

Dyna Silvia Ahmadi. NIM. 210531100047. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura. **“Inisiasi Wisata Religi Makam Sunan Sendang Duwur Melalui *Virtual Tour* 360° di Youtube”**

Dosen Pembimbing : Ahmad Cholil, S.Ag., M.Si., Ph.D.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengalaman pengguna (*user experience/UX*) dalam mengakses konten virtual tour 360° Makam Sunan Sendang Duwur di platform YouTube. Latar belakang dari penelitian ini adalah pemanfaatan teknologi digital, khususnya fitur 360°, dalam mempromosikan destinasi wisata religi yang memiliki nilai sejarah dan spiritual. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teori yang digunakan adalah teori media baru oleh Pierre Lévy untuk menguatkan analisis keterlibatan pengguna dengan konten digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pengguna meliputi aspek usability (kemudahan akses), immersion (keterlibatan virtual), engagement (keterlibatan emosional dan kognitif), dan satisfaction (kepuasan). Konten virtual tour 360° mampu membangkitkan rasa ingin tahu, mempermudah pemahaman informasi sejarah, serta mendorong minat untuk melakukan kunjungan langsung ke lokasi. Selain itu, konten juga membentuk pola integrasi sosial baru melalui media digital.

Kata kunci: User Experience, Virtual Tour, YouTube 360°, Wisata Religi, Media Baru

Dyna Silvia Ahmadi. NIM. 210531100047. *Communication Studies Program, Faculty of Social dan Cultural Sciences, Trunojo University of Madura*. **“User Experience of 360° Virtual Tour on Religious Tourism at Sunan Sendang Duwur Cemetery via YouTube”**

Supervisor : Ahmad Cholil, S.Ag., M.Si., Ph.D.

ABSTRACT

This study aims to analyze the user experience (UX) in accessing a 360° virtual tour content of the Sunan Sendang Duwur religious site on the YouTube platform. The background of this research is the increasing use of digital technology—especially 360° video features—in introducing historical and spiritual tourism destinations. This research employs a descriptive qualitative method with data collected through observation, in-depth interviews, and documentation. Pierre Lévy’s new media theory was applied to strengthen the analysis of user interaction with digital content. The findings show that user experience involves usability (ease of access), immersion (virtual engagement), engagement (emotional and cognitive involvement), and satisfaction. The 360° virtual tour content successfully stimulates curiosity, facilitates understanding of historical information, and encourages interest in visiting the location directly. Furthermore, it fosters new patterns of social integration through digital media practices..

Keywords: User Experience, Virtual Tour, YouTube 360°, Religious Tourism, New Media