

Virtual Tour Sebagai Alternatif Berwisata Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Pelaku Wisata di Yogyakarta)

Emah Rahmawati^{1*}, Ndaru Prasastono², Andi Susanto³, Moko Dwiarto Sudiro⁴

Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang, Indonesia^{1,2}

Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) DPD DIY, Yogyakarta, Indonesia³

Kania Kirana Kreatifnesia Tour & Travel Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia⁴

Email: ema_fpar@edu.unisbank.ac.id*

Abstract

This study discusses how virtual tours can be an alternative to traveling online during the covid 19 pandemic. By using a qualitative descriptive method, the author wants to describe how many tourism actors use virtual tours as tourism products that promise to be sold during the covid 19 pandemic. By presenting pictures and videos along with digital tour guides, they are able to make tourists feel curious so that they are interested in buying these products and enjoying them only with laptops, computers (PCs), smart wires and internet networks and can be accessed anywhere. The author's observations from 158 travel agencies in Yogyakarta that are members of ASITA are only about 10% or 15 travel agencies that sell tourism products/tour packages virtually, while tour guides who are members of the DIY Indonesian Guides Association (HPI) are only around 5% or 25. only people involved in virtual tour activities. The lack of tourism actors who carry out virtual tour activities is due to the lack of availability of virtual tour supporting equipment, inadequate human resources, difficulties in marketing tourism products/tour packages, and there are still many consumers who want to buy tourism products/tour packages directly.

Keywords: *Virtual Tour, Tour Actors, Tour Packages*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang merebak di tanah air menyebabkan pemerintah harus menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) ataupun Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PKM) di berbagai daerah. Inti dari kebijakan itu adalah meminta kepada warga untuk berada di rumah dan

beraktivitas dari rumah atau dikenal dengan istilah *work from home* (WFH). Kebijakan tersebut tentunya berdampak pada banyak sektor, selain dampak sosial juga ekonomi dan tentu saja pariwisata. Dengan hal tersebut tentunya pariwisata di Indonesia khususnya dan dunia pada umumnya mengalami penurunan yang sangat drastis. Semua kegiatan

pariwisata otomatis terhenti total. Sektor transportasi wisata, akomodasi, destinasi wisata dan sektor pendukungnya pun mandeg. Demi menghindari paparan covid_19, berbagai atraksi wisata mulai dari museum, taman hiburan, taman rekreasi, dan berbagai pusat hiburan serta pusat kuliner pun ditutup. Kecenderungan yang sama juga berlangsung di Indonesia, khususnya di daerah-daerah destinasi unggulan Indonesia seperti Bali, Yogyakarta, Nusa Tenggara Barat serta kota besar lainnya di Indonesia (sumber: https://mediaindonesia.com/editorials/detail_editorials/2022).

Pembatasan sosial dan larangan bepergian lintas wilayah mendorong wisatawan beralih ke wisata virtual, dengan pengalaman baru ini semakin banyak digunakan oleh pengelola destinasi maupun para pelaku wisata yang melihat peluang bisnis baru ini. Pandemi covid_19 ini membuat banyak sektor Industri harus memutar otak agar tetap bisa bertahan. Untuk dapat bertahan hidup, perusahaan khususnya yang bergerak di bidang pariwisata serta para pelaku wisata juga dipaksa melakukan sejumlah inovasi untuk bertahan.

Hadirnya wisata virtual (*virtual tour*) dengan memanfaatkan kemajuan teknologi digital pada masa pandemi merupakan sebuah peluang baru bagi para penggiat dan

operator wisata. Terlebih lagi dengan dibatasinya ruang gerak masyarakat untuk mencegah penyebaran virus korona, maka berwisata sambil tetap berada dirumah akan menghadirkan sebuah pengalaman baru. *Virtual tour* itu sendiri merupakan konten digital yang mempunyai karakter imersif, interaktif dan efektif dalam membantu kita untuk berbagi informasi secara visual. Dilengkapi dengan visualisasi destinasi layaknya seperti aslinya, dengan disertai kekuatan audio yang baik serta penjelasan dari pemandu wisata, hal ini tentunya akan menarik bagi wisatawan dalam menjelajah destinasi wisata dimanapun dan kapanpun.

Sebenarnya jauh sebelum masa pandemi, penggunaan teknologi virtual dalam dunia pariwisata telah digunakan tetapi pemanfaatannya lebih difokuskan sebagai media promosi karena efek gambar yang ditimbulkan mampu memberikan kesan seolah-olah wisatawan benar-benar berada di destinasi wisata. Namun pada masa pandemi ini, pemanfaatan teknologi virtual tidak hanya sebatas sebagai media promosi tetapi justru menjadi sebuah alternatif lain untuk menjual paket wisata yaitu melalui *virtual tour*. *Virtual tour* dapat digunakan sebagai alternatif untuk mengunjungi destinasi wisata yang tidak memungkinkan untuk dikunjungi.

Penggunaan peralatan seperti laptop, komputer, gadget ataupun ponsel pintar sebagai alat untuk memandu wisatawan mungkin merupakan hal baru bagi para pelaku wisata, bahkan bagi Sebagian besar mereka tidak terlalu familier dengan aplikasi - aplikasi yang terdapat dalam peralatan canggih tersebut untuk dapat digunakan memberikan informasi atau bahkan wisatawan berekreasi di dunia maya secara riil. Tetapi dengan kondisi sekarang ini mau tidak mau mengharuskan mereka untuk belajar dengan peralatan yang ada, minimal gawai pintar atau telepon pintar untuk dapat mereka gunakan dalam memperoleh kembali aktivitas bahkan pendapatan mereka sebagai pelaku wisata.

Tentunya ini menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku wisata, yang menjadi salah satu ujung tombak untuk memperkenalkan suatu destinasi wisata. Peran pelaku wisata dalam virtual tour pun diharapkan dapat menyampaikan informasi tentang wisata dan destinasi wisata seperti halnya saat wisatawan secara langsung mengunjungi destinasi wisata tersebut. Dalam *virtual tour* ini tentunya dituntut untuk dapat memuaskan keinginan tahu wisatawan akan suatu destinasi wisata dalam suatu paket wisata yang telah dibelinya meski secara virtual sebaik seperti saat mereka

membeli paket wisata secara langsung dan dating langsung ke destinasi wisata.

Dengan segala kemudahan dan kelebihan dari *virtual tour* dengan perkembangannya yang pesat saat ini tentunya tidak perlu membuat kita merasa khawatir, walaupun tentu saja tetap harus diantisipasi dengan baik oleh para pelaku wisata. *Virtual tour* sudah pasti juga berdampak baik bagi lingkungan dan ekosistem karena dapat mengurangi pencemaran akibat gas emisi karbon (CO₂) dan juga kebersihan dan keaslaman lingkungan yang tetap terjaga karena kurangnya mobilitas manusia. Disamping kelebihannya, kekurangan dari *virtual tour* masih dipercaya bahwa tidak dapat menggantikan cita rasa tour fisik yang dapat dirasakan secara langsung saat kita dating ke destinasi wisata.

Berdasarkan pengamatan awal, penggunaan *virtual tour* sebagai sarana alternatif dalam berwisata dirasa masih kurang maksimal. Tentunya hal ini perlu menjadi perhatian kita semua. Sedangkan kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (KEMENPAREKRAF) RI tidak kurang-kurangnya memberikan himbauan kepada para operator dan pelaku wisata untuk mengembangkan diri dengan menjual wisata alternatif salah satunya melalui virtual tour. Bahkan

KEMENPAREKRAF juga mengadakan pelatihan-pelatihan pembuatan *virtual tour*. Dengan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk menggali lebih lanjut tentang *virtual tour* sebagai alternatif berwisata dimasa pandemi Covid-19 khususnya bagi para pelaku wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta.

METODE

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan suatu masalah. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan suatu populasi, situasi atau fenomena secara akurat dan sistematis. Jenis penelitian ini dapat menjawab pertanyaan apa, dimana, kapan, dan bagaimana, tetapi tidak untuk pertanyaan mengapa. Tidak seperti dalam penelitian eksperimental, peneliti tidak mengontrol atau memanipulasi variabel apapun, tetapi hanya mengamati dan mengukurnya.

Dalam penelitian ini penulis meneliti, mendeskripsikan dan menggambarkan tentang bagaimana sebuah *virtual tour* dapat menjadi alternatif berwisata di masa pandemi covid_19 khususnya di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masa pandemi Covid-19 membuat hamper seluruh kegiatan fisik terganggu, dimana orang tidak lagi leluasa berkegiatan diluar rumah, tidak dapat berkumpul dan bekerja seperti biasanya, bahkan juga kegiatan perekonomian pun nyaris mandeg. Hal ini tentunya juga berdampak terhadap kegiatan pariwisata secara massif dan signifikan terpuruk, dimana pada masa pandemi ini orang tidak lagi dapat berwisata dan mengunjungi destinasi wisata secara fisik/secara langsung. Para pelaku wisata tentunya harus memutar otak dan membuat strategi lain agar tetap berjalan operasional wisatanya walaupun secara terbatas, paling tidak dapat memberikan pemasukan. Maka kegiatan *virtual tour* inilah yang dirasa paling efektif sebagai alternatif wisata dimasa pandemi.

Virtual tour pada hakekatnya seperti tour biasa, dengan pemandu wisata asli atau aplikasi yang akan membawa para wisatawan untuk menjelajahi dan mengunjungi suatu destinasi tujuan serta memberikan informasi tentang tempat tersebut secara virtual/ menggunakan audio atau video. *Virtual tour* memanfaatkan teknologi untuk memperkuat atau menciptakan pengalaman berwisata.

Beberapa waktu belakangan, di website serta media televisi banyak terdengar dan dibahas tentang *virtual tour* bersama pemandu wisata. Para

pelaku wisata yang tentu saja terkena dampak langsung pandemi, mencoba peruntungannya dengan mencoba berjualan paket virtual tour dengan cara mengajak dan membawa wisatawan mengikuti tour melalui aplikasi zoom dan google map.

Dengan adanya jasa virtual tour dimasa pandemi seperti ini, banyak wisatawan merasa terbantu dan senang dengan adanya *virtual tour* ini, dikarenakan mereka tetap dapat merasakan berwisata meski dari rumah saja dan juga dapat menghilangkan kejenuhan dan kebosanan dengan cara mengikuti tour alternatif seperti ini. *Virtual tour* juga berpotensi membuka akses bagi masyarakat terhadap obyek-obyek yang memiliki potensi wisata, namun karena satu alasan atau wilayah-wilayah yang sulit diakses oleh masyarakat.

Peserta tour yang akan mengikuti perjalanan virtual harus mendaftar terlebih dahulu serta membayar biaya virtual tour sesuai dengan yang ditetapkan oleh penyelenggara virtual tour. Kemudian, peserta *virtual tour* akan diberikan *link zoom* untuk dapat diakses pada saat hari 'keberangkatan'. Selama *virtual tour* berlangsung peserta harus mematikan fitur bicara (*mute*), namun sepanjang perjalanan peserta diperbolehkan untuk langsung bertanya, sehingga *virtual tour* terasa sangat interaktif dan hidup seperti

umumnya saat mengikuti wisata secara langsung.

Walaupun terkesan mudah, ternyata banyak hal yang musti dipersiapkan oleh para pelaku wisata/ penyelenggara paket virtual tour, seperti mempersiapkan google map sesuai dengan destinasi wisata yang dijual lengkap dengan sejarahnya, foto-foto dan video-video yang mendukungnya serta *powerpoint* untuk membuat virtual tour tersebut semakin menarik. Tidak hanya hal-hal tersebut diatas, para penyelenggara virtual tour (para pelaku wisata), juga harus merancang *design tour* dengan menggunakan teknologi *virtual reality* yang akan menghasilkan panorama 360° sehingga dapat dilihat berkeliling setiap sudut obyek tersebut.

Selain hal-hal tersebut diatas, dalam kegiatan *virtual tour* juga harus menyajikan hal-hal yang menarik sebagaimana seperti halnya wisata secara langsung. Selain ditunjang oleh foto-foto dan video yang baik dengan resolusi tinggi, *story telling* ataupun penjelasan dari pemandu wisata juga sangat penting. Pemandu wisata harus bisa menginterpretasikan dengan baik seluruh produk wisata/ destinasi wisata yang disajikan dalam paket *virtual tour*.

Meskipun virtual tour memiliki keseruan dan kemudahan, tetapi tentunya terdapat kelebihan dan kekurangannya. Kelebihan virtual tour antara lain sedibawah ini: (1)

mengurangi penyebaran covid_19 dan konsumen dijamin aman dari berkumpul dengan banyak orang; (2) menghemat biaya karena konsumen tidak perlu menghabiskan biaya untuk datang ke destinasi wisata; (3) mudah dilakukan karena dengan jaringan internet dan mengandalkan peralatan seperti laptop, computer, gadget dan ponsel pintar kegiatan ini dapat dilakukan dimana saja; (4) jarak bukan lagi halangan; (5) waktu fleksibel dan efisien; (6) tidak perlu capek-capek; dan (7) ide *family time* yang unik.

Sedangkan kekurangannya antara lain: (1) tidak bisa menghadirkan suasana riil di lokasi sebenarnya; (2) banyak spot yang terlewatkan; dan (3) kurang seru karena tidak dapat berinteraksi langsung dengan destinasi yang dikunjungi.

Menurut hasil pengamatan penulis dengan melakukan pengamatan dan wawancara langsung ke asosiasi biro perjalanan wisata Yogyakarta yang tergabung dalam ASITA dan juga asosiasi pemandu wisata Yogyakarta yang tergabung dalam Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI), ternyata masih banyak yang belum menggunakan alternatif pemasaran paket wisatanya dengan cara *virtual tour*. Dari 158 anggota ASITA Yogyakarta hanya sekitar 10% atau 15 biro perjalanan saja yang menjual paket wisata virtual. Sementara dari

sisi pemandu wisata, dari 517 anggota HPI hanya sekitar 5% atau 25 orang saja yang terlibat baik langsung maupun tidak langsung dalam paket wisata virtual.

KESIMPULAN

Dari hasil pengamatan dan wawancara yang penulis lakukan, mendapati hasil bahwa virtual tour merupakan salah satu alternatif berwisata dimasa pandemi covid_19 dan cukup menjanjikan untuk dapat bertahan ditengah pandemi. Tetapi ternyata belum banyak para pelaku wisata yang memanfaatkan hal tersebut untuk menjual paket wisatanya. Terbukti dari 158 orang anggota ASITA Yogyakarta hanya sekitar 10% atau 15 biro perjalanan saja yang menjual paket wisatanya dengan cara virtual. Sementara dari 517 anggota HPI hanya sekitar 5% atau 25 orang saja yang terlibat dalam kegiatan *virtual tour*.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, D. 2020, Juni 05. Virtual Tour, Jadi Pilihan Wisata di Era New Normal. Retrived from [travelling.bisnis.com](https://travelling.bisnis.com/read/20200605/361/1249166/virtual-tour-jadi-pilihan-wisata-di-era-new-normal):
<https://travelling.bisnis.com/read/20200605/361/1249166/virtual-tour-jadi-pilihan-wisata-di-era-new-normal>. Diunduh 10 Januari 2022 jam 20.35 WIB
- Badan Pusat Statistik. 2021. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara per bulan ke

- Indonesia Menurut Pintu Masuk 2017 - Sekarang (Kunjungan). 2021. Diunduh tanggal 10 Januari 2022 jam 21.01 WIB dari [BPS.go.id:https://bps.go.id/indicator/16/1150/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-mancanegara-perbulan-ke-Indonesia-menurut-pintu-masuk-2017-sekarang.html](https://bps.go.id/indicator/16/1150/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-mancanegara-perbulan-ke-Indonesia-menurut-pintu-masuk-2017-sekarang.html)
- Bhowal, A. 2017. Virtual Tourism and Its Prospects for Assam. *Journal of Humanities and Social Science*, 91-97.
- Brown, A. & Green, T. 2016. Virtual Reality: Low-cost tools and resources for the classroom *Tech Trens*, 60 (5), 517-519
- Budiyanti, E. 2020. Dampak Virus Corona Terhadap Sektor Perdagangan dan Pariwisata Indonesia. Jakarta: Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI. Diunduh 10 Januari 2022 jam 20.24 WIB
- Cangara, Hafied. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Rev.ed. Jakarta: Raja Grafindo, 2014
[File://C://Users/owner/Downloads/18817-Article-Text-46545-1-10-20210106 \(1\).pdf](File://C://Users/owner/Downloads/18817-Article-Text-46545-1-10-20210106 (1).pdf). Diunduh pada 4 Desember 2021 jam 12.05 WIB
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga
- Guttentag, D. 2010. *Virtual reality: Applications and implications for tourism*. Waterloo: Elsevier. Diunduh 4 Desember 2021 jam 14.45 WIB
- <https://m.diadona.id>. Pengertian Biro Perjalanan Wisata, Lengkap dengan Tugas Beserta Fungsinya. Diakses 18 Februari 2022
- <http://www.prudential.co.id>. Apa itu Sebenarnya Pandemi COVID-19? Ketahui juga Dampaknya di Indonesia. Diakses 18 Februari 2022
- https://mediaindonesia.com/editorials/detail_editorials/2022. Diunduh tanggal 10 Desember 2021 jam 10.45 WIB
- https://en.m.wikipedia.org/wiki/COVID-19_pandemic. Diunduh tanggal 11 Januari 2022 jam 10.20 WIB
- <https://www.wartaekonomi.co.id/read283075/5-inovasi-digital-biar-bisnis-survive-di-tengah-pandemi-covid-19/0>. Diunduh tanggal 12 Januari 2022 jam 13.05 WIB
- <https://swa.co.id/swa/trens/virtual-tourism-jadi-alternatif-wisata-tanpa-mobilitas>. Diunduh tanggal 12 Januari 2022 jam 14.05 WIB
- <https://m.medcom.id/gaya/wisata/OKvMoEpk-Pemandu> Wisata Dapat Manfaat Pelatihan Tur Virtual BAKTI Kominfo (medcom.id). diunduh tanggal 12 Januari 2022 jam 12.45 WIB

Emah Rahmawati, Ndaru Prasastono, Andi Susanto, Moko Dwiarto Sudiro:
Virtual Tour Sebagai Alternatif Berwisata Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Pelaku Wisata di Yogyakarta)

- Jan, D. 2009. A Virtual Tour Guide for Virtual Worlds. Journal of Institute for Creative Technologies, 1-8. Diunduh tanggal 19 Januari 2022 jam 10.30 WIB
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin, Lane. 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Indeks: Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa Edisi XI. Jakarta: Salemba Empat
- Moleong, Lexy J. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Mursid. 2003. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisa Kasus Integrated MarketingCommunication. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Riesa, R.M., & Haries, A. 2020. Virtual tourism dalam literature review . 01 (1). 1-6.
- Suwantoro, Gamal. 2004. Dasar-dasar Pariwisata. Yogyakarta: Andi
- Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata
- Umafagur, F., Sentinuwo, S.R., & Sugiarto, B.A. 2016. Implementasi Virtual Tour sebagai Media Informasi Daerah (Studi Kasus: Kota Manado). Jurnal Teknik Informatika, 9 (1).
- Yoeti, A. Oka. 2011. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta: PT. Pradnya Paramita
- _____ 1996. Pemasaran Pariwisata Terpadu. Bandung: Angkasa
- Valentina, F., & Handjojo. 2013. Perancangan dan Implementasi Aplikasi Content Management System dengan Format Virtual Online Tour. 1(2), 1-6