

PELATIHAN VIRTUAL TOUR BERBASIS WEB CLOUD DAN GOOGLE STREET VIEW 360° BAGI PEMANDU WISATA PADA TRAVEL DIZA TRAVELINDO

Andi Musdariah¹⁾, Amiruddin¹⁾, Askariani¹⁾, Sahriah Sari¹⁾

¹⁾ Dosen Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Ujung Pandang, Makassar

ABSTRACT

Diza Travelindo (DT) is a potential travel agency that has gained a lot of traction since its launch in 2014. The Covid-19 outbreak, on the other hand, has had an influence on this industry. The issues that have the greatest impact on DT's business continuity are a significant drop in tour package bookings and staff lack of technological knowledge, which has resulted in the temporary dismissal of employees, particularly tour guides, citing operating costs and uncertain cash flow. This Community Service Program offers innovative solutions to partner problems that include two aspects of implementation: technology capacity building and marketing technology using Google Street View 360° Virtual Tour technology. As the result of this program, partner can re-market tour packages to customers by using virtual tour marketing, which reduces the risk of the Covid-19 virus spreading and generates income for partners.

Keywords: Community Service Program, Virtual Tour, Google Street View 360°

1. PENDAHULUAN

Pandemi telah melanda semua sektor, termasuk pariwisata. Sebelumnya industri pariwisata di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat sesuai dengan tagar “Wonderful Indonesia” yang mulai dikenal di seluruh dunia, namun pada masa pandemi ini, baik wisatawan lokal maupun mancanegara mengalami penurunan jumlah yang sangat signifikan. Dari sekian banyak sektor yang terkena dampak pandemi, industri pariwisata menjadi salah satu yang paling terpuak dibandingkan sektor lainnya. Menurut World Travel and Tourism Council, kerugian yang dialami industri pariwisata Indonesia selama pandemi kurang lebih \$1,5 miliar.

Di tengah pandemi, virtual tour menjadi strategi industri pariwisata dengan memberikan peluang bisnis berupa produk wisata baru. Virtual tour dianggap sebagai alternatif pariwisata bagi masyarakat dan menjadi sarana promosi bagi para tour operator untuk melakukan wisata fisik [1]. Tur virtual (juga dikenal sebagai tur panorama) adalah simulasi tempat nyata, yang biasanya terdiri dari kumpulan foto panorama 360°, kumpulan gambar atau video hyperlink, Anda juga dapat menggunakan elemen multimedia lainnya, seperti suara efek, musik, narasi, dan tulisan [2]. Berbeda dengan tur sebenarnya, tur virtual umumnya diakses melalui komputer desktop, kios informasi, atau sarana elektronik lainnya. Istilah "scenic drive" dan "virtual tour" sering digunakan untuk menggambarkan berbagai macam media berbasis video dan foto. Kata “panorama” menunjukkan pandangan yang tidak terputus, karena panorama dapat berupa rangkaian foto memanjang atau hasil rekaman video yang kameranya berputar/berubah [3].

Virtual tour di tengah pandemi COVID-19 menjadi tren baru berlibur sekaligus sarana hiburan [4]. Berdasarkan data yang dikeluarkan perusahaan pionir penyelenggara tur virtual, Autorin, menyebutkan bahwa peminat wisata virtual terus meningkat. Bahkan sejak Juli hingga September 2020 sudah lebih dari 900 wisatawan virtual menjelajahi destinasi wisata di Indonesia.

Adapun mitra Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini adalah masyarakat yang produktif secara ekonomi (usaha mikro) yang terdampak Covid-19 yakni travel agent wisata “Diza Travelindo”. Diza Travelindo berlokasi di Ruko Pasar Sentral BTP Blok KDF18 Makassar. Diza Travelindo berdiri pada tanggal 1 Agustus 2014 yang memberikan berbagai layanan seperti penjualan tiket, penjualan paket wisata dalam negeri (inbound) dan luar negeri (outbound). Diza Travelindo mempekerjakan 7 karyawan, namun pada masa pandemi Covid-19 travel ini terpaksa menghentikan kegiatan operasionalnya karena berkurangnya permintaan perjalanan wisata baik dalam negeri maupun ke luar negeri sehingga beberapa karyawan pada travel ini dirumahkan untuk sementara waktu. Memasuki era new normal, travel ini harus mencoba bangkit kembali dengan beroperasi secara terbatas dengan bekerja dari rumah dan kembali mempersiapkan beberapa paket perjalanan wisata.

Pada akhir 2020 pemerintah telah membuka beberapa daerah wisata tetapi seiring dengan meningkatnya jumlah masyarakat yang terinfeksi virus Covid-19 sehingga kembali lagi travel berada dalam ketidakpastian yang berpotensi untuk mengalami kerugian yang lebih besar. Berdasarkan fenomena tersebut

¹ Andi Musdariah, Telp 081355060444, andimusdariah.am@poliupg.ac.id

diperlukan alternatif wisata dimana wisatawan tetap dapat menikmati keindahan destinasi wisata dengan tetap memperhatikan kesehatan atau keselamatan. Salah satu konsep perjalanan yang memungkinkan adalah virtual tour. Setelah melakukan observasi dengan manajemen Diza Travelindo didapatkan kesepakatan bahwa tim PKM Politeknik Negeri Ujung Pandang (PNUP) memberikan pelatihan virtual kepada 3 orang karyawan yang berposisi sebagai tour guide pada Diza Travelindo sebagai solusi yang relatif aman, baik bagi wisatawan maupun bagi tour guide itu sendiri sehingga diharapkan bahwa travel ini bisa kembali beroperasi dalam masa pandemi.

Setelah melakukan observasi dan wawancara dengan calon mitra PKM ditemukan bahwa masa pandemi yang berkepanjangan menyebabkan berubahnya paradigma dalam pelayanan jasa perjalanan wisata (tour) secara langsung dengan mengunjungi langsung tempat wisata menjadi virtual tour (online) sehingga tim PKM bersama dengan mitra menentukan persoalan prioritas yang disepakati untuk diselesaikan. Ada dua ruang lingkup implementasi yang relevan dalam menyelesaikan permasalahan mitra yaitu: (1) aspek peningkatan kapasitas teknologi, dan (2) aspek teknologi pemasaran/ distribusi.

Berikut ini adalah prioritas masalah mitra yang telah diidentifikasi.

a. Berkurangnya pemesanan paket wisata secara signifikan

Covid-19 berdampak terhadap berkurangnya wisatawan secara signifikan karena wisatawan takut terinfeksi virus Covid-19 pada saat melakukan perjalanan wisata sehingga Diza Travelindo terpaksa melakukan kebijakan pengurangan jumlah karyawan dengan tujuan menekan biaya operasional yang berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha.

Beberapa karyawan khususnya tour guide atau pemandu wisata yang terpaksa dirumahkan berharap agar Diza Travelindo melakukan inovasi dalam pemberian layanan wisata berbasis teknologi digital sehingga Diza Travelindo bisa menjangkau masyarakat secara luas. Dengan demikian program PKM ini dapat membantu memulihkan kondisi mitra serta dapat membuka kembali peluang lapangan kerja bagi manajemen dan karyawan terdampak.

b. Kurangnya Keterampilan Online Marketing Strategy

Sebagai Usaha Kecil Menengah (UKM) terdampak Covid-19, Diza Travelindo membutuhkan keterampilan pemasaran secara daring yang berbasis web sebagai upaya agar tetap bertahan di masa pandemi. Sebelum pandemi, Diza Travelindo melakukan direct selling dengan mendatangi customer, namun sejak pandemi Diza Travelindo memiliki kesulitan dalam memasarkan layanan wisata.

c. Kurangnya pengetahuan tentang virtual tour

Tour guide pada Diza Travelindo hanya memiliki pengalaman dan keterampilan dalam memandu secara konvensional secara face to face dan belum memiliki pengetahuan untuk menjalankan tour secara virtual.

d. Minimnya kompetensi teknologi karyawan dalam menerapkan virtual tour secara asinkronis

Kebijakan Social Distancing mengharuskan seluruh aktivitas masyarakat termasuk perjalanan wisata dilakukan dalam skala terbatas dan sesuai dengan protap Covid-19, sehingga karyawan Diza Travelindo dituntut agar mampu beradaptasi dengan teknologi pendukung terkini. Kondisi saat ini, karyawan belum memiliki kompetensi teknologi yang memadai (*adequate technology competency*) dalam melaksanakan tour secara daring. Pelatihan berfokus pada peningkatan keterampilan karyawan Diza Travelindo dalam menggunakan teknologi untuk menerapkan metode virtual tour.

2. PELAKSANAAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Setelah melakukan wawancara dengan mitra yakni Diza Travelindo ditemukan bahwa pihak mitra memiliki tour guide berpengalaman dalam memandu wisata secara langsung yang merupakan target utama dalam pelatihan virtual ini sebagai upaya untuk memulihkan ekonomi dalam bidang pariwisata melalui pelaksanaan tour secara daring.

Ditinjau dari sisi personalia dosen, selain memiliki latar belakang pendidikan yang memadai mereka juga memiliki kemampuan dan pengalaman dalam bidang penelitian dan pengabdian. Terkait dengan usulan pengabdian ini, tim yang terlibat dalam kegiatan ini memiliki kepakaran dalam pelaksanaan pelatihan virtual tour.

Kepakaran tim pelaksana yang terlibat dalam kegiatan ini sebagai berikut: 1) Ketua tim pengabdian sekaligus dosen yang memiliki kepakaran dalam bidang Aplikasi Komputer. Terkait dengan kegiatan PKM ini, beliau banyak memberikan kontribusi dalam hal-hal yang berkaitan dengan sistem informasi, perancangan database, web cloud server, serta membantu penggunaan google street view 360°, 2) anggota pengabdian ini adalah dosen-dosen yang memiliki kepakaran dalam bidang Manajemen Pemasaran baik konvensional maupun

pemasaran digital. Beliau memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam bidang Manajemen Produksi dan Operasi, Bisnis Internasional, Pengantar Manajemen serta Manajemen Sumber Daya Manusia; memiliki kepakaran dalam bahasa Inggris dan telah melakukan beberapa penelitian yang sesuai dengan bidang ilmunya dan juga praktisi pariwisata yang terlibat aktif dalam Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata, *The Association of Indonesian Tour and Travel Agencies* (ASITA) yang dapat berkontribusi dalam pembuatan konten virtual tour baik dalam bahasa Indonesia maupun dalam bahasa Inggris, dan metode virtual tour. Selanjutnya anggota lainnya adalah dosen yang memiliki kepakaran dalam Administrasi Perkantoran yang berkontribusi dalam teknik serta strategi pembuatan itinerari yang digunakan dalam virtual tour. 3) Mahasiswa (D3) Administrasi Bisnis. Keterlibatan mahasiswa ini untuk membantu tim PKM dalam mendokumentasikan seluruh kegiatan. Selain itu, tim ini juga berperan dalam melakukan publikasi kegiatan melalui media sosial seperti FB, Instagram, dan YouTube.

Metode pelaksanaan kegiatan PKM ini terdiri dari 4 tahap yaitu (1) tahap perencanaan (*planning*), (2) tahap persiapan (*preparation*), (3) tahap pelaksanaan (*implementation*), dan (4) tahap evaluasi (*evaluation*). Pada tahap perencanaan, Tim PKM terdiri dari 4 orang dengan disiplin ilmu dan keahlian yang berbeda. Pembentukan tim PKM dilakukan secara purposive dengan pertimbangan keahlian dari masing-masing anggota tim pengusul. Tim PKM memiliki latar belakang SDM yang memiliki keahlian dalam bidang Komputer, Pemasaran, Bahasa Inggris, Web-Cloud Video Conferencing Platform, Virtual Tour dan Administrasi Bisnis. Selanjutnya, tim PKM melakukan survey kelayakan Usaha Kecil Menengah (UKM) melalui kegiatan observasi dan wawancara. Kegiatan observasi meliputi kunjungan ke lokasi mitra dan melakukan pendataan fasilitas yang dimiliki. Selain itu, tim PKM juga melakukan wawancara dengan pengelola Diza Travelindo. Setelah observasi dan interview, tim PKM melakukan analisis data hasil observasi dan interview untuk mengetahui masalah prioritas yang harus segera diselesaikan agar biro perjalanan wisata ini bisa tetap bertahan pada masa New Normal.

Pada tahap persiapan Tim PKM bersama-sama dengan mitra merumuskan masalah prioritas dan solusi pemecahannya. Setelah kegiatan survey (observasi dan interview), tim PKM melakukan diskusi dengan menggunakan metode *Forum Group Discussion* (FGD) sederhana dengan pihak mitra untuk merumuskan masalah prioritas yang saat ini menjadi kendala utama dan penghambat keberlanjutan mitra. Diskusi dilaksanakan di lokasi mitra sekaligus membahas sejumlah solusi efektif untuk mengatasi permasalahan tersebut. Selanjutnya, Tim PKM menyusun jadwal pelaksanaan kegiatan PKM, menyusun Rencana Anggaran Biaya (RAB) kegiatan PKM melakukan persiapan peralatan peralatan virtual tour dan SDM yang diperlukan dengan melakukan koordinasi dengan pihak konsultan dan tim ahli terkait peralatan yang diperlukan, mengidentifikasi dan menentukan jenis-jenis peralatan yang diadakan, melakukan pengecekan harga di sejumlah vendor untuk mendapatkan harga terbaik dan melakukan belanja peralatan yang diperlukan untuk kebutuhan kegiatan PKM.

Selanjutnya, sebagai inti dari kegiatan ini adalah tahap pelaksanaan. Tahap Pelaksanaan melalui beberapa prosedur kegiatan yang diawali dengan persiapan bahan persentasi kegiatan sosialisasi dan koordinasi dengan mitra terkait waktu dan tempat pelaksanaan sosialisasi serta mekanisme pelaksanaan kegiatan di tempat yang telah disepakati. Setelah itu tim PKM bersama mitra melakukan set-up peralatan virtual tour di lokasi mitra dan melakukan uji coba perangkat yang telah dipasang. Tim PKM juga membentuk panitia kegiatan pelatihan yang terdiri dari tim PKM dan mahasiswa, menyusun run-down kegiatan pelatihan, menyiapkan pemateri pelatihan serta membuat undangan kegiatan pelatihan untuk pemateri dan peserta pelatihan.

Pelaksanaan kegiatan inti pengabdian kepada masyarakat melalui Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Virtual Tour berlangsung pada Selasa tanggal 24 Agustus 2021 yang dihadiri oleh TIM PKM bersama dengan mitra. Pelatihan ini menggunakan metode ceramah, diskusi, simulasi Virtual Tour dan pendampingan pemandu wisata dari Diza Travelindo.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

PKM pelatihan virtual tour berbasis web cloud dan Google Street View 360° bagi pemandu wisata pada travel agent Diza Travelindo dilaksanakan dengan menggunakan metode ceramah, diskusi, simulasi Virtual Tour dan pendampingan pemandu wisata dari Diza Travelindo. Pelaksanaan PKM ini telah dipublikasi secara online di tiga portal berita online yaitu Republik Online, Harmoni Media dan Fajar Sulsel yang bisa diakses pada : <http://republik-online.com/hadapi-tantangan-masa-pandemi-covid-19-pkm-pnup-gandeng-diza-travelindo-terapkan-virtual-tour/>, <http://harmonimedia.com/hadapi-tantangan-masa-pandemi-covid-19-pkm-pnup-gandeng-diza-travelindo-terapkan-virtual-tour/>, dan <https://sulsel.fajar.co.id/2021/08/26/pnup-gelar->

[pkm-virtual-tour-untuk-bantu-mitra-terdampak-covid-19/](#). Berikut ini foto dokumentasi pelaksanaan kegiatan



Gambar1. Pelaksanaan Kegiatan PKM Virtual Tour

Ketiga portal ini memberitakan tentang kontribusi Politeknik Negeri Ujung Pandang melalui kegiatan PKM untuk memberikan solusi kepada UKM yang terdampak pandemic, dalam hal ini pelatihan virtual tour. Pemandu Wisata dari Diza Travelindo, Wiwik Arrahmah mengemukakan bahwa kegiatan PKM yang diberikan oleh tim pengabdian dari PNUP memiliki beberapa manfaat. Seperti yang dikutip pada berita online ini bahwa salah satu Pemandu Wisata dari Diza Travelindo, Wiwik Arrahmah mengemukakan bahwa kegiatan PKM yang diberikan oleh tim pengabdian dari PNUP memiliki beberapa manfaat, salah satunya adalah terkait dengan metode penjualan paket wisata virtual (virtual tour) merupakan metode yang aman dilakukan dengan memanfaatkan teknologi sehingga travel bisa kembali melakukan pemasaran paket wisata meskipun secara daring.

Adapun materi pelatihan meliputi Pemasaran berbasis digital, Web-Cloud Video Conferencing Platform, Virtual Tour yang dilanjutkan dengan simulasi pelaksanaan virtual tour dengan menggunakan Google Street View 360°.

a. Pemasaran Berbasis Digital

Pesatnya perkembangan teknologi informasi berupa penggunaan internet dan smartphone berpengaruh pada masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan bisnis dapat dikenal baik secara loka maupun secara global. Pemasaran digital adalah metode pemasaran dengan menggunakan instrumen digital, terutama internet berbagai aplikasi yang ada di dalamnya serta peralatan pendukung penggunaan media tersebut. Hal ini yang memungkinkan terjadinya sebuah jaringan atau keterhubungan dengan berbagai pihak, antara produsen dengan customer, tanpa perlu dibatasi oleh jarak, waktu, dan tempat [9]. Pemasaran digital, pertama kali dikenal sebagai metode pemasaran baru pada awal 1990-an. Pemasaran menjadi strategi utama yang banyak digunakan dalam dunia bisnis sejak tahun 2014. Pemasaran digital adalah penerapan, penggunaan, atau reifikasi teknologi dalam proses pemasaran. Digital marketing bukanlah konsep technology-centric, melainkan konsep people (pemasar), yaitu bagaimana memahami orang (*marketer*), menggunakan teknologi untuk membangun hubungan dengan orang lain (*customer*), dan meningkatkan penjualan. secara signifikan [9]. Selain dikenali oleh konsumen, dampak yang paling utama adalah peningkatan volume penjualan dan profit. Salah satu media pemasaran yang sangat besar memberikan pengaruh digital marketing dalam hal ini adalah social media [5]. Pesatnya peningkatan berdampak di semua bidang saat ini, termasuk industri pariwisata yang semakin berbasis teknologi digital, dan penggunaannya diperkirakan empat kali lebih efektif dibandingkan cara konvensional [6].

Berdasarkan hal tersebut maka tim PKM memberikan pelatihan menggunakan *social media* berupa Facebook, Instagram dan WhatsApp kepada mitra sehingga mitra tidak lagi menggunakan pemasaran secara tradisional tetapi juga menggunakan social media sebagai alat promosi pemasaran paket wisata.

b. Digital Tourism

Digital Tourism atau *e-Tourism* merupakan integrasi pengembangan ICT (*Information and Communication Technology*) dan industri pariwisata. Konsep pariwisata digital adalah memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan efisiensi sektor pariwisata, menyediakan berbagai layanan pariwisata dan kepada pelanggan, dan membuat implementasi pemasaran pariwisata lebih mudah diakses dalam bentuk telematika [6]. Konsep Dasar Pariwisata Digital di Indonesia pada dasarnya merupakan konsep baru dan belum menarik perhatian berbagai pemangku kepentingan dan wisatawan. Pariwisata digital

dianggap sebagai bagian dari pengembangan sistem yang belum diteliti dalam hal fitur dan manfaat yang dicapai. Di sisi lain, dalam pengembangan pariwisata, penggunaan internet sebagai media penyebaran dan penyebaran informasi sangat luas, namun tidak sesuai dengan penggunaan internet sebagai sarana penyebaran informasi pariwisata. Pada intinya, internet memainkan peran integral dalam perkembangan teknologi, terutama pada industri pariwisata [6].

c. Virtual Tour

Di era digital ini, salah satu teknologi yang paling banyak digunakan adalah teknologi multimedia, yang juga telah berkembang dan membuat penyediaan informasi menjadi lebih interaktif dan efisien, Tur Virtual terdiri dari kumpulan foto, gambar, video, atau model virtual 3D dari lokasi sebenarnya, yang dilakukan melalui komputer desktop, kios informasi, atau sarana elektronik lainnya [7]. Virtual Tour dapat dijadikan sebagai media yang dapat menghadirkan dan merangsang imajinasi penggunanya, agar tampak bahwa pengguna sedang mengalami dan merasakan keadaan yang sebenarnya. Virtual tour merupakan salah satu perkembangan teknologi virtual reality yang mampu menjelajahi suatu tempat untuk mendapatkan informasi dan gambaran suatu tempat dengan komputer atau smartphone.

Tur virtual adalah konsep baru untuk menikmati liburan di masa pandemi. Berbagai destinasi wisata menarik di Indonesia bisa dijelajahi hanya dengan perangkat pintar dan jaringan internet dari rumah [4]. Virtual tour tidak hanya menyajikan keindahan dan keunikan masing-masing destinasi, tetapi juga kita dapat mempelajari tentang keaneka ragam budaya destinasi yang dikunjungi. Wisata virtual dilengkapi dengan pemandu wisata virtual yang menggambarkan objek yang dikunjungi dengan cukup detail. Teknologi ini sudah tidak asing lagi di dunia pariwisata. Sebagai salah satu media periklanan industri pariwisata di industri pariwisata, teknologi ini membantu merencanakan dan mengelola destinasi wisata, termasuk menjaga peninggalan sejarah hiburan, aksesibilitas, pendidikan dan pemasaran [1].

d. Google Street View 360

Sejak tahun 2018 lalu, Google meluncurkan aplikasi Google Street View yang mengizinkan penggunanya untuk mengunggah foto-foto yang bisa dibentuk menjadi virtual tour 360. Teknologi virtual tour yang ada adalah gambar panorama 360°+180° merupakan representasi suatu tempat dalam gambar panorama dapat memberikan kesan berada di tengah-tengah tempat ini [8]. Tim PKM memberikan materi pengenalan Google Maps dengan cara: Buka Google Maps pada situs maps.google.com atau <https://google.com/maps>, selanjutnya peserta diarahkan untuk mencari objek wisata dengan cara menscroll down informasi di panel sebelah kiri à Cek keterangan 'Tampilan 360°'. Google Street View dapat dikases melalui <https://www.google.com/intl/id/streetview/explore/>. Pencarian lokasi juga dapat dilakukan dengan menggunakan Pegman atau Manusia Pasak dengan cara; klik kiri Pegman, tahan, drag dan jatuhkan Pegman ke lokasi yang kita ingin lihat Street View-nya. Untuk latihan mandiri, tim PKM telah menyiapkan modul panduan virtual tour dengan menggunakan Google Street View 360 dengan menggunakan aplikasi virtual video conference yaitu Zoom dan Google Meet.

4. KESIMPULAN

PKM pelatihan virtual tour berbasis web cloud dan Google Street View 360° bagi pemandu wisata pada travel agent Diza Travelindo telah dilaksanakan oleh TIM PKM Politeknik Negeri Ujung Pandang Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini memberikan solusi atas permasalahan mitra yang meliputi dua aspek implementasi, yaitu aspek pengembangan kapasitas teknologi dan aspek teknologi pemasaran yaitu aspek teknologi virtual tour berbasis Google Street View 360° dan teknologi pemasaran berbasis web dan teknologi digital (database). Virtual tour merupakan langkah inovatif untuk mempromosikan layanan pariwisata agar tetap eksis di era New Normal. Adapun metode pelaksanaan kegiatan PKM ini terdiri dari 4 tahap, yaitu tahap perencanaan, tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi (evaluasi program).

Keberhasilan PKM ini diharapkan berdampak positif bagi mitra dan pelanggannya. Melalui pemasaran digital tur virtual, mitra dapat memasarkan kembali paket wisata kepada pelanggan, baik secara virtual maupun online, sementara pelanggan dapat terus melakukan aktivitas tur virtual yang dapat mengurangi potensi penyebaran virus Covid 19. Dengan demikian, kegiatan ini menunjukkan kontribusi Politeknik Negeri Ujung Pandang dalam melaksanakan salah satu kegiatan Tri Darma perguruan tinggi dengan melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [2] Adityo, A. (2017). *Pembuatan Virtual Reality Tour dengan Metode Gambar Panorama untuk Kampus Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin*. Universitas Hasanuddin.
- [5] Gumilang, R. R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14.
- [1] 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.
- [4] Kemenparekraf/Baparekraf RI. (2021). Virtual Tour , Alternatif Berwisata di Tengah Pandemi COVID-19. Retrieved from <https://kemenparekraf.go.id> website: https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Virtual-Tour%2C-Alternatif-Berwisata-di-Tengah-Pandemi-COVID_19
- [8] Novi, S., N. S. a s t y p r a t i w i H. e l e, & T a m a r a, N. a n d a. (2018). Aplikasi Virtual Tour Berbasis Multimedia Interaktif Pada Objek Wisata Qubu Resort Pontianak. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi (SEMNASITIK)*, 411–416.
- Rapitasari, D. (2016). Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Journal Ikopin*, 10(2), 107–112.
- [7] Suhendar, A., & Fernando, A. (2016). Aplikasi Virtual tour Berbasis Multimedia Interaktif Menggunakan Autodesk 3DS Max. *Jurnal ProTekInfo*, 3(1), 30–35.
- [6] Yanti, D. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Digital Tourism Sebagai Promosi Pariwisata di Toba Samosir. *Jurnal Darma Agung*, XXVII(April), 814–821.
- [3] Ade, Y. & Lisdianto, E. (2017)

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PKM Pelatihan Virtual Tour Berbasis Web Cloud dan Google Street View 360° bagi pemandu wisata pada travel agent Diza Travelindo menyampaikan ucapan terima kasih kepada Politeknik Negeri Ujung Pandang melalui P3M yang telah memberikan pendanaan sehingga pengabdian kepada masyarakat dapat terlaksana dengan baik.