

## Pemanfaatan Media Baru dalam Menyelenggarakan Wisata Virtual di Masa Pandemi Covid-19

Jumadal Simamora  
Universitas Pelita Harapan  
[jumadal.simamora@uph.edu](mailto:jumadal.simamora@uph.edu)

### ABSTRACT

Covid-19 pandemic that is occurred since March 2020 in Indonesia has had such a broad impact. In this research, the impact is limited to the tourism sector. To prevent the spread of covid-19, the government adopted various policies such as *Pembatasan Sosial Berskala Besar* (PSBB) to the *Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Berskala Mikro* (PPKM). As a result, most of community activities are conducted online from home. Tourist attractions are closed and people are no longer able to travel. Many people feel bored while at home. In order to continue to carry out tours, the government and tourist attractions managers are trying to ensure that travel can still be done even from home. The purpose of this research is how to use new media as an effort to provide tourism visits during the covid-19 pandemic. The research method used is qualitative descriptive research with literature study and observation approach. The result of this study shows that by using new media technology, the government and some tourism managers can provide virtual tours for the community. Virtual tourism can be an alternative for those who want to travel during the Covid-19 pandemic. By utilizing new media such as gadgets (smartphone, tabs), laptops, computers which is connected to the internet, people can roam from their homes to various tourist attraction in Indonesia with a relatively low cost and even free of charge. This virtual tourism also has potential to increase tourist visits in the new normal era.

*Keywords:* Covid-19 Pandemic, New Media, Virtual Tourism.

### PENDAHULUAN

Sejak pertama kali virus Corona ditemukan di kota Wuhan, China pada akhir tahun 2019, virus ini dengan cepat menyebar secara global, termasuk ke Indonesia. Virus Corona atau disebut juga Coronavirus Disease 2019 (Covid-2019) adalah salah satu jenis virus yang menyerang sistem pernapasan manusia hingga dapat menyebabkan kematian. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menyatakan bahwa Covid-19 sebagai pandemic. Di Indonesia, kasus virus Corona pertama kali dikonfirmasi pada 2 Maret 2020. Kasus pertama menimpa 2 orang pasien yaitu seorang ibu dan putrinya warga Depok, Bogor, Jawa Barat. Tidak berselang lama, penyebaran virus Corona semakin meningkat. Pada 27 Maret 2020, tercatat kasus Covid-19 sudah mencapai 1046 dengan 87 orang meninggal dan 46 orang sembuh dari kasus Covid. (Pramudiarja, 2020).

Untuk menanggulangi penyebaran virus Corona, Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo membentuk gugus tugas Covid-19 pada 13 Maret 2020. Gugus Tugas ini

dibentuk untuk mengkoordinasikan sinergi kegiatan antar lembaga/kementerian dan pemerintah daerah sehingga penanganan Covid-19 bisa lebih maksimal. (katadata.co.id, 13 Maret 2020). Selain melakukan upaya kuratif terhadap korban yang terpapar Covid-19, pemerintah melalui berbagai media juga melakukan kampanye Perilaku Hidup Sehat dan Bersih (PHSB).

Di beberapa daerah, atas seijin menteri kesehatan, pemerintah menerapkan protokol Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Seiring dengan itu, untuk menekan penyebaran Covid-19, pada 15 Maret 2020 presiden Jokowi menghimbau agar masyarakat beraktivitas bekerja, belajar dan beribadah dari rumah (setkab.go.id, 15 Maret 2020). Merespon kebijakan pemerintah, sejumlah kantor melaksanakan aktivitasnya dari rumah atau *work from home* (WFH). Aktivitas belajar mengajar di sekolah juga diberhentikan dan diganti melalui metode pengajaran online. Demikian juga kegiatan keagamaan berjemaah di tempat ibadah mulai ditutup sementara dan dilakukan di rumah masing-masing.

Perubahan yang terjadi tiba-tiba membuat tatanan masyarakat berubah dengan cepat dan telah berdampak ke berbagai sektor. Salah satu sektor yang paling terdampak adalah sektor pariwisata. Kebijakan pembatasan sosial membuat tempat-tempat wisata ditutup dan masyarakat lebih banyak beraktivitas di rumah. Traveller wisatawan mancanegara (Wisman) dan domestic yang sudah merencanakan perjalanan sebelumnya, secara besar-besaran membatalkan rencana wisata mereka.

Mantan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang menjabat pada Periode Oktober 2019-Desember 2020, Whisnutama Kusubandio menilai ditutupnya tempat-tempat rekreasi dan hiburan memberikan dampak ekonomi cukup besar terhadap sektor Pariwisata (Bisnis.com). Menurut data Badan Pusat Statistik, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mengalami penurunan tajam sebesar 88,08% dibandingkan bulan yang sama pada tahun 2019 (Tangerang News.com). Jika jumlah Wisman 2020 sebesar 164.088 orang dibandingkan periode yang sama tahun 2019 yang mencapai 1.37 juta kunjungan. Dampaknya, banyak restoran, hotel, jasa transportasi biro perjalanan mengalami penurunan drastis dan sebagian berujung penutupan dan perhentian karyawannya. Direktur Wisata Alam Budaya dan Buatan Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Alexander Rayen menyebutkan Pandemi Covid-19 hingga Oktober 2020 telah memangkas 50 juta pekerjaan pada sektor pariwisata di dunia. Menurutnya, pekerja pariwisata di Indonesia, diperkirakan 50% dari 13 juta pekerja Pariwisata kehilangan pekerjaan sebagai dampak dari Pandemi (Widyastuti, 2020). Sementara itu, Kepala staf Presiden, Moeldoko, mengemukakan ada 32,5 juta tenaga kerja tidak langsung yang terdampak yaitu UMKM Parekraf, *money charger*, toko souvenir, penari, pemusik, pekerja seni di daerah wisata, pemasok pada hotel dan restoran, pekerja mall, retail dan lainnya. (Tribunnews.com, 2020).

Di sisi lain, sejak masa pembatasan sosial yang menghimbau masyarakat melakukan aktivitas di rumah telah menimbulkan kebosanan. Masyarakat merasa jenuh karena tidak dapat lagi melakukan wisata ke berbagai tempat secara leluasa seperti yang dilakukan pada saat sebelum pandemic covid-19. Menyikapi situasi ini, pemerintah dan pelaku wisata segera beradaptasi dengan menghadirkan wisata virtual. Wisata virtual (*virtual tour*) adalah sebuah simulasi dari suatu lingkungan nyata yang biasanya terdiri dari foto-foto panorama, kumpulan gambar yang terhubung hyperlink, video ataupun

virtual model dari lokasi sebenarnya serta dapat menggabungkan unsur-unsur multimedia lainnya seperti teks, gambar, suara dan animasi (Dio, Safriadi, Sukamto, 2019). Virtual tour dimungkinkan terealisasi dengan pemanfaatan media baru. Melalui virtual tour, peserta dapat menjelajahi berbagai destinasi wisata menarik baik di dalam maupun luar negeri hanya dengan bermodalkan media baru seperti smartphone dan jaringan internet dari rumah. Virtual tour menjadi konsep baru untuk berlibur di tengah pandemic. Data yang dikeluarkan perusahaan pioner penyelenggara tur Virtual, Autorin, menyebutkan bahwa peminat wisata virtual sejak Juli hingga September 2020 terus meningkat. Tercatat sudah lebih 900 wisatawan virtual menjelajahi destinasi wisata di Indonesia. Berdasarkan latarbelakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan media baru dalam menyelenggarakan wisata virtual di masa pandemi covid-19. Adapun tujuan penelitian ini, "untuk mengkaji bagaimana pemanfaatan media baru dalam upaya menyelenggarakan wisata virtual di masa pandemi covid-19".

## TINJAUAN PUSTAKA

### Media Baru

Dalam literatur akademik media baru sering juga disebut dengan cyber media. Penyebutan tersebut menurut Nasrullah, (2014:130) pada intinya merujuk pada perangkat media baik itu perangkat keras (*hardware*) maupun perangkat lunak (*software*). Lievrow dan Livingstone dalam McQuail (2011,43) mendefinisikan media baru dengan cara menghubungkan antara Teknologi Informasi dan Komunikasi (ICT) dengan konteks sosial yang berhubungan dan menyatukan tiga elemen: alat dan artefak teknologi; aktivitas, praktik, dan penggunaan; dan tatanan serta organisasi sosial yang terbentuk di sekeliling alat dan praktik tersebut. Menurut Nugroho (2020:30) istilah media baru pada umumnya merujuk pada media digital, yang bersifat interaktif, menggabungkan komunikasi dua arah, dan melibatkan beberapa komputasi. Bolton dan Grusin sebagaimana dikutip Nugroho, mengemukakan bahwa media lama dan baru saling memulihkan atau membentuk ulang satu sama lain. Jadi apa yang baru mengenai media baru berasal dari cara-cara khusus media yang lebih tua mengubah diri dan bentuk untuk menjawab tantangan media baru. Media baru dalam konteks era digital saat ini adalah media yang berbasis pada teknologi informasi dan komunikasi yang mengandalkan kecepatan dalam hal penyebaran konten.

David dan Beer sebagaimana dikutip Nasrullah, (2014:75-78) mengemukakan karakteristik media baru dengan istilah *network*, *interactivity*, *interface*, *archive* dan *simulation*.

1. *Network* (Jejaring). Jejaring tidak hanya diartikan sebagai infrastuktur yang menghubungkan antar komputer dan perangkat keras lainnya, tetapi juga menghubungkan antar individu. Hubungan atau jejaring tidak hanya bertipe dua individu, namun bisa juga melibatkan individu yang bahkan tidak dibatasi.
2. *Interactivity* (Interaksi). Interaksi merupakan konsep yang digunakan untuk membedakan antara media baru yang digital dan media tradisional yang analog. Menurut Graham sebagaimana dikutip Nasrullah, teknologi telah memediasi

segala aktivitas manusia. Sebagai contoh, teknologi media baru membuat perbedaan wilayah tidak lagi menjadi kendala dalam melakukan percakapan langsung (*live chat*). Melalui video (*video conference*), memungkinkan para pengguna saling berkomunikasi secara langsung dan sekaligus melihat ekspresi wajah mereka melalui *webcam* atau kamera yang terhubung ke internet.

3. *Interface* (Perangkat). Teknologi media baru, baik perangkat keras (*hardware*), seperti komputer maupun perangkat lunak (*software*) seperti jaringan internet, beroperasi dengan saling terhubung.
4. *Archive* (Arsip). Bagi pengguna media baru, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apapun (Nasrullah, 2015:22).
5. *Simulation* (Simulasi). Media baru memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Baudriillard (1994) dalam Nasrullah (2015:28), mengungkapkan gagasan simulasi bahwa kesadaran akan yang real di benak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu. Kondisi ini disebabkan oleh imaji yang disajikan media secara terus menerus.

Selain karakteristik yang dijelaskan di atas, Straubhar, J. LaRose dan Davenport (2012:21), menjelaskan karakter media baru adalah digital, multimedia dan *asynchronous*. Digital merupakan peralihan dari media analog. Media digital mengubah data menjadi angka tanpa perlu mengubah objek fisik, misalnya teks, gambar dan audio. Digital mempermudah dan mempercepat data. Oleh karena itu digitalisasi adalah kunci multimedia. Straubhar, dkk menjelaskan multimedia sebagai "*combining text, image and sound in two way communication channel-representing and important departure from the old media where each modality was confined to separate channel and was one-way only*". Multimedia merupakan gabungan teks, gambar dan suara yang merepresentasikan komunikasi dua arah dan membedakan dengan media lama yang satu arah. Gayeski dalam Munir (2012:2) mendefinisikan multimedia sebagai kumpulan media berbasis komputer dan sistem komunikasi yang memiliki peran untuk untuk membangun, menyimpan, menghantarkan dan menerima informasi dalam bentuk teks, grafik, audio, video dan sebagainya. Karena multimedia dapat menampilkan banyak informasi, McQuail (2011:157) menyebut media baru sebagai *media richness*. Media baru dapat menjembatani kerangka referensi yang berbeda, mengurangi ambiguitas, memberikan lebih banyak petunjuk, melibatkan banyak indra dan lebih personal. *Asynchronous* didefinisikan Straubhar, dkk (2012:21), sebagai "*not consumed simultaneously by all members of the audience*". Dapat diartikan *asynchronous* sebagai interaksi yang terjadi melalui media baru di dunia virtual yang tidak mensyaratkan keberadaan dan kesamaan antara pengguna media cyber.

### **Komunikasi Termediasi Komputer.**

Salah satu aspek yang muncul dari perkembangan media baru adalah semakin munculnya ruang virtual yang mempertemukan individu, dan/atau kelompok di arena

virtual dalam berkomunikasi yakni komunikasi yang termediasi komputer. Komputer, telepon genggam, atau perangkat yang terkoneksi lainnya pada dasarnya tidak sekedar menjadi media yang diperantarai proses distribusi dan sirkulasi pesan, tetapi sebagai medium layaknya aspek serta lingkungan dalam komunikasi tatap muka. *Computer Mediated Communication* (CMC) atau komunikasi yang dimediasi komputer merupakan proses komunikasi melalui komputer yang melibatkan khalayak, tersituasi dalam konteks tertentu, dimana proses itu memanfaatkan media untuk tujuan tertentu. (Nasrullah, 2024: 78-79). Smith sebagaimana dikutip Nasrullah menjelaskan interaksi di media siber dapat dikondisikan misalnya jadwal yang diinginkan oleh pengguna saat terkoneksi dalam jaringan. Komunikasi dapat terjadi dalam kondisi waktu dan ruang yang sama (*synchronous*) dan bisa juga berbeda (*asynchronous*).

### **Situs (Web Site).**

Situs atau website adalah halaman yang merupakan suatu alamat domain yang berisi informasi, data visual, audio, memuat aplikasi, hingga berisi tautan dari halaman web lainnya (Nasrullah, 2014:25). Dengan menggunakan konsep *hyperlink* (tautan), dapat memudahkan *surfer* atau pemakai komputer yang melakukan *browsing* atau penelusuran melalui internet (Kawulur, 2018). Website mengizinkan pemberian *highlight* (penyorotan atau penggaris bawahan) pada kata-kata dan gambar dalam sebuah dokumen untuk menghubungkan atau menunjuk ke media lain seperti dokumen, movie clip, atau file suara. Web dapat menghubungkan dari sembarang tempat ke dokumen lain. Dengan sebuah browsing yang memiliki Graphical User Interface (GUI), link-link dapat dihubungkan ke tujuan dengan menunjuk *link* tersebut dengan mouse dan menekannya.

### **Media Sosial**

Media Sosial menurut Shirky dalam Nasrullah (2015: 11) adalah perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*) bekerja sama (*to co-operate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi. Sementara menurut Nasrullah (2015:12), media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Contoh media sosial antara lain, Blog, Facebook, Twitter, Youtube, dan lain-lain.

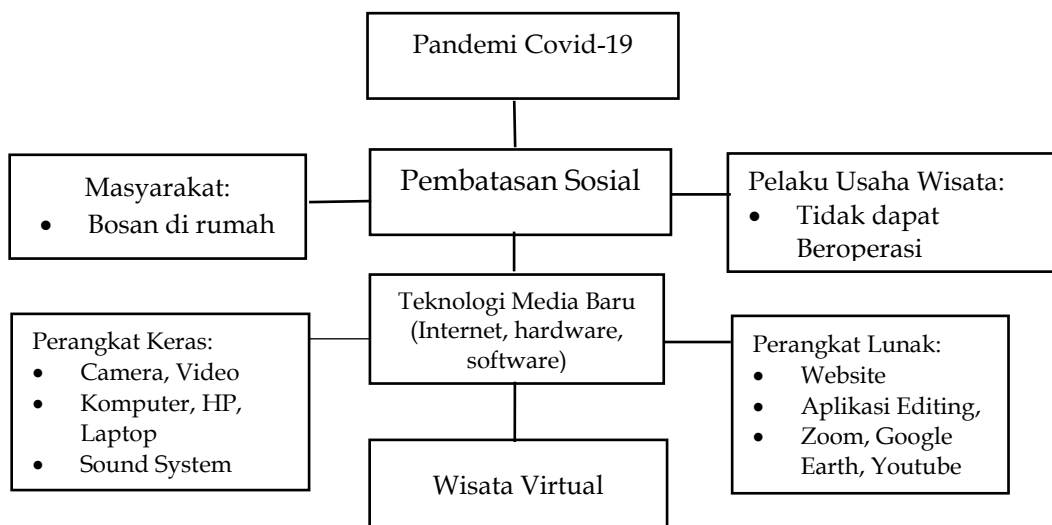
### **Wisata Virtual atau *Virtual Tour***

Wisata virtual merupakan wisata secara tidak langsung atau melalui media perantara. Dalam bahasa sederhana, wisata virtual merupakan perjalanan atau wisata dalam dunia maya. *Virtual tour* digunakan untuk memudahkan pengguna melihat suatu lingkungan tanpa harus melakukan perjalanan ke lokasi tersebut secara fisik (Dio, Safriadi, Sukamto, 2019). Dalam sebuah tur virtual, peserta dapat menyaksikan tayangan video atau foto dengan pengambilan 360 derajat. Untuk melaksanakan wisata virtual, dibutuhkan tambahan aplikasi seperti Google maps, Google Augmented Reality (AR)

dan virtual reality. *Virtual Tour* menggunakan elemen-elemen multimedia seperti teks, audio, video, animasi dan narasi (Kawulur, 2018). Komponen utama virtual tour adalah gambar panorama dan video. Fotografi panorama merupakan sebuah teknik fotografi yang menggunakan suatu peralatan atau perangkat lunak khusus yang mampu menangkap visual dengan cara melebarkan bidang pandangan.

Berdasarkan konsep-konsep yang dijelaskan di atas, berikut ini adalah kerangka konseptual dalam penelitian ini.

**Gambar 1. Kerangka Konseptual**



## METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi (data primer) dan studi pustaka (data sekunder). Observasi adalah kunjungan ke tempat kegiatan secara langsung, sehingga semua kegiatan yang sedang berlangsung atau objek yang ada tidak luput dari perhatian dan dapat dilihat secara nyata (Satori & Komariah, 2019:105). Semua kegiatan, objek, serta kondisi penunjang yang dapat diamati. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati wisata virtual yang melibatkan penyelenggara/operator dan peserta wisata virtual.

Studi pustaka adalah kegiatan mengumpulkan data-data atau informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi objek dalam penelitian. Sumber informasi dapat berupa buku-buku, jurnal, tesis, internet dan sumber-sumber lain. Dalam studi kepustakaan, peneliti memanfaatkan sumber-sumber yang relevan yang terkait dengan pemanfaatan teknologi media baru dalam penyelenggaraan wisata virtual.

## HASIL

Teknologi Komunikasi dan Informasi, khususnya media baru menjadi alternatif solusi menghadapi kesulitan di masa pandemi covid-19. Dengan pemanfaatan media

baru, pemerintah dan pelaku wisata melakukan inovasi dengan menyediakan wisata virtual. Meskipun wisata virtual sudah ada sebelum pandemi, namun wisata virtual ini semakin dikenal dan peminatnya semakin meningkat. Dari penelusuran yang dilakukan, ditemukan bahwa sejak pandemi covid-19 yang terjadi pada awal Maret 2020 di Indonesia, sejumlah wisata virtual telah diselenggarakan oleh pemerintah dan pelaku wisata dengan berbagai pilihan destinasi wisata baik di dalam maupun ke luar negeri. Beberapa contoh wisata virtual yang dilakukan pemerintah, agen/komunitas wisata, perorangan akan dipaparkan lebih lanjut pada bagian berikut.

### **Wisata Virtual oleh Pemerintah Pusat.**

Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf)/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Baparekraf) menyelenggarakan wisata virtual yang bertema *Travel Virtual Heritage*, pada 26 September – 25 Oktober 2020 dan *Live Travel Live Virtual Indonesia* pada 7-29 November 2020. Dalam wisata virtual tersebut, Kemenparekraf/Barekraf bekerjasama dengan *Traval.co* dan *Caventer* memperkenalkan desa wisata yang ada di Indonesia dan dipilih berdasarkan keunikan dalam segi geografis, budaya, hingga aktivitas atau pengalaman yang masih jarang diketahui. Wisata virtual ini diberikan secara gratis. Seperti diungkapkan CEO, *Traval .co*, Julius Bramanto, wisata virtual ini mengajak wisatawan mengeksplor delapan destinasi wisata terbaik di Indonesia mulai dari Danau Toba hingga Raja Ampat. (Astuti, 2020).

Kemudian pada 30 Januari – Februari 2021, virtual tour bertema “Surga Tersembunyi”. Kemenparekraf mengunggah virtual tour 360<sup>0</sup> pada account *Youtube Pesona Indonesia* yang terdiri dari 10 desa Wisata. Semua video tersebut bisa dikunjungi secara virtual dan gratis, antara lain: 1). Desa Pulau Baguk, Kepulauan Banyak, Kabupaten Aceh Singkil. 2). Desa Belibak, Kepulauan Anambas, 3). Desa Karangduwur, Kabupaten Kebumen Jawa Tengah, 4). Desa Wisata Nanas Madu Pernalang, Jawa Tengah 5). Desa Bayan, kabupaten Lombok Utara Nusa Tenggara Timur, 6). Kawasan Kabola, Pulau Alor, 7). Desa Aisandami, Teluk Wondama, Papua Barat, 8). Desa Bajo Mola, Wakatobi Sulawesi Tenggara, 9). Desa Ngilngof, Kepulauan Key, Maluku Tenggara dan 10). Desa Sebuji, Bengkulu.

### **Wisata Virtual oleh Pemerintah Daerah**

Selain wisata virtual yang diselenggarakan oleh Kemenparekraf, pemerintah daerah juga menyediakan wisata virtual diantaranya Pemerintah DKI Jakarta dan Pemerintah Daerah Yogyakarta. Pemerintah Daerah Jakarta menyediakan wisata virtual yang memperkenalkan sejumlah tempat wisata di Jakarta. Beberapa tempat wisata yang diupload di Youtube Pemprov DKI antara lain, Tur virtual Wisata Ragunan, SeaWorld Ancol, Planetarium, Tur Virtual Museum Sejarah Jakarta, Virtual Traveling Spesial Ramadhan. Sebagian tur virtual dilakukan secara live dan sebagian hanya dengan membagikan video di Youtube Channel Pemprov DKI.

Gambar 2. Tangkapan layar *Live Virtual Travelling* Spesial Ramadhan  
 Sumber: Youtube Pemprov DKI Jakarta.



Di tengah pandemi Covid-19, Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta juga membuat tour virtual 360 yang dapat diakses melalui kanal Youtube Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Beberapa video contoh virtual tour yang dapat diakses adalah Virtual Tour 360: “Kota Gede”, Kota Tua Yogyakarta, Mengenal Dua Istana di Yogyakarta. Wisata virtual melalui Youtube ini sekaligus sebagai upaya menggencarkan promosi tempat wisata di kota Yogyakarta.

### Wisata Virtual oleh Perorangan atau Kolaborasi

Selama pandemi covid-19, wisata virtual juga diselenggarakan oleh perorangan atau dengan cara berkolaborasi. Salah satu contoh wisata virtual yang dilakukan perorangan adalah wisata virtual yang dipandu oleh Idfi Pancani. Selain menyediakan destinasi wisata virtual di dalam negeri, Idfi Pancani yang merupakan seorang tour guide juga menyelenggarakan *live virtual tour* dengan destinasi wisata ke luar negeri seperti Amerika, Paris dan berbagai negara lainnya. Untuk wisata virtual di dalam negeri, Idfi Pancani berkolaborasi dengan komunitas penyelenggara wisata virtual lainnya. Dalam wisata virtual yang diselenggarakan menggunakan aplikasi *zoom*, Pancani menerapkan harga relatif murah antara 25.000-100.000,- dan bahkan bisa dibayar seiklasnya. (Hussin, 2020).

### Wisata Virtual oleh Agen atau Pelaku Usaha Wisata.

Pelaku usaha wisata, seperti agen penjualan tiket, traveloka dan Komunitas Jakarta Good Guide (JGG) menyelenggarakan jasa wisata virtual. Traveloka membuat wisata virtual melalui *Lifestyle Flash Sale*. Program ini dilakukan sejak akhir Mei 2020, dengan menggunakan kanal marketing siaran langsung (live stream). Live stream dikemas dengan format bincang santai serta berbagai konten menarik seperti *live tur virtual* dan *live auction* untuk produk hotel yang dipublikasikan diberbagai kanal media sosial Traveloka (Intan, 2020). Tur virtual dilaksanakan dengan mengundang narasumber yang menarik serta disiarkan langsung melalui media sosial Traveloka seperti Youtube, Twitter, Facebook dan Instagram. Komunitas Jakarta Good Guide (JGG) juga mengadakan wisata virtual dengan destinasi seperti Monas, Kota Tua dan sejumlah kota populer di kota Jakarta. JGG mengadakan virtual tour menggunakan aplikasi *zoom meeting*. Untuk tarif, JGG menawarkan konsep unik yaitu system “pay as you wish”,



dimana peserta membayar bukan berdasarkan tarif yang ditetapkan JGG, tetapi berdasarkan kepuasan peserta atas layanan yang diberikan penyelenggara tour (Jagadtya & Aisyanita, 2020).

### **Wisata Virtual oleh PT Kereta Api Indonesia**

PT Kereta Api Indonesia (KAI), mengadakan program virtual tour bertajuk “Kawisata Adventure”, ke berbagai destinasi wisata di Indonesia yang dilaksanakan selama pandemi virus corona. Program ini melibatkan generasi millennial yang berminat menjadi pemandu wisata virtual. Wisata virtual ini dilakukan secara online melalui aplikasi zoom (Kumparan.com).

### **Pemanfaatan Media Baru dalam Wisata Virtual.**

Berbagai Wisata virtual yang diselenggarakan oleh pemerintah pusat/daerah, agen perjalanan, komunitas dan perorangan dimungkinkan karena adanya media baru. Dalam penyelenggaraan wisata virtual, setiap operator atau penyelenggara dituntut untuk menguasai teknologi komunikasi dan informasi. Beberapa perangkat media baru yang digunakan antara lain:

1. *Hardware:*

*Hardware* (perangkat keras) yang diperlukan dalam penyelenggaraan wisata virtual antara lain, camera video/camera foto, camera 360. Camera foto dan camera video digunakan untuk mengambil foto dan video yang akan ditampilkan pada saat *virtual tour* berlangsung. Video dan foto tersebut dapat diedit terlebih dahulu menggunakan perangkat komputer yang memiliki spesifikasi memadai dan software editing. Perangkat keras lainnya yang digunakan antara lain, sound system (microphone, mixer, dll). Pada saat wisata virtual berlangsung, penyelenggara dan peserta dapat menggunakan smartphone, laptop, tab dan komputer PC.

2. Internet

Jaringan internet merupakan komponen penting dalam terselenggaranya virtual tour yang menghubungkan komputer dengan komputer lainnya sehingga setiap peserta dapat terhubung. Saat mengikuti virtual tour, harus dipastikan memiliki jaringan internet yang baik sehingga tidak terjadi masalah ketika *tour* sudah dimulai. Dalam observasi yang dilakukan, seringkali terjadi gangguan internet pada saat *tour* virtual berlangsung.

3. *Software* (Perangkat Lunak Pendukung).

Selain hardware dan jaringan internet seperti sudah dijelaskan di atas, untuk mengadakan wisata virtual, dibutuhkan beberapa aplikasi pendukung yang dapat membantu penyelenggara dan peserta menjelajahi tempat wisata secara virtual, yaitu:

- a) **Website.** Website merupakan suatu alamat domain yang berisi informasi, data visual, audio, memuat aplikasi, hingga berisi tautan dari halaman web lainnya. Melalui situs web, penyelenggara dapat menampilkan video mengenai tempat wisata yang dapat diakses masyarakat tanpa dibatasi ruang

- dan waktu. Untuk mengakses situs, peserta yang ingin melakukan wisata virtual, cukup mengetik alamat halaman atau alamat domain penyelenggara wisata virtual.
- b) **Google Earth.** Google earth merupakan salah satu fasilitas milik google untuk melihat bumi secara 3D. Sebelum mengadakan wisata virtual, operator harus terlebih dahulu mempersiapkan destinasi wisata dan gambar-gambar di google earth.
  - c) **Google Street View.** Google street view adalah salah satu fitur yang disediakan oleh google maps yang memungkinkan penggunanya dapat menikmati foto 360°. Awalnya, aplikasi ini hanya menyediakan 5 kota di Amerika Serikat, namun pada perkembangannya semakin banyak kota yang disediakan aplikasi tersebut.
  - d) **Google Art & Culture.** Google Art & Culture merupakan platform online dari google yang berfungsi sebagai tempat untuk menikmati dan melihat-lihat foto, gambar atau juga video dengan resolusi tinggi diseluruh dunia. Google art & culture memakai teknologi google street view yang dapat diakses siapa saja untuk dapat menikmati karya seni dari seluruh dunia.
  - e) **Youtube.** Youtube adalah sebuah situs web video sharing (berbagi video), dimana pengguna dapat memuat, menonton dan berbagi video klip secara gratis. Video yang sudah dikemas dan diedit dapat diupload di Youtube, sehingga siapa saja dan kapan saja dapat mengakses video dan melakukan tour virtual sepanjang terhubung dengan jaringan internet.
  - f) **Media Sosial.** Media sosial, seperti twitter, instagram digunakan untuk promosi sebelum acara virtual dilakukan. Demikian pada saat wisata berlangsung, media sosial instagram dapat digunakan sebagai media untuk menayangkan kegiatan wisata.
  - g) **Aplikasi Meeting (Pertemuan).** Untuk menyelenggarakan wisata virtual yang diikuti oleh banyak peserta, penyelenggara dapat menggunakan aplikasi pertemuan. Aplikasi *meeting* merupakan aplikasi yang menyediakan layanan konferensi jarak jauh dengan menggabungkan konferensi video, obrolan hingga kolaborasi seluler. Ada beberapa aplikasi pertemuan yang dapat digunakan, yaitu *webex meeting*, *google meet*, *zoom meeting*, dan lain-lain. Pengguna dapat mendownload aplikasi tersebut melalui Playstore atau langsung dari Windows. Dalam live virtual tour yang diadakan, kebanyakan wisata virtual menggunakan aplikasi *zoom meeting*. Di bawah ini adalah salah satu contoh tangkapan layar live virtual desa wisata “Kilau Indah Ngingof” yang menggunakan *zoom meeting*.

Gambar 3. Tangkapan Layar Live Virtual Desa Wisata “Kilau Indah Desa Ngilingof Kepulauan Kei. Sumber: Youtube Channel Pesona Indonesia.



## PEMBAHASAN

Dalam masa Pandemi Covid-19, pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi, khususnya media baru dalam mengadakan wisata virtual memiliki peran yang sangat penting. Dengan karakteristik media baru, sebagaimana dikemukakan David dan Beer dalam Nasrullah, (2014:75-78), yaitu bersifat network (Jejaring), Interaktif, Interface (perangkat), archive dan Simulation memungkinkan wisata virtual dapat terselenggara.

Jaringan internet yang menghubungkan berbagai perangkat, memungkinkan virtual tour dapat dilakukan dengan menyajikan konten multimedia yang terdiri dari teks, gambar, video dan audio. Selain menikmati keindahan dan keunikan dari setiap destinasi secara virtual, peserta yang sudah saling terhubung dengan pemandu wisata dapat belajar tentang setiap destinasi yang dikunjungi. *Tour guide* yang memandu suatu wisata virtual dapat memberikan informasi detail mengenai objek wisata yang dikunjungi. Melalui informasi yang ditampilkan baik foto maupun audiovisual, membuat peserta wisata virtual mendapatkan banyak informasi dan merasakan seolah-olah berada di tempat wisata. Hal ini jarang dinikmati pengunjung pada saat berwisata langsung ke tempat wisata. Ketika berwisata langsung, pengunjung biasanya sibuk melakukan swafoto dan sering tidak mengetahui dan mencari tahu mengenai sejarah, tradisi dan keunikan objek wisata yang dikunjungi.

Dalam wisata virtual, penyelenggara dalam hal ini *tour guide* dapat melakukan interaksi langsung dengan peserta. Komunikasi yang terjadi melalui media baru adalah komunikasi dua arah yang dilakukan secara virtual. Dalam pengamatan peneliti, selama pandemi covid-19, wisata virtual dilakukan dengan dua cara, yaitu *live virtual tour (synchronous)* dan *asynchronous*. *Live virtual tour* adalah tour virtual yang dilakukan secara langsung dimana penyelenggara dan peserta wisata bertemu dalam waktu yang bersamaan melalui *aplikasi meeting*, seperti zoom. Melalui *aplikasi meeting*, peserta dapat berinteraksi dengan penyelenggara tour, bertanya secara langsung atau melalui kolom chat. Melalui wisata virtual menggunakan media baru, terbentuk sebuah komunitas virtual baru yaitu para peserta dan penyelenggara. Komunitas yang terkumpul dan berpartisipasi dalam ruang virtual ini adalah komunitas semu yang bukan nyata. Komunitas yang terbentuk melalui virtual ini disebut sebagai simulasi.

Wisata virtual yang dilakukan secara *asynchronous* adalah tour yang dilakukan berbasis web atau Youtube. Di sini, penyelenggara dapat meng-upload video di web atau di Youtube. Bagi masyarakat yang ingin melakukan wisata virtual, mereka dapat mengakses web atau Youtube. Meskipun melalui Youtube, pengunjung masih dapat memberikan pendapat mengenai tempat yang dikunjungi melalui virtual melalui kolom komentar di Youtube.

Bagi peserta yang tidak dapat mengikuti live virtual tour (*synchronous*), mereka masih bisa menikmati wisata virtual dengan mengakses video melalui website penyelenggara atau kanal Youtube. Setelah penyelenggara mengadakan wisata virtual secara live, dokumentasi video virtual biasanya diunggah di web atau di Youtube, sehingga video tersebut dapat tersimpan di Youtube dan masih bisa diakses dari mana saja dan kapan saja sepanjang masih terhubung dengan jaringan internet. Hal ini dimungkinkan karena karakteristik media baru yang bersifat *archive*. Sebagai contoh, Travel Live: Virtual Indonesia yang dilakukan *synchronous* di unggah di Youtube Pesona Indonesia dan dapat diakses kapan saja dan darimanapun melalui sambungan internet.

Dari pemaparan di atas, dapat dilihat bahwa pemanfaatan teknologi media baru dalam penyelenggaraan virtual tour memiliki kelebihan dan kekurangan. Adapun kelebihan dari virtual tour adalah sebagai berikut:

1. Biaya lebih murah

Biaya virtual tour jauh lebih hemat dibanding dengan berkunjung langsung ke lokasi wisata. Dari sisi transportasi, jika pengunjung langsung ke tempat wisata, tentu mengeluarkan biaya transportasi. Jika menggunakan transportasi umum, dibutuhkan pengeluaran untuk membeli tiket sedangkan jika membawa kendaraan pribadi, dibutuhkan biaya untuk pembelian bahan bakar. Selain biaya transportasi, pengunjung juga tidak perlu mengeluarkan biaya untuk membeli konsumsi. Demikian juga, jika tempat wisata yang dituju jauh, pengunjung tidak perlu menyewa tempat penginapan. Dengan wisata virtual yang diikuti dari rumah, semua biaya-biaya yang disebutkan tidak perlu dikeluarkan. Peserta dapat melakukannya sambil duduk dari rumah.

2. Traveller tidak perlu mengurus visa dan pasport

Untuk wisata virtual yang dilakukan dengan destinasi ke luar negeri, pengunjung tidak perlu repot untuk mengurus pasport dan visa. Umumnya, ketika seseorang akan melakukan perjalanan ke luar negeri harus terlebih dahulu mengurus pasport dan visa.

3. Hemat waktu dan tenaga.

Melalui virtual tour yang difasilitasi teknologi, peserta dapat menjelajah beberapa destinasi dalam waktu yang relatif pendek. Jika peserta berkunjung secara langsung, kemungkinan satu tempat wisata bisa memakan waktu hingga berjam-jam. Demikian juga tenaga yang dibutuhkan, sekalipun perjalanan langsung menyenangkan, namun tetap menguras energi dan seringkali dapat membuat traveller merasa lelah.

Meskipun wisata virtual memiliki kelebihan, namun terdapat beberapa keterbatasan atau kekurangan, yakni:

1. Kendala jaringan internet. Kestabilan jaringan internet menjadi hal yang krusial ketika melakukan wisata virtual. Baik itu dari sisi penyelenggara maupun dari sisi peserta, ada kalanya mengalami gangguan jaringan internet, khususnya dalam *live tour virtual* yang menyebabkan tour tidak dapat berlangsung dengan lancar.
2. Tidak leluasa meng-*explore* tempat wisata. Meskipun wisata virtual menjadi salah satu alternatif dalam kunjungan wisata, tetapi wisata virtual yang dimediasi oleh teknologi media baru memiliki keterbatasan. Melalui wisata virtual hanya menampilkan foto dan video yang dapat dilihat dari berbagai sudut (360°). Berbeda halnya jika wisatawan berkunjung secara langsung ke tempat wisata. Mereka dapat menjelajah ke berbagai sudut lokasi wisata
3. Ketrampilan Teknis. Tidak semua penyelenggara dan peserta wisata memiliki ketrampilan untuk mengoperasikan perangkat teknologi dan aplikasi yang digunakan sehingga dapat mengganggu perjalanan wisata, khususnya pada saat wisata virtual dilakukan secara live atau *synchronous*. Bagi penyelenggara, misalnya video yang ditampilkan goyang, sehingga mengganggu kenyamanan mata saat menonton.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian yang dipaparkan di atas, dapat di simpulkan bahwa pada masa Pandemi covid-19, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, media baru yang konvergen, jaringan internet, aplikasi dan perangkat digital telah membawa masyarakat pada cara hidup yang baru dengan adanya wisata virtual. Semakin banyak operator wisata virtual yang mengadakan wisata virtual. Sekalipun dari rumah, masyarakat tetap dapat melakukan wisata virtual ke luar negeri dan wisata domestik dari rumah. Meskipun tidak dapat menggantikan pengalaman wisata sesungguhnya ketika mengunjungi secara langsung destinasi wisata, namun dengan pemanfaatan media baru, wisata virtual dapat menjadi alternatif mengobati rasa rindu jalan-jalan masyarakat. Masyarakat tetap dapat melakukan wisata dengan biaya yang lebih murah dan bahkan gratis

Bagi penyelenggara wisata, inovasi wisata virtual membuka peluang baru di masa Covid-19. Agen wisata dan pramuwisata dapat terus menjalankan roda bisnis mereka walaupun di tengah pandemi Covid-19 yang masih terus berlangsung. Pada saat artikel ini ditulis, peningkatan jumlah covid-19 menunjukkan trend yang meningkat membuat sejumlah tempat wisata kembali ditutup. Wisata virtual dapat dikembangkan dan menjadi alternatif selama Pandemi. Wisata virtual juga dapat menjadi sarana promosi atau *marketing tool* tempat-tempat wisata. Ketika pandemi Covid-19 sudah berakhir dan situasi sudah normal, masyarakat akan mengunjungi tempat-tempat tersebut yang tentunya dapat meningkatkan jumlah wisatawan.

Oleh karena itu, penulis menyarankan kepada pelaku wisata dapat memanfaatkan teknologi media baru untuk menyelenggarakan wisata virtual dalam

situasi pandemi covid-19 yang masih belum menentu. Konten wisata virtual bisa dikemas lebih menarik dan kreatif dengan informasi yang lebih lengkap. Ketrampilan teknis dalam hal penggunaan perangkat, baik perangkat keras maupun perangkat lunak perlu terus ditingkatkan. Sebagai contoh, penyajian gambar video yang goyang saat live tour virtual, membuat peserta kurang nyaman. Untuk dapat menyajikan virtual tour yang lebih baik, penyedia jasa virtual tour dapat bekerja sama dengan tim teknis atau yang menguasai teknologi dan multimedia.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Fitria D. (2020). Ajak Masyarakat Menikmati Wisata Virtual, Kemenparekraf Dukung Inovasi Travel Live: Virtual Indonesia. 6 November 2020. Retrieved from: <https://news.okezone.com/>
- Dio, Safriadi N., Sukanto A.S., (2019). Rancang Bangun Aplikasi Virtual Tour Lokasi Rekreasi dan Hiburan Keluarga di Pontianak. *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*. Vol.7 No.1 Januari 2019. Hal 1-6.
- Fauzan, R. (2020). Pandemi Berdampak Cukup Besar Bagi Sektor Pariwisata. Agustus, July, 2020. Retrieve from: <https://ekonomi.bisnis.com/>
- Hussin, U. 2020. Tur Virtual, Obat Rindu Berjalan-Jalan Semasa Pandemi. 11 September 2020. Retrieved from: <https://www.voaindonesia.com/>
- Intan, Putu. 2020. Traveloka Gandeng Mitra Lakukan Wisata Virtual Selama Pandemi. 27 Juni 2020. Retrieved from: <https://travel.detik.com/>
- Jagadtya, K.H., Aisyianita, R.A. (2020). Virtual Tour: Strategi Industri Pariwisata Selama Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Jakarta Good Guide). *Melancong: Jurnal Perjalanan Wisata, Destinasi dan Hospitalitas*, 3 (1): 48-60.
- Kawulur, M.U dkk. (2018). Virtual Tour e-Tourism Objek Wisata Alam di Kabupaten Biak Numfor. *Jurnal Teknik Informatika* Vol. 13, No. 3. 1-6
- Kumparan.com. KA Wisata Ajak Generasi Millennial Jadi Pemandu Wisata, Berminat? 16 Mei 2020. Retrieved dari: <https://kumparan.com/>
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* McQuail, Edisi 6-Buku 1. Pen. Izzati, P.I. Jakarta: Salemba Humanika.
- Munir. (2012). *Multimedia. Konsep & Aplikasi dalam Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset. Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, R.(2015). *Media Sosial. Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosio Teknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama.

- Nugroho, C. (2020). *Cyber Society. Teknologi, Media Baru dan Disrupsi Informasi*. Jakarta: Kencana.
- Pramudiarja, U. (2020). Update Corona Indonesia 27 Maret: 1046 Positif, 46 Sembuh, 87 Meninggal. 27 Maret 2020. Retrieved from: <https://health.detik.com/>
- Straubhar J., LaRose,R., Davenport (2012). *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technolog*. Sevent Edition. USA: Wadsworth.
- Sukaesih, dkk. 2020. Wisata Virtual Pada Perpustakaan Digital Selama Masa Pandemi Covid-19. *Tornare - Journal of Sustainable Tourism Research*. Vol. 2, No. 3, September 2020: 63 -77
- Tibunnews.com. (2020). Dampak Covid-19 di Sektor Pariwisata Hingga Akhir 2020, 15 Juta orang Terancam Kehilangan Pekerjaan. 12 September 2020. Retrieved from: <https://www.tribunnews.com/>
- Widjaja, A. (2020). Dampak yang Diterima Pariwisata Indonesia Selama Pandemi Virus Covid-19. 19 Februari, 2021. Retrieved from: <https://tangerangnews.com/>
- Widyasututi, Aryani, W. (2020). Pandemi Covid Pangkas 50 juta Pekerjaan di Sektor Pariwisata. 24 Oktober 2020. Retrieve from: <https://bisnis.tempo.co/>
- Youtube MetroTVNews. Tur Virtual, Obat Rindu Wisata Saat Pandemi. May 31 2020. Retrievev from: <https://www.youtube.com/watch?v=2Hy-qxj7yxg>
- Yuniar, N. (2020). Tur Virtual, Oase Penyejuk Dahaga Melancong. Retrieved from: <https://www.antaranews.com/>