

## INTISARI

Penggunaan *augmented reality* (AR) dalam pariwisata telah meningkatkan pengalaman para wisatawan, terutama di museum dan kawasan warisan budaya. Interaksi langsung wisatawan dengan teknologi mendorong konsep *value co-creation*, yaitu pengelola dan wisatawan yang berperan setara untuk menciptakan nilai yang bermakna. Sebuah museum yang melaksanakan ini adalah Museum Diorama Arsip Jogja. Namun, kurangnya pemahaman pengelola terhadap potensi dan manfaat *value co-creation* menjadi hambatan dalam implementasinya. Penelitian ini berupaya untuk memahami langkah komunikasi museum melalui simbolisasi *encoding* dan keadaan *value co-creation* terhadap konten yang disajikan di museum. Ditentukan tiga variabel, yaitu (1) interaksi, (2) informasi yang akurat dan lengkap, serta (3) mitigasi risiko. Variabel ini disintesis dari model *guidelines to successful co-creation* oleh Alimamy dkk. (2018). Ditemukan bahwa museum mengadopsi teknologi AR untuk memberikan nilai tambah pada warisan budaya (arsip). Penggunaan AR diharapkan menciptakan pengalaman yang menarik dan memperkuat nilai koleksi arsip Yogyakarta. Selanjutnya, ditemukan bahwa pengelola berkontribusi secara signifikan untuk menciptakan *value co-creation* antara pengelola dan wisatawan. Pengelola Diorama Arsip Jogja menggunakan AR untuk memberikan informasi akurat, memitigasi risiko, dan membangun kepercayaan dengan wisatawan. AR juga memungkinkan wisatawan untuk terlibat aktif, meningkatkan nilai-nilai dalam pengalaman wisata, dan menciptakan pengalaman berharga yang meningkatkan nilai-nilai terkait dengan Diorama Arsip Jogja.

**Kata kunci:** museum, pengalaman wisata, *value co-creation*, *augmented reality*.

## **ABSTRACT**

The use of augmented reality (AR) in tourism has enhanced the experience of tourists, especially in museums and cultural heritage sites. Direct interaction between tourists and technology has fostered the concept of value co-creation, where both the managers and tourists play an equal role in creating meaningful value. One museum that implements this concept is the Museum Diorama Arsip Jogja. However, the lack of understanding among managers regarding the potential and benefits of value co-creation poses a challenge in its implementation. The research aims to understand the museum's communication strategies through symbolic encoding and the state of value co-creation in relation to the museum's presented content. Three variables are determined: (1) interaction, (2) accurate and comprehensive information, and (3) risk mitigation. These variables are synthesized from the guidelines for successful co-creation model by Alimamy et al. (2018). It is found that the museum adopts AR technology to provide added value to cultural heritage (archives). The use of AR is expected to create engaging experiences and strengthen the value of the Diorama Arsip Jogja. Furthermore, it is discovered that the managers significantly contribute to the co-creation of value between themselves and the tourists. The managers of Diorama Arsip Jogja utilize AR to provide accurate information, mitigate risks, and build trust with tourists. AR also enables active involvement of tourists, enhances the values in their tourism experience, and creates meaningful experiences related to Diorama Arsip Jogja.

**Keywords:** museum, tourism experience, value co-creation, augmented reality.