

VIRTUAL TOUR YOGYAKARTA: PENGALAMAN SEBAGAI VIRTUAL TOUR OPERATOR

Abstrak: Pandemi menghentikan perkuliahan tatap muka secara mendadak. Hal ini mengakibatkan sejumlah mata kuliah harus menyesuaikan, pun juga pendidik dan peserta didik dipaksa untuk meleak teknologi. Manajemen Bisnis Perjalanan STP kemudian melakukan penyesuaian tugas kuliah yang berkaitan dengan studi lapangan, salah satunya menyelenggarakan virtual tour yang menjadi tren di masa pandemi seperti sekarang.

Kata Kunci: Mahasiswa, Operator Virtual Tour

Manajemen Bisnis Perjalanan (MBP) *Virtual Tour* merupakan salah satu kegiatan Program Studi MBP Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Bandung yang dilaksanakan pada 12 – 13 Juni 2020 yang lalu. *Virtual tour* merupakan kegiatan perjalanan wisata yang dilakukan secara simulasi menggunakan perangkat smartphone maupun komputer.

Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sebagai upaya penanganan Covid 19 nyatanya berdampak pada perubahan segala aktivitas yang biasanya dilakukan secara langsung (luring) menjadi virtual (daring), termasuk pada proses pembelajaran di segala tingkatan. Oleh sebab itu program studi MBP STP Bandung menyelenggarakan kegiatan *virtual tour* sebagai pengganti kegiatan lapangan semester 4.

Virtual tour Yogyakarta ini merupakan salah satu dari 8 (delapan) paket wisata yang kami buat untuk kegiatan *Travelmart 2020*. Awalnya *virtual tour* dilakukan untuk mahasiswa MBP saja, namun adaptasi mahasiswa terhadap metode belajar virtual membuat kegiatan ini dibuka untuk umum dan mengajak para dosen, alumni, serta praktisi pariwisata bergabung di *virtual tour* ini secara gratis.

Saya bersama lima teman merupakan *creator virtual tour* Yogya-

karta. Kami memadukan beberapa platform seperti *google aps*, *youtube*, dan *tour creator* sebagai media interpretasi selama acara berlangsung.

Rangkaian kegiatan *virtual tour* ini terdiri dari beberapa komponen yaitu peta lokasi dan perkiraan jarak lokasi satu dengan lainnya melalui *google.maps* dan *google street view*, penyajian daya tarik wisata berupa foto dan video yang diunggah pada *youtube* atau koleksi pribadi. Sementara fasilitas pariwisata seperti rumah makan maupun penginapan melalui aplikasi *gojek*, *grab*, *travelokal* dan *booking.com*.

Virtual tour ini dikemas dengan memberikan informasi secara padat dan jelas, serta menarik minat peserta (wisatawan virtual).

Meskipun *virtual tour* tidak mungkin dapat menggantikan perjalanan wisata sesungguhnya, akan tetapi *virtual tour* dapat menjadi pelengkap dari wisata yang sesungguhnya. Wisata ini menyasar wisatawan perkotaan yang memiliki waktu luang dan biaya yang memadai untuk berwisata pasca covid 19.

Maraknya *virtual tour* yang dilakukan sejumlah instansi memberikan peluang wisatawan dapat menjelajah lebih detail kondisi daya tarik wisata sebelum berwisata secara nyata. Bahkan ini menjadi peluang usaha pemandu wisata di masa



oleh:
Muh. Rizky Fauzy
(Mahasiswa Manajemen Bisnis
Perjalanan STP Bandung)

covid saat ini.

Penulis sebagai mahasiswa dan *operator tour* mendapatkan pengalaman bagaimana pengemasan *virtual tour*, meningkatkan *skill* dalam bidang IT dan memberi ruang untuk berkreasi semenarik mungkin agar peserta tidak “*leave meeting*” di tengah-tengah acara. Perkembangan teknologi tersebut juga menjadi bekal mahasiswa MBP masuk ke dunia kerja pasca kuliah.

Kedepannya, program pembelajaran tidak lagi berfokus pada studi lapangan, namun sudah memiliki referensi kegiatan baru seperti penyelenggaraan *virtual tour*. Hal ini yang saya rasakan bahwa wisata virtual tidak saja mengajarkan pengemasan virtual namun memperdalam kemampuan digitalisasi dalam proses pengembangannya.

Daftar Pustaka:

1. Adytio, Agung 2017. Pembuatan *Virtual Tour* dengan Metode Gambar Panorama untuk Kampus Fakultas Teknik Unhas. Skripsi.
2. Fadillah, Nur. 2020. Pemanfaatan *Virtual Tour* dan *Online Tour* sebagai Penunjang Pembelajaran bagi Siswa dalam Kegiatan Belajar di Rumah. www.kompasiana.com