

ANALISA DESKRIPTIF PASCAWEBINAR PARIWISATA

Heri Nuryanto

Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam

Informasi Artikel

Terbit: Juli 2022

Kata Kunci:

Covid 19
You Tube
Webinar
Upload
Pariwisata

ABSTRAK

Pandemi Covid 19 telah merubah tatanan kegiatan seminar indoor menjadi webinar. Melalui seperangkat aplikasi kegiatan webinar menjadi salah satu solusi kegiatan seminar, dimana pemateri dan peserta tidak perlu bertemu tatap muka. Akan tetapi salah satu kendala dalam kegiatan ini adalah kondisi jaringan internet yang kurang stabil sehingga mengakibatkan materi seminar kurang maksimal untuk di dapatkan oleh peserta. Untuk itu langkah mengupload hasil pelaksanaan seminar dalam kanvas Youtube merupakan salah satu alternatif dalam penyebaran informasi hasil seminar secara baik. Tujuan dari penelitian ini diantaranya adalah Untuk mengetahui berapa jumlah webinar yang diupload, data statistik deskriptif, jumlah kanal yang melakukan upload hasil pelaksanaan kegiatan webinar dengan tema pariwisata, dan Memperoleh hasil analisis kegiatan webinar tema pariwisata yang diupload di You Tube. Metode analisis data penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data observatif. Hasil penelitian, dalam rentan waktu tahun 2020 sampai dengan 2021 terdapat 14 konten webinar pariwisata dengan total views 57.550, dengan total durasi video selama 14 jam 53 menit 17 detik.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Heri Nuryanto,
Email: herihmi@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Segi positif wabah pandemi corona virus covid 19 telah membawa kemajuan teknologi informasi dan sistem informasi secara global yang diluar prediksi para pakar telematika. Baik dari segi kualitas maupun kuantitas penggunaan berbagai media platform teknologi digital terus mengalami peningkatan. Hampir disemua lini jalur nadi perekonomian, pendidikan, pemerintah, perusahaan, seni, hukum, perbankan, transportasi, pariwisata, kegiatan keagamaan, dan ratusan bidang lainnya telah terintegrasi dengan digitalisasi. Yang terbaru adalah dibidang penegakan hukum yang dilakukan oleh Kepolisian Republik Indonesia yaitu Electronic Traffic Law Enforcement (ETLE). Salah satu contoh terbaru dari penggunaan teknologi di dunia pariwisata indonesia adalah Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS), QRIS merupakan metode transaksi digital yang diinisiasi oleh Bank Indonesia (BI) untuk menyatukan berbagai QR code dari beragam Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP). QRIS bidang wisata olahraga golf diresmikan oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Salahuddin Uno. "Saat ini 5 (lima) lapangan golf di Wilayah Bali yaitu Lapangan Nusa Dua, Lapangan Pecatu, Bali Beach Golf, Pandawa Golf, dan Bali Handara Golf serta area water sport di Nusa Dua Bali sudah seluruhnya menerapkan protokol kesehatan dan digitalisasi berbasis QRIS. Harapannya, melalui peresmian ini akan semakin mendorong percepatan dan perluasan penggunaan QRIS di Bali yang saat ini telah mencapai 196.078 merchant", [1].

Dalam dunia penyebaran informasi elektronik, keberadaan teknologi Web Seminar (Webinar) merupakan terobosan baru, seperti tumbuhnya jamur dimusim hujan platform ini dalam waktu tidak begitu lama sudah menjadi trend baru. Banyak berbagai instansi baik pemerintah, swasta, dan pendidikan sudah tidak asing dengan konsep webinar. "Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) memastikan kita untuk selalu menjaga jarak fisik (physical distancing). Bahkan pada awal mula virus corona muncul ditengah kita kegiatan

sekolah dan pusat perbelanjaan terpaksa diliburkan. Warga diserukan untuk belajar dari rumah, bekerja dari rumah (work from home) dan beribadah di rumah. Pandemi corona telah merubah tatanan kehidupan 'normal baru' umat manusia dalam menjalankan aktifitas keseharian. Jarak yang memisahkan tidak membatasi kita untuk tetap melakukan pekerjaan dan pertemuan meski lewat dalam jaringan (daring). Webinar sudah menjadi kebiasaan baru dalam menuntut ilmu. Cukup dari rumah kita bisa mengikuti kajian online yang diselenggarakan tanpa harus datang ke lokasi acara. Hemat waktu, biaya dan tenaga. Sungguh pengalaman baru yang tak pernah terbayangkan sebelumnya", [2].

Berdasarkan hasil penelitian [3] menyatakan bahwa "adanya minat yang besar widyaiswara untuk mengikuti webinar ditunjukkan dengan 96,77% Widyaiswara telah mengikuti webinar di masa pandemi COVID-19 dan 90 % diantaranya mengikuti lebih dari 2 kali selama 10 minggu masa WFH. Selain itu 86,67% merasakan manfaat webinar yang diikuti terhadap peningkatan kompetensinya. Pertimbangan Widyaiswara mengikuti webinar terutama adalah materi yang menarik, mendapatkan sertifikat, dan gratis. Materi yang dianggap menarik dan bermanfaat oleh Widyaiswara terutama adalah materi yang terkait bidang spesialisasi Widyaiswara dan terkait teknologi pembelajaran daring". Sedangkan [4] menyimpulkan bahwa Pemanfaatan Webinar telah menjadi salah satu cara terbaik untuk menjangkau audiens dan pasar yang lebih besar. Dengan menggunakan software Zoom Meeting dan You Tube menjadi media komunikasi pemasaran dari Universitas Bina Sarana Informatika untuk menjangkau para calon mahasiswa sebagai bentuk kemudahan pengenalan kampus di masa pandemi Covid-2019.

Salah satu strategi dalam melakukan penyebaran hasil pelaksanaan kegiatan webinar yang dapat dilakukan adalah dengan mengupload di You Tube, ada beberapa keuntungan yang didapatkan dari strategi ini diantaranya adalah pertama, sebagai media pada saat kegiatan webinar yang jumlah pesertanya melebihi quota yang disediakan oleh panitia; kedua, media store yang dapat di tonton oleh khalayak secara luas yang tidak terikat oleh waktu pelaksanaan webinar; ketiga, tidak ada batasan akses pengguna walaupun ditonton secara bersamaan; keempat, dapat ditonton berulang-ulang sehingga materi dengan mudah dapat dipahami; kelima, menghasilkan pendataan tambahan (uang) sesuai dengan ketentuan yang telah diberlakukan oleh manajemen You Tube.

Dengan begitu banyak pilihan kegiatan webinar online pariwisata saat ini, membuat peserta seminar sulit mengambil keputusan akan mengikuti kegiatan seminar yang mana, tidak sedikit yang pelaksanaan kegiatan webinar yang jadwalnya bersamaan dengan kegiatan webinar lainnya. Selainya ada berbagai You Tube. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui berapa jumlah kegiatan webinar dengan tema pariwisata yang ada di You Tube.
2. Mengetahui data statistik deskriptif hasil kegiatan webinar tema pariwisata di You Tube
3. Untuk mengetahui berapa jumlah kanal yang melakukan upload hasil pelaksanaan kegiatan webinar dengan tema pariwisata
4. Memperoleh hasil analisis kegiatan webinar tema pariwisata yang diupload di You Tube

Webinar

Web seminar (webinar) merupakan seminar, presentasi, pengajaran ataupun workshop yang dilakukan secara online, yang dilakukan pada pada tempat terpisah antara pemateri dan peserta seminar. Dengan demikian peserta dan pemateri tidak perlu berkumpul pada tempat yang sama. Ada beberapa hal yang perlu dipersiapkan sebelum pelaksanaan kegiatan ini, diantaranya adalah:

1. Melakukan pendaftaran (registrasi)
2. Mencatat Link Webinar
3. Catat tanggal dan jamnya
4. Memperhatikan jumlah kuota peserta yang diberikan oleh panitia

Beberapa fitur umum yang saat ini ada dalam webinar seperti:

1. Web broadcast
Merupakan sebuah siaran web yang berbeda dengan webinar. Pasalnya dengan web broadcast seseorang bisa menghadiri hingga ribuan atau lebih pengguna. Berbeda dengan webinar yang hanya dapat dihadiri oleh puluhan atau ratusan orang pengguna saja.
2. Web conference
Merupakan sebuah telekonferensi yang juga berbeda dengan webinar. Pasalnya, jika dilihat dari sisi arah komunikasi maka webinar umumnya hanya dilakukan dalam satu arah saja. Berbeda dengan telekonferensi yang umumnya penonton dapat memberikan pertanyaan lewat pembicaraan mereka. Dari beberapa istilah di atas, agar Anda tidak semakin salah paham mengenai apa itu webinar maka berikut beberapa jenis apa itu webinar yang bisa Anda ketahui:
3. The Lead-Generation or Sales Webinar

Jenis webinar yang satu ini umumnya sering digunakan oleh para pemasar dalam meningkatkan leads. Webinar ini umumnya memungkinkan peserta untuk mendaftarkan diri dan email pada website. Barulah nantinya panitia dapat memberikan akses webinar pada materi atau modul yang ingin dijalankan. Namun jika memilih webinar yang satu ini, pastikan Anda tidak hanya mencari jumlah peningkatan leads namun juga berikan informasi yang benar-benar berguna. Pasalnya, webinar ini berfungsi untuk memberikan informasi serta pemahaman bagi pesertanya.

4. The One-Off For-Profit Webinar

Bagi Anda para pemasar yang ingin mencari sebuah keuntungan melalui webinar, maka bisa memilih webinar jenis ini. Hal ini karena setiap peserta yang ingin mengikuti webinar diharuskan untuk membayar terlebih dahulu. Adapun kelebihan yang didapat adalah pembicara dengan topik yang berkualitas serta profesional. Tentu saja setiap peserta akan mendapatkan ilmu sesuai jumlah uang yang mereka keluarkan. Bagi Anda yang ingin memilih webinar ini, maka ada baiknya untuk mempersiapkan kualitas ilmu sesuai dengan harga yang ditawarkan.

5. The Multi-Module Webinar or Webinar Series

Webinar ini umumnya dapat dikatakan sebagai jenis webinar terbaik. Pasalnya, webinar ini terdiri dari lebih satu episode dengan topik yang dipilih bisa dijelaskan secara komprehensif. Lebih dari itu, para peserta juga bisa memperoleh topik tambahan dengan cara mengajukan pertanyaan. Dalam memilih webinar jenis ini, apapun topik yang Anda pilih pastikan peserta benar-benar mendapatkan manfaat di akhir sesinya. Dengan begitu, mereka tidak menghadiri webinar secara cuma-cuma, [5].

Dalam perkembangannya yang begitu pesat pada tahun ini, beberapa aplikasi webinar yang dapat digunakan dan memiliki kualitas yang bagus diantaranya adalah:

1. Zoom

Zoom merupakan aplikasi video conference yang dibuat di negara China oleh miliarder, Eric Yuan pada tahun 2013. Fitur yang dimiliki sangat banyak dan dapat diakses secara gratis. Keuntungan dari pemakaian zoom sendiri adalah dapat menampung hingga 100 partisipan, serta mendukung kualitas suara dan gambar yang HD.

2. Google Meet

Google meet merupakan salah satu aplikasi yang dikembangkan oleh Google untuk membantu kegiatan online meeting. Google meet juga telah terintegrasi dengan G Suite. Anda dapat menggunakan aplikasi ini secara gratis dan telah tersedia pada perangkat website, desktop, dan mobile.

3. Platform Youtube Live

Saat ini, banyak orang yang menggunakan waktunya untuk mencari berbagai konten dan informasi menarik pada kanal video Youtube. Anda juga dapat memanfaatkan fitur yang disediakan untuk kebutuhan komunikasi dengan berbagai user, yaitu Youtube Live. Fitur ini sangat mudah digunakan, serta membutuhkan jaringan koneksi yang stabil.

4. Facebook atau Instagram live

Media sosial juga dapat dijadikan sebagai media untuk melaksanakan online meeting. Dimana, terdapat fitur seperti Facebook live dan Instagram live. Kedua fitur tersebut tergolong ke dalam webinar gratis dan dapat digunakan oleh banyak orang sekaligus.

5. WebinarJam

WebinarJam merupakan platform seminar online yang dikembangkan oleh sekelompok orang yang memiliki pengalaman dalam hal online marketing. Banyak sekali kemudahan yang dimiliki oleh aplikasi ini serta didukung dengan teknologi yang advanced. Anda dapat mencoba versi trial aplikasi atau beralih pada versi premium.

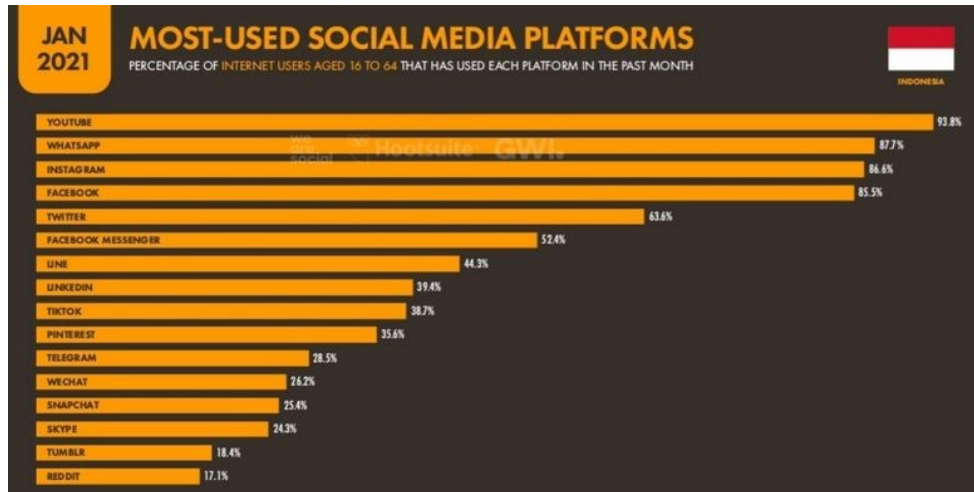
You Tube

Youtube adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan paypal pada Februari 2005, situs web ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi Adobe Flash video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten. Kebanyakan konten di Youtube diunggah oleh individu, meskipun perusahaan – perusahaan media dan organisasi lain yang sudah mengunggah material mereka situs

ini sebagai bagian dari program kemitraan Youtube. Media sosial youtube digemari oleh masyarakat untuk berbagi macam sarana. Baik untuk sekedar melihat video atau pun menggugah video kedalam youtube, [6].

YouTube sendiri mulai menjadi startup teknologi setelah menerima investasi dari Sequola Capital sebesar USD 11.5 juta. Video pertama yang diunggah di situs ini berjudul "Me at the zoo" yang menayangkan salah satu pendiri YouTube saat berada di Kebun binatang San Diego. Video ini diunggah pada 23 April 2005 dan masih dapat dilihat hingga saat ini, [7].

Riset terbaru mengungkap bahwa YouTube menjadi media sosial yang paling digemari di Indonesia dibandingkan platform lain. YouTube unggul atas WhatsApp, Instagram, Facebook, hingga Twitter. Menurut riset agensi marketing We Are Social dan perusahaan aplikasi manajemen medsos Hootsuite, YouTube menjadi medsos yang paling banyak digunakan dalam sebulan. YouTube digunakan oleh 93,8 persen dari total keseluruhan pengguna internet Indonesia yang berumur 16 hingga 64 tahun, [8].



Gambar Media sosial terlaris per januari 2021

Sementara WhatsApp, digunakan oleh 87,7 persen pengguna internet Tanah Air dengan rentang waktu dan umur yang sama. Kemudian diikuti oleh Instagram, Facebook, dan Twitter dengan jumlah pengguna masing-masing 86,6, 85,5, dan 63,6 persen. Meski paling banyak dipakai dalam sebulan belakangan, rata-rata lama penggunaan aplikasi YouTube ternyata masih di bawah WhatsApp. Jejaring sosial dari Facebook terlihat mendominasi. Mereka adalah WhatsApp di mana pengguna media sosial Indonesia rata-rata menghabiskan 30,8 jam per bulan, kemudian Facebook dengan 17 jam per bulan, dan Instagram dengan 17 jam per bulan. Adapun durasi rata-rata penggunaan YouTube, berkisar di angka 25,9 jam per bulan.



Gambar Rata-rata lama penggunaan per bulan

Sebagai informasi, riset terbaru dari WeAreSocial dan Hootsuite ini mencatat bahwa ada sekitar 170 juta pengguna yang aktif menggunakan medsos di Indonesia, di mana 168,5 juta di antaranya mengakses aneka platform tersebut dari smartphone, [8].

Youtube merupakan salah satu media sosial populer dan ditonton khususnya masyarakat Indonesia, hal ini tidak terlepas dari jaringan internet yang baik dan perangkat hardware yang murah dan dapat dijangkau oleh masyarakat kelas bawah, dikutip dari [9], beberapa manfaat yang didapatkan oleh pengguna youtube diantaranya adalah:

1. Memberikan Layanan Gratis

Secara umum, Youtube menawarkan layanan gratis khususnya untuk menikmati dan mengakses video-video yang masuk dalam sistemnya. Ini berarti bahwa untuk mengakses video apapun, seorang pengguna tidak perlu memiliki akun premium atau membayar sejumlah uang dalam skala waktu tertentu. Paling banter, seorang pengguna harus membeli pulsa dan menggunakan kuotanya untuk mengakses video-video yang menarik perhatiannya. Selain itu, pengguna dapat mengakses video-video tersebut secara gratis. Ketentuan yang sama juga berlaku pada layanan mengunggah atau menampilkan video dan membuatnya accessible oleh pengguna dan khalayak ramai. Kecuali dalam keadaan dan ketentuan tertentu, seperti video dengan kualitas tinggi, tingkat kecerahan maksimal dan berbagai fitur unggulan lainnya, tarif premium bisa diberlakukan. Ini biasanya dapat ditemukan pada akun-akun resmi perusahaan besar yang sudah memiliki nama dan menggunakan Youtube sebagai media promosi, branding atau sekadar melayangi kebutuhan pelanggan setianya.

2. Men-download (Unduh) Beberapa Video Tertentu

Selain memudahkan pengguna untuk mengakses dan atau menonton seluruh video yang masuk dalam database-nya, Youtube juga memungkinkan pengguna untuk mengunduh beberapa video-video tertentu. Video yang demikian biasanya berukuran HD atau High Definition sehingga jika seorang pengguna ingin menonton sebuah video berkali-kali, ia hanya perlu mengunduhnya. Setelah berhasil terunduh, sebuah video dapat disimpan di gadget masing-masing untuk dinikmati kapanpun tanpa menggunakan sambungan internet.

3. Mengakses dan Berbagi Informasi seputar Hal-Hal Teknis

Yang membuat Youtube istimewa karena ia menggabungkan beberapa hal mulai dari informasi, layanan audio serta layanan visual. Kombinasi tiga hal tersebut tentu lebih dapat membantu pengguna yang ingin mempelajari sesuatu karena ia mendapatkan gambaran utuh mengenai cara melakukan hal tertentu yang efektif serta tepat guna. Tak hanya menikmati informasi yang dibagikan pengguna lain, Youtube juga memungkinkan penggunaannya untuk berbagi informasi seputar hal yang mereka kuasai, semisal teknik berenang dengan berbagai gaya, trik melipat baju dengan cepat dan hasil yang rapi, cara bermain bola, simulasi mengatasi kebakaran, simulasi gosok gigi yang baik dan benar, simulasi stand up comedy dan lain sebagainya. Youtube di sini kemudian menjadi semacam rumah bersama di mana para pengguna secara aktif take and give pengetahuan tentang hal-hal teknis yang mereka kuasai.

4. Mengakses Video Streaming

Mengakses video streaming, baik live maupun tidak, merupakan manfaat lain yang ditawarkan Youtube. Siaran yang ditayangkan di televisi lokal, nasional bahkan internasional bisa diakses melalui Youtube, baik siaran tersebut tengah atau telah disiarkan. Karena itu, pengguna tidak perlu khawatir dan cemas akan ketinggalan siaran yang mereka suka, semisal pertandingan bola, cricket, siaran berseri atau siaran-siaran tertentu yang diminati. Jika mereka tengah di perjalanan dan tidak dapat mengakses TV, siaran di Youtube dapat sangat membantu. Hal yang sama juga terjadi ketika si pengguna ketinggalan menonton acara dan siaran kesayangannya karena satu atau lain hal. Ia hanya tinggal mengunjungi laman Youtube, memasukkan kata kunci yang sesuai di kotak pencarian dan beberapa hasil pencarian yang relevan akan muncul. Kotak pencarian Youtube ini, terletak di bar atas bagian kiri, tak ubahnya kotak ajaib pada search engine Google yang dapat memungkinkan penggunaannya mendapatkan informasi apapun yang mereka butuhkan.

5. Mengenalkan dan Memasarkan Produk

Sebagian besar pengguna Youtube juga menggunakan media sosial ini untuk menguatkan dan memajukan bisnis yang tengah dikelola. Memasarkan sebuah produk di dunia daring tak ubahnya membuka gerai baru yang dapat melayangi pelanggan dan konsumen dalam jumlah yang lebih besar. Ini utamanya cocok untuk para pebisnis online yang memasarkan dan mengenalkan produknya bermodal gadget dan sambungan internet. Hal ini juga semakin membuktikan bahwa manfaat jaringan komputer sangatlah dibutuhkan untuk mengkoneksikan banyak orang dalam satu lingkup, yaitu

internet. Youtube dalam posisinya sebagai gudang video dapat menjadi alat marketing efektif dalam mengenalkan dan memasarkan produk. Jika produk yang dipasarkan merupakan produk industri rumahan, misalnya, maka pemiliknya dapat mengunggah video tentang teknik dan proses pembuatan produk sehingga pengguna tidak berpikir dua kali tentang kebersihan dan proses produksi yang aman dan proporsional. Video yang diunggah ke Youtube juga bisa menjadi media ampuh untuk sekadar menampilkan katalog produk yang ditawarkan.

6. Mengakses Video Informatif

Jika Anda memerhatikan acara dan siaran TV belakangan, Anda akan banyak bertemu dengan keterangan bertuliskan Courtesy: Youtube di bagian bawah layar televisi. Hal tersebut menandakan bahwa tim kreatif acara tersebut banyak menggunakan Youtube sebagai referensi dalam menyusun konten acaranya. Ini sekaligus juga menandakan bahwa ada banyak sekali informasi yang bisa didapatkan hanya dengan mengakses Youtube, mulai dari video tentang berita terkini, berita lawas atau sejarah, video dokumenter mulai dari yang profesional hingga amatir, video tematik hingga video ensiklopedik dan lain sebagainya. Dengan begitu, jika Anda merupakan orang yang suka berburu informasi, apapun jenis informasinya, Youtube bisa menjadi medium yang sangat membantu. Berbagai rekaman CCTV juga banyak diunggah ke Youtube sehingga Anda akan banyak mendapatkan video-video tanpa skenario maupun rekayasa seperti pencopetan di sebuah swalayan, kecelakaan lalu lintas, fenomena alam, kejadian lucu dan lain sebagainya. Keunggulan ini juga berguna bagi pengguna dari berbagai segmen dan latar belakang. Seorang murid dapat memperoleh pelajaran tambahan dari Youtube, montir dapat mengetahui teknik otomotif tertentu, musisi amatir dapat mendapatkan simulasi bermain gitar yang benar dan lain sebagainya. Tak heran jika kemudian Youtube menjadi referensi yang sangat diminati untuk menggali informasi apapun yang dibutuhkan penggunanya. Namun, meskipun banyak video informatif, user perlu waspada terutama anak-anak yang akan mengakses video yang tidak sesuai dengan umurnya, karena dikhawatirkan nantinya akan menimbulkan hal buruk atau bahkan merusak moral anak tersebut. Dalam hal ini tentu saja orangtua perlu menaruh perhatian pada buah hatinya.

7. Mendukung Industri Hiburan

Seperti yang mungkin Anda lihat dalam kehidupan sehari-hari, utamanya jika Anda rajin menonton televisi, Youtube banyak berjasa menelorkan artis-artis papan atas di dunia hiburan. Meski tidak semua karier mereka bertahan lama, beberapa di antaranya tetap bersinar dan membuktikan kemampuannya. Di sisi lain, Youtube juga membantu pengguna untuk mengakses video yang mereka inginkan semisal video clip dari penyanyi atau band kesayangan, film dari aktor, aktris atau sutradara favorit, tayangan yang sedang in dan lain sebagainya. Sebagian dari video tersebut merupakan video bergenre hiburan, termasuk streaming siaran hiburan yang mereka lewatkan, sehingga kehadiran Youtube di sini sangat berperan penting dalam menyukseskan dan memajukan industri dunia hiburan. Itulah mengapa, para insan industri hiburan juga memanfaatkan keadaan yang demikian dengan mengiklanlan siarannya di Youtube.

8. Menguatkan Branding Lembaga/Insitusi

Selain rutin dikunjungi oleh para pebisnis yang ingin memasarkan produk, siswa yang ingin mengetahui video ilmiah terkait pelajaran yang mereka terima di sekolah, pengguna yang ingin mengetahui banyak informasi tentang hobi atau gaya hidup yang mereka miliki, Youtube juga digunakan sebagai media branding lembaga atau organisasi. Ini utamanya terkait dengan penguatan profil lembaga serta ekspansi untuk mendapatkan peluang kerjasama atau suntikan dana dari lembaga penyandang dana. Dengan merekam aktivitas rutin yang terjadi di dalam suatu lembaga atau lembaga-l lembaga binaannya, khalayak dapat memiliki gambaran lebih utuh mengenai suatu organisasi tertentu.

9. Mengetahui Respon dan Komentar Khalayak

Fitur 'suka' dan 'komentar' dalam Youtube sangat memudahkan pengguna yang mengunggah dan membagi sebuah video tertentu untuk mengetahui respon dan komentar konsumen terhadap kualitas maupun konten videonya. Ini tentu sangat berharga sebagai bahan evaluasi dan referensi dalam membuat video berikutnya

10. Memfasilitasi Pengguna Menguasai Skill Dasar Membuat Video

Tidak hanya memungkinkan penggunanya mengakses dan membagi video, Youtube juga memungkinkan mereka secara otodidak belajar mengutak-atik video dan menambah kualitasnya. Ini

misalnya dapat dilihat dalam fitur Youtube Editor. Meskipun fitur yang ditawarkan jauh lebih sederhana dan sedikit dibanding aplikasi edit video lainnya, layanan ini sangat cocok untuk pengguna. Minimal, mereka dapat mengetahui cara menggabungkan, memutar, memotong, slow motion hingga menemukan hak cipta musik gratis untuk ditambahkan kepada video yang dibuat pengguna.

2. METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini menggunakan studi kasus dalam arti penelitian difokuskan pada satu fenomena saja yang dipilih dan ingin dipahami secara mendalam, dengan mengabaikan fenomena-fenomena lainnya. Satu fenomena tersebut adalah hasil kegiatan seminar online yang hasilnya di upload di kanal You Tube.

Dengan menggunakan teknik pengumpulan data pengamatan. Metode atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indera mata dan dibantu dengan panca indera lainnya. Kunci keberhasilan observasi sebagai teknik pengumpulan data sangat banyak ditentukan pengamat sendiri, sebab pengamat melihat, mendengar, mencium, atau mendengarkan suatu objek penelitian dan kemudian ia menyimpulkan dari apa yang ia amati itu. Sehingga kegiatan pengamatan merupakan salah satu faktor utama dalam keberhasilan dan ketepatan hasil penelitian ini.

Observasi merupakan suatu penyelidikan yang dilakukan secara sistematis dan sengaja diadakan dengan menggunakan alat indera terutama mata terhadap kejadian yang berlangsung dan dapat di analisa pada waktu kejadian itu terjadi. Dibandingkan dengan metode survey, metode observasi lebih obyektif. Maksud utama observasi adalah menggambarkan keadaan yang diobservasi. Kualitas penelitian ditentukan oleh seberapa jauh dan mendalam peneliti mengerti tentang situasi dan konteks dan menggambarkannya sealamiah mungkin [10].

Metode analisis data yang digunakan dalam Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. “Metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme atau enterpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan observasi, wawancara dan dokumentasi), data yang diperoleh cenderung data kualitatif, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkontruksi fenomena, dan menemukan hipotesis” [11]. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling.

3. HASIL DAN ANALISIS

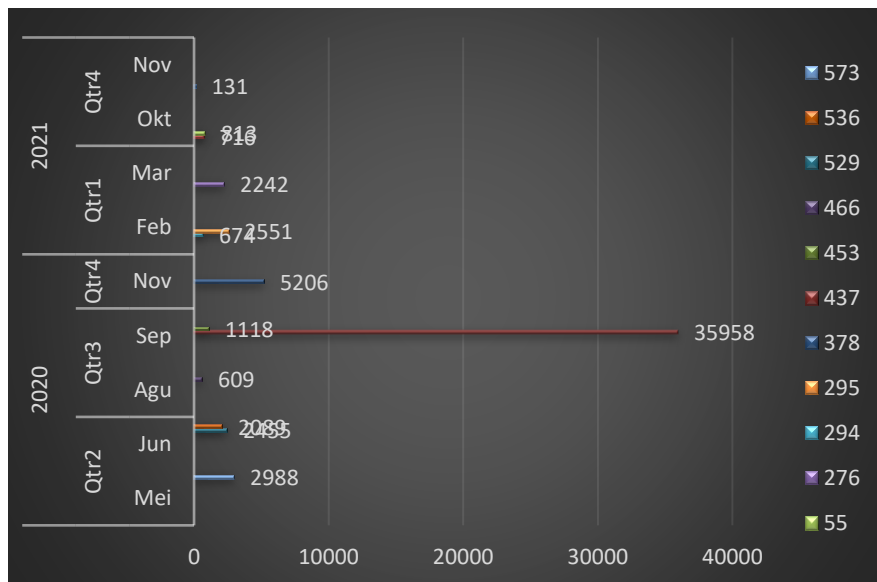
Berdasarkan hasil penelusuran di kanal Youtube tentang even kegiatan seminar dengan menggunakan kata kunci “pariwisata” didapatkan data sebagai berikut:

Tabel. Data hasil penelitian

No	Akun	Judul	Subscribers	Live Streaming	Views	Like
1	Kemenparekraf	Outlook Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif 2021	109.000	24 Nov 2020	5.206	127
2	Bisniscom	Berkolaborasi Menuju Pemulihan Sektor Pariwisata Nasional Sebagai Dampak Pandemi Covid-19	154.000	13 Okt 2021	813	20
3	Video Pendidikan Indonesia	Wanita Indonesia Dlm Pemulihan Pariwisata Indonesia Orientasi Global	312.000	26 Sep 2020	35.958	1.900
4	Universitas Prasetya Mulya	Kebangkitan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Di Era Pandemi	221.000	15 Feb 2021	2.551	87
5	Ditjen IKP Kominfo	Strategi Promosi Pariwisata Labuan Bajo Dalam Mendukung Peningkatan Perekonomian Nasional	985.000	16 Feb 2021	674	32
6	Galang kemajuan GK Center 2020	Pemberdayaan Umkm & Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Industri Pariwisata Pasca Covid	121	06 Mar 2021	1.817	73
7	Pusat Unggulan Pariwisata	Pariwisata Kaum Millennial - Kontribusi Kaum Millennial Dalam Pembangunan Pariwisata	27	28 Okt 2021	716	21
8	DESMA Center	Pariwisata Berkelanjutan: Investasi Usaha Wisata Di Kawasan Konservasi	86	28 Agu 2020	609	25
9	LPPM UNJ	Tantangan Dan Peluang Industri Pariwisata Di Masa Pandemi Covid-19	358	10 Sep 2020	1.118	43
10	ARS TV	Prodi Perhotelan Dan Manajemen Pariwisata	417.000	13 Mei 2020	2.988	264
11	Ikatan Geograf Indonesia	Strategi Pengelolaan Pulau-Pulau Kecil Untuk Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan.	377	06 Mar 2021	425	21
12	Kemenko Bidang Kemaritiman dan Investasi RI	Pengembangan Sdm Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Di Indonesia	777.000	26 Jun 2020	2.455	44
13	Genpi Indonesia Official	Pariwisata Dan Adaptasi Tatanan Baru By Genpi Indonesia	-	19 Jun 2020	2.089	45

14	FEB UNPAD	Eco Tourism Strategi Industri Pariwisata Indonesia Pasca Covid-19	188.000	20 Nov 2021	131	7
----	-----------	---	---------	-------------	-----	---

No	Judul	Age (07 Des 2021)	Duration (Hour)	Duration (Second)	Views (Day)	Like (Day)	Subscribers (Day)
1	Outlook Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif 2021	378	02.45.05	9.905	13,77	0,34	288,36
2	Berkolaborasi Menuju Pemulihan Sektor Pariwisata Nasional Sebagai Dampak Pandemi Covid-19	55	02.06.46	7.606	14,78	0,36	2.800,00
3	Wanita Indonesia Dlm Pemulihan Pariwisata Indonesia Orientasi Global	437	03.24.01	12.241	82,28	4,35	713,96
4	Kebangkitan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Di Era Pandemi	295	06.27.40	23.260	8,65	0,29	749,15
5	Strategi Promosi Pariwisata Labuan Bajo Dalam Mendukung Peningkatan Perekonomian Nasional	294	02.40.38	9.638	2,29	0,11	3.350,34
6	Pemberdayaan Umkm & Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Industri Pariwisata Pasca Covid	276	02.06.50	7.610	6,58	0,26	0,44
7	Pariwisata Kaum Millennial - Kontribusi Kaum Millennial Dalam Pembangunan Pariwisata	40	03.24.26	12.266	17,90	0,53	0,68
8	Pariwisata Berkelanjutan: Investasi Usaha Wisata Di Kawasan Konservasi	466	01.56.06	6.966	1,31	0,05	0,18
9	Tantangan Dan Peluang Industri Pariwisata Di Masa Pandemi Covid-19	453	02.48.56	10.136	2,47	0,09	0,79
10	Prodi Perhotelan Dan Manajemen Pariwisata	573	01.37.11	5.831	5,21	0,46	727,75
11	Strategi Pengelolaan Pulau-Pulau Kecil Untuk Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan.	276	02.46.31	9.991	1,54	0,08	1,37
12	Pengembangan Sdm Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Di Indonesia	529	01.38.09	5.889	4,64	0,08	1.468,81
13	Pariwisata Dan Adaptasi Tatanan Baru By Genpi Indonesia	536	01.51.35	6.695	3,90	0,08	-
14	Eco Tourism Strategi Industri Pariwisata Indonesia Pasca Covid-19	17	03.19.23	11.963	7,71	0,41	11.058,82



Gambar. Usia konten live streaming webinar pariwisata

Berdasarkan grafik diatas dapat disimpulkan bahwasanya jumlah terbesar views youtube yang menonton konten video dengan tema pariwisata pada quartal 3 (bulan agustus dan september 2020) jumlahnya mencapai 57.550 orang. Sedangkan jumlah orang yang melihat video tema pariwisata paling sedikit terjadi pada quartal 4 (bulan oktober dan november) sebanyak 131 orang dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam rentan waktu quartal ke 2 tahun 2020 sampai dengan quartal ke 4 tahun 2021 rata rata berjumlah 6394,44 orang.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas, maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan Memberikan pernyataan bahwa apa yang diharapkan, seperti yang tertera pada bab “Pendahuluan” pada akhirnya dapat menghasilkan bab “Hasil dan Pembahasan”, sehingga terjadi kecocokan. Selain itu juga dapat ditambahkan prospek pengembangan hasil penelitian dan prospek penerapan penelitian selanjutnya (berdasarkan hasil dan pembahasan).

1. Dalam rentan waktu tahun 2020 sampai dengan 2021 terdapat 14 konten webinar pariwisata dengan total views 57.550, dengan total durasi video selama 14 jam 53 menit 17 detik.
2. Dari 14 akun youtube, Akun Ditjen IKP Kominfo memiliki jumlah Subscribers 985.000.
3. Tema webinar Wanita Indonesia Dlm Pemulihan Pariwisata Indonesia Orientasi Global yang ditayangkan oleh akun Video Pendidikan Indonesia memiliki views terbanyak yaitu 35.958 kali penayangan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Redaksi9.com, "Digitalisasi Sport Tourism Berbasis QRIS," <http://www.redaksi9.com/read/4178/Digitalisasi-Sport-Tourism-Berbasis-QRIS>, Jakarta, 2021.
- [2] W. Dhany, "Webinar, Tren Belajar Masa Pandemi," <https://kumparan.com/dhany-wahab/webinar-tren-belajar-masa-pandemi-1tmeUO6ZV2a/full>, Jakarta Selatan, 2020.
- [3] S. Silvanita and E. Yulianto, "Webinar Sebagai Kegiatan Peningkatan Kompetensi Widyaiswara Pada Masa Pandemi Covid-19," *Paedagogia* Vol. 11, No. 2, pp. 113-119, 2020.
- [4] V. A. Gogali, M. Tsabit and F. Syarif, "Pemanfaatan Webinar Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Di Masa Pandemi Covid-2019 (Studi Kasus Webinar BSI Digination "How To Be A Youtuber And An Entrepreneur")," *Cakrawala* Volume 20 No 2, pp. 182-187, 2020.
- [5] PT. Cloud Hosting Indonesia, "<https://idcloudhost.com/mengenal-apa-itu-webinar-fungsi-manfaat-dan-cara-kerjanya/>," 20 Maret 2020. [Online]. Available: <https://idcloudhost.com/mengenal-apa-itu-webinar-fungsi-manfaat-dan-cara-kerjanya/>. [Accessed 29 Maret 2021].
- [6] merinoviyani52, "Youtube Dapat Berkembang dan Memberikan Manfaat Bagi Penggunaanya," 31 Desember 2020. [Online]. Available: <https://kumparan.com/merinoviyani52/youtube-dapat-berkembang-dan-memberikan-manfaat-bagi-penggunaanya-1uszpqr1RjY/full>. [Accessed 30 Maret 2021].
- [7] F. Azmil, "Sejarah singkat YouTube, situs video sharing terbesar," 02 September 2013. [Online]. Available: <https://www.merdeka.com/teknologi/sejarah-singkat-youtube-situs-video-sharing-terbesar-tekstory.html>. [Accessed 30 Maret 2021].
- [8] B. Clinton, "Pengguna Medsos di Indonesia Habiskan 25 Jam Per Bulan untuk Nonton YouTube," 24 Februari 2021. [Online]. Available: <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/17020027/pengguna-medsos-di-indonesia-habiskan-25-jam-per-bulan-untuk-nonton-youtube>. [Accessed 30 Maret 2021].
- [9] Sutiyono, "10 Manfaat Youtube bagi User," [Online]. Available: <https://dosenit.com/jaringan-komputer/internet/manfaat-youtube>. [Accessed 30 Maret 2021].
- [10] Semiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- [11] Lexy. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2007)