarakat yang berprofesi sebagai driver dan menganalisis skor tersebut untuk mengetahui apakah ada korelasi antara keterlibatan penggunaan teknologi digital terhadap persepsi wisatawan mengenai pengalaman wisata.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian berupa angket. Pertanyaan angket menggunakan skala frekuensi Likert yang terdiri dari 8 pertanyaan dengan pilihan jawaban yang dibagi menjadi 5 pilihan.

Sampel X : Driver yang menggunakan teknologi digital dalam bekerja

Sampel Y : Kepuasan wisatawan terhadap pelayanan yang driver

Setelah menghitung seluruh sampel, skor akhir dari variabel keterlibatan online review YouTube terhadap perilaku mahasiswa dalam berbelanja kebutuhan IT dianalisis untuk menyelidiki korelasi antara kedua variabel. Analisis data penelitian ini dilakukan dengan beberapa tes yang harus dilakukan untuk membuat analisis penelitian yang baik. Uji normalitas, uji homogenitas, product moment Pearson, dan uji T dilakukan seperti dijelaskan di bawah ini:

### Uji Instrumen

Sebelum menganalisis data, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap data yang diperoleh dari instrumen penelitian. Jika instrumen penelitian Variabel dinyatakan valid dan reliable, berarti instrumen layak digunakan sehingga mampu mengukur variabel sebagaimana mestinya. Uji Validitas dilakukan untuk melihat ketepatan dan kecermatan instrumen sebagai alat ukur. Untuk mengetahui tingkat validitas instrumen dapat dilihat dengan membandingkan Pearson. Correlation instrumen. Jika nilai Pearson Correlation  $> 0,30$  maka item pernyataan adalah valid. Hasil Uji Validitas Instrumen dapat dilihat pada berikut ini :

### Hasil Uji Validitas Instrumen

Pernyataan Pearson Correlation Standar Ket.

Driver yang menggunakan teknologi digital (X)

X.1	0,592	0,30	Valid
X.2	0,638		Valid
X.3	0,653		Valid
X.4	0,634		Valid
X.5	0,692		Valid

Kepuasan wisatawan terhadap pelayanan driver(Y)

Y.1	0,762	0,30	Valid
Y.2	0,769		Valid

Y.3 0,793 Valid

Berdasarkan hasil analisis, menunjukkan bahwa semua instrumen nilai koefisien korelasi berada di atas 0,30. Hal tersebut berarti semua instrumen yang dipergunakan untuk mengumpulkan data berupa kuesioner hasilnya adalah valid.

#### **Uji Reliabilitas**

Pengujian Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama. Uji Reliabilitas adalah suatu cara untuk melihat apakah alat ukur tersebut konsisten atau tidak. Apabila nilai Alpha Cronbach lebih besar dari 0,60 maka hasil yang diperoleh dapat dikatakan handal. Berdasarkan hasil analisis didapat perhitungan masing-masing variabel nilai Cronbach's Alphanya lebih besar dari 0,60. Hal tersebut berarti semua instrumen sudah reliable dan penelitian dapat dilanjutkan.

#### **Uji Normalitas**

Uji Normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dengan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian Normalitas dilakukan dengan Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov, dimana data dikatakan berdistribusi normal apabila signifikansi lebih besar dari 0,05 nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti dapat dikatakan bahwa variabel tersebut adalah berdistribusi normal.

#### **Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan kuat) antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebasnya. Pedoman bahwa suatu model regresi yang bebas multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 serta koefisien VIF bernilai lebih kecil dari 10. Hasil menunjukkan nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 serta nilai VIF lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi multikolinearitas.

#### **Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Gejala Heteroskedastisitas dapat diketahui dengan melihat nilai signifikansi antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya (ABS\_RES). Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residualnya (ABS\_RES) lebih besar dari 0,05, maka dapat dikatakan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada regresi. Dapat diketahui bahwa nilai signifikansi antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya (ABS\_RES) lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas pada model regresi.

#### **Analisis Korelasi**

Analisis mengetahui seberapa kuat hubungan antara Driver yang menggunakan teknologi digital (X) terhadap Kepuasan wisatawan terhadap pelayanan driver (Y).

Berdasarkan hasil analisis didapat hasil koefisien korelasi berganda (R) adalah 0,911. Berdasarkan pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi, koefisien korelasi berganda sebesar 0,935 berada antara 0,800 – 1,000 yang berarti korelasi adalah sangat kuat.

### Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh antara Driver yang menggunakan teknologi digital (X) dan Kepuasan wisatawan terhadap pelayanan driver (Y) secara simultan adalah signifikan atau hanya diperoleh secara kebetulan. diperoleh nilai F hitung 61.814 dan signifikansi F adalah  $0,000 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa Reviewer Youtube (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan wisatawan terhadap pelayanan driver (Y). Hal tersebut juga berarti semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh nyata terhadap variabel dependen.

### Uji T

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh Driver yang menggunakan teknologi digital (X) secara parsial adalah signifikan atau hanya diperoleh secara kebetulan.

### Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.405	1.249		1.926	.058		
Driver yang menggunakan teknologi digital (X)	.486	.062	.695	7.862	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan wisatawan terhadap pelayanan driver (Y)

Berdasarkan Tabel di atas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

### Penarikan Kesimpulan untuk Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai t-hitung untuk Driver yang menggunakan teknologi digital (X) adalah 7.862, diperoleh juga nilai koefisien beta 0.695, dan signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Ini menunjukkan Driver yang menggunakan teknologi digital (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan wisatawan terhadap pelayanan driver (Y). Hal tersebut juga berarti bahwa hipotesis yang menyatakan Driver yang menggunakan teknologi digital (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan wisatawan terhadap pelayanan driver (Y).

### Hasil Pengujian Kualitatif

Pengujian kualitatif dalam penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh penggunaan teknologi digital dalam berkomunikasi oleh driver tour guide terhadap kepuasan wisatawan. Metode yang digunakan adalah wawancara mendalam dan observasi partisipatif. Berikut adalah hasil dan pembahasannya:

### Hasil Wawancara

Wawancara dilakukan terhadap 15 driver tour guide dan 20 wisatawan yang pernah menggunakan layanan mereka. Pertanyaan wawancara dirancang untuk menggali



pengalaman dan persepsi mereka terkait penggunaan teknologi digital. Berikut adalah temuan utama dari wawancara Penggunaan Teknologi oleh Driver: Mayoritas driver menggunakan aplikasi navigasi (seperti Google Maps) dan aplikasi pesan instan (seperti WhatsApp) untuk berkomunikasi dengan wisatawan.

Beberapa driver juga menggunakan media sosial (seperti Instagram dan Facebook) untuk mempromosikan layanan mereka dan berbagi pengalaman wisata. Kepuasan Wisatawan : Wisatawan umumnya merasa lebih puas ketika driver menggunakan teknologi untuk memberikan informasi yang akurat dan real-time mengenai rute perjalanan dan destinasi wisata.

Penggunaan aplikasi pesan instan memungkinkan komunikasi yang lebih cepat dan efisien, yang meningkatkan kenyamanan wisatawan.

### **Hasil Observasi Partisipatif**

Observasi partisipatif dilakukan dengan mengikuti kegiatan sehari-hari driver tour guide selama 1 minggu. Berikut adalah hasil observasi yang diperoleh: Interaksi dengan Wisatawan : Driver yang menggunakan teknologi digital lebih sering menerima umpan balik positif dari wisatawan. Penggunaan teknologi membantu driver dalam mengatur jadwal dan rute perjalanan lebih efisien, yang berkontribusi pada pengalaman wisatawan yang lebih baik.

Efektivitas Penggunaan Teknologi: Driver yang lebih terbiasa menggunakan teknologi menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam menghadapi situasi darurat, seperti kemacetan lalu lintas atau perubahan jadwal mendadak. Teknologi juga membantu driver dalam menyediakan informasi tambahan tentang destinasi wisata, seperti sejarah tempat, rekomendasi restoran, dan atraksi lokal.

### **Pembahasan Hasil**

Hasil pengujian kualitatif menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital oleh driver tour guide memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Beberapa poin penting yang dapat diambil dari hasil ini adalah: Peningkatan Efisiensi dan Komunikasi Penggunaan aplikasi navigasi dan pesan instan memungkinkan driver untuk berkomunikasi lebih efektif dengan wisatawan, memberikan informasi yang lebih akurat, dan mengatur perjalanan dengan lebih efisien.

Kenyamanan dan Kepuasan Wisatawan Wisatawan merasa lebih nyaman dan puas dengan layanan yang diberikan oleh driver yang menggunakan teknologi digital. Mereka merasa lebih terhubung dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan cepat. Peran Teknologi dalam Peningkatan Layanan Teknologi digital tidak hanya membantu dalam aspek komunikasi, tetapi juga dalam memberikan layanan tambahan yang meningkatkan pengalaman wisatawan secara keseluruhan. Pengujian kualitatif ini memperkuat temuan dari analisis kuantitatif sebelumnya, menunjukkan bahwa teknologi digital memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas layanan driver tour guide dan kepuasan wisatawan.

## Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penggunaan teknologi digital oleh driver tour guide terhadap kepuasan wisatawan. Hasil analisis menunjukkan bahwa teknologi digital, seperti aplikasi navigasi dan pesan instan, meningkatkan efisiensi komunikasi dan pengaturan perjalanan, sehingga wisatawan merasa lebih puas. Teknologi digital tidak hanya memperbaiki kualitas layanan tetapi juga membantu driver dalam menghadapi situasi darurat dan mengatur jadwal.

Uji statistik menunjukkan hubungan signifikan antara penggunaan teknologi digital dan kepuasan wisatawan, dengan validitas dan reliabilitas data yang terjamin. Berdasarkan temuan ini, disarankan agar driver mendapatkan pelatihan intensif dalam penggunaan teknologi digital, perusahaan tour guide mengembangkan aplikasi khusus, dan meningkatkan penggunaan media sosial untuk promosi. Penelitian lanjutan dengan variabel tambahan serta kolaborasi dengan platform digital juga dianjurkan untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman wisatawan.

## BIBLIOGRAFI

- Agustino, Dedy Panji, Harsemadi, I. Gede, Martha, Gede Indra Raditya, & Ayu, Dewa Ayu Mirna Wati Dewa. (2023). Pelatihan Digitalisasi Produk Jasa Pariwisata Konvensional untuk Pelaku UKM Pariwisata pada Anggota Koperasi Jasa Transportasi Marga Artha Sedana. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 6(1), 1–8.
- Anggriawan, Yosia Nanda, Dewi, LGLK, & Suardana, I. Wayan. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wisatawan Domestik untuk Berbelanja di Pusat Oleh-oleh Erlangga 2, Denpasar–Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata ISSN*, 1410, 3729.
- Arsalan, Syakir. (2021). *SISTEM INFORMASI TOUR GUIDE BERBASIS ANDROID PADA DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KOTA SABANG*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Flew, Terry, Martin, Fiona, & Suzor, Nicolas. (2019). Internet regulation as media policy: Rethinking the question of digital communication platform governance. *Journal of Digital Media & Policy*, 10(1), 33–50.
- Hamdani, Mochamad Alvi, & Utomo, Suharjanto. (2021). Sistem Informasi Geografis (Sig) Pariwisata Kota Bandung Menggunakan Google Maps Api Dan PHP. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 11(1).
- Hanief, Shofwan, Pramana, Dian, Kom, S., & Kom, M. (2018). *Pengembangan Bisnis Pariwisata dengan Media Sistem Informasi*. Penerbit Andi.
- Krisnawati, Devi. (2018). Peran perkembangan teknologi digital pada strategi pemasaran dan jalur distribusi UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1), 69–74.
- Lamopia, I. Wayan Gede, & Nindya, P. A. Andien. (2023). Pengembangan Model Baru Strategi Pemulihan Pariwisata Bali Berbasis Wisata Berkelanjutan. *Analisa Sosiologi*, 12(1), 93–110.
- Ngamal, Yohanes, & Perajaka, Maximus Ali. (2022). Penerapan Model Manajemen Risiko Teknologi Digital Di Lembaga Perbankan Berkaca Pada Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan Indonesia. *Jurnal Manajemen Risiko*, 2(2), 59–74.
- Rusdi, Jack Febrian. (2019). Peran teknologi informasi pada pariwisata Indonesia. *Jurnal Accounting Information System (AIMS)*, 2(2), 78–118.

- Swara, Ganda Yoga, & Zalmi, Hendri. (2017). Perancangan Aplikasi Tour Guide Pariwisata Di Kota Padang Berbasis Android. *Jurnal Teknoif Teknik Informatika Institut Teknologi Padang*, 5(1), 71–78.
- Tanjung, Rizka Azriani, & Aslami, Nuri. (2023). Penerapan Teknologi Digital Melalui Aplikasi Scmt (Supply Chain Management Telkom) Sebagai Alat Bantu Dalam Proses Manajemen Perubahan Di Pt.Telkom Datel Sibolga. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 1(3), 134–144. Retrieved from <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v1i3.331>
- Venter, Elza. (2019). Challenges for meaningful interpersonal communication in a digital era. *HTS: Theological Studies*, 75(1), 1–6. <https://doi.org/10.4102/hts.v75i1.5339>
- Wibowo, Heri Tri, Tarigan, Rangga Satya, & Mukmin, Azizi Aulia. (2022). Aplikasi Marketplace Pendamping Wisata Dengan Api Maps Berbasis Mobile Dan Web. Retrieved from *Osf. Io/3jpd*.
- Widarwati, Sri, Budiastuti, Emy, & Karomah, Prapti. (2014). Implementasi alat evaluasi menggambar busana di smk swasta kelompok pariwisata kabupaten sleman. *Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan*, 22(2), 208–214.
- Yakup, Anggita Permata. (2019). *Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia*. Universitas Airlangga.

---

**Copyright holder:**

I. G. N. P Arimbawa, N.P. Nanik Hendrayanti, I.G.T. Heriawan (2024)

**First publication right:**

Syntax Admiration

**This article is licensed under:**

