

# 7

## TUR PARIWISATA DI MASA PANDEMI (ANALISIS PENGALAMAN VIRTUAL MELALUI PENDEKATAN AWARE-NESS)

PATRA ADITIA, ATRIA NURAINI FADILLA

Received: 12 Nopember 2020; Accepted: 16 Desember 2020; Published: 18 Desember 2020

Ed. 2020; 4 (1): 205 - 209

### Abstract

Virtual tours are a way for the tourism industry to survive the pandemic. Through virtual tours, users can still explore tourist attractions around the world, through virtual experiences that put the user in virtual reality. One of the sites that provide this virtual tour service is [artsandculture.google.com](https://artsandculture.google.com), whose users are very high, as people are less likely to travel amid this pandemic. This study aims to determine the extent of virtual experiences in tourism tours, accommodating the traveling desires of consumers. This research uses a descriptive qualitative method with data collection through observation, literature study, and interviews. Interviews were conducted with four people who selected through purposive sampling criteria. The results of this study indicate that virtual tours fulfill the awareness elements in perception, associated with the presence of marked audio rather than visuals, the ability of users to imagine that virtual reality is also real reality, and the relationship between virtual experiences and real user experiences. Besides, virtual tours can also improve the tourism industry, even after the pandemic, because they are inexpensive, especially in terms of accommodation, transportation, and entrance fees for tourist attractions, and could avoid certain risks, mainly related to sites with unpredictable nature.

**Keywords:** virtual tour, virtual experience, tourism tour, AWARE-ness.

### PENDAHULUAN

Pandemi virus Corona telah menjadi isu global sejak akhir tahun 2019 dan masih berlangsung di banyak negara hingga menjelang akhir 2020. Dampak virus ini begitu besar, terutama pada sektor ekonomi diantaranya industri pariwisata. Industri pariwisata nyaris lumpuh diakibatkan oleh kunjungan wisatawan yang dibatasi dan dikurangi untuk mengurangi risiko penyebaran virus. Meski demikian, industri pariwisata tidak kehabisan akal dan pada akhirnya memanfaatkan kemajuan teknologi digital agar para “wisatawan” dapat tetap merasakan sebuah pengalaman berkunjung ke situs pariwisata meski secara virtual. “Kunjungan” pariwisata secara virtual

itu adalah dengan teknologi videografi 360 derajat dan virtual reality (VR) yang disediakan oleh situs-situs tertentu seperti misalnya <https://www.qantas.com/travelinsider/en.html>. Melalui situs tersebut, berbagai situs pariwisata di seluruh dunia, khususnya di benua Australis, dapat “dikunjungi” secara gratis, lengkap dengan pemandangan, efek suara dan juga pemandu wisata dalam bentuk voice over.

Tur virtual menjadi marak dan digemari di masa pandemi kemungkinan karena pertama, banyak orang harus mengusir kebosanan karena terus menerus berada di rumah dan kedua, memiliki nilai realitas virtual (virtual reality) dan

pengalaman virtual (virtual experience). Menurut STEUR (1992), dasar dari pengalaman virtual adalah pengalaman manusia yang memanfaatkan teknologi, tapi bukan teknologi dalam arti perangkat keras. Pengalaman virtual lebih pada proyeksi manusia yang masuk pada realitas virtual. Sementara itu, realitas virtual lebih mengacu pada simulasi atau representasi dari lingkungan tertentu melalui media (CHO, 2002). Penelitian ini akan melakukan analisis melalui berbagai pengalaman virtual dalam tur pariwisata di masa pandemi ini, lalu mengaitkan dengan konsep persepsi dalam AWARE-ness dan sejumlah aspek psikologis lainnya. AWARE-ness sendiri merupakan penelitian dari Robert Solso dkk., yang merupakan singkatan dari Attention, Wakefulness, Architectural, Recall of Knowledge, dan Emotion (SOLSO, 2003). Tujuan penelitian adalah untuk memahami tentang pengalaman virtual dalam tur pariwisata dan sejauh mana dapat mengakomodasi keinginan berwisata dari para konsumen. Melalui penelitian ini, baik konsumen maupun penyelenggara tur pariwisata virtual, dapat mengetahui unsur-unsur apa saja dalam pengalaman virtual yang dapat dipertahankan atau ditingkatkan, untuk menjaga animo tur pariwisata virtual, tidak hanya di masa pandemi ini saja, melainkan hingga setelah pandemi.

## **METODE**

Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan melakukan pengumpulan data berdasarkan observasi, wawancara, dan studi literatur (SUGIYONO, 2012). Observasi dilakukan terhadap kegiatan tur pariwisata dan pengalaman virtual itu sendiri, wawancara dilakukan pada informan yang melakukan tur virtual, dan studi literatur dilakukan dengan memperdalam konsep persepsi dalam psikologi, salah satunya tentang AWARE-ness sebagaimana disebutkan di atas.

Terkait informan wawancara, terlebih dahulu dilakukan pemilihan dengan menyusun kriteria untuk mendapatkan sampel purposif, atau sampel yang disesuaikan dengan tujuan penelitian (BUNGIN, 2009). Kriteria tersebut adalah sebagai berikut: (1) Pernah masuk ke situs <https://www.qantas.com/travelinsider/en.html> dan melakukan tur virtual selama minimal lima jam, bisa dalam satu kunjungan atau akumulatif, (2) dapat berpendapat secara argumentatif, dan (3) merupakan orang yang dalam kehidupan riilnya juga suka berwisata (sehingga dapat memberikan perbandingan antara wisata yang riil dan wisata yang virtual).

Setelah itu, hasil wawancara akan dihubungkan dengan teori AWARE-ness yang disusun oleh Robert Solso dkk, dengan rincian sebagai berikut:

- a. Attention atau atensi, kemampuan mengarahkan perhatian secara sadar pada peristiwa internal atau eksternal.
- b. Wakefulness atau keterjagaan, yaitu kesadaran “berada” pada status mental tertentu yang dialami di keseharian seseorang.
- c. Architectural atau arsitektural adalah lokasi fisik dari struktur-struktur fisiologis (dan proses-proses yang berhubungan dengan struktur-struktur tersebut) yang menyokong kesadaran.
- d. Recall of knowledge, yaitu proses pengambilan informasi tentang pribadi yang bersangkutan dan dunia di sekelilingnya.
- e. Emotion atau emotive atau emosi, yaitu komponen-komponen afektif yang diasosikan dengan kesadaran.

Berdasarkan kriteria yang disusun untuk menentukan sampel purposif, maka diperoleh

empat orang informan yaitu Harliano Adelsa (37 tahun, akademisi), Muh. Azzani (42 tahun, pegiat literasi), Adrian Latuperissa (39 tahun, akademisi), dan Indriani Kuswanto (34 tahun, wiraswasta). Empat orang informan tersebut kemudian diwawancara dengan pertanyaan seputar pengalaman menjalani tur virtual, yang kemudian dikaitkan dengan konsep AWARE-ness yang disusun oleh Robert Solso dkk.

## PEMBAHASAN

Hasil wawancara terhadap empat informan tersebut, jika diurai berdasarkan garis besar hasil wawancara (significant statement) maka dapat dijabarkan ke dalam tabel berikut ini:

**TABEL 1** Daftar Informan  
(Sumber: Olahan Peneliti)

Informan	Profil	Garis Besar Hasil Wawancara
Harlano Adelsa.	37 tahun; akademisi, tinggal di Jakarta.	“Tur virtual sebenarnya tidak bisa benar-benar merepresentasikan tur yang sebenarnya. Namun pengalaman menjalani tur virtual sama sekali tidak buruk. Setidaknya, kita bisa merasakan sensasi berada di lokasi yang lain tanpa tubuh kita berpindah tempat. Sensasi tersebut umumnya berasal dari audio yang cukup kuat, meski visual juga amat membantu.”
Muh. Azzani	42 tahun; pegiat literasi, tinggal di Bandung.	“Tur virtual menjadi suatu kepuasan hanya jika kita tidak terus menerus mempertanyakan keaslian ruang virtual ini. Kita harus berandai-andai bahwa

		ini semua nyata dan representasi dari realitas. Jika kita berhasil berimajinasi bahwa dunia virtual adalah juga riil, maka kita akan betah dalam realitas virtual.”
Adrian Latuperissa	39 tahun; akademisi, tinggal di Stockholm, Swedia.	“Tur virtual sebenarnya akan lebih terasa ‘nyata’, jika kita punya pengalaman sebelumnya dengan sesuatu yang mirip. Misalnya, jika kita tur virtual ke bangunan tua, kita akan lebih merasa nyata jika di dunia nyata, kita juga ada pengalaman memasuki bangunan tua. Pengalaman virtual dan pengalaman riil itu kemudian bisa berkorelasi dan membentuk suatu ‘kebertubuhan’ yang baru.”
Indriani Kuswanto	34 tahun; wiraswasta, tinggal di Jakarta.	“Tur virtual ini menarik karena hemat biaya, terutama biaya transportasi, akomodasi, dan juga biaya tiket masuk. Mungkin kita hanya mengeluarkan uang untuk kuota internet dan perangkat audio saja agar sensasi mengunjungi tempat wisata tersebut menjadi terasa riil. Selain itu, tur virtual bisa saja digemari karena risikonya rendah. Terlebih lagi pada situs-situs alam, risiko celaka lebih besar, sehingga lebih baik jika kita mengaksesnya melalui internet saja.”

Dikaitkan dengan teori AWARE-ness yang disusun oleh Robert Solso dkk., dan dengan mereferensikan pada hasil wawancara, maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

**TABEL 2.** Hasil Wawancara

AWARE-ness	Deskripsi terkait pengalaman virtual
Attention	Di dalam tur virtual, atensi atau perhatian tetap terjaga, lewat narasi dalam bentuk voice-over yang dilakukan oleh “pemandu wisata”.
Wakefulness	Di dalam tur virtual, wisata justru dapat dinikmati jika kita melupakan status mental bahwa ini adalah jagad maya. Kita harus merasa “dibangunkan” dalam status mental yang melihat bahwa segala-galanya ini adalah kenyataan.
Architectural	Di dalam tur virtual, kita harus secara aktif menempatkan “fisik” kita pada “lokasi”, sehingga kesadaran bahwa kita senantiasa ada “di sana”, selalu terjaga, dan maka itu, tur virtual menjadi dapat dinikmati.
Recall of knowledge	Di dalam tur virtual, kita harus secara aktif mengaitkan apa yang ada dalam pengalaman virtual, dengan pengalaman riil kita sendiri. Misalnya, kita akan tahu bahwa kita sedang berada di lokasi gunung

	berapi, karena juga pernah punya pengalaman berada di lokasi gunung berapi.
Emotion	Aspek emosi lebih banyak dibangun dari sisi audio daripada dari sisi visual. Audio ini terbagi dua, yaitu audio yang berasal dari suara “pemandu wisata”, dan audio yang diambil dari atmosfer yang ada pada “lokasi” tersebut.

Melalui analisis yang dikaitkan antara hasil wawancara dengan konsep AWARE-ness dari Robert Solso dkk., maka dapat diperoleh sejumlah premis berikut:

1. Audio punya pengaruh lebih banyak daripada visual dalam hal mempersepsi.
2. Hal yang terpenting dari pengalaman virtual adalah imajinasi dari pengguna bahwa ia sedang berada pada realitas riil dan bukan realitas virtual.
3. Namun untuk membangun imajinasi yang representasional semacam itu, pengalaman riil dari masing-masing pengguna juga penting dalam artian, ia juga harus punya pengalaman menghayati tur-tur pariwisata yang nyata.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka didapat simpulan sebagai berikut:

1. Tur virtual punya potensi untuk mendukung industri pariwisata dan tidak hanya berlangsung di masa pandemi ini saja, melainkan juga setelahnya. Pertimbangannya adalah faktor-faktor eksternal sebagai berikut: Tur virtual relatif hemat biaya karena tidak perlu mengeluarkan uang untuk tiket masuk, akomodasi, dan transportasi, serta meminimalisasi risiko tertentu yang bisa

ditimbulkan terutama terkait kunjungan pada situs-situs alam yang sukar diprediksi.

2. Tur virtual memenuhi unsur AWARE-ness dalam persepsi, terkait dengan keberadaan audio yang kuat daripada visual, kemampuan pengguna untuk berimajinasi bahwa realitas virtual adalah juga realitas riil, serta keterkaitan antara pengalaman virtual dengan pengalaman riil pengguna, yang membuat pengalaman virtual menjadi representasional.

### **CATATAN AKHIR**

Peneliti mengucapkan terima kasih terutama pada para informan yaitu Harliano Adelsa, Muh. Azzani, Adrian Latuperissa, dan Indriani Kuswanto, yang sudah bersedia untuk diwawancara untuk kepentingan penelitian ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

**BUNGIN, BURHAN.**

2009. *Analisis Penelitian Data Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo.

**CHO, SUNGMIN, HEO, YUNSIL, DAN BANG, HYUNWOO.**

2012. *Turn: AVirtual Pottery by Real Spinning Wheel*. ACM SIGGRAPH 2012 Emerging Technologies on - SIGGRAPH '12.

**SOLSO, ROBERT.**

2003. *The Psychology of Art and the Evolution of Conscious Brain*. London, UK: MIT Press.

**SUGIYONO.**

2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

**STEUER, JONATHAN.**

1992. *Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence*. Journal of Communication. Vol. 42 No. 4, Desember. Hal. 73-93.