



KOMUNIKASI EKSTRA NORMAL DALAM MEMBANGUN PARIWISATA BUDAYA DI ERA NEW NORMAL

I Putu Agus Aryatnaya Giri ¹, I Made Girinata ², I Ketut Wiratmaja ³

¹UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar, Denpasar, Indonesia, Email: putugiri46@gmail.com

²UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar, Denpasar, Indonesia, Email: girinata71@gmail.com

³Kementerian Agama Kabupaten Tabanan, Tabanan, Indonesia, Email: iwiratmaja05@gmail.com

ABSTRAK

Mewabahnya virus corona di Indonesia, tentunya membawa dampak yang begitu signifikan di segala sektor kehidupan, salah satunya dibidang pariwisata budaya. Tertutupnya akses keluar masuk antar pulau, antar benua, dan antar negara menyebabkan “kekosongan” dalam destinasi wisata khususnya di Indonesia. Tujuan dari tulisan ini adalah untuk menganalisis tentang cara komunikasi pemerintah kepada masyarakat dalam aspek wisata budaya di era new normal dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Simpulan dari tulisan ini menunjukkan bahwa di tengah bayang-bayang angka positif Covid-19 di era new normal yang masih sangat tinggi, keinginan masyarakat untuk melepas penat dan berwisata melihat keindahan alam dan budaya Indonesia setidaknya dapat diwujudkan dengan penerapan aturan-aturan yang ketat dan pada akhirnya geliat masyarakat sektor pariwisata setidaknya dapat terlihat dan mewujudkan optimisme pada sektor-sektor produktif lainnya. Meskipun begitu, tantangan sepertinya datang dari masyarakat itu sendiri yang kadang tidak taat dengan aturan. Karena, pariwisata era new normal memang membutuhkan komunikasi ekstra normal dari pemerintah

Kata Kunci: Komunikasi, Pariwisata Budaya, New Normal

ABSTRACT

The outbreak of the corona virus in Indonesia, of course, has had a very significant impact in all sectors of life, one of which is in the field of cultural tourism. The closed in and out access between islands, between continents, and between countries has resulted in "vacancies" in tourist destinations, especially in Indonesia. The purpose of this paper is to analyze the way the government communicates to the community in the aspect of cultural tourism in the new normal era using descriptive qualitative research methods. The conclusion of this paper shows that in the midst of the shadow of the positive number of Covid-19 in the new normal era which is still very high, the public's desire to unwind and travel to see the beauty of Indonesian nature and culture can at least be realized by implementing strict rules and Finally, the stretching of the tourism sector community can at least be seen and manifest optimism in other productive sectors. Even so, the challenges seem to come from the society itself, which sometimes does not obey the rules. Because, tourism in the new normal era does require extra normal communication from the government..



Keywords : *Communication, Cultural Tourism, New Normal*

Copyright ©2020. *IHDN Denpasar. All Right Reserved*

I. PENDAHULUAN

Di Indonesia, perkembangan sektor pariwisata selama ini dirasakan mampu menggeliatkan perekonomian masyarakat dari tingkat kecil, menengah, sampai atas, bahkan dalam skala besar negarapun diuntungkan dengan masuknya devisa yang cukup banyak. Hadirnya wisatawan secara tidak langsung dianggap sebagai secawan madu rezeki bagi sejumlah kalangan mulai dari pedagang kecil, pengusaha industri pariwisata, akomodasi, pemandu wisata, dan lain sebagainya. Namun demikian, pesatnya perkembangan pariwisata bukan hanya sekedar memberikan pundi-pundi keuntungan ekonomis bagi para penggiat dan pelaku pariwisata, melainkan juga memberikan dampak keuntungan ekonomis bagi sektor-sektor lain di luar wilayah pariwisata. Namun, karena tuntutan untuk mencari keuntungan ekonomi semata, ada sejumlah hal yang pada akhirnya terkorbankan atau tidak diperhatikan. Misalnya saja, karena tuntutan penyediaan penginapan bagi para wisatawan, sejumlah tempat dibongkar untuk mendirikan hotel. Karena tuntutan pengembangan pariwisata terjadi pembebasan tanah besar-besaran.

(Sedyawati, 2002) menyatakan bahwa Indonesia adalah negara besar yang tersusun atas ribuan gugusan pulau kecil dan di dukung oleh beragam suku-suku bangsa. Dalam aspek budaya, negara Indonesia memiliki beragam budaya yang sifatnya original, mulai dari aspek religi, seni tari, pakaian, ritual, struktur sosial, dan lain sebagainya. Pengembangan wawasan pluralisme budaya dalam era sekarang ini sebenarnya sudah banyak sekali dipentaskan dalam berbagai forum. Namun, sejatinya budaya di Indonesia tidak akan sama dengan budaya di negara lainnya. Bahkan di Bali khususnya, aspek budaya dikatakan “metaksu” atau memiliki “spirit” yang khas dibandingkan dengan daerah lainnya karena

keberadaan agama Hindu mampu berbaur dengan budaya tersebut.

Semenjak mewabahnya virus corona di Indonesia, tentunya membawa dampak yang begitu signifikan di segala sektor kehidupan, salah satunya dibidang pariwisata budaya. Tertutupnya akses keluar masuk antar pulau, antar benua, dan antar negara menyebabkan “kekosongan” dalam destinasi wisata khususnya di Indonesia. Implikasinya adalah lumpuhnya perekonomian, mulai dari tutupnya usaha sektor pariwisata dalam sekala besar, pemberhentian sementara (dirumahkan) atau pemberhentian secara permanen bagi para pekerja di sektor pariwisata, serta para penikmat wisata (wisatawan) yang tidak bisa menikmati sensasi wisata budaya dalam kurun waktu yang cukup lama. Namun, saat ini pemerintah sudah memberikan sinyal untuk menggeliatkan kembali kehidupan yang baru “era new normal” yang tentunya harus disikapi dengan bijak oleh masyarakat secara umum tanpa mengabaikan himbauan pemerintah utamanya tentang protokol kesehatan di sektor pariwisata budaya. Maka dari itu penting rasanya pemerintah memberikan “komunikasi ekstra normal” dalam mengedukasi masyarakat agar mau taat, tertib, dan disiplin dalam berwisata di era “new normal” tanpa mengabaikan faktor kesehatan.

II. HASIL DAN PEMBAHASAN

2.1 Pentingnya Membangun Sektor Pariwisata Budaya Di Era *New Normal*

Deras dan padatnya aktivitas manusia di era modern nyatanya membuat rindu akan suasana santai, nyaman, aman dan tenang yang dianggap sebagai penyeimbang dari kesibukan tersebut. Pentingnya individu akan suasana santai dan refreasing ini perlu mendapat jawaban berupa wahana rekreasi dan hiburan yang sifatnya alami maupun buatan. Jawabannya tentu ada pada bidang

pariwisata. Apalagi masyarakat nampaknya sudah rindu berwisata karena selama ini “terkekekang dan stres” oleh mewabahnya virus corona covid-19.

Secara langsung ataupun tidak langsung, pengembangan wisata budaya tentunya diharapkan dapat membangkitkan kembali giat usaha sektor-sektor lainnya. Pengembangan wisata alam misalnya akan turut mendukung bangkitnya usaha-usaha lain, misalnya usaha transportasi yang sifatnya dikelola pemerintah maupun badan usaha milik perseorangan yang secara tidak langsung juga akan mendorong terealisasinya perbaikan jalan di sekitar wilayah pariwisata. Perbaikan sarana tersebut tentunya akan membuat penduduk di sekitar wilayah pariwisata tersebut semakin mudah mengakses pundi-pundi rupiah misalnya membuka tempat makan, maupun penginapan, yang pada akhirnya akan mampu mengangkat derajat sosial penduduknya. Dalam ruang lingkup yang lebih besar, pariwisata budaya membawa pengaruh bagi masyarakat dari berbagai penjuru dunia untuk bisa saling mengenal kebudayaan dari negara lain. Keingintahuan ini tentunya hanya dapat dijawab dengan melakukan perjalanan wisata, dan ini akan dapat mendatangkan keuntungan besar berupa masuknya devisa pada keuangan negara. Pada akhirnya, bisnis pariwisata budaya akan memberikan dampak ekonomis yang sangat besar dari tingkat masyarakat kecil sampai dengan Negara yang menaunginya.

Melihat uraian pernyataan diatas, membangkitkan lini sektor pariwisata budaya di era new normal tampaknya menjadi sesuatu yang urgen dan sangat perlu mendapat perhatian ekstra dari berbagai pihak khususnya pemerintah. Karena jika sektor pariwisata budaya di era new normal ini tidak mendapatkan atensi khusus, rantai simbiosis mutualisme pencarian nafkah mulai dari para pedagang, pengusaha hotel/penginapan, pemandu wisata, pengusaha transportasi maupun perekonomian negara akan terpengaruh

dalam aspek yang lebih besar, terlebih lagi masyarakat umum sebagai customer akan merasa hampa karena tidak bisa menikmati indahnya berwisata budaya dalam rentang waktu yang cukup lama.

2.2. Pentingnya Menjaga Lingkungan Budaya Dalam Pariwisata

Pariwisata budaya pada hakekatnya merangkul berbagai bidang, antara lain wisata yang berbasis alam (danau, gunung, pantai, air terjun) serta wisata budaya yang berbasis seni budaya keagamaan (upacara/ritus keagamaan, pakaian tradisonal, alat musik tradisional, lagu tradisional, tari tradisional, manuskrip tradisional, monumen tradisional). Kedua aspek wisata tersebut memang sangat menarik perhatian wisatawan. Namun, jika kita cermati secara langsung ataupun mencari di media sosial, yang sangat menarik perhatian para wisatawan khususnya manca negara adalah pariwisata budaya yang berbasis seni itu sendiri. Nampaknya mereka menganggap bahwa wisata yang berbasis alam hanya penting dinikmati untuk istirahat dan rehat saja. Meski demikian, tetap saja kita harus memperhatikan dan menjaga keasrian lingkungan alam sebagai wadah menggeliatnya pariwisata tersebut.

Mendominasinya ketertarikan para wisatawan manca negara akan indahnya budaya dapat kita lihat dari berbagai macam indikator. Misalnya, Pura Tanah Lot yang berada di wilayah Tabanan, Bali yang selama ini selalu ramai dikunjungi wisatawan. Pertama, selain eksotisme pemandangan Pura Tanah Lot yang mempesona, ternyata juga menyimpan nuansa religi yang begitu kental. kedua, disekitar DTW Tanah Lot tersebut juga menyediakan berbagai macam pernak-pernik cenderamata tradisional yang dijual oleh penduduk lokal yang menarik para wisatawan untuk membelinya. Ketiga, hampir setiap hari ada saja masyarakat Hindu yang bersembahyang atau melakukan ritual di Pura Tanah Lot yang menjadi keunikan tersendiri bagi wisatawan yang melihatnya. Yang terakhir adalah para wisatawan nampaknya merasa nyaman dengan keramah-

tamahan masyarakat Bali dalam menyambut kedatangan mereka.

Dalam waktu kedepan, tentunya pariwisata budaya akan lebih mendominasi minat para wisatawan. Hal ini juga dimotivasi oleh semakin langkanya nuansa tradisional yang khas dan original di negara-negara yang dikatakan maju dari segi perekonomian dan teknologinya. Karena langkanya hal tersebut, tentunya memantik rasa ingin tahu mereka akan bentuk budaya asli dari nenek moyang terdahulu. Jika pemerintah Indonesia khususnya di Bali terus-menerus konsisten mengelola dan melestarikan sektor pariwisata budaya tersebut meskipun dalam pengaruh suasana new normal, tentu akan dapat bersaing dengan negara-negara lainnya yang giat memajukan wisata budayanya seperti Jepang dan Korea. Namun, jika sektor pariwisata budaya ini tidak konsisten untuk dikembangkan, maka akan menyebabkan hampunya dunia pariwisata di Bali. Karena pariwisata yang hanya mengandalkan nuansa alam saja akan memberikan efek statis dan kejenuhan bagi para wisatawan.

Di sisi lain, pengembangan aspek budaya yang terlalu berorientasi pada pariwisata juga dapat menimbulkan efek negatif yang mengakibatkan para pelaku pariwisata terlalu “berorientasi pada bisnis”. Komersialisasi budaya dalam ruang “orientasi bisnis” tersebut merupakan bentuk transformasi budaya yang sifatnya negatif yang bisa saja mendegradasi budaya tersebut dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Empat masalah yang dapat ditimbulkan sebagai akibat dari terjadinya transformasi budaya tersebut, antara lain: ketahanan budaya dan konflik nilai, komersialisasi budaya, materialisme dan konsumerisme, serta konflik sosial yang ditimbulkan (Kartodirjo, 1992: 145).

Jika motivasi utama pariwisata tidak lagi berkonotasi pada pemeliharaan lingkungan budaya, maka kebudayaan tersebut nantinya rentan untuk dimanipulasi demi kepentingan bisnis semata. Ini tentunya berdampak pada munculnya kebudayaan-kebudayaan baru

yang tidak berlandaskan pada kepribadian dan identitas bangsa yang adi luhung. Perubahan yang tidak berakar pada hal tersebut, akan menghasilkan kebudayaan model baru yang sedikit demi sedikit akan menenggelamkan kebudayaan-kebudayaan tradisional yang luhur.

2.3. Konsep Pembangunan Dalam Budaya

Kompleksitas dalam pembangunan suatu bangsa dapat kita telaah dalam persoalan kesejahteraan, keadilan, dan daya guna yang belum terlaksana secara keseluruhan. Ada indikasi pelemahan yang mewarnai proses pembangunan yang bertumpu pada pertumbuhan ekonomi yang tinggi (Tjatra, 2004). Dari hal tersebut kemudian muncullah alternatif konsep pembangunan, antara lain *ecodevelopment* (konsep pembangunan berwawasan lingkungan) dan *sustainable development* (pembangunan berkelanjutan). Pendekatan pembangunan berwawasan lingkungan memandang keberlanjutan pembangunan dari sisi kehidupan masyarakat dan keadaan alam yang menggambarkan ekosistem setempat dalam upaya mengisi keperluan hidup manusia disekitarnya.

Budaya yang sifatnya modern menurut Feng (1999) membedakan dan menyepakati berbagai hubungan politik, budaya, ekonomi yang terjadi saat ini dan yang akan datang. Yang penting saat ini adalah bagaimana memberikan masyarakat ruang untuk mempelajari dan menganalisis mana modern dan tradisional, mana teknologi dan seni, mana jiwa dan tubuh, mana materi dan roh, dari sisi positif dan negatif sains dan teknologi. Karena dari sudut pandang tersebut kita akan bisa memahami mana yang baik dan buruk, mana yang menguntungkan dan merugikan. Pandangan seseorang tentang kebudayaan yang sifatnya pluralistik yang juga merupakan salah satu dari kebudayaan tradisional, demikian pula pandangan seseorang tentang ekonomi dan politik. Dengan demikian, hubungan antar budaya tidak hanya akan melampaui batas-batas wilayah, tetapi juga bertukar silang dalam dimensi waktu lampau ke masa depan.

Soedarso (1999) menyatakan bahwa kebanyakan ahli budaya yang menganggap bahwa sektor pariwisata sering menimbulkan dampak yang kurang baik, bahkan konotasinya menghancurkan perkembangan seni pertunjukan di negara berkembang. Ini mengindikasikan bahwa sektor pariwisata dapat merusak dan mengkomodifikasikan seni pertunjukan tradisional yang adiluhung. Seharusnya kemasan seni tradisional tersebut menggunakan konsep yang cocok dan benar. Kalau begitu, jelas nantinya sektor pariwisata akan dapat mendorong perkembangan seni tradisional adiluhung seperti musik dan tarian yang saat ini banyak ditampilkan sebagai hiburan.

2.4. Komunikasi Ekstra Normal Dalam Membangun Pariwisata Budaya Di Era New Normal

Menurut Ningrum (2020) New normal bukan dalam artian back to normal, namun pemerintah akan menentukan kebijakan yang tepat di waktu yang tepat juga agar bisa kembali beraktivitas lagi meskipun virus ini masih belum berakhir dan diprediksi ada dalam jangka waktu yang panjang, sehingga konsep new normal itu dapat berlaku pada saat dan pasca pandemi berlalu. Penyelesaian PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) pun diharapkan cepat direalisasikan di setiap daerah agar selaras dengan implementasi new normal yang sudah dinanti-nantikan oleh banyak orang.

Membuka sektor pariwisata budaya di tengah pandemi sesungguhnya memang beresiko tinggi. Kerja sama yang kondusif sangat dibutuhkan antara pemerintah, swasta dan masyarakat sebagai stakeholders pariwisata untuk tidak tergesa-gesa memulihkan keadaan ini seperti semula lagi yang utamanya akan tetap dapat dikontrol dengan baik. Ada banyak hal yang harus diperhatikan ketika melirik kegiatan pariwisata di Indonesia yang memang cukup menjanjikan dan menjadi magnet bagi para wisatawan. Mulai dari protokol kesehatan, akomodasi, infrastruktur, transportasi, maupun fasilitas yang ada di area wisata tersebut.

Rangkaian mitigasi bencana seperti sosialisasi, uji coba dan simulasi yang komplit harus disusun sebagai kesatuan paket untuk tetap menjaga keselamatan dan kesehatan publik. Bahkan dalam Pidato Presiden pada tanggal 28 Mei 2020 pun mengatakan akan ada aturan yang ketat agar tetap produktif berkegiatan sebagai bagian dari strategi untuk program pariwisata di dalam negeri yang aman dari Covid-19. Sehingga hal tersebut juga akan berdampak pada modifikasi dan trend pariwisata yang mungkin saja bisa berubah sewaktu-waktu. Dalam mengimplementasikan komunikasi pariwisata yang efektif dan efisien di era digitalisasi saat ini, dibutuhkan komunikasi yang sangat ekstra dan terbuka terutama jika dihubungkan dengan wisatawan sebagai konsumen utama dalam industri pariwisata itu sendiri. Pemanduan dan pengawasan new normal di setiap destinasi wisata, tentunya memang diprioritaskan untuk daerah yang sudah dinyatakan siap dibuka dan harus saling terkoordinasi dengan gugus tugas maupun kepala daerah wilayah masing-masing.

Pembukaan kembali objek wisata harus dilakukan bertahap. Super penting lainnya yaitu dukungan dari para pelaku sektor pariwisata dan ekonomi kreatif dalam pelaksanaan protokol new normal tersebut agar dapat bangkit kembali, seperti restaurant dan hotel. Mempromosikan industri pariwisata secara daring adalah inovasi yang terlihat di beberapa media sosial. Hal tersebut dapat dikemas semenarik mungkin untuk mengembalikan minat calon wisatawan. Kondisi yang ada pun tidak menghalangi hasrat para penggiat pariwisata untuk menikmati keindahan dan pesona nusantara sebagai salah satu dampak positif untuk terus menjaga eksistensi pariwisata di setiap daerah. Bersabarlah, kesempatan untuk memuaskan gairah kerinduan akan kegiatan berwisata akan segera dikeluarkan dan dilaksanakan.

Ali Nova (2020) menyatakan bahwa pemerintah melalui Menteri Kesehatan dengan keputusannya (KMK) bersama

Menteri Ekonomi Kreatif telah mengesahkan aturan mengenai protokol kesehatan untuk mengatasi virus corona (covid-19) dibidang pariwisata dan ekonomi kreatif. Ada tiga penekanan dalam keputusan tersebut diantaranya : kebersihan, kesehatan dan keamanan. Segala bentuk akibat yang ditimbulkan oleh pandemic covid-19 tersebut ditanggapi oleh pemerintah dengan berbagai kebijakan, meskipun nampaknya terkesan terlambat, termasuk disahkan Keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07/Menkes/382/2020 tentang Protokol Kesehatan Bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum Dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).

Kebijakan tersebut sudah seharusnya melalui koordinasi dengan berbagai pihak terkait, pertimbangan dan kajian yang matang serta yang tak kalah penting dapat terkomunikasikan dengan baik kepada pelaku, industri pariwisata dan calon wisatawan karena seperti kata Enrique Mendizabal (2015), komunikasi adalah sebuah orkestra di mana seorang dirigen harus memastikan bahwa semua musisi dalam orkestra mengikuti partitur dan juga mengontrol intensitas, volume, dan ritme lagu. Berbicara mengenai perencanaan dan kebijakan komunikasi, Kemenparekraf sebagai perwakilan resmi pemerintah yang menangani sektor pariwisata dan ekonomi kreatif harus mampu menjadi tumpuan dengan merencanakan dan menjalankan berbagai kebijakan, termasuk perencanaan dan kebijakan komunikasi, bagi pelaku di bidang tersebut. Tidak sekadar ada dan berjalan, tapi juga harus tersampaikan dengan baik sesuai dengan tujuan dari organisasi.

Secara definisi, pariwisata new normal kurang lebih bermakna kondisi di mana sektor pariwisata menerapkan tatanan baru untuk beradaptasi dengan Covid-19. Persiapan pariwisata dalam memasuki era new normal dinyatakan Menparekraf pada 28 Mei 2020 lalu dengan melalui tiga tahap yaitu pembuatan SOP di berbagai bidang

(seperti destinasi, hotel, dan restoran), simulasi, dan terakhir berupa sosialisasi dan uji coba di mana nantinya untuk penerapan akan dilakukan di daerah-daerah yang sudah siap seperti Bali. Kemudian pada tanggal 20-21 Juni 2020, Kemenparekraf menyelenggarakan kegiatan Sosialisasi tentang bagaimana kita mewujudkan kenormalan baru di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif yang dilakukan secara daring pada media Youtube. Isinya sesuai dengan arahan Menparekraf yaitu menitikberatkan pada implementasi kebersihan, kesehatan, dan keamanan di sektor Parekraf.

Kita bisa melihat penerapan implementasi tersebut melalui iklan yang ditampilkan berulang-ulang, antara lain pada destinasi wisata/tempat rekreasi, pusat perbelanjaan, dan kuliner. Intinya terdapat pada tiga imbauan utama saat pandemi Covid-19 yaitu rajin mencuci tangan, menggunakan masker, dan menerapkan jaga jarak yang disesuaikan dan dikolaborasikan dengan tempat dan kepentingan masing-masing pihak. Antara lain dengan penggunaan teknologi touchless pada tombol parkir dan lift, pengecekan suhu tubuh, imbauan transaksi non-tunai (melalui debit, kartu kredit, dan uang elektronik), pembatasan kapasitas area, tersedianya hand sanitizer dan tempat cuci tangan, jaga jarak di tiap area, dan jaminan kebersihan fasilitas dan produk.

Dengan keluarnya protokol kesehatan khusus sektor pariwisata dan ekonomi kreatif maka menjadi gong bagi industri pariwisata budaya dalam membuka tempat wisata di banyak daerah. Hal ini tentunya menjadi angin segar bagi segenap insan pariwisata Indonesia yang selama enam bulan ke belakang menjadi sangat menderita karena sumber penghidupannya terdampak Covid-19. Namun patut diingat, upaya-upaya komunikasi berupa sosialisasi implementasi protokol kesehatan perlu dilakukan secara intensif dan berkelanjutan dengan stakeholder-stakeholder terkait, dengan mengikuti peraturan dan SOP yang telah ditetapkan. Jangan lupakan juga komunikasi

ekstra secara terus menerus kepada masyarakat atau calon wisatawan sebagai pengguna yang bila abai akan aturan maka dapat berakibat fatal. Gunakan semua saluran komunikasi yang tersedia, baik offline (seperti event, media cetak, dan media luar ruang), online (media digital dan media sosial), dan komunitas yang concern dengan pariwisata seperti Kelompok Sadar Wisata dan Generasi Pesona Indonesia. Karena bagaimanapun, keberhasilan kebijakan pemerintah, dalam hal ini oleh Kemenparekraf, merupakan kunci keberhasilan bangkitnya pariwisata di Indonesia.

Di tengah bayang-bayang angka positif Covid-19 yang masih sangat tinggi, keinginan masyarakat untuk melepas penat dan berwisata melihat keindahan alam dan budaya Indonesia setidaknya dapat diwujudkan dengan penerapan aturan-aturan yang ketat dan pada akhirnya geliat masyarakat sektor pariwisata setidaknya dapat terlihat dan mewujudkan optimisme pada sektor-sektor produktif lainnya. Meskipun begitu, tantangan seperti datang dari masyarakat itu sendiri. Karena, pariwisata era new normal memang membutuhkan komunikasi ekstra normal dari pemerintah, dan tentu menjadi tanggung jawab kita juga untuk bersama-sama melalui krisis pandemi Covid-19 dengan menaati aturan-aturan yang sudah ditetapkan.

III. SIMPULAN

Membangkitkan lini sektor pariwisata budaya di era new normal tampaknya menjadi sesuatu yang urgen dan sangat perlu mendapat perhatian ekstra dari berbagai pihak khususnya pemerintah. Karena jika sektor pariwisata budaya di era new normal ini tidak mendapatkan atensi khusus, rantai simbiosis mutualisme pencarian nafkah mulai dari para pedagang, pengusaha hotel/penginapan, pemandu wisata, pengusaha transportasi maupun perekonomian negara akan terpengaruh dalam aspek yang lebih besar, terlebih lagi

masyarakat umum sebagai customer akan merasa hampa karena tidak bisa menikmati indahnya berwisata budaya dalam rentang waktu yang cukup lama.

Ketika melirik kegiatan pariwisata di Indonesia yang memang cukup menjanjikan dan menjadi magnet bagi para wisatawan, tetap harus memperhatikan beberapa hal, mulai dari protokol kesehatan, akomodasi, infrastruktur, transportasi, maupun fasilitas yang ada di area wisata tersebut. Di tengah bayang-bayang angka positif Covid-19 yang masih sangat tinggi, keinginan masyarakat untuk melepas penat dan berwisata melihat keindahan alam dan budaya Indonesia setidaknya dapat diwujudkan dengan penerapan aturan-aturan yang ketat dan pada akhirnya geliat masyarakat sektor pariwisata setidaknya dapat terlihat dan mewujudkan optimisme pada sektor-sektor produktif lainnya. Meskipun begitu, tantangan seperti datang dari masyarakat itu sendiri yang kadang tidak taat dengan aturan. Karena, pariwisata era new normal memang membutuhkan komunikasi ekstra normal dari pemerintah.

REFERENSI

- Adhika, I Made. 2012. *"Komodifikasi Kawasan Suci Pura Uluwatu"*. Denpasar, Udayana University Press.
- Atmaja, I Dewa Gede. 2012. *Ilmu Negara*, Malang: Setara Press
- Desky, M.A. 2001. *Manajemen Perjalanan Wisata*. Yogyakarta : Adicita Karya Nusa.
- Feng, Tian, 1999. *Pencarian Makna Perubahan: Kajian Awal Tentang Modernitas dan Tradisi, dan Kebangkitan Budaya Pluralistik. (pada Keragaman dan Silang Budaya.dalam Jurnal SPI Th. Ix-1998/1999)*. Bandung: Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia
- Kartodirdjo, Suyatno. 1992. *"Transformasi Budaya dalam Pembangunan" dalam Tantangan Kemanusiaan Universal*. Yogyakarta : Kanisius
- Mudana, I Gede. 2000. "Industrialisasi Pariwisata Budaya di Bali: Studi

- Kasus Biro Perjalanan Wisata di Kelurahan Kuta”. (Tesis) Denpasar: Universitas Udayana.
- Pitana, I Gede. 2008. *Kepariwisata Bali dalam Jejaring Nasional. Dalam Kebudayaan dan Modal Budaya Bali dalam Teropong Lokal, Nasional, Global* (Yudha Triguna, Editor). Denpasar: Widya Dharma.
- Picard, Michel. 2006. *Bali Pariwisata Budaya dan Budaya Pariwisata*. Terjemahan Jean Couteau dan Warih Wisatsana, Jakarta: Gramedia.
- Rahmanto. B. 1992. *Metode Pengajaran Sastra*. Yogyakarta. KANISIUS
- Roem, Mohamad, dkk. 1982. *Tahta Untuk Rakyat : Celah-celah Kehidupan Sultan Hamengkubuwono IX*. Jakarta : PT. Gramedia.
- Sedyawati, E.2002. *Indonesia Heritage: Seni Pertunjukan*. Jakarta: Buku Antar Bangsa.
- Soedarsono, R.M. (1999). *Seni Pertunjukan Indonesia di Era Globalisasi*. Yogyakarta : Depdikbud.
- Sumadi, Ketut. 2009. “*Kepariwisata Indonesia Sebuah Pengantar*”. Denpasar: Sari Kahyangan Indonesia.
- Sutrisna, Slamet. 1992. “*Budaya Keilmuan dan Situasinya di Indonesia*” dalam *Tantangan Kemanusiaan Universal*. Yogyakarta : Kanisius.
- Suwarno, P.J. 1992. “*Belajar dari Sejarah Yogyakarta untuk Memasuki Era Globalisasi*” dalam *Tantangan Kemanusiaan Universal*. Yogyakarta : Kanisius.
- Tnunay, Tontje. 1991. *Yogyakarta Potensi Wisata*. Klaten :CV. Sahabat.
- Tjatra, I Wayan, 2004 “*Eksistensi Kearifan Local Dalam Pembangunan Daerah Bali*”. Bahan matrikulasi program Pascasarjana (S2) Kajian Budaya Unud
- Ningrum, Dyaloka Puspita. 2020. Artikel “*Adaptasi Pariwisata Daerah dengan New Normal*”.
- Nova, Hikmawan Ali. 2020. Artikel “*Pariwisata Era New Normal: Tantangan Komunikasi Ekstra Normal*”.
<http://yakinchannel.blogspot.com/2016/08/makalah-tentang-pariwisata.html>: Makalah Tentang Pariwisata, diakses tanggal 10 Juli 2020