

WISATA VIRTUAL, ME"NYATA"KAN DUNIA MAYA?



oleh:
Titing Kartika
(Ketua LPPM STIEPAR YAPARI
Bandung)

Abstrak: Pandemi Covid 19 mendorong perubahan paradigma pariwisata dan membangun pengalaman wisatawan dalam konsep yang berbeda. Hal ini dikarenakan keterbatasan ruang gerak manusia membuat pariwisata tidak menitikberatkan jumlah wisatawan namun mengarah pada wisatawan berwisata mendorong keberlanjutan. Adapun wisata virtual sebagai alternatif berwisata yang diminati wisatawan.

Kata Kunci: Perubahan Paradigm, Pengalaman Wisatawan, Wisata Virtual

Merujuk konsep sistem kepariwisataan yang diperkenalkan oleh Leiper (1990), bahwa pariwisata melibatkan kan pergerakan yang meliputi tiga komponen yaitu *Tourist Generating Area (TGA)* sebagai tempat asal pelaku wisata, *Transit Route Region* (area antara tempat pengunjung meninggalkan daerah asal sebelum mencapai tujuan utama) dan *Tourist Receiving Area* (wilayah penerima pengunjung).

Dapat menyimpulkan bahwa pariwisata merupakan aktivitas diluar rutinitas dimana seseorang melakukan perjalanan dari tempat tinggalnya ke suatu tempat dengan tujuan berwisata, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu yang sementara, sebagaimana yang tertuang dalam UU No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.

Pergeseran Paradigma

Seiring dengan perkembangan pandemi Covid-19, kegiatan berwisata dapat dilakukan tanpa adanya mobilitas fisik yang dikenal dengan sebutan "virtual tour" yang mana seseorang dapat menikmati kegiatan wisata melalui platform digital tertentu. Secara konsep, wisata virtual merupakan simulasi dari lokasi yang ada, biasanya terdiri dari urutan video atau gambar diam yang menggunakan unsur multimedia lainnya seperti efek suara, musik, narasi, dan teks (C Meg, 2011) ataupun menggunakan model tiga dimensi (Osman, 2009).

Covid-19 telah mendorong adanya perubahan paradigma lain dalam konsep berwisata. Dahulu, pariwisata dinilai berkembang dengan jumlah wisatawan yang besar atau disebut *quantity tourism*. Namun dengan adanya Covid-19 ini, para

pelaku usaha didorong untuk memperhatikan *quality tourism*. *Quality Tourism* adalah sebuah pendekatan pariwisata yang sangat mempertimbangkan kualitas dan mengutamakan adanya kepedulian untuk keberlangsungan jangka panjang, termasuk memprioritaskan aspek kesehatan dan keselamatan selama berwisata.

Lebih lanjut, menurut Yoswady (2020), Covid 19 mengubah perilaku manusia yang cenderung ramai didunia maya (*go virtual*). Bahkan, pemenuhan kebutuhan berwisata secara langsung terpaksa dibatasi demi memutus mata rantai virusnya. Sehingga, aktivitas manusia beralih dari kontak langsung menjadi kontak tidak langsung, yang juga mengubah banyak kebiasaan manusia, termasuk dalam hal berwisata.

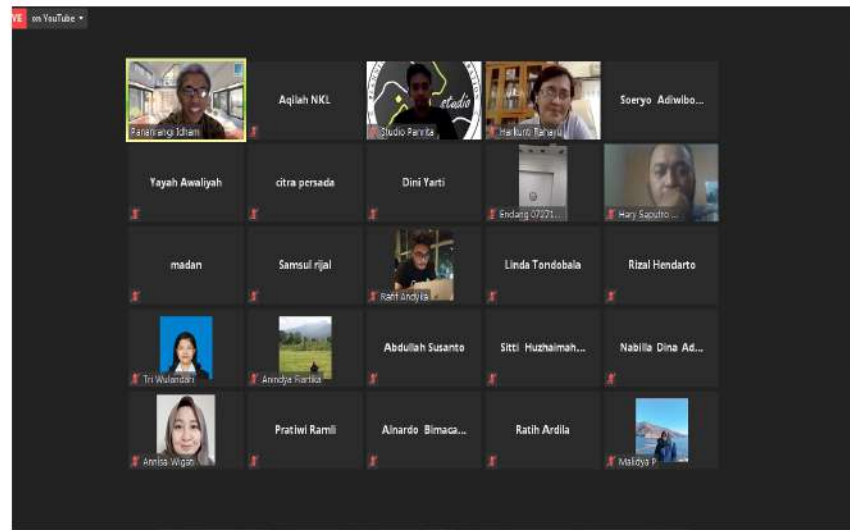
Wisata virtual ini menjadi alterna-

tif pelaku usaha pariwisata untuk bertahan di masa pandemi, seperti yang diungkapkan oleh Ketua Umum DPD Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia (ASITA) Jawa Barat, Budijanto Ardiansyah, bahwa wisata virtual menjadi menjadi solusi sementara dan ke depan bisa menjadi tren wisata.

Membangun Pengalaman

Pengalaman berwisata menurut Hidayat (2019) dikelompokkan 2 jenis, yaitu pengalaman eksplisit dimana seseorang mendapatkan pengalaman dari apa yang dirasakannya secara sensorik/ yang dapat ditangkap panca indra seperti apa yang dilihat oleh mata, didengar oleh telinga, disentuh oleh tangan dan kaki, dicium oleh hidung, dan dirasa oleh lidah.

Sementara, pengalaman implisit dimana seseorang yang sedang berwisata merasakan pengalaman



Contoh kegiatan konferensi melalui zoom meeting apps. Zoom meeting menjadi platform konferensi terpopuler semenjak kemunculan pandemi Covid 19 Maret 2020. Platform ini juga merupakan media virtual tur yang umum digunakan oleh penyedia jasa virtual tur.

dari sisi psikisnya, seperti yang terekam oleh otak secara kognitif, yang terasa oleh perasaannya (afektif), dan hasil dari keduanya yang dapat mengakibatkan kecenderungan berperilaku (psikomotorik).

Dua jenis pengalaman inilah yang diharapkan dapat dirasakan peserta tur selama kegiatan berlangsung.

Virtual tur memberikan respon yang beragam bagi peserta tur. Sebagian mengatakan cukup menikmati prosesnya, sebagian lagi mengatakan wisata virtual belum sepuas saat mereka mendatangi daya tarik wisata tersebut secara langsung.

Hal ini dikarenakan adanya perbedaan pengalaman yang dirasakan wisatawan melalui virtual dengan mendatangi secara langsung. Tentunya, mendatangi secara langsung jauh lebih baik, namun saat ini, berwisata melalui virtual lebih aman dan segi kesehatan dibanding mendatangi secara langsung.

Pengalaman wisatawan yang dimaksud meliputi rangkaian proses dari awal seseorang melakukan perjalanan dari tempat tinggalnya, saat menuju ke transit area, menuju tempat tujuan, saat menikmati suatu destinasi, menikmati hidangan di suatu tempat makanan/minuman, menikmati sarana akomodasi, keterlibatan dalam suatu kegiatan atraksi wisata, melakukan aktivitas belanja hingga kembali ke tempat asal semula.

Dengan proses tersebut, wisatawan diharapkan akan merasakan pengalaman seperti saat mereka mendatangi daya tarik wisata secara langsung, dan diharapkan menjadi kenangan dalam benak masing-masing peserta tur, sehingga mempromosikan adanya kunjungan berulang melalui virtual ataupun secara langsung.

Terkait penyajian materi selama melakukan wisata virtual, tentu ada beberapa hal tidak dapat wisatawan rasakan secara langsung.

Sebagai contoh, wisatawan tidak dapat merasakan hembusan angin pantai, menyentuh pasir, mendengar kicauan burung pegunungan ataupun mencicipi kuliner lokal di sebuah destinasi wisata.

Dalam hal ini, wisatawan tetap mendapatkan pengalaman dari perspektif yang berbeda dan mungkin tidak akan “semelekat” dibandingkan pengalamannya saat berkunjung langsung. Akan tetapi, wisata virtual tetap memberikan sensasi yang berbeda, dengan menampilkan visualisasi berbasis digital.

Wisatawan diajak mengunjungi destinasi wisata dengan bantuan teknologi yang disajikan menarik agar memberi-

kan pengalaman berbeda bagi peserta tur.

Pertanyaannya kemudian, seberapa besar pemenuhan kepuasan berwisata virtual terhadap penikmatnya? Tentu ini tergantung dari daya cerna dan imajinasi saat menikmati wisata virtual.

Harus diakui, mentransfer fungsi gambar maya ke dalam dunia nyata tentu sesuatu yang tak mudah karena manusia adalah makhluk yang memiliki kepekaan rasa. Bahkan, walaupun peserta tur merasakan pengalaman wisata virtual menarik dan nyata, tetap saja memiliki keterbatasan dibanding menikmati daya tarik wisata secara langsung.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan me”nyata”kan pariwisata melalui dunia maya (daring) tidaklah mudah, namun bukan berarti tidak bisa dilakukan. Hal ini dapat dilihat dari maraknya penyelenggaraan wisata virtual sejak Juni 2020 yang memberi kesan bahwa berlibur adalah sebuah kebutuhan dan wisata virtual menjadi salah satu alternatifnya.

Daftar Pustaka:

1. C Meg. 2011. *Nicola Building Virtual Tour, Considering Simulation In the Equity of Experience Concept*.
2. Hidayah, N. 2019. *Pemasaran Destinasi Pariwisata*, Alfabeta Bandung.
3. Yuswoshadi. 2020. *Perilaku Konsumen di New Normal*. diakses pada tanggal 20 Juni <https://www.yuswoshadi.com/2020/04/23/perilaku-konsumen-di-new-normal>
4. Leiper, N. 1990. *Tourism Systems : An Interdisciplinary Perspective*. Department of Management Systems, Business Studies Faculty, Massey University, Palmerston North, New Zealand
5. Osman, A., Wahab, N. A, Ismail, M. H. 2009. “Development and Evaluation of an Interactive 360° Virtual tour for-Tourist Destinations”, *Journal of Information Technology Impact*, Vol. 9, No. 3, pp. 173-182.

