

Wisata Virtual: Keterlibatan Masyarakat Bali Aga dalam Promosi Pariwisata Virtual di Masa Pandemi Covid-19 di Bali Utara

Nyoman Dini Andiani^{1*}, Ni Ketut Arismayanti²,
Fitria Earlike Anwar Sani³, Luh Yusni Wiarti⁴

¹ Universitas Pendidikan Ganesha

² Universitas Udayana

³ Universitas Merdeka Malang

⁴ Politeknik Pariwisata Bali

Abstract

Virtual Tour: Bali Aga Community Involvement in Virtual Tourism Promotion during the COVID-19 Pandemic in North Bali

Five Bali Aga (Old Balinese) tourist villages in Banjar District, North Bali, collaborated to promote their tourism potential through virtual tours two times during 2021 by bringing up different topics each time. This study analyses the process and the community involvement during implementation of virtual tour and also themes that were provided for the virtual tours. In collecting data, this qualitative study involved a literature review, participatory observation, and interviews. Data were analysed using marketing theory and community-based tourism theory. The analysis shows that Bali Aga tourist villages were very active in preparing attractions and conducting the virtual tours. This article contributes to our understanding that *virtual tour* as a new form of marketing communication in promoting tourist destination virtually. Moreover, virtual tours are not only for tourism promotion but are also useful for helping the community in maintaining their spirit to manage tourist attractions during the pandemic.

Keywords: virtual tour; community involvement; marketing communication; Bali Aga; Covid-19 pandemic

1. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 pada satu sisi menghancurkan industri pariwisata, namun di sisi lain memberikan spirit dan strategi baru dalam mempromosikan daya tarik atau destinasi wisata yang dilakukan secara virtual. Cara promosi

* Penulis Koresponden: dini.andiani@undiksha.ac.id

Artikel Diajukan: 9 Mei 2022; Diterima: 18 September 2022

baru ini dikenal dengan istilah *virtual tour*, promosi pariwisata lewat dunia virtual. Dari segi wisatawan, *virtual tour* merupakan salah satu bentuk wisata, di mana wisatawan dapat menikmati daya tarik wisata tanpa harus berkunjung secara langsung (Riesa dan Haries, 2020). *Virtual tour* merupakan momentum awal sebagai bentuk wisata alternatif selama pandemi Covid-19 hingga setelah pandemi ini berakhir. *Virtual tour* yang bentuk awalnya sudah mulai diperkenalkan sebelum pandemi, juga digunakan untuk kepentingan pendidikan, misalnya pelaksanaan virtual tur ke museum untuk mendukung pelajaran sejarah, seperti yang dilakukan terhadap museum Museum Bank Indonesia, Museum Nasional (Monas), Balai Pelestarian Situs Manusia Purba Sangiran, dan Museum Sumpah Pemuda (Wibowo et. al., 2020).

Dari segi teknologi internet, *virtual tour* merupakan sebuah simulasi dari suatu tempat yang biasanya berbentuk foto-foto 360, video, kumpulan foto yang terhubung menggunakan unsur multimedia seperti efek suara, musik, dan tulisan menjadi pilihan strategis di masa pandemi (Yuliana dan Lisdianto, 2017). Unsur multimedia mampu menjaga konsentrasi para peserta *tour* untuk menikmati perjalanan wisatanya secara daring walau nyatanya mereka duduk di depan layar komputer. *Virtual tour* menjadi media komunikasi dan pemasaran baru bagi pengelola daya tarik wisata termasuk masyarakat desa untuk tetap berupaya dan berjuang memperkenalkan desa wisata pada masa pandemi.

Virtual tour di Indonesia telah mendapatkan perhatian di masyarakat, bahkan di pertengahan tahun 2020 *platform* Autorin sebagai pemrakarsa *virtual tour* mencatat sudah ada 900 orang lebih terdaftar sebagai peserta *virtual tour* (*referensi*). Hal ini juga mengawali pihak pemerintah melalui Kemenparekraf/Baparekraf ikut memperkenalkan sepuluh destinasi desa wisata melalui *virtual tour*, yaitu: Pulau Baguk, Kepulauan Banyak, Desa Belibak, Desa Karangduwur, Desa Wisata Nanas Madu, Desa Bayan, Kawasan Kabola, Desa Aisandami, Desa Bajo Mola, Desa Ngilngof, dan Desa Sebujiit (kemenparekraf.go.id, 2021).

Beberapa desa wisata di Provinsi Bali seperti desa wisata di Kabupaten Buleleng, juga telah menghadirkan sisi perjalanan berwisata dengan berbasis digital. Kabupaten yang memiliki 75 desa wisata berdasarkan Surat Keputusan Bupati Buleleng Nomor 430/239/HK/2022, merupakan kabupaten yang memiliki jumlah desa wisata terbanyak di Bali selain Kabupaten Bangli (Arismayanti et al., 2019; Andiani, 2021). Lima desa wisata tua yang dikenal dengan nama Kawasan Perdesaan Bali Aga yang meliputi Desa Sidetapa, Cempaga, Tigawasa, Pedawa, dan Banyuseri, lazim disingkat dengan SCTPB menunjukkan semangat mengembangkan desa wisatanya (Maheswari dan Sariani, 2018; Haribawa, 2017; Andini dan Pujaastawa, 2018; Andiani et al. 2020) antara lain dengan melaksanakan *virtual tour*. Mereka juga aktif menggali cerita rakyat setempat untuk dijadikan konten pendukung wisata virtual (Sari et al., 2022).

Wisata virtual yang dilaksanakan di lima desa Bali Aga SCTPB menarik untuk dikaji, karena desa-desa Bali Aga yang dulunya terkenal dengan desa yang “tertutup” dan berada di dataran tinggi dengan akses internet yang sulit, saat ini justru membuka diri dan bahkan masyarakatnya terlibat aktif menyukseskan kegiatan *virtual tour*. Masyarakat Bali Aga terlibat langsung sebagai pelaku utama seperti pemandu wisata untuk mengantarkan wisatawan berkeliling secara *online*, sembari bercerita tentang tradisi, sejarah dan menuturkan cerita rakyat yang ada di desa wisata. Ragam informasi dari 10 daya tarik wisata budaya (Ardika, 2003) termasuk: (1) kerajinan, (2) tradisi, (3) sejarah dari suatu tempat/daerah, (4) arsitektur, (5) makanan lokal/tradisional, (6) seni dan musik, (7) cara hidup suatu masyarakat, (8) agama, (9) bahasa, dan (10) pakaian lokal/tradisional, beberapa di antaranya telah pernah diangkat sebagai tema *virtual tour* Bali Aga.

Semangat pelaksanaan *virtual tour* di desa tua Bali Aga SCTPB, Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng yang telah melaksanakan kolaborasi *virtual tour* di ketiga desa dan kelima desa sekaligus dalam rentang waktu dua bulan. Artikel ini fokus mengkaji keterlibatan kelima desa SCTPB dalam proses pelaksanaan *virtual tour*, tema tema yang dipilih untuk *virtual tour*, serta pemilihan narasumber dan siapa saja para peserta, berikut dengan respon pesertanya. Tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui manfaat *virtual tour* bagi pengelolaan desa wisata, khususnya dalam hal komunikasi pemasaran dan keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan usaha desa wisata di daerahnya dalam konteks pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*).

Artikel ini diharapkan memberikan pengetahuan baru tentang *best practices* dan *lesson learned* dalam pelaksanaan wisata virtual yang melibatkan lebih dari satu desa dalam Kawasan Perdesaan Prioritas Nasional. Selain itu, kajian ini juga diharapkan bermanfaat untuk pelaksanaan kegiatan serupa di daerah lain dalam berbagai situasi sebagai bentuk promosi secara murah dan luas jangkauannya.

2. Kajian Pustaka

Sebagai fenomena baru, *virtual tour* belum banyak diteliti. Sejauh ini, penelitian terhadap destinasi wisata fokus pada pengembangan sebuah kawasan wisata, seperti pengembangan kawasan wisata yang memerlukan peningkatan daya tarik wisata dan aktivitas wisata (Sani et al., 2020). Aktivitas *virtual tour* dengan mempergunakan *digital marketing* di era pandemi Covid-19 telah pernah dikaji sebelumnya. Seperti Widiastini (2020a; 2020b) yang mengkaji tentang pemberian pendampingan dan pelatihan pelaksanaan *virtual tour* untuk Kelompok Sadar Wisata My Darling, yang menyebutkan bahwa inovasi kegiatan *virtual tour* sebagai pengganti perjalanan wisata bisa di dilakukan

untuk memperkenalkan potensi wisata Bali Aga di Desa Sidetapa.

Selain itu kajian tentang potensi wisata Desa Bali Aga khususnya di wilayah Desa Sidetapa juga telah dilakukan oleh Sari et al. (2022) yang khusus mengkaji tentang cerita rakyat Desa Bali Aga Sidetapa, yang berpotensi menjadi daya tarik wisata. Ragam cerita rakyat memiliki peluang sebagai literasi *storynomic* sangat erat kaitannya dengan pengenalan kearifan lokal masyarakat Bali Aga. Jika dikaitkan dengan pemanfaatan media *virtual tour storynomic* berupa dongeng, ini bisa memiliki nilai ekonomi (McKee dan Gerace dalam Sari et al. 2022). Hal yang sama telah ditegaskan pula oleh Sukmadewi (2021) bahwa cerita rakyat bukan lagi dipandang sebagai hal kuno. Begitupula halnya dengan masyarakat Bali Aga yang bisa berbagi cerita di wilayahnya saat *virtual tour* berlangsung. Hal ini menunjukkan bahwa sastra berkontribusi penting dalam pengembangan daya tarik wisata budaya baik secara *online* maupun *offline*. Beberapa kajian lainnya terkait Bali Aga telah banyak dilakukan (Reuter, 2018) terkait karakteristik masyarakat Bali Aga, serta Maheswari dan Sariyani (2019) terkait potensi wisata desa Bali Aga SCTPB. Beberapa kajian tersebut memberikan sumbangsih terhadap kajian ini.

Potensi wisata kluster desa-desa SCTPB yang diperkenalkan melalui media pemasaran *virtual tour* menunjukkan bahwa adanya usaha positif untuk bergerak bersama memperkenalkan potensi kawasan perdesaan sebagai satu Kawasan Perdesaan Bali Aga. Hal ini dipertegas oleh Widiastini et al. (2020b) yang menyebutkan bahwa *branding* dan *image* suatu destinasi pariwisata yang terbentuk akan memudahkan pula dalam mempromosikan suatu destinasi pariwisata.

Fenomena yang terjadi di Kawasan Perdesaan Bali Aga dipertegas oleh beberapa hasil penelitian terkait, diantaranya oleh Yohana et al. (2016) yang menekankan bahwa pemasaran lewat media digital sangat efektif. Sedangkan Ariana dan Astina (2019) menegaskan bahwa dengan kolaborasi antardesa dan pemberdayaan masyarakat lokal berbasis SWOT sangat dibutuhkan dalam pengembangan desa wisata. Oleh karenanya, strategi pemasaran dan media promosi menjadi suatu kebutuhan destinasi wisata (Ratu dan Adikampana, 2016; Thomas et al., 2018). Beberapa kajian tersebut memberikan gambaran bahwa kluster Desa wisata SCTPB, telah siap memperkenalkan potensi wisatanya, dengan mengikuti kegiatan *virtual tour*. Namun, sampai kajian ini dilakukan belum ada yang menganalisis bahwa di Kawasan Perdesaan Bali Aga SCTPB, kegiatan *virtual tour* tidak hanya sebagai media promosi modern, namun telah mampu sebagai alat pemersatu kelima desa dan sebagai wujud implementasi *community based tourism* ditengah pandemi Covid-19.

3. Metode dan Teori

3.1 Metode

Pengamatan terhadap kegiatan *virtual tour* dilakukan di Kawasan Perdesaan Prioritas Nasional (KPPN) Bali Aga SCTPB Bali Utara tahun 2021. *Virtual tour* yang pertama kali diamati yaitu *virtual tour* yang melibatkan 3 desa (Desa Sidetapa, Desa Pedawa, dan Desa Tigewasa) pada tanggal 21 Januari 2021, dan *virtual tour* yang kedua yang telah mampu melibatkan seluruh desa desa dalam satu KPPN Bali Aga yaitu kluster desa SCTPB di tanggal 19 Maret 2021. Dalam *virtual tour* ini penulis menjadi bagian dari kegiatan *virtual tour* tersebut. Saat itu, observasi partisipatif dilaksanakan dalam pengumpulan data. Tiap-tiap *virtual tour* berlangsung 2,5 jam – 3 jam dengan isi presentasi *tour* dan respon peserta. Saat pengamatan itu, peneliti mencatat isi dialog atau tanya jawab antara pelaksana dan peserta *virtual tour* serta melanjutkan proses tanya jawab dengan pihak penyelenggara maupun wawancara menggunakan media *online*, seperti Whatsapp.

Teknik analisis deskriptif kualitatif dan interpretatif digunakan untuk menguraikan fenomena keterlibatan lima desa dan pemanfaatan media promosi oleh Kawasan Perdesaan Bali Aga. Orientasi pada pemaknaan keberterimaan dan keterlibatan masyarakat di kelima desa tua SCTPB, untuk bersama-sama mempromosikan potensi wisatanya dan kerja sama *stakeholder* dalam mempromosikan desa wisata Bali Aga, akan menjawab bagaimana proses dan alasan *virtual tour* menjadi pilihan dalam melaksanakan promosi pada masa pandemi Covid-19. Wawancara kepada penyelenggara kegiatan dan data terkait respon peserta *virtual tour* memberikan informasi terhadap keberhasilan pemanfaatan media *virtual tour* sebagai alat promosi digital. Observasi dan dokumentasi dilakukan saat kegiatan *virtual tour* berlangsung. Metode deskriptif kualitatif ini memberikan informasi dan pemaknaan terkait fenomena yang terjadi yang tidak dapat diukur secara kuantitas.

3.2 Teori

Kajian ini menggunakan dua teori pemasaran dan teori *community based tourism* (CBT, pariwisata berbasis masyarakat) yang menyebutkan bahwa kegiatan pemasaran dilakukan oleh individu maupun kelompok orang yang dilakukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan daripada konsumen (Jannah dan Moefad, 2019). Bagian dari kegiatan pemasaran adalah melakukan promosi seperti yang ditegaskan oleh Kotler & Armstrong (2012) bahwa promosi merupakan fungsi pemberitahuan dalam kegiatan pemasaran. Seperti halnya melalui kegiatan *virtual tour*, peserta menjadi mengenal potensi wisata di Bali Aga SCTPB.

Teori *community based tourism* digunakan untuk menguraikan dan menunjukkan tingkat kesadaran dan keterlibatan masyarakat dalam melihat peluang untuk bisa memajukan pariwisatanya (Pinel, 1998). Didukung oleh konsep pariwisata budaya yang mampu memberi arahan dalam mengurai produk wisata yang ditampilkan pada kegiatan *virtual tour*.

Pariwisata didefinisikan sebagai suatu aktivitas yang mampu memberikan pemahaman seseorang terhadap kehidupan sosial, adat-istiadat, agama/sistem kepercayaan, dan gagasan intelektual yang didapatkan dari kegiatan berwisata (Borley, 1996). Teori dan konsep tersebut akan menjadi acuan dalam menginterpretasikan hasil penelitian. Kedua teori tersebut dipergunakan dengan pertimbangan bahwa elemen budaya menjadi produk wisata yang diminati, sehingga kegiatan pemasaran dengan menggunakan pemanfaatan media *virtual tour* dalam berpromosi mampu menarik minat wisatawan.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 *Virtual Tour Bali Aga SCTPB*

Lima desa Bali Aga yang dikenal dalam cluster SCTPB melaksanakan *virtual tour* untuk mempromosikan desa wisatanya secara berkelompok dengan membawa nama KPPN Bali Aga adalah proses yang tentunya sangat di apresiasi. Pelaksanaan wisata virtual yang melibatkan lebih dari satu desa merupakan hal yang menarik karena secara internal ini mencerminkan semangat sinergisitas bersatunya lima desa wisata dalam merawat daya tarik wisata yang mereka miliki, secara eksternal hal ini menunjukkan proaktif mereka untuk berkenalan dan memanfaatkan teknologi baru untuk berpromosi.

Dalam mempersiapkan ragam kegiatan *virtual tour* menggunakan konsep *virtual tour 360°*, yang dilakukan dengan tujuan pemetaan lokasi (Prasetya, 2011). Implementasi konsep ini dianggap tidak hanya bisa memberi manfaat untuk suatu destinasi wisata yang di promosikan, namun juga bermanfaat untuk pihak pemerintahan desa, yang bisa langsung memanfaatkan data yang telah ditelusuri oleh tim pelaksana *virtual tour*. Penggunaan *virtual tour* dapat memperbaiki informasi yang telah ada dengan tampilan yang ditampilkan dengan luas sehingga dapat menciptakan informasi yang interaktif dan juga menarik.

Virtual tour yang telah dilaksanakan membutuhkan biaya yang relatif murah, namun tidak meninggalkan roh perjalanan wisata dibandingkan dengan jika dilaksanakan secara langsung. *Virtual tour* yang dilakukan mengedepankan interaksi antara *pemandu wisata* lokal dengan wisatawan secara langsung lewat sistem jaringan. Sampai kajian ini dilakukan konsep keterlibatan desa desa wisata dalam satu KPPN Bali Aga dengan menghadirkan topik yang berbeda

belum pernah dikaji sebelumnya. Ragam jenis kegiatan *virtual tour* di Kawasan Perdesaan Bali Aga SCTPB dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Tema *Virtual tour* di Kawasan Perdesaan Bali Aga SCTPB

No.	Tema <i>Virtual Tour</i>	Waktu Pelaksanaan	Jumlah Desa Terlibat
1.	Meretas Ilmu di Rumah Adat Bali Aga	21 Januari 2021	Tiga desa: Desa Sidetapa, Desa Pedawa, dan Desa Tigewasa
2.	<i>Landscape and nature: Mind and heart of 5 Bali Aga Villages</i>	19 Maret 2021	Lima desa: Desa Sidetapa, Desa Cempaga, Desa Pedawa, Desa Tigewasa dan Desa Banyuseri

Tabel 1 menunjukkan adanya keterlibatan dan sinergisitas desa desa di wilayah KPPN Bali Aga. Tema yang dimunculkan sangat jelas menunjukkan adanya perbedaan serta memiliki daya tarik tersendiri antara tema *virtual tour* pertama dengan tema *virtual tour* yang kedua. Berikut secara lebih rinci akan diurai kedua *virtual tour* tersebut.

4.1.1 *Virtual tour “Meretas Ilmu di Rumah Adat Bali Aga”*

Virtual tour yang melibatkan tiga desa, yaitu Desa Sidetapa, Desa Pedawa dan Desa Tigewasa fokus pada rumah adat sebagai *cultural icon* yang memiliki nilai filosofi warisan leluhur berupa rumah adat, yang ada di ketiga desa. Kolaborasi tiga desa dalam satu Kawasan Perdesaan Bali Aga, memberi kesan sinergisitas desa-desa dalam satu kawasan. Selain itu, *virtual tour* ini menjadi menarik, karena tokoh-tokoh yang dihadirkan untuk menjadi narasumber dan tampil dalam kegiatan *virtual* ini tidak hanya mengajak peserta untuk berwisata, namun mampu memperkaya pengetahuan para peserta dengan ulasan yang dalam tentang arsitektur dan nilai filosofi rumah adat.

Tampilan dan konsep *virtual tour* yang edukatif dengan menghadirkan unsur akademisi dan praktisi sebagai penelaah, sengaja dihadirkan guna membangun perspektif dari unsur edukasi. Tim penelaah hadir mendampingi para narasumber dari unsur masyarakat lokal di ketiga desa tersebut. Kegiatan ini terselenggara atas inisiasi dari tim peneliti pengembang pariwisata untuk Kawasan Perdesaan Bali Aga. Tema yang diangkat dalam *virtual tour* ini yaitu “Meretas Ilmu di Rumah Adat Bali Aga”. Tema ini erat kaitannya dengan konsep edukasi dalam mengenalkan tiga destinasi wisata Desa Tua di Bali Utara. Foto 1 adalah poster kegiatan *virtual tour* dengan latar poster berupa rumah di pemukiman warga yang tersebar di Kawasan Perdesaan Bali Aga.

Virtual Tour LIVE

Meretas Ilmu di Rumah Adat Bali Aga

Wayan Ariawan
Pemilik Rumah Adat Sidatapa

Wayan Sukrata S.pd
Pemilik Rumah Adat Pedawa

Gede Widarma
Ketua Pokdarwis Tigawasa

Penelaah:

- Dr. I Made Pagueh (Sejarawan Bali Aga)
- Anneke Prasyanti (Arsitek Pelestari)

Moderator:
Nyoman Dini Andiani S.St.Par., M.Par

Kamis, 21 Jan 2021
13.00 wib
Via Zoom
E-certificate

FREE!
Donations appreciated.
bit.ly/VTBaliAga
Dini (0812-3933-339)

QR Code

trex_tour

Foto1. Poster *Virtual Tour* Meretas Ilmu Di Rumah Adat Bali Aga

Kolaborasi dari tiga desa seperti tampak pada Foto 1 adalah kegiatan kolaborasi pertama setelah terbentuknya Badan Usaha Milik Desa Bersama (BUMDesma) sebagai badan usaha milik desa dalam satu wilayah KPPN Bali Aga yang dikelola secara bersama-sama. Dalam kegiatan ini penyelenggara menjadikan BUMDesma Bali Aga sebagai tim penggerak di lapangan. Kolaborasi desa- desa di Kawasan Perdesaan Bali Aga dalam kegiatan *virtual tour* ini, memberikan peluang kepada BUMDesma Bali Aga untuk lebih mampu mensinergikan potensi wisata di masing-masing desa dalam satu kawasan. Keterlibatan tiga desa memberikan warna baru dan berbeda dengan dua *virtual tour* sebelumnya. Seperti hasil wawancara dengan Ketua BUMDesma Bali Aga yang menyampaikan bahwa:

“... dengan kolaborasi 3 desa di awal ini membuat kami sadar bahwa potensi yang ada bisa disinergikan dan dikemas sebagai satu paket perjalanan wisata yang menarik. Jadi kami bersyukur ada yang menginisiasi kegiatan ini, sehingga kelima desa nantinya akan semakin semangat untuk berkolaborasi ...” (Wawancara, Ketut Ratjaya, 23 Januari 2021).

Komentar dari Ketua BUMDesma Bali Aga tersebut memperlihatkan semangat untuk terus melibatkan semua desa dalam satu Kawasan Perdesaan Bali Aga dalam kegiatan serupa. Disadari melalui kegiatan *virtual tour* ini, bisa secara langsung memperkenalkan SCTPB sebagai satu Kawasan Perdesaan Prioritas Nasional (KPPN) Bali Aga.

Hasil wawancara dengan tim pendamping penyelenggara dari Trex Tour Academy Jakarta menjelaskan bahwa dari hasil pengisian formulir registrasi, asal peserta ada yang berasal dari komunitas arsitek serta peneliti dan juga pemerhati budaya. Suguhan yang menarik menjadikan *virtual tour* ini referensi yang tepat, untuk nantinya bisa berkunjung secara langsung ke Kawasan Perdesaan Bali Aga. Seperti komentar Arismadi (Blitar, 43 tahun) yang menyampaikan rasa puasnya terhadap *virtual tour* ini, dalam pesan singkat Whatsapp (WA) kepada pihak narahubung (Andiani, 2021) selaku pendamping penyelenggara kegiatan disampaikan bahwa:

“...*Virtual tour* Bali Aga ini menawarkan konsep *edutainment*, saya tidak hanya diajak mengetahui dan berekreasi di rumah rumah adat yang ada di Bali Aga, namun dengan menghadirkan narasumber dari masyarakat lokal dan penelaah menjadikan virtual ini memiliki nilai lebih, sehingga berbeda dengan *virtual tour* lainnya...” (Komentar via WA, Arismadi. 23 Januari 2021)

Kutipan di atas merupakan salah satu respon dari peserta yang jumlahnya menembus angka lebih dari dua ratus peserta, serta telah bertahan selama kurun waktu 3 jam. Respon ini seolah membuktikan, bahwa keberhasilan *virtual tour* ini selain karena berbeda mengajak peserta *tour online* ketiga desa yang berbeda, juga dikarenakan tema yang diulas spesifik dan dari sumber yang dipercaya. Sehingga peserta merasa puas dengan informasi yang disuguhkan.

4.1.2 *Virtual tour “Landscape and Nature: Mind and Heart of 5 Bali Aga Villages”*

Harapan dan semangat Ketua BUMDesma Bali Aga akhirnya mewujudkan kegiatan *virtual tour* yang melibatkan kelima desa tua. Pelaksanaan kegiatan *virtual tour* yang mengkolaborasikan lima desa ini masih diinisiasi oleh tim peneliti sekaligus tim pengembang pariwisata di Kawasan Perdesaan Bali Aga berkerja sama dengan Trex Tour Academy. Pada *virtual tour* ini mengangkat tema “*Landscape and Nature: Mind and Heart of 5 Bali Aga Villages*”, seperti tampak pada Foto 2.



Foto 2. Poster *Virtual tour Landscape and Nature: Mind and Heart of 5 Bali Aga Villages*.

Menarik untuk diketahui respon dari peserta karena perjalanan tematik dari satu desa ke desa lainnya disuguhkan dalam *virtual tour* ini. Berdasarkan respon para peserta *virtual tour* ini, khususnya yang telah dua kali mengikuti *virtual tour* di Bali Aga (*Virtual Tour Meretas Ilmu di Rumah Adat Bali Aga* dan *Virtual Tour Landscape and Nature: Mind and Heart of 5 Bali Aga Villages*) menyampaikan bahwa mereka sangat menikmati kolaborasi perjalanan lebih dari satu desa dalam satu kawasan ini. Salah satu opini peserta tersebut disampaikan melalui pesan singkat di media *whatsapp group* terkait rasa puasnya terhadap paket *virtual tour* yang telah diikutinya, seperti berikut:

“...Puas mengikuti *virtual tour* kali ini, banyak ilmu yang di dapat dengan kemasan yang menarik. Terimakasih mba...” (Komentar via WA, Ayuning, 19 Maret 2021)

Respon positif diberikan oleh peserta yang menikmati konsep *edutainment*, sehingga pada *virtual tour* ini, keterlibatan para peserta *virtual tour* juga menembus angka di atas 200 peserta (data dari *e-registration form*). Pihak pendamping penyelenggara *virtual tour* Amelia (CEO Trex Tour Academy)

menyampaikan bahwa:

“....Kebanggaan tersendiri buat kami, karena walaupun *virtual tour* ini tidak memakai artis sebagai *influencer*, *virtual tour* ini paling sukses karena banyak peminatnya dibandingkan dengan *virtual tour* yang pernah ada. Ada *virtual tour* yang memakai artis pun, pesertanya tidak sebanyak *virtual tour* di Bali Aga yang ramai pesertanya

(Wawancara CEO Trex Tour, Amelia, 20 Maret 2021).

Fenomena *virtual tour* yang mengangkat warisan leluhur seperti rumah-rumah adat dan ragam potensi alam dan budaya lokal Kawasan Perdesaan Bali Aga, mampu menarik minat peserta *virtual tour* untuk berkunjung secara langsung. Implikasi kegiatan ini menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk melestarikan keberadaan rumah adat dan kesenian yang menjadi modal awal kesejahteraan masyarakat lokal. Keterlibatan masyarakat yang mampu memanfaatkan peluang dan berpartisipasi dalam kegiatan pelaksanaan *virtual tour* sangat jelas terlihat. Hal ini sejalan dengan gagasan Pinel (1998) yang menyebutkan bahwa *community based tourism* akan tampak ketika masyarakat sadar dan bisa mengambil kesempatan untuk bersama-sama membangun pariwisata di daerahnya. Masyarakat semakin percaya bahwa melalui pemanfaatan media digital, telah mampu mengundang banyak peserta. Kehadiran para peserta tersebut didokumentasikan lewat foto bersama di akhir acara. Seperti kehadiran para peserta *virtual tour* “Meretas Ilmu di Rumah Adat Bali Aga”, yang tampak pada Foto 3.

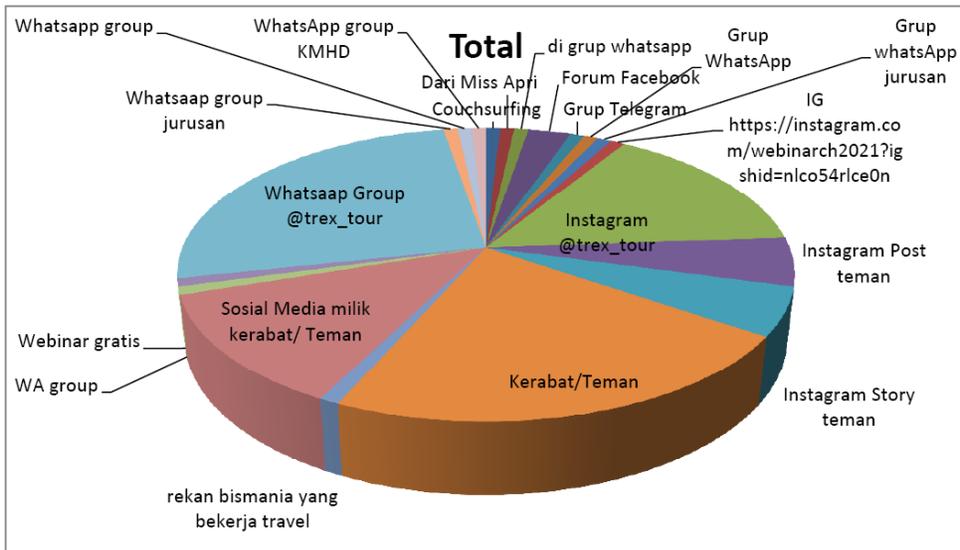


Foto 3. Tampilan Peserta *virtual tour*

4.2 Kunci Keberhasilan *Virtual tour* Bali Aga

Kunci sukses pelaksanaan *virtual tour* Bali Aga ada dua, yaitu: keterlibatan masyarakat dan tema wisata edukasi yang ditawarkan. Pelaksanaan *virtual tour* secara berkelanjutan menunjukkan bahwa animo wisatawan terhadap potensi wisata daerah di Kawasan Perdesaan Bali Aga mendapatkan apresiasi yang tinggi. Paket wisata terintegrasi telah dikembangkan dengan melibatkan potensi lima desa, yakni: Desa Sidetapa, Desa Cempaga, Desa Tigewasa, Desa Pedawa, dan Desa Banyuseri. Keunikan yang berbeda-beda di masing-masing desa tersebut telah berhasil dimunculkan. Hal ini tentunya menjadi pegangan awal untuk bisa membuat paket wisata bersama secara *offline* dan nantinya akan berimplikasi pada pengembangan paket-paket wisata di setiap desa dalam mengembangkan pakatnya wisata masing-masing dengan mengangkat unsur keunikan yang ada.

Keberhasilan dalam menghadirkan peserta dalam kegiatan virtual ini selain dari informasi para kerabat peserta, ternyata keberadaan media sosial seperti *whatsapp group*, facebook dan instagram sangat berperan dalam memberikan informasi kepada calon peserta untuk mengikuti kegiatan *virtual tour* seperti tampak pada Figur 1.

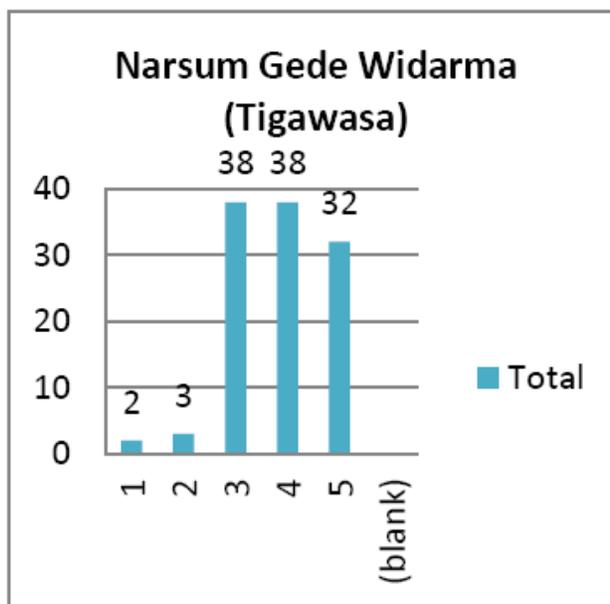


Figur 1. Sumber informasi *Virtual Tour* Meretas Ilmu di Rumah Adat Bali Aga

Hasil kajian terhadap program *virtual tour* yang telah dilaksanakan, dapat dinilai sebagai suatu kegiatan yang sangat kental menghadirkan unsur edukasi didalamnya. Nilai-nilai pendidikan non formal telah menambah pengetahuan wisatawan saat berkunjung ke destinasi pariwisata yang ada di Kawasan Perdesaan Bali Aga. Keterlibatan seluruh komponen di masyarakat sebagai

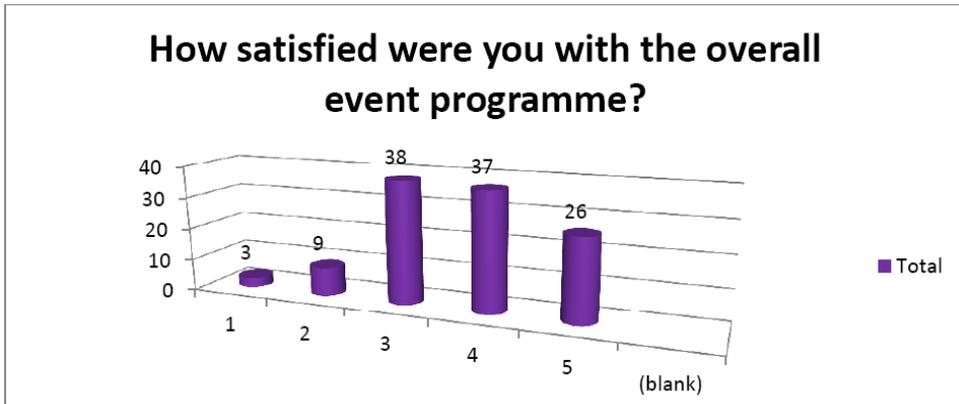
objek dan koordinasi pihak penyelenggara dalam melakukan persiapan yang matang membuat acara *virtual tour* di Bali Aga telah berlangsung dengan baik.

Tingkat kematangan penyampaian narasumber dapat dinilai pula dari penilaian para peserta terhadap kehadiran narasumber yang memberikan informasi terkait materi yang diangkat. Kolaborasi yang baik antara masyarakat dari satu desa dengan desa yang lain, mampu menghasilkan penyampaian informasi terhadap materi yang ditampilkan di layar monitor masing-masing peserta, sesuai dengan tema yang diangkat. Tampak pada Figur 2 adalah hasil analisis terkait kepuasan terhadap satu narasumber yang ditampilkan dalam sebuah grafik dengan rank nilai dari angka 1 sampai angka 5. Sangat terlihat dari grafik keberhasilan dari narasumber dalam memberikan informasi kepada para peserta *virtual tour*.



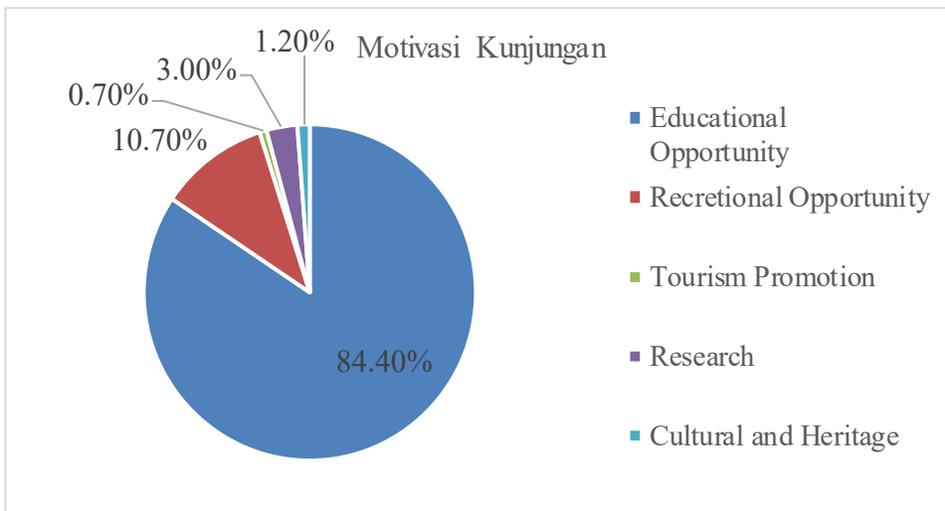
Figur 2. Tingkat Kepuasan Peserta Terhadap Narasumber *Virtual Tour*

Secara keseluruhan tanggapan para peserta terhadap penyelenggaraan kegiatan *virtual tour* yang melibatkan desa-desa di KPPN Bali Aga SCTPB Bali Utara, dari total tingkat kepuasan para peserta tour menunjukkan rasa puasnya terhadap *virtual tour* yang diikutinya, terbukti dari hasil survey yang dilakukan pihak penyelenggara menunjukkan rasa puasnya seperti yang tampak pada Figur 3.



Figur 3. Tingkat Kepuasan Peserta *Virtual Tour*

Unsur edukasi dari penyelenggaraan *virtual tour* ini, juga jelas terlihat dari motivasi para peserta *tour*. Dari hasil penyebaran *google form* yang diisi peserta saat registrasi, telah di dapatkan motivasi peserta untuk mengikuti acara *virtual tour*. Salah satu contohnya yakni hasil dari penyebaran *google form* pendaftaran *virtual tour* “Meretas Ilmu di Rumah Adat Bali Aga”, ada 224 peserta *tour* yang teregistrasi. Respon terhadap pertanyaan apa motivasi peserta mengikuti *virtual tour* ini dapat dilihat pada Figur 4.



Figur 4. Persentase Responden Motivasi Peserta Mengikuti *Virtual tour*

Data pada Figur 4 menunjukkan bahwa 84,4 persen motivasi dari peserta tertarik mengikuti *virtual tour* karena tema yang diangkat memberi mereka kesempatan untuk menambah pengetahuan (*education opportunity*). Motivasi untuk rekreasi (*recreation opportunity*) menunjukkan presentase angka 10,7

persen, dan disusul oleh motivasi lainnya. Dari angka tersebut sangat jelas bahwa materi saat *virtual tour* diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada para peserta *virtual tour*. Pendapat tersebut tidak berlebihan karena jika dilihat dari materi yang ditampilkan seperti tampak pada Foto 4, contoh detail tempat tidur untuk anak yang berbeda letak, ukuran dan maknanya dengan tempat tidur orang tua, diinformasikan dan didiskusikan secara detail oleh narasumber. Materi yang ditampilkan di layar yang jelas, dirasa sangat valid oleh peserta *virtual tour* karena sesuai dilengkapi oleh penjelasan narasumbernya yang sekaligus sebagai pemilik dari rumah adat itu.



Foto 4. *Pedeman Cenic* (Tempat tidur anak) (Foto: Nyoman Dini).

Tema yang menarik dan materi yang lengkap menjadi magnet tersendiri bagi setiap peserta *virtual tour* untuk mengikuti aktivitas *tour* lewat *virtual* sampai selesai. Seperti contohnya ketertarikan filosofi dan struktur arsitektur bangunan Bali Aga adalah salah satu alasannya, yang membuat para peserta bersedia mengikuti *virtual tour* selama lebih dari dua jam. Fenomena ini menekankan bahwa: Pertama, keingintahuan terhadap tema yang diangkat, serta narasumber yang dihadirkan oleh penyelenggara adalah dorongan utama peserta *tour* untuk akhirnya memutuskan ikut kegiatan *virtual tour*; Kedua, adanya konsep seperti unsur edukasi yang jelas, membuat para peserta bertahan berjam-jam menyaksikan secara *virtual*; dan Ketiga, adanya keterlibatan masyarakat sebagai narasumber yang menyajikan materi sesuai dengan tema yang diangkat. Masyarakat telah berpartisipasi aktif sebelum kegiatan *virtual tour* berlangsung. Tampak jelas terlihat pada Foto 5, antusiasme masyarakat lokal saat berdiskusi mengenai ragam bentuk kearifan lokal yang bisa dikembangkan di Kawasan Perdesaan Bali Aga.



Foto 5. Diskusi pengembangan desa wisata di alam terbuka bersama masyarakat lokal Bali Aga (Foto Nyoman Dini).

Yang terjadi di Bali Aga terkait dengan kearifan masyarakat lokal yang disuguhkan, sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh Agung (2015) yang menyebutkan bahwa dengan menghadirkan kearifan lokal akan menarik untuk dipelajari. Kemasan yang tidak formal namun tetap memberikan peluang proses belajar berlangsung menjadi hal yang menarik, tidak kaku, dan tidak membosankan. Hal ini juga sejalan dengan apa yang ditegaskan oleh Andiani (2021) bahwa pariwisata mampu berperan sebagai alat konservasi dan pemertahanan tradisi warisan leluhur yang menjadi kearifan lokal masyarakat setempat.

Keterlibatan masyarakat lokal dalam pemberian edukasi wilayahnya merupakan strategi yang tepat. Masyarakat lokal yang sejatinya paham tentang kearifan lokal di daerahnya. Sehingga pengenalan suatu wilayah dapat

dimulai melalui wisata edukasi, hal ini pula disebutkan oleh Rodger (1998), bahwa pembelajaran secara langsung dapat dilakukan melalui program wisata. Informasi tentang Bali Aga sebagai suatu destinasi pariwisata, memberikan pengetahuan bagi para peserta *virtual tour*. Juwita et al. (2020) juga menyebutkan bahwa informasi suatu destinasi akan menambah wawasan wisatawan. *Virtual tour* Bali Aga yang mampu mensinergikan daya tarik wisata yang ada dan mewujudkan kolaborasi desa-desa SCTPB. Dengan demikian, peserta mendapatkan pengalaman belajar yang menyenangkan dengan mengikuti kegiatan *virtual tour*. Intelektualitas dapat diasah melalui hal menyenangkan (Rapeepisarn et al. 2006) seperti kegiatan *virtual tour* di Bali Aga. Ilustrasi kegiatan *digital marketing virtual tour* di Kawasan Perdesaan Bali Aga dimasa pandemi dapat di lihat pada Figur 5.



Figur 5. Alur promosi wisata klaster Desa SCTPB di masa pandemi Covid-19

Figur 5 menunjukkan alur promosi wisata secara visual. Bagannya dibuat sebagai pegangan oleh pengelola desa wisata di SCTPB selama pelaksanaannya pada masa Covid-19 dan juga mungkin kelak pasca-pandemi. Masyarakat telah melakukan promosi melalui media *online* dan *offline*. Kegiatan promosi *offline* biasanya dilakukan bersamaan dengan pengenalan produk produk UMKM unggulan Kawasan Perdesaan Bali Aga melalui pameran-pameran yang kerap diikuti oleh kelima desa tersebut. Sedangkan promosi *online* dengan memanfaatkan media *digital marketing* adalah dengan menyelenggarakan kegiatan *virtual tour* (Nata, 2017).

Virtual tour Bali Aga telah dilakukan sebanyak empat kali dalam kurun waktu delapan bulan. Melalui pendampingan akademisi, masyarakat Bali Aga belajar menyesuaikan menggunakan perangkat multimedia berupa efek suara, musik, narasi, dan teks untuk pelaksanaan *virtual tour* 360° supaya lebih

menarik (Kawulur et al. 2018). Figur 2 juga menunjukkan bahwa kegiatan promosi tetap dapat berjalan selama era pandemi Covid-19. Potensi wisata Kawasan Perdesaan Bali Aga telah dapat dinikmati oleh wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara hanya dengan syarat terdapatnya jaringan internet. Jaringan internet diperlukan untuk menunjang aplikasi zoom dan tidak memerlukan biaya besar (Widiastini et al. 2020a).

Selain aplikasi zoom, terdapat pula ragam media sosial seperti aplikasi Instagram yang dimanfaatkan dalam kegiatan promosi oleh masyarakat di Kawasan Perdesaan Bali Aga. Semakin berkembangnya teknologi menyebabkan promosi dapat tetap berjalan maksimal di era pandemi. Sejalan dengan Sulistyorini dan Utami (2018) yang menyebutkan bahwa melalui media sosial, akan mendorong kreativitas peningkatan kemasan produknya. Kreativitas tersebut secara langsung dapat menunjukkan eksklusivitas nilai suatu produk. Contoh kegiatan yang dilakukan Kawasan Perdesaan Bali Aga melalui Instagram (Foto 6) yang juga secara *live* pernah melakukan kegiatan *virtual* untuk menampilkan produk hasil kerajinan bambu Bali Aga.



Foto 6. Media Sosial Instagram Bambu Bali Aga (Sumber foto: Instagram bambu_baliaga)

Alternatif promosi melalui pemanfaatan media instagram dengan *live streaming* juga kerap dilakukan kapan saja dan dimana saja. Kepemilikan gawai (*gadget*) membuat kegiatan *virtual tour* mampu menjangkau setiap peserta dari seluruh negara sekaligus menjawab kekhawatiran penundaan perjalanan wisata untuk datang ke Bali Aga yang dikarenakan pandemi Covid-19 dan

adanya himbauan pemerintah (Mudiarta, 2020) bisa diatasi karena promosi *online* bisa terus dilakukan.

Virtual tour digunakan sebagai media promosi berkelanjutan dengan harapan nantinya setelah para peserta mengikuti kegiatan *virtual tour* ini, peserta yang penasaran dan ingin mengetahui tentang Kawasan Perdesaan Bali Aga, bisa berkunjung langsung ke Bali Utara. Hal ini bisa terjadi karena sudah adanya hubungan ikatan emosional antara destinasi pariwisata, masyarakat lokal, dan wisatawan saat mengikuti *virtual tour* sebelumnya.

Dari rangkaian kegiatan *virtual tour* yang telah dilakukan dapat dipahami bahwa semua kegiatan *virtual tour* ini telah mampu memberikan ruang dan peluang kepada masyarakat lokal untuk bisa secara *live* menjadi narasumber. Selain itu masih adanya keberlanjutan komunikasi antara peserta dengan masyarakat lokal setelah kegiatan *virtual tour* yang memberikan implikasi positif karena terciptanya koneksi. Oleh karena itu, sesuai dengan pendapat Albrecht (2010) adanya keterlibatan masyarakat lokal untuk memegang peranan pada suatu destinasi pariwisata akan memungkinkan terciptanya pariwisata yang berkelanjutan. Keterlibatan masyarakat akan memberikan kontribusi positif pada perkembangan suatu destinasi, seperti yang tampak terjadi di Kawasan Perdesaan Bali Aga.

5. Simpulan

Pandemi Covid-19 tidak hanya meredupkan industri pariwisata, tetapi juga memberikan inspirasi baru dan peluang kreatif dalam kesulitan bagi desa wisata di Kawasan Perdesaan Bali Aga untuk tetap melakukan promosi melalui media *virtual tour* dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Kolaborasi yang baik antara akademisi dan masyarakat lokal mampu mewujudkan kegiatan *virtual tour* di Kawasan Perdesaan Bali Aga. Sebelum kedatangan akademisi, tipe promosi di masa pandemi seperti ini tidak terpikirkan sama sekali. Artinya, peran akademisi atau pendamping sangat penting dalam pengembangan desa wisata, terlebih dalam situasi sulit akibat pandemi.

Pelaksanaan *virtual tour* tidak saja bermanfaat untuk promosi potensi atau destinasi wisata Bali Aga kluster SCTPB tetapi juga merangsang secara tidak langsung tumbuhnya bentuk tata kelola pariwisata *community based tourism*, karena kesadaran dan keterlibatan masyarakat dari awal sebagai aktor utama dalam memberikan edukasi terkait produk wisata Kawasan Perdesaan Bali Aga. Bagi masyarakat, kegiatan *virtual tour* juga turut membangun semangat sinergisitas internal kelima desa dalam satu Kawasan Perdesaan Bali Aga semakin erat sehingga mampu mencegah persepsi negatif sebagai desa-desa yang sering berseteru.

Pascapandemi Covid-19, kegiatan *virtual tour* sangat mungkin terus dilaksanakan, mengingat kegiatan ini sebagai media komunikasi pemasaran yang sangat efektif untuk memperkenalkan produk wisata lebih luas, membangun hubungan berkelanjutan dengan wisatawan, serta mampu membangun *branding* desa wisata. Pelaksanaan *virtual tour* ini bisa dijadikan refleksi untuk pengelolaan desa wisata secara berkelanjutan. Kunjungan wisatawan melalui *virtual tour* pada satu sisi dapat menciptakan permintaan baru, namun disisi yang lain dapat menjadi bumerang jika produk wisata yang dinikmati oleh wisatawan secara *offline* tidak sesuai dengan yang disaksikan melalui *virtual tour*. Dengan demikian kegiatan *virtual tour* sebagai media komunikasi pemasaran harus terus berupaya meningkatkan kualitas dan menetapkan standar produk wisata dengan melibatkan semua pemangku kepentingan.

Untuk ke depan disarankan agar dikaji lebih lanjut manfaat wisata virtual yang berkelanjutan dan berkualitas di era setelah pandemi. Menarik untuk diketahui manfaat teknologi *virtual tour* pada zaman normal baru dan seperti apa bentuk komunikasi pemasaran yang baru.

Daftar Pustaka

- Agung, G.A. (2015). Pengembangan Model Wisata Edukasi-Ekonomi Berbasis Industri Kreatif Berwawasan Kearifan Lokal untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, Vol. 4, No. 2, pp. 585-597.
- Albrecht, J.N. (2010). Challenges in Tourism Strategy Implementation in Peripheral Destinations – The Case of Stewart Island, New Zealand. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, Vol. 7, No. 2, pp. 91-110.
- Andiani, N.D., Antara, I M., Ardika, W., & Sunarta, I N. (2020). Peran Nilai Hindu “Tri Kaya Parisudha” dalam Peningkatan Loyalitas Wisatawan terhadap Desa Wisata Pedawa Bali Utara”. *Jurnal Kajian Bali*, Vol. 10, No. 2, pp. 603-624.
- Andiani, N.D. (2021). “Pengembangan Wisata Tematik di Kawasan Perdesaan Bali Aga, Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng-Bali”. Disertasi S3 Pariwisata Universitas Udayana Bali.
- Ariana, J.I.N., dan Astina, K.I.B. (2019). Strategi Pemasaran Desa Wisata Bongan sebagai Pariwisata Kerakyatan Berkelanjutan di Kabupaten Tabanan. *Jurnal Perhotelan dan Pariwisata*. Vol. 9, No. 2, pp. 137-165.
- Ardika, I. W. (2003). *Pariwisata Budaya Berkelanjutan*. Denpasar: Universitas Udayana.

- Arismayanti, N. K., Suwena, I K., Sendra, I.M., Budiarsa, M., Bakta, I M., & Pitana, I G. (2019). *Tourism Villages' Development in Bali, Mass or Alternative Tourism? Journal of Tourism and Hospitality Management*, Vol. 7, No. 2, pp. 117-139.
- Borley, L. (1996). Heritage and Environment Management: The International Perspective. Dalam Nuryathi, W. 1996 (ed). *Tourism and Culture. Global Civilization in Change?* Pp. 180-188. Yogyakarta: Gajahmada University Press.
- Budi, R. B. N dan Wenas, M. B. (2018). Perancangan Virtual Tour Kampus I Uksw Sebagai Media Informasi Mahasiswa Baru. *Andharupa, Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*. Vol. 4, No. 1, pp. 51-65.
- Febriandhika, I. dan Kurniawan, T. (2019). Membingkai Konsep Pariwisata Yang Berkelanjutan Melalui Community Based Tourism: Sebuah Review Literature. *Journal of Public Sector Innovation*, Vol. 3, No. 2, pp. 50-56.
- Haribawa, A., dan Arif. 2017. Analisis Orientasi Stakeholder Untuk Pembangunan Ekowisata Di Wilayah Bali Aga, Buleleng-Bali. *Media Konservasi*, Vol. 22, No. 3, pp. 269-276.
- Jannah, U. dan Moefad, A. M. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Wisata Baru Setigi di Gresik Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 9, No. 2, pp. 114-129.
- Juwita, T., Novianti, E., Tahir, R., & Nugraha, A. (2020). Pengembangan Model Wisata Edukasi di Museum Pendidikan Nasional. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, Vol. 3, No. 1, pp. 8-17.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th Edition). Pearson Education Limited, Essex, England.
- Kemenparekraf. (2021). *Virtual tour Alternatif Berwisata di Tengah Pandemi COVID-19*. <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam—pariwisata/Virtual-Tour,-Alternatif-Berwisata-di-Tengah-Pandemi-COVID-19>. Diakses 9 Maret 2022.
- Kawulur, M.U., Rindengan, Y. D. Y., & Najohan, X.B.N (2018). *Virtual tour e-Tourism Objek wisata Alam di Kabupaten Biak*. *Jurnal Teknik Informatika*, Vol. 13, pp. 1-6.
- Maheswari, AA. Istri A. dan Sariyani, N.L.P. (2018). Strategi Pengembangan Desa Wisata dengan Menggunakan Konsep *Community Based Tourism* (CBT) di Desa Sidetapa Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng". *Jurnal Kepariwisataaan*. Vol. 17, No. 2, pp. 42-53.

- Mudiarta. (2020). Khawatir-COVID-19, Warga-Pedawa-Minta Kunjungan Mahasiswa Jepang Dijadwal Ulang, Bali Post, 5 Maret 2020, Sumber: <https://www.balipost.com/news/2020/03/05/107784/Khawatir-COVID-19,Warga-Pedawa-Minta>. Diakses 5 Desember 2021.
- Nata, G.N.M. (2017). Aplikasi *Virtual Tour Guide* sebagai Promosi Pariwisata Bali. *J. Sist dan Inform.* Vol. 11, No. 2, pp. 73-79.
- Palimbunga, I.P. (2018). Keterlibatan Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata diDesa Wisata Tabalansu, Papua. *Jurnal Magister Pariwisata (JUMPA)*. Vol. 5, No. 1, pp. 193-210.
- Pinel, D.P. (1998). A Community-Based Tourism Planning Process Model: Kyuquot Sound Area, B.C. Thesis of Master Degree in The University of Guelph
- Prasetya, D.D. (2011). Aplikasi *Virtual tour* Berbasis Web sebagai Media Promosi Wisata. In Seminar on Electrical, Informatics and Its Education, pp. A2 58-A2-62.
- Rapeepisarn, K., Wong, K., Fung, C., & Depickere, A. (2006). Similarities and Differences Between “Learn through Play” and “Edutainment”. In Proceedings of the 3rd Australasian Conference on Interactive Entertainment, 4-6 December 2006 (pp. 28- 32). Perth: W.A.
- Ratu, C. dan Adikampana, I.M. (2016). Strategi Pemasaran Desa Wisata Blimbingsari Kabupaten Jembrana”. *Jurnal Destinasi Pariwisata*. Vol. 4, No. 1, pp. 60-67.
- Reuter, T. (2018). *TheHouse of Our Ancestor: Precedence and Dualism in Highland Balinese Society*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Riesa, R.M. dan Haries, A. (2020). Virtual Tourism Dalam Literature Review. *Jurnal Pariwisata Bunda*. Vol. 1, No. 1, pp. 1-6.
- Rodger. (1998). Leisure, Learning and Travel. *Journal of Physical Education*. Vol. 69, No. 4, pp. 28-31.
- Sani, et al. (2020). Priority Management of Nature Tourism in Sirah Kencong Tourism Area Blitar East Java-Indonesia. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*. Vol. 24 Issue 09 2020 ISSN: 1475-7192.
- Sardiana, I K. dan Purnawan, N.L.R. (2015). Community-based Ecotourism in Tenganan Dauh Tukad: An Indigenous Conservation Perspective. *Jurnal Kajian Bali*, Vol. 5, No. 2, pp. 347-368.
- Sari, I. A. L., Putra, I. N. D., Purnawan, N. L. R., & Suardiana, I. W. (2022). Storynomics Bali Aga: Pemanfaatan Cerita Rakyat untuk Promosi Desa Wisata Sidetapa, Kabupaten Buleleng. *Jurnal Magister Pariwisata (JUMPA)*, Vol. 8, No. 2, pp. 721 -740.

- Sukmadewi, N. P. R. (2021). Storynomics Tourism: Kualitas Wisata Desa Tenganan Pegringsingan. *CULTOURE: Culture Tourism and Religion*, Vol. 2, No. 2, pp. 194-203.
- Sulistiyorini, I. dan Utami, B. S. (2018). Perancangan Kemasan Muria Batik Kudus Untuk Memperkenalkan Kebudayaan Lokal Kota Kudus. *Andharupa, Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*. Vol. 4, No. 2, pp. 173-187.
- SK Bupati Buleleng Nomor 430/239/HK/2022 tentang Desa Wisata Kabupaten Buleleng.
- Thomas, D. G., Sompie, S.R.U.A., & Sugiarto, B.A. (2018). *Virtual tour* sebagai Media Promosi Interaktif Penginapan di Kepulauan Bunaken. *E-Journal teknik Informatika*, Vol. 13, No. 1, pp. 14-22.
- Travel Detik.com. (2021). *Virtual tour jadi solusi saat pandemi tapi sayang sepi peminat*.
<https://travel.detik.com/travel-news/d-5645663/virtual-tour-jadi-solusi-saat-pandemi-tapi-sayang-sepi-peminat>. Diakses 22 Maret 2022.
- Wibowo, T. U. S. H., Maryuni, Y., Nurhasanah, A., & Willdianti, D. (2020, November). Pemanfaatan Virtual Tour Museum (VTM) dalam Pembelajaran Sejarah di Masa Pandemi Covid-19. In *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP*, (Vol. 3, No. 1, pp. 402-408).
- Widiastini, N. M. A., Prayudi, M.A., Rahmawati, P.I., & Dantes, G.R. (2020a). Pelatihan Pembuatan *Virtual tour* bagi Kelompok Sadar Wisata Desa Sidetapa Kabupaten Buleleng, Bali. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 3, No. 2, pp. 116-131. DOI: <https://doi.org/10.22146/bb.59518>
- Widiastini, N.M.A., Rahmawati, P.I. & Isti Koma, F.Y. (2020b). Ragam Branding Desa dalam Mengembangkan Potensi Wisata Berbasis Budaya Masyarakat di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Magister Pariwisata (JUMPA)*, Vol. 7, No. 1, pp. 195-220. <http://doi.org/10.24843/JUMPA.2020.v07.i01.p09>.
- Ari Ratnaningtyas, Y., & Widyasmoro, A. (2016). Pemasaran Desa Wisata Kalibuntung dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Bantul. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*. Vo. 11, No. 1, pp. 1-24.
- Yuliana, A. dan Lisdianto, E. (2017). Aplikasi *Virtual tour* Sebagai Media Promosi Objek Wisata di Stone Garden Kabupaten Bandung Barat. *KOPERTIP: Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika dan Komputer*, Vol. 1, No. 1, pp. 19-24.

Profil Penulis

Dr. Nyoman Dini Andiani, SST.Par., M. Par adalah dosen tetap di Universitas Pendidikan Ganesha. Dia aktif dalam kegiatan organisasi Bidang Pengembangan SDM PHRI BPC Buleleng, sebagai Ketua Buleleng Homestay Asosiasi serta sebagai Kordinator Wilayah Forum Komunikasi Desa Wisata Kabupaten Buleleng. Pernah mengikuti *program short course* di WEA Sydney Australia dan program Hyogo Joint Summer Art Sea Japan, serta pernah ikut aktif pada kegiatan UNWTO sebagai sekretaris pada UNFCC. Saat ini pula sebagai Tim Pengembang Desa Wisata Kabupaten Buleleng.

Dr. Ni Ketut Arismayanti, S.ST.Par., M. Par. merupakan dosen tetap pada Fakultas Pariwisata Universitas Udayana sejak tahun 2003. Saat ini aktif dalam kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi; penyusunan dokumen, kajian dan *masterplan* pariwisata; membina desa wisata; asesor pariwisata bahari bertanggung jawab; pengelolaan jurnal ilmiah; Sekretaris Unit Penalaran dan Kreativitas Mahasiswa Universitas Udayana; dan Dewan Pakar ASITA Bali.

Dr. Fitria Earlike Anwar Sani, SST.Par., MM merupakan dosen Destinasi Wisata Program Diploma Kepariwisataan Universitas Merdeka Malang yang menamatkan program Doktorat Ilmu Pariwisata di Universitas Udayana Fakultas Pariwisata pada tahun 2021. Menjabat sebagai Kepala Bagian Kerjasama Internasional dan Pengembangan Inovasi sejak tahun 2022 dan aktif mengajar di Program Studi Destinasi Wisata dan Perhotelan.

Dr. Luh Yusni Wiarti adalah dosen aktif pada Program Studi Destinasi Pariwisata Politeknik Pariwisata Bali yang saat ini bertugas sebagai Wakil Direktur Bidang Kerja Sama, Mahasiswa, dan Alumni sejak 2021. Menamatkan studi magister pariwisata pada program Double Degree Indonesia Perancis pada tahun 2012 di Universitas Udayana dan University of Angers France.