

**“STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA
DINAS PARIWISATA PROVINSI BANTEN
DI ERA COVID-19”**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada
Konsentrasi Hubungan Masyarakat Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh

Indra Permana 6662170044

UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA

SERANG, BANTEN

2021

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Indra Permana
NIM : 6662170044
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pariwisata Dinas
Pariwisata Provinsi Banten di Era Covid-19

Telah ditaji di hadapan Dewan Penguji Sidang Skripsi di Kota Serang, tanggal 02 Juli 2021 dan dinyatakan LULUS.

Setang, 02 Juli 2021

Ketua Penguji
Dr. Rahmi Winingsih, M.Si
NIP: 196810192005012001

Anggota
Dr. Bangga Galura Gunelar, M.Si
NIP: 198102212008121002

Anggota
Dr. Nantick Afrilla Fransatik, M.Si
NIP: 197704032003122001



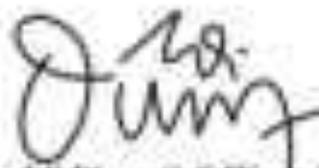
Simpetabai,

Dekan FISIP
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa



Prof. Dr. H. Ahmad Sibachudin, M.Si
NIP: 196507042005011002

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Irfi Durrati, S.Ekop, M.I.Kom
NIP: 197810152008011001

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Indra Permana
NIM : 6652170044
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pariwisata Dinas
Pariwisata Banten di Era Covid-19

Sarang, 17 Juni 2021

Skripsi ini Telah Disetujui untuk Disajikan

Menyetujui,

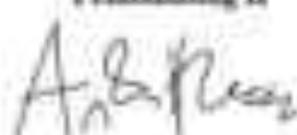
Pembimbing I



Dr. Nurhidayah Azzahra, S.Sos., M.Si

NIP: 197704032003122001

Pembimbing II



Andin Nesia, S.IK., M.I.Kom

NIP: 198206062006042001

Mengetujui,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi



Dr. Idris Daryati, S.IK., M.I.Kom

NIP: 1978101200501001

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di Bawah ini:

Nama : Indra Permana

NIM : 6662170044

Tempat, Tanggal Lahir : Sukabumi, 02 Desember 1998

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi Pariwisata Dinas Pariwisata Banten Di Era Covid-19 adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar. Apabila dikemudian hari skripsi ini terbukti mengandung unsur plagiat, maka gelar kesarjanaan saya bisa dicabut.

Serang, 17 Juni 2021

INDRA PERMANA

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Biarkan Kaki Melukis Hidup. Kemanapun Kau Hendak Pergi, Aku Ikut.”

Jangan Padam Ambisi.

PERSEMBAHAN

Semua perjuangan ini, untuk;

Umi dan Apa

ABSTRAK

Indra Permana. NIM 6662170044. Skripsi. Strategi Komunikasi Pariwisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten di Era Covid-19. Pembimbing I: Dr. Naniek Afrilla Framanik, S.Sos., M.Si dan Pembimbing II: Andin Nesia, S.IK., M.I.Kom

Penelitian ini membahas mengenai strategi komunikasi pariwisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten di era Covid-19 yang mana banyak aktivitas sosial di masyarakat dihentikan kelangsungannya termasuk sektor pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana keadaan pariwisata, formulasi kebijakan pariwisata, perencanaan program pelaksanaan kegiatan, dan aplikasi kegiatan terkait strategi komunikasi pariwisata di Dinas Pariwisata Provinsi Banten di era Covid-19. Konsep teori yang digunakan adalah Model Perencanaan Komunikasi Philip Lesly yang akan digunakan sebagai alat analisis penelitian. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan sifat deskriptif. Selain itu, pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara, studi literatur, dan dokumentasi yang selanjutnya dianalisis dengan metode *interactive model*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Banten di era Covid-19 saat ini dengan melaksanakan program kegiatan bernama Siaga Wisata yang dirancang dengan beberapa tahapan yakni: (1) Tahap analisis dan riset adalah banyaknya wisata air yang ada di Provinsi Banten, adanya pandemi Covid-19, dan menjaga keamanan dan kenyamanan para wisatawan. (2) Tahap perumusan kebijakan adalah memberikan rasa aman dan nyaman kepada para wisatawan dan menjalin strategi dengan institusi-institusi terkait. (3) Tahap perencanaan program pelaksanaan adalah menyiapkan tenaga atau mitra-mitra dalam siaga wisata dengan anggaran yang bersumber dari APBD. (4) Tahap kegiatan komunikasi adalah melalui saluran komunikasi tradisional, melalui media baru yakni platform Instagram @visitbanten.id dan portal berita online, dan melalui komunikasi publik surat kabar, baliho, dan spanduk. Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap pariwisata di Provinsi Banten di mana menyebabkan banyak sektor pariwisata harus dihentikan aktivitasnya.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Pariwisata, Model Perencanaan Philip Lesly.

ABSTRACT

Indra Permana. NIM 6662170044. Thesis. Tourism Communication Strategy of Banten Provincial Tourism Office in the Covid-19 Era. Mentor I: Dr. Naniek Afrilla Framanik, S.Sos., M.Si dan Mentor II: Andin Nesia, S.IK., M.I.Kom

This research discusses the tourism communication strategy of the Banten Provincial Tourism Office in the Covid-19 Era where many social activities in the community are stopped including the tourism sector. This research aims to find out how the state of tourism, formulation of tourism policy, program planning of implementation of activities, and application of activities related to tourism communication strategy in the Banten Provincial Tourism Office in the Era of Covid-19. The concept of theory used is the Philip Lesly Communication Planning Model which will be used as a research analysis tool. The research approach used is a qualitative approach with descriptive properties. In addition, the data collection in this study was conducted with observations, interviews, literature studies, and documentation which are then analyzed by interactive model methods. The results showed that the tourism communication strategy conducted by the Banten Provincial Tourism Office in the current Covid-19 era by carrying out an activity program called Siaga Wisata is designed with several stages, namely: (1) The analysis and research phase is so many of water tourism in Banten Province, the Covid-19 pandemic, and maintaining the safety and comfort of tourists. (2) The policy formulation phase shall be to provide a sense of security and comfort to the tourists and establish strategies with relevant institutions. (3) The planning stage of the implementation program shall be to prepare the personnel or partners in the tourism standby with a budget sourced from the regional revenues and expenditures budget. (4) The stage of communication activities is through traditional communication channels, through new media, namely the Instagram platform @visitbanten.id and online news portals, and through public communication of newspapers, billboards, and banners. The Covid-19 pandemic had significant impact on tourism in Banten Province where many tourism sectors had to stop activities.

Keywords: Communication Strategy, Tourism, Philip Lesly Planning Model.

PRAKATA

Bismillahirrahmanirrahim.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puja dan puji total hanya milik Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul “***Strategi Komunikasi Pariwisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten di Era Covid-19***” guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi hubungan masyarakat di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Dapat terselesaikannya penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang senantiasa memberikan dukungan dalam perjalanannya. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang mendukung dan membimbing penulis hingga akhir. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan balasan atas apa yang telah mereka berikan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa di dalam skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna, dilihat dari keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun penulis harapkan guna memperbaiki skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berkontribusi bagi keilmuan dan bermanfaat bagi pembaca serta bagi siapapun yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 12 Juni 2021

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Identifikasi Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Manfaat Teoritis	10
1.5.2 Manfaat Praktis	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Teoritis	11
2.1.1 Strategi Komunikasi.....	11
2.1.2 Model Perencanaan Philip Lesly	13

2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kajian Konsep.....	25
2.3.1 Komunikasi Pariwisata	25
2.3.2 Sistem Kepariwisataaan.....	29
2.3.3 Mengenal Covid-19	30
2.4 Kerangka Berpikir.....	34
BAB III	39
METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Paradigma Penelitian	39
3.2 Pendekatan Penelitian	40
3.3 Sifat Penelitian	41
3.4 Metode Penelitian	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5.1 Observasi.....	43
3.5.2 Wawancara.....	43
3.5.3 Studi Literatur	45
3.5.4 Dokumentasi	45
3.6 Prosedur Penelitian	46
3.6.1 Tahap Pra Lapangan	46
3.6.2 Tahap Pekerjaan Lapangan.....	46
3.6.3 Tahap Analisis Data.....	47
3.7 Uji Validitas Data	48
3.7.1 <i>Credibility</i>	48
3.7.2 <i>Transferability</i>	49
3.7.3 <i>Dependability</i>	50
3.7.4 <i>Confirmability</i>	50
3.8 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	50

3.8.1 Lokasi Penelitian.....	50
3.8.2 Jadwal Penelitian	51
BAB IV	52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	52
4.2 Deskripsi Subjek Penelitian	53
4.2.1 Sekilas Tentang Dinas Pariwisata Provinsi Banten	53
4.2.2 Sekilas Tentang Cantigi Tour & Travel.....	56
4.3 Hasil Penelitian	58
4.3.1 Program Siaga Wisata di Era Covid-19	70
4.4 Pembahasan.....	81
4.4.1 Tahap Analisis dan riset dengan mendiagnosa dan mengidentifikasi masalah	87
4.4.2 Tahap perumusan kebijakan dengan penentuan tujuan dan strategi	88
4.4.3 Tahap perencanaan program pelaksanaan dengan perencanaan mengenai fasilitas, tenaga, dan dana	90
4.4.4 Tahap kegiatan komunikasi dengan penentuan saluran komunikasi	91
BAB V.....	93
PENUTUP.....	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	95
5.2.1 Saran Teoritis	95
5.2.2 Saran Praktis	96
DAFTAR PUSTAKA	97
UCAPAN TERIMA KASIH.....	101
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	51
Tabel 4.1 Data Kunjungan Wisatawan Nusantara dan Wisatawan Mancanegara Provinsi Banten Tahun 2019 – 2020.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan di Provinsi Banten 2018.....	4
Gambar 1.2 Jumlah Kasus dan Negara Terkonfirmasi Covid-19	6
Gambar 1.3 Posisi Indonesia dalam Total Kasus Covid-19 di Dunia.....	6
Gambar 2.1 Model Perencanaan Komunikasi Philip Lesly	16
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	38
Gambar 4.1 Logo Cantigi Tour & Travel	
Gambar 4.2 Proses Perencanaan Program Kegiatan Siaga Wisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten Dengan Pengimplementasian Analisis Model Perencanaan Komunikasi Philip Lesly	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	105
Lampiran 2	106
Lampiran 3	109
Lampiran 4	111
Lampiran 5	116
Lampiran 6	119
Lampiran 7	121
Lampiran 8	123
Lampiran 9	127
Lampiran 10	130
Lampiran 11	131
Lampiran 12	132

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia terlahir sebagai makhluk sosial, interaksi individu satu dengan individu yang lainnya tentunya tak pernah bisa dipisahkan dalam setiap aktivitas manusia dalam sehari-harinya. Oleh karena itu, komunikasi menjadi sebuah bagian yang tak akan pernah terpisahkan dalam perjalanan kehidupan manusia. Komunikasi sendiri pada dasarnya merupakan sebuah cara yang dilakukan manusia untuk mendapatkan sebuah informasi atau pesan. Begitupun dalam sebuah organisasi, komunikasi menjadi sebuah hal yang sangat penting dalam menggerakkan roda organisasi untuk tetap berputar.

Komunikasi merupakan pengetahuan dan keterampilan paling penting yang harus dimiliki dalam berinteraksi dan berkehidupan antar manusia (Sihabudin, Winangsih, 2012:17). Komunikasi adalah sebuah kegiatan di mana seorang individu menyampaikan sebuah pesan melalui media tertentu kepada individu lainnya. Dalam sebuah proses komunikasi tentu saja tidak luput dari sebuah hambatan yang menghalangi sebuah proses komunikasi berjalan dengan maksimal hal tersebut tentu saja dapat menjadi salah satu tolak ukur dalam keberhasilan suatu komunikasi yang dilakukan.

Dalam sebuah organisasi, komunikasi adalah sebuah hal yang sangat penting adanya. Komunikasi memiliki peranan dalam menggerakkan roda organisasi melalui individu-individu yang ada di dalamnya agar bisa mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi. Begitupun dengan sebuah organisasi pemerintahan yang mana dituntut agar sejalan dengan tujuan yang ingin dicapai oleh pemerintah. Organisasi pemerintah dibuat berdasarkan kepada kehidupan sosial yang ada di masyarakat yang mana fokus dari tujuannya sendiri adalah untuk kesejahteraan masyarakat luas. Dalam hal ini,

organisasi pemerintah sendiri adalah untuk kesejahteraan masyarakat luas. Dinas Pariwisata Provinsi Banten sebagai sebuah institusi pemerintah yang mempunyai tugas dan fungsi melaksanakan urusan pemerintahan daerah di bidang pariwisata dan serta tugas pembantuan. Sebagai sebuah organisasi pemerintah yang memiliki tugas dalam bidang kepariwisataan tentunya Dinas Pariwisata Provinsi Banten mengetahui dengan baik hal-hal terkait pariwisata yang ada di Provinsi Banten termasuk tentang bagaimana kebijakan-kebijakan di dalamnya. Dinas Pariwisata Provinsi Banten sendiri membawahi empat kabupaten, yakni: Kabupaten Pandeglang, Kabupaten Lebak, Kabupaten Tangerang, Kabupaten Serang. Serta empat kota, yakni Kota Tangerang, Kota Cilegon, Kota Serang, dan Kota Tangerang Selatan yang ada di Provinsi Banten yakni sebagai wilayah tugasnya dalam melaksanakan urusan dan pembantuan dalam bidang pariwisata.

Provinsi Banten pada awalnya merupakan sebuah wilayah yang secara hukum berada di dalam wilayah Provinsi Jawa Barat. Namun sejak diresmikannya sebuah Rancangan Undang-Undang Pembentukan Provinsi Banten menjadi Undang-Undang Nomor 23 tahun 2000 tentang Pembentukan Provinsi Banten (Biro Umum Provinsi Banten, 2019). Sejak saat itu, Provinsi Banten resmi menjadi sebuah provinsi baru pemekaran dari Provinsi Jawa Barat sekaligus menjadi sebuah provinsi nomor ke-30 yang ada di Indonesia. Wilayah Provinsi Banten memiliki tanah terbentang seluas 9.160,70 km² yang mana pada bagian selatan, utara, barat dibatasi dengan lautan serta di bagian timur adalah daratan yang bersinggungan secara langsung dengan Provinsi Jawa Barat dan Provinsi DKI Jakarta (Wijono, 2017).

Nama Banten yang kita kenal saat ini memiliki sejumlah makna yang berbeda yang mana salah satunya adalah “katiban inten” yang berarti kejatuhan intan. Asal-usul dari kata “katiban inten” dilatar belakangi dengan sejarah panjang yang dimiliki oleh Banten yang semula menyembah berhala, yang mana nantinya berubah menjadi memeluk agama Budha. Sedangkan literatur lain memberikan keterangan bahwa Banten memiliki asal-usul dari “bantahan”

yang mana karena masyarakatnya saat itu menolak tunduk kepada kebijakan-kebijakan yang telah dibuat oleh Belanda saat itu (Alwan, 2021).

Letak geografis Provinsi Banten yang memang strategis tentu saja memberikan keuntungan-keuntungan secara sosial maupun ekonomi bagi provinsi ini. Di mana Provinsi Banten yang terletak dititik akhir sebelah barat Pulau Jawa yang mana Provinsi Banten berada di pintu Selat Sunda, Provinsi ini dapat dikatakan berfungsi sebagai gapura ujung barat dari Kepulauan Nusantara (Wijono, 2017). Dengan letak geografis seperti itu Provinsi Banten juga dianugerahi dengan menghamparnya kekayaan dan keragaman yang tersebar di seluruh wilayahnya khususnya dalam sektor pariwisata. Provinsi Banten memiliki banyak daftar-daftar tujuan wisata unggulan yang tersimpan di dalam harmoni kehidupan masyarakatnya. Terlihat dengan upaya dari Pemerintah Provinsi Banten yang mana gencar mempromosikan berbagai destinasi wisata di daerahnya agar semakin diakui oleh masyarakat lokal dan internasional. Di bawah ini adalah data jumlah kunjungan wisatawan di Provinsi Banten pada tahun 2018 yang peneliti kutip dari Jurnal Pariwisata Banten Dalam Angka Tahun 2019 yang diterbitkan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten, sebagai berikut:

Kecamatan	Jumlah Kunjungan Wisatawan		Total
	2018	2019	
Kec. Pandeglang	1.270	1.200.000	1.201.270
Kec. Lembang	60	100.000	100.060
Kec. Tangerang	10.000	10.000	20.000
Kec. Serang	1.270	1.200.000	1.201.270
Kec. Tangerang	100.000	1.200.000	1.300.000
Kec. Cilegon	100.000	100.000	200.000
Kec. Serang	1.270	1.200.000	1.201.270
Kec. Tangerang Selatan	1.000	1.200.000	1.201.000
Total	12.340	12.000.000	12.012.340

Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan di Provinsi Banten Pada Tahun 2018

Sumber: BPS Provinsi Banten, 2019:97

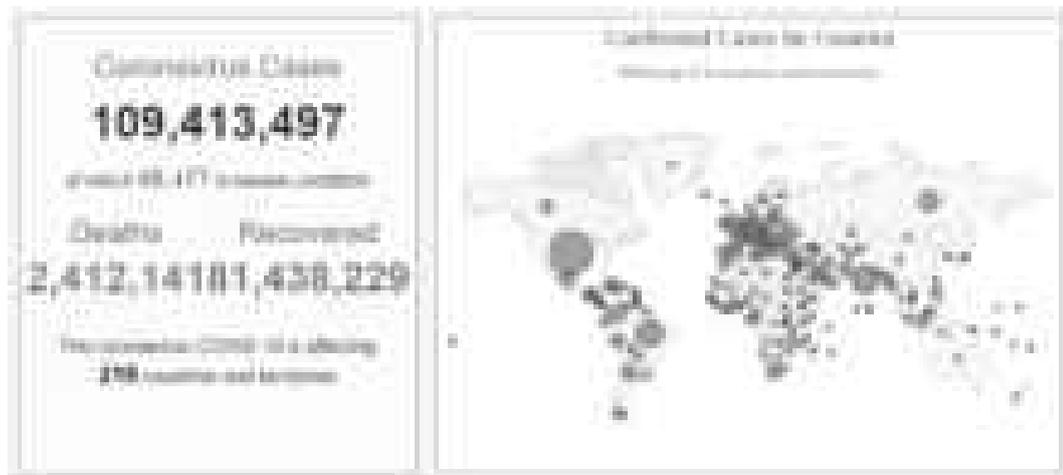
Terlihat dalam gambar di atas menyajikan sebuah gambaran bahwa sektor pariwisata di Provinsi Banten memegang potensi yang sangat besar mampu menarik kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara dengan jumlah gabungan dari keduanya mencapai 18,3 Juta kunjungan wisatawan di tahun 2018. Bukan tidak mungkin geliat pertumbuhan pariwisata Banten akan terus berkembang ke depannya yang mana seiring dengan pembangunan dan perbaikan sarana dan prasarana pendukung pariwisata di Provinsi Banten. Provinsi Banten sendiri saat ini sedang dalam membangun infrastruktur jalan yang akan menghubungkan akses secara langsung Kota Serang dengan Panimbang, jalan tol ini akan memiliki panjang 83,6 km yang bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas pariwisata yang ada di Provinsi Banten yang akan mendukung pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Tanjung Lesung yang memiliki luas sebesar 1.500 ha yang memiliki berbagai potensi wisata yang beragam di dalamnya seperti keindahan alam, Gunung Krakatau, keragaman flora dan fauna, serta kekayaan budaya (CNN Indonesia, 2021).

Provinsi Banten memiliki sebuah konsep wisata yang terdiri dari destinasi-destinasi wisata primadona yang ada di Provinsi Banten. Konsep wisata ini dikenal sebagai “*The Seven Wonders of Banten*”. Adapun *The Seven Wonders of Banten* sendiri terdiri dari destinasi-destinasi wisata (BPS Provinsi Banten, 2019:52), sebagai berikut:

1. **Situs Sejarah Kawasan Kesultanan Banten**, yang mana wilayahnya meliputi Museum Situs Kepurbakalaan Banten Lama, Keraton Surosowan, Masjid Agung, Benteng Speelwijk, Vihara Avalokitesvara, Istana Kaibon, serta Pelabuhan Karangantu.

2. **Taman Nasional Ujung Kulon**, yang mana wilayahnya meliputi Pulau Handeuleum, Pulau Panaitan, Pulau Peucang, Taman Jaya serta Gunung Honje Utara dan pulau kecil di sekitar Taman Nasional Ujung Kulon.
3. **Suku Baduy**, yang mana termasuk dengan budaya Kasepuhan Cisungsang.
4. **Kawasan Ekonomi Kreatif (KEK) Tanjung Lesung**, yang mana wilayahnya meliputi area seluas 1.500 ha.
5. **Pantai Anyer-Carita**, yang mana wilayahnya meliputi dengan kawasan Gunung Krakatau.
6. **Pantai Sawarna Lebak**, yang mana wilayahnya meliputi kawasan Pantai Carita serta Pantai Labuan.
7. **Sungai Cisadane**, yang mana termasuk dengan festival tahunannya yang dikenal sebagai Festival Cisadane.

Sebuah kabar yang tidak kita bayangkan sebelumnya yang mana di awal tahun 2020 kita ketahui bersama bahwa telah terjadi sebuah penyebaran virus baru yang bernama *Novel Coronavirus* (2019-nCoV) yang kerap kita dengar di masyarakat sebagai virus Covid-19 Corona yang menyebabkan kepanikan yang luar biasa di sejangat. Badan Kesehatan Dunia (*World Health Organization*) menerima laporan pertama kali dari Pemerintah China atas infeksi virus ini pada 31 Desember 2019 yang lalu di Kota Wuhan, China (Baskara Bima, 2019). Hingga akhirnya saat ini virus Covid-19 telah menjalar ke seluruh dunia dengan cepat layaknya diterbangkan oleh hembusan angin yang bertiup. Hingga saat ini, dalam data yang telah peneliti kutip dari virusncov.com terhitung sudah sebanyak lebih dari 109 juta total kasus terinfeksi oleh virus ini, yang mana tersebar di sebanyak 219 negara di seluruh dunia (Covid-19 Coronavirus, 2021).



Gambar 1.2 Jumlah Kasus dan Negara Yang Terkonfirmasi Covid-19

Sumber: Covid-19 Coronavirus, 2021



Gambar 1.3 Posisi Indonesia dalam Total Kasus Covid-19 di Dunia

Sumber: Covid-19 Coronavirus, 2021

Di negara kita kasus pertama terkonfirmasi Covid-19 sendiri terjadi pada tanggal 02 Maret 2020 lalu yang mana saat itu diinformasikan langsung kepada masyarakat Indonesia melalui sebuah keterangan pers yang disampaikan langsung Presiden Republik Indonesia yakni Bapak Ir. Joko Widodo di Istana Merdeka, Jakarta. Yang mana selanjutnya kasus demi kasus terkonfirmasi Covid-19 mewarnai berita-berita nasional setiap harinya yang menambah daftar panjang pasien-pasien positif Covid-19 di Indonesia. Pemerintah Pusat Republik Indonesia yang berada di bawah kendali langsung Presiden Republik Indonesia dengan didampingi oleh Satuan Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia

(Kemenkes RI), Badan Nasional Penanggulangan Bencana Republik Indonesia (BNPB RI) dan lembaga lainnya yang memiliki tugas untuk menanggulangi penyebaran virus Covid-19 di Indonesia mengambil inisiatif kebijakan yang dapat meredam aktivitas masyarakat Indonesia yang memang saat itu aktivitas dan mobilitasnya masih sangat tinggi meskipun di era pandemi Covid-19. Maka, Presiden Republik Indonesia yang dibantu oleh lembaga-lembaga terkait memutuskan sebuah kebijakan untuk melaksanakan pembatasan-pembatasan sosial bagi seluruh masyarakat berlaku di seluruh wilayah Indonesia, yang mana memiliki tujuan untuk mencegah merebaknya virus Covid-19 di Indonesia yang kian hari menimbulkan banyak korban terinfeksi dikarenakan tingginya aktivitas dan mobilitas masyarakat saat itu.

Bahkan hingga pada Januari tahun 2021 Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) masih berlangsung di beberapa wilayah di Indonesia dengan tujuan menekan merebaknya virus Covid-19 di masing-masing wilayahnya. Provinsi Banten sendiri aktif melaksanakan kebijakan pembatasan-pembatasan sosial di wilayahnya berawal dari kebijakan pertama kali yang dikeluarkan oleh Bapak Wahidin Halim selaku Gubernur Provinsi Banten dalam Surat Keputusan (SK) Gubernur Banten Nomor 443/Kep.209-HUK/2020 tentang penetapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Provinsi Banten Dalam Rangka Percepatan Penanganan Coronavirus Disease 2019 (Covid-19) (Provinsi Banten, 2020). Secara praktis dengan keluarnya Surat Keputusan Gubernur Banten tersebut akan melarang beberapa kegiatan-kegiatan sosial masyarakat di Provinsi Banten dalam beberapa waktu.

Sedari merebaknya penyebaran virus Covid-19 di negeri ini, banyak sekali sektor-sektor yang terdampak secara signifikan misalnya sektor ekonomi, sektor politik, sektor sosial, sektor transportasi, termasuk juga dengan sektor pariwisata yang harus dibatasi ataupun bahkan harus dihentikan keberlangsungannya selama pembatasan sosial masih berlaku. Hal tersebut akan memberikan dampak yang sangat-sangat besar dalam kehidupan masyarakat Indonesia sehari-harinya yang menggantungkan hidupnya pada

sektor pariwisata yang harus dibatasi ataupun dihentikan keberlangsungannya, misalnya jasa akomodasi, jasa penginapan, jasa rumah makan, jasa transportasi, atraksi wisata, tanda mata, jasa biro perjalanan, serta lainnya.

Dalam era Covid-19 yang berlangsung di Indonesia dan dunia saat ini, begitupun dengan pembatasan-pembatasan sosial berskala besar masih diterapkan di beberapa wilayah Indonesia guna menekan merebaknya virus Covid-19 dalam hal ini termasuk dengan Provinsi Banten yang mana masih dibatasi atau bahkan ditutup keberlangsungan dari destinasi-destinasi wisata yang ada di Provinsi Banten selama diberlakukannya pembatasan-pembatasan sosial berskala besar di Provinsi Banten.

Dalam keadaan sebagaimana yang peneliti uraikan di atas, Provinsi Banten menargetkan sebanyak 21 Juta wisatawan akan berkunjung ke Provinsi Banten pada tahun 2021 sebagaimana yang disampaikan Kepala Dinas Provinsi Banten Bapak M. Agus Setiawan kepada media Kompas.com (Rasyid Ridho, 2020). Sebagaimana yang telah peneliti kutip dari portal berita Kompas.com, sebagai berikut:

"Destinasi wisata terus kita benahi dan promosikan mulai dari sekarang. Kita optimistis kunjungan pariwisata tahun 2021 sebanyak 21 juta," kata Agus kepada Kompas.com, Senin (9/11/2020).

Untuk itu, dalam rancangan penelitian yang akan peneliti laksanakan akan melihat bagaimana sebuah organisasi pemerintah selaku pemegang kebijakan terkait pariwisata yang ada di Provinsi Banten dalam hal ini adalah Dinas Pariwisata dalam menyusun perencanaan dan kebijakan strategi komunikasi pariwisata di era Covid-19 saat ini.

Dengan sikap optimisme Dinas Pariwisata Provinsi Banten yang menargetkan jumlah kunjungan wisatawan ke Provinsi Banten sebanyak 21 juta pada tahun 2021 peneliti ingin mengetahui dan mendeskripsikan terkait bagaimana perencanaan dan kebijakan terkait strategi komunikasi pariwisata yang disiapkan di era Covid-19 saat ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang yang peneliti sampaikan di atas. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

“Bagaimana Strategi Komunikasi Pariwisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten Di Era Covid-19?”

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan perumusan masalah di atas peneliti mengidentifikasi permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini menjadi beberapa poin, sebagai berikut:

1. Bagaimana keadaan pariwisata di Provinsi Banten di era Covid-19?
2. Bagaimana formulasi kebijakan pariwisata yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Banten di era Covid-19?
3. Bagaimana perencanaan program pelaksanaan pariwisata yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Banten di era Covid-19?
4. Bagaimana aplikasi kegiatan komunikasi pariwisata yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Banten di era Covid-19?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan. Maka, tujuan dari dilaksanakannya penelitian memiliki beberapa poin, sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana keadaan pariwisata di Provinsi Banten di era Covid-19.
2. Mengetahui bagaimana formulasi kebijakan pariwisata yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Banten di era Covid-19.

3. Mengetahui bagaimana perencanaan program pelaksanaan pariwisata yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Banten di era Covid-19.
4. Mengetahui bagaimana aplikasi kegiatan komunikasi pariwisata yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Banten di era Covid-19.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan terlaksananya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini, sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi para peneliti dalam bidang Ilmu Komunikasi, selain itu dapat menambah wawasan-wawasan baru terkait komunikasi pariwisata yang dilaksanakan oleh-oleh institusi-institusi yang bergerak di dalam pariwisata di era Covid-19. Serta dengan adanya penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para calon peneliti yang tertarik dengan bidang komunikasi yang berkaitan dengan strategi komunikasi pada masa mendatang.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada khalayak luas terkait bagaimana perencanaan dan strategi komunikasi pariwisata di era Covid-19. Serta memberikan saran dan masukan terhadap pihak-pihak yang mungkin membutuhkan pengetahuan seputar penelitian ini pada masa mendatang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi sendiri merupakan sebuah perpaduan dari dua hal, yakni: perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi dalam upaya untuk mencapai sebuah tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana langkah-langkahnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung kepada situasi dan kondisi (Effendy, 2007:28-29).

Dari definisi strategi komunikasi peneliti simpulkan bahwa sebuah proses penyusunan pesan komunikasi yang akan dilaksanakan oleh organisasi haruslah dibarengi dengan strategi komunikasi, yang mana strategi komunikasi di dalamnya menyimpan sebuah perencanaan dasar yang tersistematis dari setiap rangkaian tindakan yang akan dilakukan oleh organisasi dalam upaya meraih tujuan yang telah diputuskan organisasi. Dengan menggunakan strategi komunikasi yang telah tertata sudah pasti akan memberikan kemudahan pada organisasi untuk memutuskan hal-hal yang harus dilakukan dalam meraih tujuannya. Maka, sebuah strategi komunikasi dalam organisasi keberadaannya dapat menjadi sebuah faktor yang sangat penting karena dapat menjadi penentu berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi yang dilakukan.

Strategi komunikasi, dilihat secara makro (*planned multimedia strategy*) ataupun sebaliknya secara mikro (*single communication*)

medium strategy) memiliki dua fungsi yang sama (Efendy, 2008:28), sebagai berikut:

1. Memiliki fungsi menyampaikan informasi secara meluas dari sebuah pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara terstruktur kepada khalayak yang dituju agar mendapat hasil yang maksimal saat pelaksanaan kegiatan komunikasi nantinya.
2. Memiliki fungsi untuk menjembatani ketimpangan budaya.

Keberadaan strategi komunikasi dalam sebuah perencanaan tentu saja memberikan nilai pengaruh pada efektivitas keberhasilan proses komunikasi. Untuk menyusun sebuah strategi komunikasi seseorang harus terlebih dahulu memahami apa itu fungsi dari strategi komunikasi, secara mikro (*planned multimedia strategy*) maupun makro (*single communication medium strategy*). Fungsi mikro, komunikasi yang dilakukan di dalam internal organisasi. Sedangkan fungsi makro, komunikasi yang dilakukan dengan pihak eksternal atau antar organisasi dengan lingkungannya.

Strategi komunikasi merupakan sebuah cara-cara, kiat ataupun taktik yang bisa dilakukan dalam melaksanakan perencanaan komunikasi (Cangara, 2014:66). Strategi komunikasi merupakan salah satu bagian dalam perencanaan komunikasi. Dikarenakan strategi komunikasi sendiri akan dilaksanakan setelah adanya suatu perencanaan komunikasi yang dirancang sebelumnya. Jika disusun dimulai dari adanya kebijakan komunikasi, lalu perencanaan komunikasi dirancang, kemudian dilanjutkan dengan taktik melalui strategi komunikasi dan yang terakhir adalah kegiatan komunikasi.

Yang harus diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi (Arifin, 1984:50), di antaranya sebagai berikut:

1. Mengenal khalayak, untuk dapat mencapai hasil yang baik dalam sebuah proses komunikasi yang dilakukan, maka proses komunikasi haruslah menciptakan sebuah persamaan kepentingan dengan khalayak yang dituju. Maka, mengenal khalayak dalam perencanaan komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting.
2. Menyusun pesan, bagian lain yang juga harus diperhatikan adalah proses penyusunan pesan yakni menentukan tema dan materi. Maka, dalam menyusun pesan harus disusun dengan baik agar dapat menarik perhatian.
3. Menetapkan metode, dalam penetapan metode sendiri haruslah disesuaikan dengan rupa pesan, kondisi khalayak, sarana prasarana, dan dana yang dimiliki oleh pelaku komunikasi.
4. Menganalisa, dalam mempengaruhi khalayak pelaku komunikasi haruslah mengerti tentang bagaimana khalayak yang menjadi sasaran agar dapat menyusun pesan komunikasi yang relevan. Maka, analisa merupakan hal yang penting untuk dilakukan.
5. Informatif, dalam sebuah proses komunikasi terdapat sebuah bentuk pesan yang bersifat informatif, yang mana sifatnya memberikan penerangan ataupun pemahaman terkait suatu dengan tujuan untuk mempengaruhi khalayak yang dituju.
6. Persuasif. Sifat dari persuasif adalah mempengaruhi khalayak melalui bujukan yang bertujuan untuk menggugah pikiran maupun perasaan.

Dari uraian di atas dapat peneliti simpulkan mengenai strategi komunikasi merupakan suatu cara-cara, kiat, rencana, langkah-langkah, ataupun rancangan yang dimanfaatkan oleh organisasi selaku pelaku komunikasi dengan tujuan untuk menyukseskan ataupun melancarkan sebuah proses komunikasi dengan pesan-pesan komunikasi yang efektif yang dapat mempengaruhi khalayak yang dituju agar dapat berjalan dengan baik dan tidak menemui suatu hambatan yang mungkin saja dapat menghambat tercapainya tujuan yang sudah ditetapkan oleh organisasi.

2.1.2 Model Perencanaan Komunikasi Philip Lesly

Dalam sebuah proses komunikasi yang akan dilaksanakan oleh pelaku komunikasi tentunya rintangan dan hambatan tidak pernah luput, yang mungkin saja akan menghalangi jalannya proses komunikasi (Cangara, 2014:43). Maka dari itu sebuah perencanaan komunikasi

mutlak diperlukan dalam proses komunikasi yang akan dilakukan, yang mana akan berguna untuk mengatasi segala rintangan dan hambatan yang mungkin menghalangi dalam prosesnya, agar proses komunikasi yang dilakukan dapat berjalan dengan efektif agar dapat mencapai tujuan atau target komunikasi yang ditetapkan. Adapun dari sisi fungsi dan kegunaan perencanaan komunikasi sangat diperlukan adanya untuk mengimplementasikan program-program yang telah dirancang guna mencapai tujuan atau yang telah ditetapkan oleh pelaku komunikasi, dalam hal ini bisa saja sebagai bentuk reputasi, pemasaran, memberikan informasi ataupun gagasan, pertalian kerja, ataupun pembangunan infrastruktur organisasi.

John Middleton mendefinisikan perencanaan komunikasi sebagai sebuah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak hanya mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu di antara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi (Cangara, 2014:47).

Perencanaan komunikasi merupakan sebuah upaya yang dilakukan yang bertujuan untuk menciptakan proses komunikasi yang efektif guna meminimalisir hambatan dan rintangan yang mungkin saja terjadi dalam proses komunikasi agar dapat diraihny tujuan yang telah ditetapkan.

Ada dua jenis perencanaan komunikasi (Cangara, 2014:50), di antaranya sebagai berikut:

1. Perencanaan komunikasi strategik, adalah sebuah perencanaan komunikasi yang berlandaskan kepada kebijaksanaan komunikasi yang menetapkan alternatif dalam mencapai tujuan jangka panjang, yang nantinya akan menjadi kerangka dasar untuk perencanaan operasional jangka pendek (Cangara,

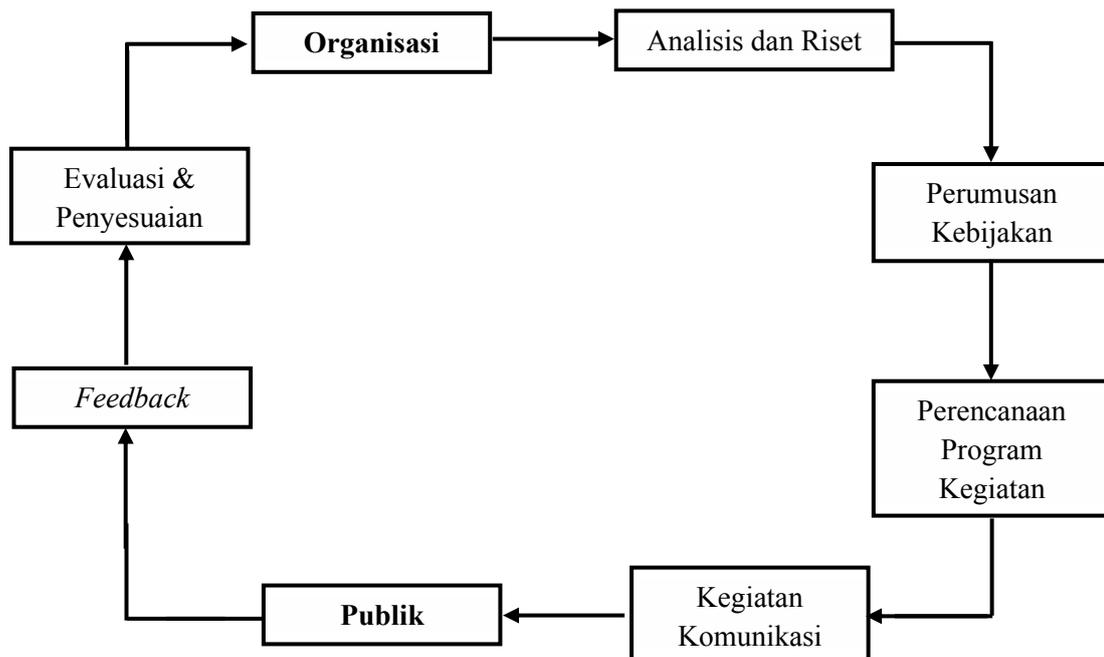
2014:50). Peneliti simpulkan bahwa perencanaan ini merupakan sebuah perencanaan komunikasi yang memiliki sifat jangka panjang yang mana nantinya dalam proses penggunaannya akan menjadi pedoman langkah bagi perencanaan komunikasi operasional.

2. Perencanaan komunikasi operasional, adalah sebuah perencanaan komunikasi yang membutuhkan tindakan pengekseskusion dalam bentuk aktivitas yang disusun untuk mencapai tujuan. Ada dua macam perencanaan komunikasi operasional, yakni pertama adalah perencanaan infrastruktur komunikasi (*hardware*) yang mana perencanaan ini bersifat teknis disebabkan terkait pada hal-hal seperti pengadaan alat-alat yang akan digunakan dalam pelaksanaan komunikasi. Kedua adalah perencanaan program komunikasi (*software*) yang mana perencanaan ini bersifat bukan benda, melainkan *knowledge resource* terkait dengan wawasan, kemampuan, struktur organisasi, dan perumusan kegiatan yang akan digunakan dalam proses komunikasi.

Philip Lesly sendiri memberikan sebuah model perencanaan komunikasi yang menggambarkan bahwa ada dua buah komponen utama dalam proses penyusunan perencanaan komunikasi (Cangara, 2014:74). Adapun dapat kita ketahui bahwa yang dimaksud dengan model itu sendiri merupakan sebuah visualisasi yang terstruktur serta sistematis yang mampu memperlihatkan setiap potensi-potensi penting yang berkaitan dengan aspek dari sebuah proses. Dua komponen utama dalam model perencanaan komunikasi Philip Lesly, di antaranya sebagai berikut:

1. Organisasi, pihak yang melaksanakan kegiatan.
2. Publik, pihak yang menjadi tujuan kegiatan.

Perlu kita ketahui, komponen organisasi memiliki empat tahapan yang akan menunjang proses penyusunan perencanaan komunikasi. Adapun, komponen publik memiliki dua tahapan yang akan menunjang dalam proses penyusunan perencanaan komunikasi.



Gambar 2.1 Model Perencanaan Komunikasi Philip Lesly

Sumber: Buku Perencanaan dan Strategi Komunikasi (Cangara, 2014:74).

Pada gambar model perencanaan komunikasi yang dikemukakan Philip Lesly di atas, menunjukkan empat tahapan komponen organisasi, sebagai berikut:

1. Analisis dan Riset
2. Perumusan Kebijakan
3. Perencanaan Program Pelaksanaan
4. Kegiatan Komunikasi

Sedangkan, menunjukkan dua tahapan komponen publik, sebagai berikut:

1. Umpan Balik
2. Evaluasi

Adapun organisasi yang dimaksud dalam hal ini dapat dalam berbagai bentuk yang ada di sekitar kita, seperti halnya institusi pemerintah, perusahaan swasta organisasi sosial, dan lain sebagainya. Berbagai macam organisasi-organisasi yang telah peneliti sebutkan sebelumnya tentunya membutuhkan praktisi khusus yang terampil dalam menangani masalah yang terkait komunikasi, baik itu untuk keperluan pencitraan, pemasaran, atau lainnya sesuai yang dibutuhkan oleh organisasi sebagai pelaku komunikasi. Dalam komponen organisasi sebagai bagian yang menggerakkan kegiatan, memiliki beberapa tahapan-tahapan yang harus dilakukan yang mana terdiri dari empat tahap yang diawali oleh analisis dan riset, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan, dan kegiatan komunikasi.

Pertama, analisis dan riset yang mana tahap dasar dalam proses penyusunan perencanaan komunikasi pada tahap ini organisasi sebagai pihak yang melaksanakan kegiatan diharapkan untuk dapat menemukan sebuah permasalahan yang dihadapi oleh organisasi. Pada tahap ini memiliki dua indikator di dalamnya yang akan membantu organisasi. Indikator pertama adalah diagnosa yang mana organisasi harus mengetahui apa saja penyebab masalah yang dihadapi. Setelah mengetahui apa saja masalah pokok yang dihadapi maka memasuki indikator yang kedua adalah identifikasi masalah yang mana tujuannya adalah organisasi memberikan tanda-tanda pada masalah yang dihadapi agar dapat dibedakan antara satu masalah dengan masalah yang lain.

Kedua, perumusan kebijakan yang mana adalah kesempatan organisasi untuk memecahkan masalah dengan dibuatnya strategi komunikasi yang mana sebelumnya telah melalui diagnosa dan identifikasi masalah.

Ketiga, perencanaan program pelaksanaan yang mana adalah organisasi harus telah mampu menetapkan hal-hal pendukung yang akan digunakan, seperti tenaga, dana, dan fasilitas yang akan mendukung strategi komunikasi yang telah disusun sebelumnya.

Keempat, kegiatan komunikasi yang mana adalah tahap terakhir dalam komponen organisasi, pada tahap ini adalah bentuk eksekusi kegiatan yang telah disusun melalui tiga tahapan sebelumnya. Dengan cara melaksanakan kegiatan dan menyebarluaskan informasi melalui saluran yang dimiliki (kelompok, tradisional, media baru, *focus group discussion*, publik) (Cangara, 2014:75).

Selanjutnya, publik adalah komponen kedua sebagai bagian yang menjadi sasaran kegiatan. Publik dapat berbagai macam jenis bergantung kepada organisasi apa yang melatar belakangnya. Misalnya saja, sebuah organisasi yang memiliki latar belakang di dalam sektor pariwisata tentunya akan memiliki publik terkait pariwisata pula misalnya penanam modal, pengusaha penginapan, pemilik rumah makan, penyedia jasa akomodasi, pengelola destinasi wisata, dan sebagainya. Dalam komponen publik sebagai bagian yang menjadi sasaran kegiatan memiliki dua tahapan, yakni umpan balik dan evaluasi. Adapun beberapa teknik untuk memperoleh umpan balik dengan menyebarkan kuesioner, melaksanakan wawancara, ataupun memfasilitasi sebuah forum *discussion group* untuk khalayak yang menjadi sasaran kegiatan dengan tujuan untuk mencari tahu mengenai pendapat, ide, keluhan ataupun saran yang nantinya dapat menjadi bahan ataupun dasar organisasi dalam membuat sebuah ketetapan dalam rangka evaluasi untuk kegiatan komunikasi selanjutnya.

Dinas Pariwisata Provinsi Banten yang merupakan sebuah organisasi pemerintah memiliki publik yang menjadi sasarannya adalah khalayak luas, khususnya adalah masyarakat Provinsi Banten. Yang

mana segala hal terkait perumusan perencanaan komunikasi yang dimulai dari analisis dan riset, perumusan kebijakan, perencanaan pelaksanaan kegiatan, hingga kegiatan komunikasi dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten. Sedangkan publik yang menjadi tujuan kegiatan memiliki peran sebagai penerima pesan sekaligus pemberi umpan balik atas kegiatan yang mana nantinya dapat digunakan sebagai bahan evaluasi kegiatan komunikasi selanjutnya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berguna sebagai salah satu rujukan penelitian dalam menambah wawasan dan pengetahuan terkait fokus penelitian dan teori yang sebelumnya telah digunakan oleh peneliti-peneliti yang lebih dulu meneliti. Adapun dalam hal ini, peneliti menemukan beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki fokus penelitian yang mirip dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti. Selain itu, peneliti juga mencoba dengan memperbandingkan antara hasil satu penelitian dengan yang lainnya, yang nantinya akan peneliti jadikan sebagai referensi maupun pembanding penelitian.

Penelitian pertama adalah sebuah penelitian yang dilaksanakan oleh saudari Jauza Alayya (2018), mahasiswa Universitas Brawijaya dengan Program Studi Ilmu Komunikasi, yang memiliki judul “Strategi Komunikasi Pariwisata Pasca Bencana (Studi Kasus Pada Pemerintah Provinsi Bali Pasca bencana Erupsi Gunung Agung Tahun 2017)” dalam penelitian yang dilaksanakan oleh saudari Jauza Alayya ini membahas tentang bagaimana Pemerintah Provinsi Bali menyusun strategi komunikasi pariwisata pasca bencana erupsinya Gunung Agung yang terjadi pada tahun 2017 lalu.

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa Pemerintah Provinsi Bali menyusun strategi komunikasi pariwisata pasca bencana adalah dengan melakukan penanganan dan pelayanan pariwisata, yang mana implementasi

tersebut dengan membuat sebuah *Standard Operating Procedure* (SOP) terkait mitigasi bencana. Selain itu, Pemerintah Provinsi Bali pun turut merancang dan melaksanakan perencanaan pemasaran pariwisata Bali. Yang mana program pemasaran pariwisata Bali pasca terjadinya bencana erupsi gunung Agung ini dinamai dengan program “Bali *Recovery*” dengan anggaran berjumlah 100 Milyar yang akan terkonsentrasi ke dalam dua fase pelaksanaan, yakni Fase Pendek yang dilaksanakan Oktober – Desember 2017 dan Fase Panjang yang akan dilaksanakan Januari 2018 – September 2019.

Penelitian ini dengan penelitian yang nantinya akan dilaksanakan oleh peneliti memiliki persamaan yang mana keduanya meneliti tentang bagaimana strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh sebuah institusi pemerintahan dalam menyusun strategi komunikasi pariwisata pasca bencana. Selain memiliki persamaan tentunya keduanya memiliki perbedaan satu sama lain yang mana penelitian yang dilaksanakan oleh saudari Jauza Alayya dilaksanakan di Pemerintah Provinsi Bali yang membahas tentang bagaimana strategi komunikasi pasca bencana erupsi Gunung Agung. Serta model atau teori yang digunakan dalam penelitian pun berbeda, yakni Model Pemasaran dan Promosi. Sedangkan peneliti akan melaksanakan penelitian di Dinas Pariwisata Provinsi Banten disaat era Covid-19 atau bencana masih berlangsung dan model atau teori yang digunakan adalah model perencanaan komunikasi Philip Lesly.

Penelitian kedua adalah sebuah penelitian yang dilaksanakan oleh saudari Ketut Chintya Adnyaswari dan Reni Nuraeni (2020), dua orang peneliti dari Telkom University yang memiliki judul “Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Pasca Erupsi Gunung Agung (Studi Deskriptif Pada Desa Tenganan Pegringsingan)” dalam penelitian yang dilaksanakan oleh saudari Ketut Chintya Adnyaswari dan Reni Nuraeni (2020) ini membahas tentang bagaimana Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem dalam upaya

meningkatkan kunjungan wisata ke Desa Tenganan Pegringsingan pasca erupsi Gunung Agung.

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem menyusun program perencanaan komunikasi untuk mengetahui karakteristik wisatawan, dengan empat tahap: analisis dan penelitian, mengidentifikasi masalah, mengkaji tujuan, dan melakukan survei. Yang mana hasil dari penelitian yang dilaksanakan menemukan bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem tidak berhasil meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Tenganan Pegringsingan pasca erupsi Gunung Agung dengan program strategi komunikasi yang dilakukannya.

Penelitian ini dengan penelitian yang nantinya akan dilaksanakan oleh peneliti memiliki persamaan yang mana keduanya meneliti tentang bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh sebuah institusi pemerintahan dalam menyusun strategi komunikasi pasca bencana. Selain itu, memiliki persamaan dalam penggunaan model atau teori yang digunakan sebagai alat analisis adalah model perencanaan komunikasi Philip Lesly. Selain memiliki persamaan tentunya keduanya memiliki perbedaan satu sama lain yang mana penelitian yang dilaksanakan oleh saudari Ketut Chintya Adnyaswari dan Reni Nuraeni dilaksanakan di Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem yang membahas tentang bagaimana strategi komunikasi dalam meningkatkan kunjungan wisata pasca erupsi Gunung Agung pada Desa Tenganan Pegringsingan. Sedangkan peneliti akan melaksanakan penelitian di Dinas Pariwisata Provinsi Banten disaat era Covid-19 atau bencana masih berlangsung.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Item	Jauza Alayya	Ketut Chintya Adnyaswari, Reni Nuraeni	Indra Permana
1	Judul	Strategi Komunikasi Pariwisata Pasca bencana (Studi Kasus Pada Pemerintah Provinsi Bali Pasca bencana Erupsi Gunung Agung Tahun 2017)	Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Pasca Erupsi Gunung Agung (Studi Deskriptif Pada Desa Tenganan Pegringsingan)	Strategi Komunikasi Pariwisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten di Era Covid-19
2	Tahun	2018	2020	2021
3	Tujuan Penelitian	Untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pariwisata pasca bencana erupsi Gunung Agung yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Bali, melalui program "Bali <i>Recovery</i> "	Untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem dalam meningkatkan kunjungan ke Desa Tenganan Pegringsingan pasca erupsi Gunung Agung	Untuk mengetahui dan mendeskripsikan mengenai strategi komunikasi pariwisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten di era Covid-19
4	Teori	Model Pemasaran dan Promosi	Model Perencanaan Komunikasi Philip Lesly	Model Perencanaan Komunikasi Philip Lesly
5	Metode	Kualitatif Deskriptif	Kualitatif Deskriptif	Kualitatif Deskriptif
6	Hasil Penelitian	Dalam penelitian ini peneliti dapat menyimpulkan bahwa Pemerintah Provinsi Bali	Dalam penelitian ini peneliti dapat menyimpulkan bahwa Dinas Pariwisata	

	<p>menyusun strategi komunikasi pariwisata pasca bencana adalah dengan melakukan penanganan dan pelayanan pariwisata, yang mana implementasi tersebut dengan membuat sebuah <i>Standard Operating Procedure</i> (SOP) terkait mitigasi bencana. Selain itu, Pemerintah Provinsi Bali pun turut merancang dan melaksanakan perencanaan pemasaran pariwisata Bali. Yang mana program pemasaran pariwisata Bali pasca terjadinya bencana erupsi gunung Agung ini dinamai dengan program “Bali <i>Recovery</i>” dengan anggaran berjumlah 100 Milyar yang akan terkonsentrasi ke dalam dua fase pelaksanaan, yakni Fase Pendek yang dilaksanakan Oktober – Desember 2017 dan Fase Panjang yang akan dilaksanakan</p>	<p>Kabupaten Karangasem menyusun program perencanaan komunikasi untuk mengetahui karakteristik wisatawan, dengan empat tahap: analisis dan penelitian, mengidentifikasi masalah, mengkaji tujuan, dan melakukan survei. Yang mana hasil dari penelitian yang dilaksanakan menemukan bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem tidak berhasil meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Tenganan Pegringsingan pasca erupsi Gunung Agung dengan program strategi komunikasi yang dilakukannya</p>	
--	--	---	--

		Januari 2018 – September 2019.		
7	Persamaan	Persamaan dalam penelitian yang mana keduanya meneliti tentang bagaimana strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh sebuah institusi pemerintahan dalam menyusun strategi komunikasi pariwisata pasca bencana	Persamaan dalam penelitian yang mana keduanya meneliti tentang bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh sebuah institusi pemerintahan dalam menyusun strategi komunikasi pasca bencana. Selain itu, memiliki persamaan dalam penggunaan model atau teori yang digunakan sebagai alat analisis adalah model perencanaan komunikasi Philip Lesly	Persamaan penelitian adalah kesamaan dalam meneliti tentang strategi komunikasi yang dilakukan oleh institusi pemerintah
8	Perbedaan	Perbedaan yang mana penelitian yang dilaksanakan oleh saudari Jauza Alayya dilaksanakan di Pemerintah Provinsi Bali yang membahas tentang bagaimana strategi komunikasi pasca bencana erupsi Gunung Agung. Serta model atau teori yang digunakan dalam penelitian pun berbeda, yakni Model Pemasaran dan Promosi.	Perbedaan yang mana penelitian yang dilaksanakan oleh saudari Ketut Chintya Adnyaswari dan Reni Nuraeni dilaksanakan di Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem yang membahas tentang bagaimana strategi komunikasi dalam meningkatkan kunjungan wisata pasca erupsi Gunung Agung pada Desa Tenganan	Perbedaan penelitian dengan penelitian terdahulu adalah di mana lokasi penelitian yang berbeda serta studi kasus yang berbeda pula.

		Sedangkan peneliti akan melaksanakan penelitian di Dinas Pariwisata Provinsi Banten disaat era Covid-19 atau bencana masih berlangsung dan model atau teori yang digunakan adalah model perencanaan komunikasi Philip Lesly	Pegringsingan. Sedangkan peneliti akan melaksanakan penelitian di Dinas Pariwisata Provinsi Banten disaat era Covid-19 atau bencana masih berlangsung	
9	Sumber	Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Brawijaya	Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi, Telkom University	Skripsi Ilmu Komunikasi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

2.3 Kajian Konsep

2.3.1 Komunikasi Pariwisata

Komunikasi pariwisata terbentuk dari meleburnya disiplin-disiplin keilmuan di dalam sebuah kajian terkait ilmu komunikasi serta pariwisata di mana selanjutnya melahirkan suatu kajian tentang komunikasi terkait pariwisata yang saat ini kita kenal dengan komunikasi pariwisata. Kajian keilmuan komunikasi memberikan sumbangsih teori-teori terkait komunikasi interpersonal, komunikasi persuasif, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa. Sedangkan, kajian pariwisata memberikan sumbangsih lapangan kajian terkait pemasaran pariwisata, objek pariwisata, aksesibilitas ke objek pariwisata, dan segala sumber daya serta kelembagaan terkait kepariwisataan (Bungin, 2017:92).

Komunikasi memiliki peran yang sangat vital dalam bidang pariwisata, karena komunikasi terdapat di dalam komponen dan bagian-

bagian pariwisata itu sendiri. Selanjutnya, Komunikasi tidak hanya terdapat dalam komponen pemasaran pariwisata, namun peranan komunikasi lebih dari itu, dikarenakan komunikasi terdapat pada semua komponen dan bagian yang ada di dalam pariwisata itu sendiri memerlukan sebuah proses komunikasi, baik itu komunikasi interpersonal, komunikasi persuasif, komunikasi kelompok, komunikasi massa, dan lainnya. Sektor pariwisata sendiri merupakan sebuah kompleks produk, yang mana memerlukan berbagai bentuk komunikasi untuk dapat mengomunikasikan pemasaran pariwisata, mengomunikasikan aksesibilitas pariwisata, mengomunikasikan destinasi pariwisata, dan sumber daya kepada wisatawan dan seluruh pemangku kebijakan di dalam pariwisata (Bungin, 2017:87).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pariwisata memiliki makna suatu hal yang berkaitan dengan perjalanan untuk rekreasi. Yang mana, kata pariwisata sendiri memiliki asal dari bahasa Sansekerta, terdiri dari dua suku kata yaitu pari dan wisata. Kata Pari sendiri memiliki makna berkali-kali, berputar-putar, banyak. Sedangkan kata Wisata memiliki makna bepergian, perjalanan. Dapat disimpulkan bahwa Pariwisata adalah sebuah perjalanan yang dilakukan berulang kali.

Pariwisata sendiri merupakan salah satu produk pelayanan khusus, dikarenakan produk pariwisata bersifat tidak berwujud dan tidak tahan lama yang mana produk-produk yang ditawarkan di dalam pariwisata tidak berbentuk seperti barang nyata yang bisa ditemui di pasar melainkan karena produk ini berupa jasa yang berada di tempatnya yang mana hanya bisa didapatkan dengan langsung mendatangi tempat tersebut (Pitana dan Diarta, 2009:155).

Pariwisata saat ini telah menjadi satu sisi yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan sosial di masyarakat, pariwisata era ini bertransformasi menjadi salah satu bagian dalam gaya hidup di mata

masyarakat, yang mana dengan seringnya seseorang berwisata dapat menunjukkan status sosialnya di lingkungan ia berada. Namun, kembali pada dasar dari pariwisata itu sendiri yang kita pahami sebagai sebuah perjalanan yang dilakukan beberapa kali atau berulang kali dengan berbagai maksud dan tujuan, seperti rekreasi, mengembangkan diri, maupun belajar dari daya tarik wisata yang dikunjungi.

Macam-macam bentuk pariwisata (Bungaran A.S, Flores T, Rosramadhana N, 2017:19), sebagai berikut:

1. Menurut asal wisatawan, sebuah perjalanan yang dilakukan oleh seorang atau kelompok dalam lingkup daerahnya sendiri disebut sebagai pariwisata lokal. Sedangkan pariwisata di luar wilayahnya yakni antarnegara yang disebut sebagai pariwisata mancanegara.
2. Menurut pengangkutan, pariwisata berdasarkan alat pengangkutan atau transportasi yang dinaiki oleh wisatawan untuk sampai ke tempat wisata, pada bagian ini dapat dibagi menjadi kategori-kategori sebagai pariwisata udara, pariwisata laut, dan lain sebagainya yang mana bersandar pada bagaimana wisatawan sampai di destinasi wisata yang ia tuju.
3. Menurut jangka waktu, kehadiran seorang maupun sekelompok wisatawan di suatu negara bakal dihitung menurut lamanya wisatawan tersebut menetap di negara yang menjadi tujuannya.
4. Menurut jumlah wisatawan, pariwisata berdasarkan jumlah wisatawan sendiri berpengaruh dalam pembagian jenis-jenis pariwisata dikarenakan dalam berwisata dapat dilakukan seorang diri maupun dalam kelompok. Sebagaimana yang kita kenal pariwisata tunggal maupun pariwisata rombongan.
5. Homogen atau Heterogen, pada hal ini kerap kali wisatawan yang berkunjung berasal dari satu wilayah atau negara yang sama.
6. Usia, usia dapat juga mempengaruhi jenis pariwisata. Sebagaimana sekelompok wisatawan berusia antara 15 hingga 18 tahun yang mana berasal dari sekolah yang sama mengunjungi objek wisata bersama. Dengan begitu, sekolah dan usia menjadi sebab terjadinya kelompok wisatawan yang berdasar pada usia wisatawan.
7. Jenis kelamin, kerap kali terdapat sekelompok wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata yang mana terdiri dari kaum laki-laki ataupun sebaliknya perempuan saja. Dalam hal ini adalah wisatawan laki-laki terdiri dari para Rohaniawan Katolik: Pastor atau Bruder.

8. Berdasarkan suatu program organisasi, pariwisata berdasar pada program organisasi sosial ataupun pemerintah yang telah direncanakan sebelumnya. Sebagai contoh, adanya prosesi serah terima jabatan ataupun pergantian pengurus.
9. Wisatawan luar angkasa dan antarplanet, ilmu pengetahuan yang semakin maju, dibarengi dengan keinginan manusia untuk bisa menjelajahi luar angkasa. Suatu saat nanti tidak bisa dipungkiri terjadinya perjalanan wisatawan luar angkasa ataupun antarplanet.

Perlu kita ketahui pariwisata sebagaimana industri-industri yang lainnya pariwisata tentunya memiliki produk-produk. Produk dari pariwisata sendiri merupakan segala hal terkait dengan pelayanan yang diterima wisatawan sejak ia pergi meninggalkan tempat asalnya, saat singgah atau berada di daerah wisata yang dikunjungi sampai pulang ke daerah asalnya. Adapun produk pariwisata dibedakan menjadi tiga bagian (Payangan, 2018:34), sebagai berikut:

1. Daya tarik objek wisata, daya tarik sendiri merupakan salah satu modal penting dalam sebuah pariwisata yang mana hal ini dapat mengundang wisatawan untuk berkunjung dan menjadi salah satu alasan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata. Daya tarik dalam hal ini termasuk di dalamnya citra yang dibayangkan oleh wisatawan.
2. Fasilitas daerah tujuan, fasilitas tidak dapat dipungkiri menjadi sebuah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari pariwisata, di mana fasilitas dapat menunjang daya tarik dan memberikan wisatawan kenyamanan selama berwisata. Fasilitas dalam hal ini meliputi akomodasi, usaha pengolahan makanan, hiburan, dan rekreasi.
3. Kemudahan akses, kemudahan akses menjadi salah satu faktor penentu dalam ramai atau tidaknya sebuah objek wisata dikunjungi oleh wisatawan, dikarenakan kemudahan akses dapat menjadi faktor penentu dalam berwisata. Selama ini mungkin kita seringkali mendengar banyak tempat wisata yang memiliki daya tarik dan fasilitas yang mumpuni namun sepi dikarenakan tidak terpenuhinya kemudahan akses menuju lokasi objek wisata sebagai sebuah produk wisata.

2.3.2 Sistem Kepariwisata

Berbicara terkait kepariwisataan di negara kita diatur melalui Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang

Kepariwisataan yang mana memiliki definisi sebagai keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha (Kementerian Keuangan, 2009).

Kepariwisataan tentunya tidak berdiri sendiri adanya seperti yang telah dijelaskan dalam definisi kepariwisataan yang terkandung dalam Undang-undang Republik Indonesia di atas yang menyatakan bahwa kepariwisataan bersifat multidimensi serta multidisiplin, yang mana tentu saja di dalamnya tentu saja memiliki pelaku-pelaku yang terkait satu sama lainnya dalam satu bingkai kepariwisataan. Terdapat empat pelaku kepariwisataan (Payangan, 2018:24), di antaranya sebagai berikut:

1. Wisatawan, wisatawan sendiri merupakan pihak yang melakukan kegiatan wisata, yang mana menjadi pihak utama dalam kegiatan pariwisata yang membuat pariwisata itu berjalan.
2. Dunia usaha, dunia usaha sendiri merupakan pihak yang mengusahakan berbagai fasilitas penunjang bagi wisatawan. Seperti yang telah peneliti jelaskan diatas daya tarik pariwisata tentulah harus dibarengi dengan segala bentuk fasilitas pendukung pariwisata yang dapat membuat wisatawan yang datang merasa nyaman dalam hal ini fasilitas pendukung pariwisata dapat diberikan oleh para pengusaha ataupun *investor*.
3. Pemerintah, pemerintah sendiri merupakan pihak yang berkewajiban dalam mewujudkan kehidupan yang sejahtera bagi masyarakat dengan kepariwisataan agar objek pariwisata yang ada di dekat tempat tinggal mereka dapat berdampak untuk kemajuan masyarakat sekitarnya.
4. Masyarakat, masyarakat sendiri merupakan pihak yang akan terlibat dan terkena dampak secara langsung dari kegiatan pariwisata yang berlangsung di daerahnya.

Keempat pelaku pariwisata diatas merupakan sebuah faktor penting dalam pariwisata yang tentunya tidak dapat dipisahkan

keberadaannya, yang mana masing-masing dari keempatnya memiliki peran masing-masing dalam kemajuan pariwisata, satu dengan yang lainnya saling terpaut dan mempengaruhi dalam perkembangan sektor kepariwisataan.

2.3.3 Mengenal Covid-19

Covid-19 atau *Novel Coronavirus* (2019-nCoV) merupakan sebuah penyakit menular yang diakibatkan oleh coronavirus jenis baru. Virus ini merupakan virus jenis baru dan penyakit yang sebelumnya tidak diketahui hingga terjadinya wabah di Kota Wuhan, Tiongkok pada Desember 2019 lalu. Covid-19 merupakan akronim dari Coronavirus Disease-2019 (Satuan Tugas Penanganan Covid-19, 2020).

World Health Organization (WHO) secara resmi mengumumkan penyebaran virus Covid-19 sebagai pandemi pada tanggal 9 Maret 2020. Yang berarti bahwa virus Covid-19 telah menyebar secara luas di seluruh dunia dan di luar kendali. Istilah pandemi sendiri memang terkesan menakutkan tapi sebenarnya pandemi tidak ada kaitannya dengan keganasan penyakitnya. Namun, lebih pada penyebarannya yang meluas.

Secara umum virus Covid-19 menyebabkan gejala yang ringan hingga sedang, seperti demam dan batuk, dan kebanyakan pasien positif Covid-19 dapat sembuh dengan penanganan dalam beberapa minggu. Namun, terdapat kelompok berisiko tinggi (orang dengan masalah kesehatan menahun, misalnya penyakit jantung, tekanan darah tinggi, dan diabetes. Selain itu, kelompok lanjut usia). Virus ini berpotensi untuk menyebabkan masalah kesehatan yang serius pada kelompok-kelompok tersebut. Oleh karena hal tersebut, sebagian besar korban dari virus Covid-19 berasal dari kelompok berisiko tinggi tersebut. Untuk itu sangat penting bagi masyarakat untuk memahami cara-cara yang dapat mengurangi risiko-risiko yang mungkin terjadi dengan mengikuti perkembangan informasi terkait virus Covid-19 serta mengetahui apa

saja yang harus dilakukan bilamana mengalami gejala-gejala dari virus Covid-19 (Satuan Tugas Penanganan Covid-19, 2020).

Indikasi infeksi Covid-19 pada umumnya antara lain rasa lelah, batuk kering, dan demam. Selain itu, terdapat juga yang mengalami rasa nyeri dan sakit, hidung tersumbat, pilek, sakit tenggorokan hingga diare. Namun, pada kasus infeksi yang lainnya tidak merasakan apa-apa, layaknya seperti orang sehat yang tidak terkena infeksi virus Covid-19. Pada kasus infeksi tersebut biasanya disebut sebagai Orang Tanpa Gejala (OTG) dikarenakan tidak mengalami gejala apapun dalam dirinya yang membuat orang tersebut tidak sadar telah terinfeksi. Apabila kita pernah berdekatan atau bahkan bersentuhan dengan orang yang memiliki gejala Covid-19 atau melakukan kegiatan bepergian ke tempat yang telah terjangkit. Maka segera laporkan ke pusat kesehatan masyarakat (Puskesmas) terdekat yang ada di lingkungan kita agar dapat segera ditangani oleh petugas kesehatan. Selanjutnya, bila dalam jangka waktu 1 hingga 14 hari kemudian mengalami gejala-gejala seperti di atas untuk segera melaksanakan isolasi diri (Satuan Tugas Penanganan Covid-19, 2020).

Hal-hal yang harus dilakukan ketika melaksanakan isolasi diri (Satuan Tugas Penanganan Covid-19, 2020), sebagai berikut:

1. Tentunya hal pertama yang harus dilakukan adalah untuk diam di rumah dan tidak boleh melakukan interaksi dengan masyarakat sekitar.
2. Menggunakan kamar terpisah sebagai ruang isolasi diri dari anggota keluarga lain.
3. Menjaga jarak aman lebih dari satu meter dari anggota keluarga lainnya yang berada di rumah.
4. Menggunakan masker selama isolasi diri dan menggantinya secara rutin.
5. Mengukur suhu tubuh setiap hari dan amati gejala yang dialami pada tubuh.

6. Hindari pemakaian bersama peralatan makan, peralatan mandi dan spreng dengan anggota keluarga yang lainnya yang berada di rumah.
7. Mencuci tangan secara rutin menggunakan *hand sanitizer* ataupun sabun dengan air mengalir.
8. Senantiasa berada di ruang terbuka dan berjemur di bawah sinar matahari setiap pagi hari.
9. Membersihkan permukaan benda atau alat yang sering disentuh dengan cairan disinfektan secara rutin.
10. Segera menghubungi petugas layanan kesehatan jika kondisi memburuk.

Virus Covid-19 dapat beralih dari satu tempat ke tempat lainnya melalui percikan cairan ketika batuk ataupun bernapas dari orang terinfeksi yang selanjutnya terhirup oleh orang yang belum terinfeksi yang ada di sekitarnya. Selain itu, virus ini juga dapat menyebar secara tidak langsung yang mana melalui benda-benda yang tercemar atau terkontaminasi virus akibat percikan atau sentuhan tangan yang tercemar virus. Perlu kita ketahui bahwa virus ini bisa tertinggal di permukaan objek-objek yang tercemar atau terkontaminasi dan dapat hidup selama beberapa jam hingga beberapa hari di permukaan yang terinfeksi. Namun, cairan disinfektan dapat membunuhnya secara langsung. Jika tangan tercemar atau terkontaminasi melalui percikan, virus dapat menyebar melalui sentuhan antar orang dengan orang yang lainnya, karena itu sangat penting untuk senantiasa mencuci tangan menggunakan *hand sanitizer* ataupun sabun dengan air yang mengalir. Selain itu, diharapkan untuk sementara waktu agar dapat menghindari salaman, saling mencium pipi ataupun kontak fisik secara langsung lainnya.

Cara-cara yang dapat dilakukan agar diri terlindungi dari merebaknya virus Covid-19 (Satuan Tugas Penanganan Covid-19, 2020), sebagai berikut:

1. Diharapkan untuk tetap tinggal di rumah. Bekerja, belajar dan beribadah dilakukan rumah masing-masing.

2. Jika harus keluar rumah karena mendesak, harus selalu menggunakan masker medis ataupun masker kain, selalu jaga jarak minimal satu meter, dan secara rutin mencuci tangan.
3. Hindari melakukan kontak fisik secara langsung dengan pihak-pihak yang sekiranya memiliki indikasi terinfeksi virus Covid-19. Dan lakukan komunikasi menggunakan media tertentu.
4. Selalu menghindari berkelompok ataupun hal yang memicu konsentrasi orang untuk berkerumun.
5. Dilarang menyentuh mulut, hidung, maupun mata yang merupakan pintu masuk bagi virus.
6. Rutin mencuci tangan menggunakan *hand sanitizer* ataupun sabun dengan air mengalir.
7. Saat batuk maupun bersin, diharapkan untuk segera menutup mulut serta hidung dengan tisu maupun siku terlipat.
8. Segera memberitahu petugas layanan kesehatan jika mengalami gejala-gejala virus Covid-19.
9. Jika petugas layanan kesehatan menyuruh untuk melaksanakan isolasi diri wajib dipatuhi.
10. Terbukalah dan berterus terang tentang keadaan kita pada orang lain di sekitar.

Hingga saat ini, belum ada obat khusus yang disarankan untuk mencegah atau mengobati penyakit yang disebabkan virus corona jenis baru ini (Covid-19). Korban yang telah terinfeksi dengan virus harus menerima perawatan yang tepat untuk meredakan dan mengobati gejala-gejala yang terjadi. Dan untuk korban terinfeksi yang mengalami gejala-gejala sakit secara serius harus segera dirujuk ke rumah sakit agar segera bisa ditangani dengan baik dan benar oleh petugas layanan kesehatan yang ada.

Adapun sebagian besar korban yang telah terinfeksi dapat sembuh dengan perawatan-perawatan oleh petugas layanan kesehatan untuk gejala yang dialami. Beberapa perawatan yang secara spesifik saat ini tengah diteliti oleh para ahli kesehatan di seluruh dunia dan akan melalui uji klinis. *World Health Organization* (WHO) pun turut membantu

mempercepat upaya penelitian dan pengembangan dengan sejumlah mitra yang ada di seluruh dunia (Satuan Tugas Penanganan Covid-19, 2020).

World Health Organization (WHO) menyatakan bahwa paling cepat vaksin untuk menangani pandemi virus Covid-19 atau corona akan tersedia pada tahun 2021 yang akan datang.

2.4 Kerangka Berpikir

Menyebarnya virus Covid-19 sejak awal tahun 2020 yang lalu membawa dampak perubahan yang sangat-sangat besar pada aktivitas manusia di seluruh dunia, tak terkecuali dengan masyarakat yang ada di Indonesia dikarenakan sangat banyak sekali sektor-sektor yang terdampak secara signifikan mulai dari sektor ekonomi, sektor sosial, sektor politik, sektor transportasi dan akomodasi termasuk juga dengan sektor pariwisata harus dibatasi ataupun bahkan harus dihentikan keberlangsungannya karena banyak pemerintah yang melaksanakan pembatasan-pembatasan sosial kepada masyarakatnya guna mencegah menyebarnya virus Covid-19 yang semakin meluas karena aktivitas atau mobilitas masyarakat sehari-hari. Di Provinsi Banten sendiri berdasarkan pada Surat Keputusan (SK) yang dikeluarkan langsung oleh Gubernur Banten tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang berlaku di seluruh wilayah Provinsi Banten. Yang mana hal tersebut tentunya secara praktis akan membatasi segala bentuk aktivitas sosial yang biasanya berlangsung di masyarakat, termasuk dalam hal ini sektor-sektor pariwisata yang ada di Provinsi Banten.

Dinas Pariwisata Provinsi Banten merupakan institusi pemerintahan yang dibentuk dan diberi tugas dalam mengelola segala hal yang berhubungan dengan pariwisata, khususnya pariwisata yang berada di wilayah kerjanya masing-masing, dalam hal ini adalah Provinsi Banten. Dinas Pariwisata Provinsi Banten memiliki tugas pokok dan fungsi dalam melaksanakan segala

urusan pemerintahan daerah di bidang pariwisata serta tugas pembantuan. Dalam menjalankan tugas tersebut Dinas Pariwisata Provinsi Banten memiliki beberapa fungsi (Dinas Pariwisata Provinsi Banten, 2019), di antaranya sebagai berikut:

1. Perumusan kebijakan teknis di bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
2. Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum di bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
3. Pembinaan dan pelaksanaan urusan di bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
4. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan.

Dalam penelitian yang akan peneliti laksanakan, peneliti ingin melihat bagaimana Dinas Pariwisata Provinsi Banten dalam menjalankan tugas pokok dan fungsi yang dimilikinya dalam menyusun perencanaan dan strategi komunikasi pariwisata di era Covid-19.

Dalam penelitian ini data hasil penelitian nantinya akan dianalisis oleh peneliti dengan menggunakan model perencanaan perencanaan komunikasi Philip Lesly yang akan menjelaskan terkait bagaimana menyusun sebuah perencanaan komunikasi yang mana terdiri dari dua komponen utama, yakni komponen organisasi dan komponen publik. Dalam penelitian ini yang akan digunakan sebagai alat analisis hanya satu komponen saja, yakni komponen organisasi sebagai titik fokus analisis penelitian yang dilaksanakan. Komponen organisasi sendiri terdiri dari empat tahapan, yakni analisis dan riset, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan, dan kegiatan komunikasi.

Adapun tahapan-tahapan yang ada di dalam komponen organisasi memiliki indikator-indikator yang nantinya akan membantu dalam menguraikan pengidentifikasian tahapan yang dilaksanakan dalam proses penyusunan perencanaan komunikasi oleh organisasi. Dalam tahapan yang pertama adalah analisis dan riset terdapat dua indikator yang mana adalah diagnosa dan identifikasi permasalahan. Lalu, tahapan yang kedua adalah

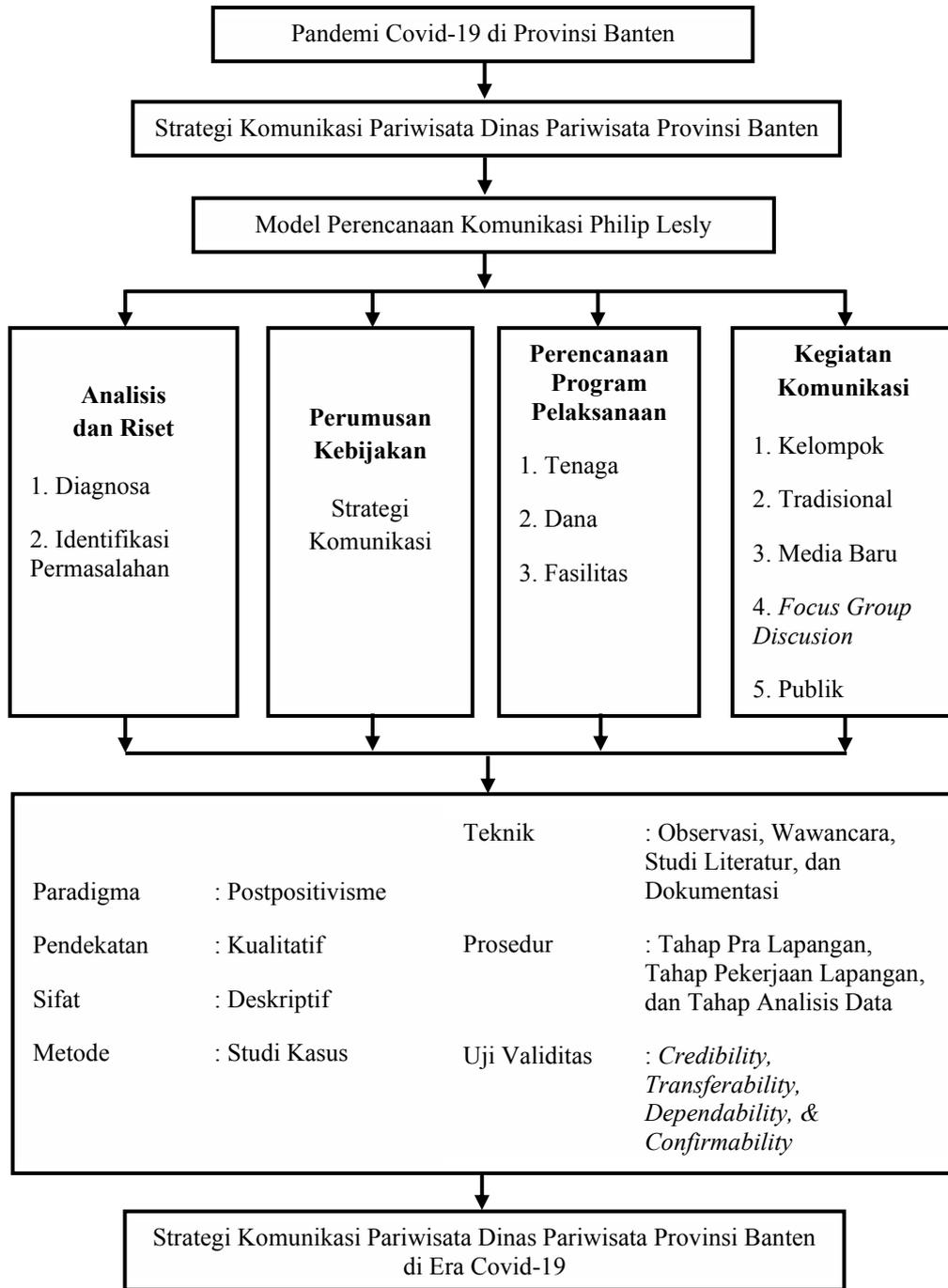
perumusan kebijakan terdapat satu indikator yang mana adalah strategi komunikasi. Selanjutnya, tahapan yang ketiga adalah perencanaan program pelaksanaan tiga tiga indikator yang mana adalah tenaga, dana, dan fasilitas. Serta yang keempat sekaligus tahapan yang terakhir dalam komponen organisasi adalah tahapan kegiatan komunikasi terdapat indikator yang mana adalah pemilihan saluran komunikasi yang akan digunakan seperti saluran komunikasi kelompok, tradisional, media baru, *focus group discussion*, dan publik.

Total ada empat tahapan beserta indikatornya yang nantinya akan digunakan oleh peneliti dalam menganalisis data dari hasil penelitian yang diperoleh di lapangan.

Dalam penelitian ini peneliti akan melaksanakan penelitian dengan pendekatan penelitian kualitatif serta sifat penelitian deskriptif yang dipadukan dengan paradigma penelitian postpositivisme bertujuan untuk meneliti secara deskripsi apa yang terjadi di lapangan bukan hanya atas apa yang dapat dilihat, dirasa, serta diraba saja tetapi mencoba untuk memahami makna-makna dibalik yang terjadi di lapangan. Penelitian ini akan dilaksanakan dengan metode studi kasus yang mana pengumpulan data akan dilakukan dengan berbagai sumber data sebanyak mungkin yang bisa digunakan untuk peneliti untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek yang terjadi di lapangan.

Adapun teknik pengumpulan data yang akan digunakan terdiri dari empat teknik antara lain observasi, wawancara, studi literatur, dan dokumentasi. Sedangkan prosedur penelitian akan terbagi menjadi tiga tahapan pelaksanaan, antara lain tahap pra lapangan, tahap pekerjaan lapangan, dan tahap analisis data. Yang terakhir dalam melaksanakan uji validitas data hasil penelitian yang peneliti peroleh dari lapangan akan dilakukan dengan menguji *credibility, transferability, dependability, & confirmability*.

Di bawah ini merupakan visualisasi kerangka berpikir peneliti yang diharapkan akan memberikan kemudahan dalam membaca konsep-konsep penelitian yang telah peneliti sampaikan sebelumnya, sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2021

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah sebuah cara pandang para peneliti tentang masalah apa yang harus dipelajari, apa yang harus dijawab, dan aturan apa yang harus diikuti dalam memaknai informasi yang diperoleh (Ardial, 2014:157-159). Lalu, penelitian adalah sebuah proses sistematis dalam pengumpulan, perekaman, dan analisis data dalam kesimpulan yang bersifat adil atau ilmiah.

Dalam penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti akan menggunakan paradigma postpositivisme. Yang mana paradigma ini berpendapat bahwa berbicara bukan hanya yang dilihat, dirasa maupun diraba tetapi dengan menggunakan paradigma ini peneliti akan mencoba memahami makna dibalik yang ada. Realitas sosial berdasarkan paradigma ini merupakan seluruh gejala yang terkait dengan konteks, kompleks, dinamis, serta penuh makna. Maka, mengetahui keberadaannya bukan hanya dalam bentuk ukuran tetapi dalam bentuk eksplorasi agar dapat menggambarkannya dengan menyeluruh (Satori, Komariah, 2010:12).

Dengan menggunakan paradigma postpositivisme peneliti bertujuan untuk mendapatkan penjelasan terperinci dan terdeskripsi mengenai proses komunikasi yang dilakukan oleh organisasi dimulai dari proses pencarian data-data, pembuatan sebuah kebijakan, perumusan pelaksanaan kegiatan hingga kegiatan komunikasi pariwisata di era Covid-19 yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Banten secara menyeluruh, tidak hanya melihat realitas yang tampak namun terkait juga dengan gambaran lain yang tak terduga yang mungkin hadir dalam interaksi. Dengan cara pandang postpositivisme peneliti tak hanya memandang kehidupan sosial secara objektif, namun juga akan menggunakan cara pandang yang subjektif dalam memandang realitas yang

terjadi di Dinas Pariwisata Provinsi Banten. Peneliti akan melihat bahwa masing-masing individu yang ikut serta akan memberi sebuah pengaruh dalam masyarakat yang mana tindakan yang dilakukan harus terhubung dengan rasionalitas yang terdapat melalui penafsiran dan pemahaman yang menyeluruh.

3.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan agar dapat mengenai terkait fenomena apa yang sedang dialami oleh subjek yang sedang diteliti contohnya motivasi, perilaku, persepsi, dan lainnya secara utuh serta dengan uraian dengan wujud kata-kata serta bahasa, pada suatu kondisi khusus yang alamiah dengan menggunakan bermacam metode alamiah (Moleong, 2017:6).

Dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah manusia, yaitu peneliti. Untuk dapat berperan menjadi instrumen dalam penelitian seorang peneliti perlu mempunyai berbagai macam modal teori dibarengi dengan wawasan yang luas agar dapat mempertanyakan, menganalisis dan merekam, serta membangun realitas sosial yang terjadi secara menyeluruh (Sugiyono, 2015:9).

Adapun alasan pemilihan pendekatan penelitian kualitatif dalam penelitian yang akan dilaksanakan adalah guna memperoleh gambaran secara menyeluruh terkait dengan apa yang terjadi di lapangan tentang bagaimana berangkat dari topik penelitian yang diangkat adalah mengenai proses perencanaan komunikasi dan strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten di era Covid-19 saat ini.

3.3 Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang dipakai dalam mengidentifikasi masalah-masalah dalam penelitian ini merupakan sifat penelitian deskriptif. Yang mana sifat penelitian deskriptif mempunyai beberapa maksud dalam penggunaannya dalam sebuah penelitian (Rakhmat, 2005:25), sebagai berikut:

1. Menyimpulkan informasi teranyar dengan jelas yang dapat memberi gambaran atas gejala yang sedang terjadi.
2. Mengidentifikasi masalah atau kondisi dan praktik yang berlaku di lapangan.
3. Memberikan sebuah perbandingan dan evaluasi atas apa yang telah terjadi.
4. Menemukan bagaimana cara yang dilakukan oleh orang dalam menghadapi masalah dan mengambil sebuah pelajaran dari apa yang dilakukannya agar dapat memutuskan rencana dan keputusan pada masa yang akan datang.

Dapat dipahami bahwa penelitian dengan sifat penelitian deskriptif yang akan dilaksanakan oleh peneliti memiliki tujuan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan masalah-masalah yang ada di lapangan dengan rinci yang mana metode ini dirasa peneliti sangat tepat untuk menggambarkan secara akurat dan sistematis mengenai proses perencanaan komunikasi dan strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten di era Covid-19 saat ini.

3.4 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2015:2). Cara ilmiah yang dimaksud berarti kegiatan penelitian itu harus didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yakni: rasional, empiris, dan sistematis. Dalam sebuah

penelitian tentunya dibutuhkan sebuah metode yang akan membuat proses penelitian berjalan dengan lancar.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode penelitian studi kasus. Dengan menggunakan metode ini peneliti akan memfokuskan perhatian pada satu objek tertentu yang diangkat menjadi sebuah kasus untuk dikaji secara dalam oleh peneliti agar dapat membongkar atas realitas apa saja yang terjadi di balik fenomena yang terlihat.

Studi kasus lebih menitikberatkan pada kedalaman pemahaman atas masalah yang sedang diteliti. Sehingga dalam melaksanakan penelitian dengan metode studi kasus dilakukan secara intensif, terperinci, dan menyeluruh terhadap sebuah fenomena dalam lingkup yang sempit. Dalam pengumpulan data studi kasus dapat dilaksanakan dengan observasi, wawancara, studi literatur, dan dokumentasi dengan hal-hal yang bersangkutan dengan objek yang kita angkat dalam penelitian. Perlu kita ketahui bahwa data-data yang diperoleh dari berbagai cara-cara di atas adalah bertujuan untuk saling melengkapi satu data dengan data lainnya yang diperoleh oleh peneliti.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu bagian yang amat penting dalam proses penelitian dilaksanakan oleh para peneliti, teknik pengumpulan data merupakan cara bagaimana para peneliti dalam memperoleh data-data yang dibutuhkannya saat melaksanakan penelitian di lapangan. Dalam hal ini, penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data dengan beberapa jenis, diantaranya observasi, wawancara, studi literatur, dan studi dokumentasi. Berikut ini adalah definisi dan cara pengumpulannya dari teknik-teknik yang telah peneliti sebutkan di atas, sebagai berikut:

3.5.1 Observasi

Pertama adalah observasi, sebuah proses pengumpulan data telah umum kita kenal dalam keseharian kita, sebagai dasar fundamental dari semua metode penelitian. Observasi mensyaratkan pencatatan dan perekaman secara sistematis mengenai sebuah peristiwa, artefak, dan perilaku informan yang terjadi dalam situasi tertentu. Observasi menawarkan perspektif menyeluruh dan gambaran atau deskripsi grafis mengenai kehidupan sosial.

Observasi yang dilakukan adalah interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi di antara peneliti dengan subjek yang sedang diteliti. Keunggulan dari metode ini adalah data yang dikumpulkan dalam dua bentuk, yakni: interaksi dan percakapan (Kriyantono, 2010:110). Teknik observasi yang digunakan adalah teknik adalah teknik partisipasi pasif yang berarti peneliti akan berada langsung di tempat yang diamati, namun peneliti tidak akan terlibat dalam kegiatan yang dilaksanakan (Sugiyono, 2015:66). Adapun data-data yang akan diobservasi adalah mengenai proses perencanaan komunikasi dan strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten di era Covid-19 saat ini.

3.5.2 Wawancara

Kedua adalah wawancara merupakan teknik yang baik dalam upaya untuk mendapatkan data-data yang tepat terkait apa yang sedang peneliti teliti dikarenakan peneliti berinteraksi secara langsung dengan informan sebagai sumber data. Adapun dalam melaksanakan proses wawancara nanti peneliti akan membutuhkan alat-alat bantu untuk merekam suara atau gambar saat proses wawancara seperti *voice recorder* ataupun *video recorder*. Saat proses wawancara dilaksanakan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada para informan nantinya akan bersifat tidak terstruktur serta dengan suasana bebas yang

mana dengan begitu akan menghilangkan kesan formal saat proses wawancara. Wawancara sendiri memiliki tujuan untuk mengonstruksi mengenai seseorang, organisasi, kegiatan, motivasi, kepedulian, kejadian, perasaan, dan lain sebagainya.

Sebelum turun ke lapangan dan pengumpulan data melalui wawancara tentunya peneliti harus menetapkan terlebih dahulu informan-informan yang akan diwawancarai sebagai sumber data nantinya (Moleong, 2006:132). Maka, seorang informan yang akan dijadikan sebagai sumber data-data penelitian haruslah merupakan seseorang yang telah memahami ataupun telah mempunyai banyak pengalaman terkait penelitian.

Pemilihan informan penelitian ini akan menggunakan *purposive sampling*. Yang mana *purposive sampling* merupakan sebuah teknik yang mencakup orang-orang yang telah melalui proses seleksi atas dasar kriteria-kriteria yang telah diputuskan. Adapun pemilihan informan yang akan digunakan sebagai salah satu sumber data terkait penelitian pada kemampuannya dalam menguasai permasalahan, memiliki data, dan tentunya bersedia memberikan informasi atau data-data yang lengkap serta akurat.

Peneliti telah memutuskan informan-informan yang akan menjadi sumber informasi atau data-data dalam penelitian ini mengacu pada jenis-jenis informan yang dikemukakan oleh Hendarso dalam Suyanto (2005:172), sebagai berikut:

1. Informan kunci adalah Sekretaris Dinas Pariwisata Provinsi Banten yakni Bapak Tb. Ence Fahrurrozi, S.IP.
2. Informan utama adalah Kepala Bidang Destinasi Pariwisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten yakni Ibu Hj. Tunul Lasniatin, S.Pd, M.Si.
3. Informan tambahan meliputi perwakilan dari setiap Kepala Seksi yang ada di dalam Bidang Destinasi Pariwisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten, diantaranya adalah Kepala Seksi Pemberdayaan Masyarakat Destinasi Pariwisata yakni Ibu Dra.

Tri Sukei, M.Si., Kepala Seksi Pengembangan Daya Tarik Wisata yakni Ibu Ratu Wawat Irawati, S. AP, M.Si., Kepala Seksi Pengelolaan Kawasan Strategis Wisata yakni Bapak Eri Sujatnika, S.S., dan Yuda Wiranata selaku pelaku usaha wisata CEO Cantigi Tour & Travel.

3.5.3 Studi Literatur

Ketiga adalah studi literatur di antaranya buku, jurnal, skripsi, karya ilmiah, dan artikel yang memang membahas dan terkait dengan permasalahan-permasalahan yang sama dengan penelitian ini merupakan sumber bahan studi literatur yang akan menjadi rujukan-rujukan peneliti dalam melaksanakan penelitian ini. Dengan begitu, diharapkan nantinya dapat membantu peneliti untuk menguraikan hasil-hasil penelitian dari lapangan. Sampai saat ini peneliti telah menggunakan sebanyak 35 buah studi literatur, yang terdiri dari 14 buku, 6 jurnal, dan 15 artikel dari internet yang peneliti gunakan sebagai rujukan-rujukan atau referensi.

3.5.4 Dokumentasi

Keempat adalah dokumentasi merupakan suatu instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data dalam penelitian. Yang mana bertujuan agar memperoleh informasi yang dapat mendukung analisis dan interpretasi data yang dilakukan peneliti (Kriyantono, 2010:116).

Dokumentasi dalam hal ini dapat berwujud tulisan ataupun catatan, foto, serta karya-karya yang terkumpul pada saat peneliti melaksanakan observasi, wawancara, maupun studi literatur. Adapun dokumentasi ini memiliki maksud guna melengkapi data-data dari teknik pengumpulan data yang dilaksanakan oleh peneliti.

3.6 Prosedur Penelitian

Adapun yang dimaksud dengan prosedur penelitian dalam penelitian ini memiliki tujuan supaya proses penelitian yang akan dilaksanakan dapat berjalan secara terarah serta sistematis dalam pelaksanaannya. Prosedur penelitian sendiri dibagi menjadi 3 tahapan (Moleong, 2017:127-148), sebagai berikut:

3.6.1 Tahap Pra Lapangan

Dalam tahap yang pertama ini peneliti mengadakan sebuah survei awal yang mana dengan mencari subjek sebagai informan. Saat proses survei ini peneliti akan melakukan penjajakan lapangan terhadap latar penelitian yang akan dilaksanakan, mencari data atau informasi-informasi terkait dengan hal-hal yang dibutuhkan saat proses pengumpulan data untuk menyusun dasar-dasar dari penelitian yang akan dilaksanakan peneliti nantinya. Selanjutnya, peneliti pun melaksanakan upaya konfirmasi ilmiah menggunakan studi literatur atau referensi yang dapat mendukung terkait penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti.

3.6.2 Tahap Pekerjaan Lapangan

Dalam tahap yang kedua peneliti setelah melalui proses memahami latar dari penelitian serta mempersiapkan diri, selanjutnya penelitian akan memasuki tahap pekerjaan lapangan sembari mengumpulkan data-data yang dibutuhkan oleh peneliti. Dalam tahap ini peneliti akan turun secara langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan oleh peneliti dengan menggunakan teknik-teknik pengumpulan data yang telah peneliti uraikan sebelumnya. Pekerjaan lapangan akan dilaksanakan di Dinas Pariwisata Provinsi Banten sebagai subjek penelitian ini yang memiliki alamat kantor di Kawasan Pusat Pemerintahan Provinsi Banten (KP3B) Jl. Syech Nawawi – Palima, Kota Serang – Banten 42127.

3.6.3 Tahap Analisis Data

Dalam tahap yang ketiga penelitian merupakan tahap analisis data yang mana tahap ini adalah sebuah tahap puncak setelah sebelumnya peneliti melalui dua tahapan awal, yakni: tahap pra lapangan dan tahap pekerjaan lapangan. Tahap analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data-data yang peneliti peroleh dari lapangan melalui observasi, wawancara, studi literatur, dan dokumentasi dengan tujuan agar nantinya dapat mudah dipahami dan hasil temuan penelitian dapat disampaikan kepada khalayak.

Upaya analisis data dikerjakan dengan mengelola data-data hasil temuan, menguraikannya ke dalam bagian-bagian, melakukan penggabungan, menyusun ke dalam konsep, memilih data mana saja yang sekiranya berguna dan yang akan dipelajari, serta terakhir dengan merancang kesimpulan yang dapat diceritakan khalayak sebagai sebuah hasil penelitian (Sugiyono, 2015:244).

Pada tahap analisis data ini peneliti akan menggunakan *interactive model* dari Miles dan Huberman (Sugiyono, 2015:247), sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*), merupakan sebuah proses penyempurnaan data dengan cara merangkum dan memilah-milah dengan pengurangan terhadap data yang dirasa tidak perlu sehingga yang tersisa adalah data-data pokok yang terkait dengan penelitian mengenai proses perencanaan komunikasi dan strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten di era Covid-19 saat ini.
2. Penyajian Data (*Data Display*), selanjutnya merupakan proses penyajian data yang akan memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi selama proses penelitian berlangsung. Penyajian data merupakan proses pengumpulan data-data dan informasi yang disusun berdasarkan kategori-kategori atau pengelompokan-pengelompokan yang diperlukan. Penyajian data berupa uraian hasil analisa dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti.
3. Penarikan kesimpulan (*Conclusions drawing*), merupakan sebuah proses puncak dalam teknik analisis data terhadap data-data yang peneliti peroleh di lapangan. Pada tahap ini adalah

upaya verifikasi terhadap data-data yang diperoleh sekaligus penarikan sebuah kesimpulan terkait penelitian yang dilaksanakan dengan melihat dan mempertanyakan kembali mengenai proses perencanaan komunikasi dan strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten di era Covid-19 saat ini dengan melihat kembali pada catatan-catatan di lapangan selama proses pengumpulan data.

3.7 Uji Validitas Penelitian

Uji validitas data dilakukan untuk membuktikan bahwa penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti apakah benar merupakan sebuah penelitian yang ilmiah, bersamaan untuk menguji data yang diperoleh dari lapangan. Dalam penelitian kualitatif uji validitas data meliputi uji *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* (Sugiyono, 2015:270), sebagai berikut:

3.7.1 Uji Credibility

Uji *credibility* atau kredibilitas memiliki tujuan untuk menguji kepercayaan terhadap data-data yang diperoleh oleh peneliti di lapangan. Uji kredibilitas sendiri dilakukan dengan beberapa cara, sebagai berikut:

1. Triangulasi

Pengujian kredibilitas dapat dimaknai sebagai pembuktian data melalui berbagai sumber serta waktu. Maka, dalam triangulasi terdapat tiga jenis yakni: triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu (Sugiyono, 2015:273), sebagai berikut:

a. Triangulasi Sumber

Untuk menguji kepercayaan data salah satunya dapat dilaksanakan dengan cara memeriksa data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber berbeda.

b. Triangulasi Teknik

Untuk menguji kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Yang mana, tidak hanya terpaku satu teknik saja tetapi menggunakan teknik yang lainnya juga.

c. Triangulasi Waktu

Dalam hal ini waktu juga dapat mempengaruhi kredibilitas data dalam penelitian. Triangulasi waktu dapat dilaksanakan dengan observasi, wawancara, dokumentasi dalam waktu dan situasi yang berbeda dari sebelumnya.

2. Menggunakan Bahan Referensi

Yang dimaksud dengan referensi adalah terdapatnya bahan-bahan pendukung lainnya untuk membuktikan data yang ditemukan oleh peneliti di lapangan. Sebagaimana dalam sebuah penelitian data-data yang ditemukan di lapangan melalui proses wawancara haruslah didukung dengan adanya rekaman wawancara ataupun foto-fotonya. Yang mana setiap data yang diperoleh dilengkapi oleh bahan-bahan pendukung lainnya supaya bisa memperkuat data yang telah dimiliki.

3.7.2 *Transferability*

Uji *Transferability* atau transferabilitas merupakan sebuah validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Yang mana nantinya akan menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi di mana sampel tersebut diambil (Sugiyono, 2015:276). Maka dari itu, supaya hasil penelitian dapat memenuhi kelayakan uji transferabilitas diharapkan peneliti harus dapat memberikan uraian yang rinci, jelas, sistematis, dan dapat dipercaya dalam menyusun laporan penelitiannya.

3.7.3 Dependability

Uji *Dependability* atau dependabilitas bermakna penelitian yang dilaksanakan dapat diulangi maupun direplikasi proses penelitian tersebut oleh orang lain (Sugiyono, 2015:277). Pengujian dependabilitas dapat dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian yang telah dilaksanakan. Dengan auditor atau pembimbing yang independen mengaudit keseluruhan aktivitas yang dilakukan oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian.

3.7.4 Confirmability

Uji *Confirmability* atau konfirmabilitas disebut juga dengan uji objektivitas penelitian. Penelitian bisa dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah disepakati oleh lebih banyak orang. Penelitian kualitatif uji konfirmabilitas berarti menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan. Apabila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *confirmability* (Sugiyono, 2015:277). Dengan kata lain, pengujian *confirmability* adalah pengujian yang dilakukan dengan untuk melihat keterkaitan atau relevansi antara hasil penelitian dengan proses yang dilakukan selama mencari data di lapangan.

3.8 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.8.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini akan dilaksanakan di Dinas Pariwisata Provinsi Banten yang memiliki alamat kantor di Kawasan Pusat Pemerintahan Provinsi Banten (KP3B) Jl. Syech Nawawi – Palima, Kota Serang – Banten 42127.

3.8.2 Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian dimulai dari tahapan pra penelitian hingga tahapan penyajian hasil penelitian saat sidang skripsi. Sebagaimana tabel, di bawah ini:

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

Agenda	Bulan							
	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
Riset Pra Lapangan								
Penyusunan Bab I, II, III								
Sidang Outline								
Proses Pekerjaan Lapangan								
Proses Analisis Data								
Penyusunan Bab IV, V								
Sidang Skripsi								

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Dalam penelitian yang sedang peneliti laksanakan, peneliti ingin mengetahui mengenai proses perencanaan komunikasi dan strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten di era Covid-19 saat ini. Seperti telah kita ketahui, saat ini seluruh dunia telah dilanda kepanikan yang sangat luar biasa disebabkan oleh menyebarnya sebuah virus jenis baru yang kita kenal dengan sebutan Covid-19 ataupun Virus Corona, virus ini mempunyai nama latin sebagai *Novel Coronavirus (2019-nCoV)*. Yang mana akibat dari menyebarnya virus tersebut secara praktis membatasi kegiatan-kegiatan masyarakat di seluruh dunia tak terkecuali di negeri ini, banyak sekali sektor-sektor yang terdampak secara signifikan misalnya sektor ekonomi, sektor politik, sektor sosial, sektor transportasi, termasuk juga dengan sektor pariwisata yang harus dibatasi ataupun bahkan harus dihentikan keberlangsungannya selama pembatasan sosial masih berlaku yang bertujuan untuk menghentikan penyebaran virus agar tidak semakin meluas.

Pada akhirnya mau tidak mau dunia pariwisata pun harus ikut dibatasi dan dihentikan keberlangsungannya, Dinas Pariwisata Provinsi Banten sebagai sebuah institusi pemegang kebijakan terkait pariwisata dalam hal ini adalah kebijakan di Provinsi Banten. Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti terkait bagaimana strategi komunikasi pariwisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten di era Covid-19 dengan menggunakan analisis Model Perencanaan Komunikasi yang dikemukakan oleh Philip Lesly.

Adapun pengumpulan data terkait penelitian ini dilakukan dengan wawancara di mana peneliti datang langsung ke lapangan untuk menemui informan penelitian secara langsung dalam hal ini adalah kantor Dinas

Pariwisata Provinsi Banten yang berada di Kawasan Pusat Pemerintahan Provinsi Banten (KP3B) Jl. Syech Nawawi – Palima, Kota Serang – Banten 42127. Butir-butir pertanyaan yang diajukan dalam proses penelitian ini berisi tentang salah satu dari dua komponen inti dalam Model Perencanaan Komunikasi Philip Lesly, yakni komponen organisasi yang mana komponen ini berisi empat tahapan di antaranya adalah analisis dan riset, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan, dan kegiatan komunikasi. Lalu keempat tahapan tersebut akan dianalisis oleh peneliti berdasarkan data-data yang diperoleh dari lapangan saat proses penelitian.

4.2 Deskripsi Subjek Penelitian

4.2.1 Sekilas Tentang Dinas Pariwisata Provinsi Banten

Dinas Pariwisata Provinsi Banten atau yang dulunya bernama Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten dibentuk berdasarkan pada Peraturan Daerah (Perda) Provinsi Banten Nomor 24 Tahun 2002. Namun seiring dengan terbitnya Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 18 Tahun 2016 tentang Perangkat Daerah, maka Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten mengalami reorganisasi menjadi Dinas Pariwisata Provinsi Banten seperti yang kita ketahui saat ini. Adapun kedudukan Dinas Pariwisata Provinsi Banten sebagai unsur pelaksana otonomi daerah yang berada di bidang pariwisata yang melaksanakan segala urusan pemerintahan daerah berdasarkan asas otonomi daerah serta tugas pembantuan di bidang pariwisata.

Dinas Pariwisata Provinsi Banten sendiri memiliki tugas pokok dan fungsi adalah menjalankan urusan pemerintahan daerah di bidang pariwisata serta tugas pembantuan. Selanjutnya dalam menjalankan tugas tersebut Dinas Pariwisata Provinsi Banten mempunyai fungsi, sebagai berikut:

1. Perumusan kebijakan teknis di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif.
2. Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif.
3. Pembinaan dan pelaksanaan urusan di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif.
4. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan pimpinan.

Selain itu, Dinas Pariwisata Provinsi Banten berdasarkan kepada Instruksi Gubernur Nomor 1 Tahun 2006 tentang Kebijakan Pembangunan Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten diamanatkan tugas, sebagai berikut:

1. Menyiapkan informasi yang lengkap di bidang kebudayaan dan pariwisata.
2. Meningkatkan kerja sama dengan daerah lain dalam rangka menunjang promosi pariwisata Banten.
3. Mendorong pengembangan objek wisata pariwisata unggulan.
4. Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kelestarian budaya dan daya tarik wisata.

Struktur organisasi Dinas Pariwisata Provinsi Banten Tahun 2021

Kepala Dinas	: Drs. M Agus Setiawan A.W., M.Si
Kelompok Jabfung	: 1. Een Kustini, SE 2. Nurijah, SE
Sekretaris Dinas	: Tb. Ence Fahrurozi, S.IP
Kasubag Umum & Kepeg	: Iis Ismatul, S.Ag, MM
Kasubag Keuangan	: Ika Kartika, S.Sos, M.Si

Kasubag Program	: Yedi Rusyadi, SS
Kabid Destinasi Pariwisata	: Hj. Tunul Lasniatin, S.Pd, M.Si
Kasi Peng. Daya Tarik Wisata	: Ratu Wawat Irawati, S. AP, M.Si
Kasi Peng. Kawasan Strategis Pariwisata	: Eri Sujatnika, S.S
Kasi Pemb. Masyarakat Destinasi Pariwisata	: Dra. Tri Sukesi, M.Si
Kabid Peng. Industri Pariwisata dan Ekraf	: Dra. Sri Mulyati, M.Si
Kasi Peng. Industri Pariwisata	: Suplihah, SE., M.Si
Kasi Standarisasi Industri Pariwisata dan Ekraf	: Endang Saputra, S.Pd.I, M.A
Kasi Pengembangan Ekraf	: Ina Inayah, S.Sos, M.Si
Kabid Peng. SDM Pariwisata dan Ekraf	: Hj. Linda Rohayati, F.S.Sos, M.Si
Kasi Standarisasi dan Kualifikasi SDM	: Hj. Hayati Nufus, S.Sos, M.Si
Kasi Peng. SDM dan Ekraf	: Ratu Niken Soraya, S.Sos
Kasi Peng. SDM Pariwisata	: Rohendi, S.Pd

Kabid Pemasaran Produk**Pariwisata** : Puti Andam Dewi, SE**Kasi Promosi Pariwisata** : Eka Kurnia, SE., M.Si**Kasi Sarana Prasarana****Promosi Pariwisata** : Ahmad Rizal Muttaqin, S.Pd**Kasi Pengelolaan Pasar****Pariwisata** : Dra. Junariah**4.2.2 Sekilas Tentang Cantigi Tour & Travel**

Selain melaksanakan wawancara dengan Dinas Pariwisata Provinsi Banten, peneliti juga dalam penelitian ini turut mewawancarai seorang pelaku wisata yang bergerak dalam usaha *tour* dan *travel* di Provinsi Banten, yakni Cantigi Tour & Travel. Cantigi Tour & Travel sendiri merupakan sebuah usaha yang bergerak di dalam bidang jasa pelayanan wisata dalam hal ini adalah *tour* dan *travel* yang mana Cantigi Tour & Travel sendiri telah berdiri sejak tahun 2016 yang lalu. Adapun Cantigi Tour & Travel beralamat di Jalan Rasuna Said, GG. Sukarela No.33 Kunciran Jaya, Kecamatan Pinang, Tangerang - Banten 15144.

Cantigi Tour & Travel sendiri dalam usahanya di bidang jasa pelayanan wisata menyediakan berbagai paket yang ditawarkan kepada masyarakat seperti paket wisata, paket *study tour*, *trip planner*, *tour organizer*, *private trip*, wisata religi, dan *rent bus*. Saat ini, Cantigi Tour & Travel dinahkodai oleh Bapak Yuda Wiranata selaku CEO Cantigi Tour & Travel.



Gambar 4.1 Logo Cantigi Tour & Travel

Data penelitian diperoleh langsung dari subjek penelitian melalui proses wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap perwakilan-perwakilan dari Dinas Pariwisata Provinsi Banten khususnya yang ada di dalam Bidang Destinasi Pariwisata dalam struktural Dinas Pariwisata Provinsi Banten dan perwakilan dari Cantigi Tour & Travel. Adapun jumlah informan dalam penelitian ini adalah enam orang informan yang terdiri dari Sekretaris Dinas Pariwisata Provinsi Banten, Kepala Bidang Destinasi Pariwisata, Kepala Seksi Pengembangan Daya Tarik Wisata, Kepala Seksi Pengelolaan Kawasan Strategis Pariwisata, Kepala Seksi Pemberdayaan Masyarakat Destinasi Pariwisata, dan CEO Cantigi Tour & Travel.

Adapun alasan pemilihan Sekretaris Dinas Pariwisata karena sebagai pihak yang mengetahui terkait apa saja yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten di era Covid-19 saat ini. Lalu, selanjutnya pemilihan Kepala Bidang Destinasi Pariwisata sebagai informan sendiri atas arahan dari Sekretaris Dinas Pariwisata Provinsi Banten saat melaksanakan wawancara dengan beliau untuk melanjutkan proses wawancara penelitian kepada Kepala Bidang Destinasi Pariwisata dan para kepala seksi yang ada di dalam Bidang Destinasi Wisata sebagai pihak pelaksana atas program yang sedang dilaksanakan di era Covid-19 saat ini. Selain itu, pemilihan CEO Cantigi Tour

& Travel sendiri didasarkan pada butuhnya informasi terkait keadaan dan apa saja yang mereka alami dari para pelaku wisata yang ada di lapangan selama pandemi Covid-19 berlangsung.

4.3 Hasil Penelitian

Peneliti melaksanakan penelitian dengan cara melakukan wawancara terhadap enam orang informan atau narasumber, yang merupakan anggota dari Bidang Destinasi Wisata yang ada di Dinas Pariwisata Provinsi Banten dan satu orang pelaku usaha wisata di Provinsi Banten. Adapun proses wawancara dimulai dari informan kunci, yakni Bapak Tb. Ence Fahrurozi, S.IP selaku Sekretaris Dinas Pariwisata Provinsi Banten. Peneliti langsung mendatangi kantor Dinas Pariwisata Provinsi Banten yang berada di Kawasan Pusat Pemerintahan Provinsi Banten (KP3B) Jl. Syech Nawawi – Palima, Kota Serang – Banten 42127 pada tanggal 22 April 2021.

Selanjutnya, peneliti kembali datang ke kantor Dinas Pariwisata Provinsi Banten pada tanggal 24 April 2021 untuk melaksanakan wawancara dengan informan utama, yakni Hj. Tunul Lasniatin, S.Pd, M.Si selaku Kepala Bidang Destinasi Pariwisata. Lalu, proses wawancara dilanjutkan kepada para informan tambahan yang berjumlah tiga orang, di antaranya: Ibu Dra. Tri Sukesi, M.Si selaku Kepala Seksi Pemberdayaan Masyarakat Destinasi Pariwisata pada tanggal 24 April 2021. Ibu Ratu wawat Irawati, S. AP, M.Si selaku Kepala Seksi Pengembangan Daya Tarik Wisata pada tanggal 28 April 2021. Bapak Eri Sujatnika, S.S selaku Kepala Seksi Pengelolaan Kawasan Strategis Wisata pada tanggal 28 April 2021. Lalu, wawancara dengan informan tambahan yang terakhir yakni Bapak Yuda Wiranata selaku CEO Cantigi Tour & Travel pada tanggal 13 Juli 2021.

Hasil penelitian yang peneliti peroleh melalui wawancara, observasi, studi literatur, dan dokumentasi oleh peneliti kemudian akan dianalisis berdasarkan pada Model Perencanaan Komunikasi Philip Lesly nantinya.

Selain konsep wisata *The Seven Wonders of Banten* yang telah peneliti sebutkan sebelumnya, Provinsi Banten sendiri memiliki begitu banyak destinasi-destinasi wisata lainnya yang mana mendukung keberadaan pariwisata satu dengan yang lainnya.

Daya tarik wisata alam merupakan sebuah anugerah yang diberikan oleh yang Maha Kuasa, yang mana tentunya harus senantiasa untuk kita jaga kelestariannya. Adapun daya tarik wisata alam di Provinsi Banten memiliki beberapa jenis destinasi yang nantinya bisa dijadikan sebagai wisata unggulan di Provinsi Banten terdiri dari wisata air terjun, wisata air panas, wisata suaka alam, wisata susur sungai, dan wisata pesisir atau pantai.

Dari data yang peneliti kutip dalam buku *Pariwisata dalam Angka Tahun 2018*, Provinsi Banten memiliki wisata alam sebanyak 279 destinasi wisata yang tersebar di seluruh wilayah Provinsi Banten yang mana daya tarik wisata alam ini sebagian besar diisi oleh wisata pesisir atau pantai, seperti Pantai Bagedur, Pantai Sawarna, Pantai Matahari, Pantai Cilurah, Pantai Cidatu Carita, Pantai Patra Sambolo, Pantai Candra Ria, Pantai Batu Saung, dan lainnya, hal tersebut dipengaruhi oleh kondisi geografis dari Provinsi Banten sendiri yang memiliki garis pantai yang panjang yakni 509 km. Adapun destinasi wisata pesisir atau pantai terbanyak dimiliki oleh Kabupaten Serang. Sedangkan garis pantai terpanjang di Provinsi Banten dimiliki oleh Kabupaten Pandeglang. Hal tersebut terjadi disebabkan oleh faktor aksesibilitas dan komersialisasi yang rendah terhadap destinasi-destinasi wisata pesisir atau pantai yang ada di Kabupaten Pandeglang sehingga destinasi-destinasi pesisir atau pantai yang ada di Kabupaten Pandeglang masih minim dikenal oleh khalayak luas (Dinas Pariwisata Banten, 2019:54).

Daya tarik wisata buatan merupakan sebuah destinasi wisata yang memang sengaja diciptakan oleh manusia sebagai sarana atau ruang untuk rekreasi. Daya tarik wisata buatan di Provinsi Banten sendiri memiliki cukup banyak wisata buatan yang mana terdiri lebih dari 61 destinasi wisata yang

tersebar di seluruh wilayah Provinsi Banten, seperti Danau Tasikardi, Kidzoon, Taman Menteng Bintaro, Villa Ternak Cikerai, Taman Kota 2 DSD, Paradise Dreamland, Little Jungle Playground dan lainnya. Berbeda dengan destinasi wisata alam yang bersifat berkelanjutan (*sustainable*), destinasi wisata buatan belum tentu memiliki sifat yang sama. Destinasi wisata buatan sendiri dengan jumlah terbanyak dimiliki oleh Kota Tangerang Selatan yang mana memiliki 19 destinasi wisata, yang selanjutnya disusul oleh Kabupaten Pandeglang yang memiliki 15 destinasi wisata (Dinas Pariwisata Banten, 2019:57).

Selain itu, ada daya tarik wisata budaya merupakan daya tarik wisata yang berakar pada tradisi leluhur yang kuat yang mana terus dilestarikan oleh masyarakat Provinsi Banten dari waktu ke waktu hingga saat ini. Provinsi Banten sendiri memiliki daya tarik wisata budaya yang cukup banyak yang mana dikelompokkan menjadi 3 bagian, yakni: daya tarik wisata peninggalan sejarah, fisik budaya, dan prosesi (ritual) adat. Yang mana daya tarik peninggalan sejarah sendiri berupa benda maupun bangunan yang dapat setiap saat bisa dikunjungi, seperti Masjid Agung Banten, Keraton Surosowan, Keraton Kaibon, Situs Purbakala Banten Girang, dan lainnya. Sedangkan daya tarik wisata fisik budaya dan prosesi (ritual) adat lebih kepada acara-acara yang sifatnya sementara sehingga memiliki keterbatasan waktu dalam pelaksanaannya menyebabkan tidak dapat setiap saat dinikmati keberadaannya, seperti Upacara Seba Baduy dan lainnya. Adapun dalam daya tarik wisata budaya sendiri jumlah terbanyak adalah bangunan-bangunan bersejarah yang berjumlah 88 buah yang kemudian disusul oleh situs purbakala yang berjumlah 77 buah. Sedangkan untuk penyebarannya sendiri terbanyak berada di Kota Serang sedangkan kabupaten dan kota lainnya yang ada di Provinsi Banten tidak terlalu banyak (Dinas Pariwisata Banten, 2019:58).

Pandemi Covid-19 sendiri memberikan pengaruh yang sangat besar dalam sektor Pariwisata di Provinsi Banten yang mana pandemi membuat sektor pariwisata Banten mengalami penurunan kunjungan dalam hal

kunjungan wisatawan pada tahun 2020. Di mana tercatat dari delapan kabupaten dan kota yang ada di Provinsi Banten mengalami penurunan wisatawan secara signifikan, terhitung bahwa sebanyak lima kabupaten dan kota mengalami penurunan kunjungan wisatawan baik wisatawan Nusantara maupun wisatawan mancanegara pada tahun 2020 dibandingkan dengan tahun sebelumnya, seperti Kabupaten Lebak, Kabupaten Tangerang, Kota Cilegon, Kota Tangerang, dan Kota Tangerang Selatan mengalami penurunan jumlah wisatawan yang sangat signifikan pada tahun 2020 diakibatkan oleh pandemi Covid-19.

Lalu, pada Kabupaten Pandeglang meskipun pada tahun 2020 mengalami kenaikan pada jumlah kunjungan wisatawan mancanegara namun tidak terbantahkan bahwa pada jumlah kunjungan wisatawan Nusantara turut mengalami penurunan sama seperti dengan lima kabupaten dan kota yang telah disebutkan sebelumnya. Sedangkan pada Kabupaten Serang dan Kota Serang pada tahun 2020 mengalami keadaan yang berbeda berbanding terbalik dengan enam kabupaten dan kota yang telah disebutkan sebelumnya di mana Kabupaten Serang dan Kota Serang mengalami peningkatan secara signifikan pada jumlah kunjungan wisatawan, khususnya kunjungan wisatawan Nusantara meskipun pada jumlah kunjungan wisatawan mancanegara turut mengalami penurunan yang mana hal tersebut berbanding terbalik dengan yang terjadi pada Kabupaten Pandeglang.

**Tabel 4.1 Data Kunjungan Wisatawan Nusantara & Wisatawan
Mancanegara Provinsi Banten Tahun 2019 – 2020**

Kabupaten/Kota	2019		2020	
	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara
Kab. Lebak	362,257	151	179,550	38
Kab. Pandeglang	1,449,751	1,562	1,197,541	1,816
Kab. Serang	594,173	8,878	1,088,097	3,919
Kab. Tangerang	415,959	7,275	113,642	-
Kota Cilegon	701,599	28,906	83,450	3,470
Kota Serang	12,790,576	631	18,761,876	36
Kota Tangerang	1,032,441	221,019	252,318	19,785
Kota Tangerang Selatan	1,956,971	42,709	695,975	8,882
Total	19,353,727	311,131	22,372,449	37,946

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Banten

Dengan penurunan kunjungan wisatawan ke destinasi-destinasi wisata yang ada di Provinsi Banten tentu saja akan sangat berpengaruh pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) kabupaten dan kota yang ada di Provinsi Banten, khususnya pada daerah-daerah yang menggantungkan Pendapatan Asli Daerahnya (PAD) pada pajak restoran dan pajak hotel yang selama pandemi Covid-19 memang terdampak pembatasan atau bahkan penutupan. Sebagaimana yang disampaikan oleh informan 1, di bawah ini:

“Secara umum, memang wisatawan turun, ini juga sangat berpengaruh pada PAD (Pendapatan Asli Daerah) Kabupaten dan Kota. Karena PAD

Kabupaten dan Kota itu diambil dari pajak restoran, pajak hotel, dan gitu. Itu betul kemarin itu, Kabupaten dan Kota luar biasa penurunan PAD-nya karena hotel banyak yang ditutup, terutama Tangerang Raya kemarin itu sangat terdampak khususnya pendapatan asli daerahnya” (Fahrurozi, 2021).

Begitupun dengan apa yang dialami oleh para pelaku wisata khususnya di Provinsi Banten turut mengalami dampak yang sangat signifikan terhadap lini usaha yang dijalaninya diakibatkan oleh pandemi Covid-19 yang terjadi. Di mana bahkan para pelaku usaha *tour* dan *travel* pada saat awal pandemi Covid-19 di Indonesia harus membatalkan semua rencana wisata yang telah disusun sebelumnya di tahun 2020 yang berakibat pada pengembalian dana-dana yang sebelumnya telah diterima dari para calon pengguna jasa wisata *tour* dan *travel*. Sebagaimana yang disampaikan oleh informan 6, di bawah ini:

“Buat Cantigi sendiri, ini sampel di Cantigi sebelum Covid-19 ada rencana delapan trip di antara Maret dan April 2020 yang akan kita lakukan. Terus karena adanya Covid-19, ya sudah dari delapan trip ini ter-cancel semua. Sehingga kita kan udah DP ke hotel, bus, tempat wisata, jeep, Bromo nah jadinya uang kita nyangkut kita di sana. Sedangkan ke customer juga harus refund dampaknya cukup besar untuk kita” (Wiranata, 2021).

Selain itu, pandemi Covid-19 yang terjadi juga tentu saja berpengaruh pada omzet yang diperoleh para pelaku wisata. Di mana pendapatan para pelaku wisata khususnya *tour* dan *travel* menurun secara signifikan dibandingkan pada saat situasi normal yang mana mampu memperoleh pendapatan dari belasan hingga puluhan juta rupiah. Namun saat pandemi Covid-19 terjadi pendapatannya turun hingga tidak ada sama sekali. Sebagaimana yang disampaikan informan 6, di bawah ini:

“Teman-teman travel yang lain juga di wilayah Tangerang sendiri mengeluh karena adanya Covid-19 ini, awal-awal mengeluh dan stres.

Dampaknya sangat-sangat signifikan bisa membuat omzet yang mungkin tadinya belasan sampai puluhan juta rupiah bisa sampai tidak ada sama sekali karena tidak boleh berwisata saat awal-awal Covid-19” (Wiranata, 2021).

Merespon keadaan yang terjadi pandemi Covid-19 banyak di antara para pelaku usaha wisata yang merubah haluan usahanya selama pandemi Covid-19 hanya agar dapat terus berputarnya roda perusahaan saat masa-masa sulit diakibatkan pandemi Covid-19. Sebagaimana yang disampaikan oleh informan 6, di bawah ini:

“Yang dilakukan teman-teman Cantigi, kita gak bisa nih diam kayak gini aja meratapi keadaan segala macam. Kita membuat beberapa inovasi, pertama kita membuat sumber daya baru atau unit usaha baru akhirnya munculah di tahun 2020 itu Cantigi Event Organizer (CEO) yang fokusnya di bidang-bidang event organizer tapi yang tetap mengikuti protokol kesehatan, kebetulan kita ada panduan-panduannya. Teman-teman PO Bus Pariwisata beberapa dari mereka bahkan merubah haluannya yang tadinya bus pariwisata menjadi bus reguler atau bus antar kota antar provinsi yang tujuannya sendiri agar bisa berputar roda perusahaannya” (Wiranata, 2021).

Namun dengan kondisi yang telah diuraikan di atas di mana rata-rata kunjungan wisatawan ke Provinsi Banten mengalami penurunan. Hal yang berbeda terjadi pada destinasi wisata religi yang ada di Provinsi Banten yang mana salah satunya dalam hal ini adalah Kawasan Kesultanan Banten atau yang dulunya dikenal dengan nama Banten Lama yang berada di Kota Serang yang tidak terpengaruh dengan terjadinya pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini. Di mana dikatakan bahwa Kawasan Kesultanan Banten atau Banten Lama masih tetap ramai dikunjungi oleh para wisatawan meskipun di era pandemi Covid-19. Sebagaimana yang disampaikan oleh informan 1, di bawah ini:

“Memang awal-awal Covid-19 mulai bulan Februari 2020 banyak daerah yang melakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) sehingga secara otomatis destinasi wisata berkurang pengunjung. Tetapi untuk di Banten khususnya wisata religi kelihatannya tidak terdampak karena kalau di Banten Lama sendiri sampai hari ini luar biasa pengunjungnya karena mungkin itu faktor keyakinan, kalau wisata religi” (Fahrurozi, 2021).

Kawasan Kesultanan Banten sendiri pada masa lalu merupakan sebuah kompleks pemerintahan Kesultanan Banten yang mana saat itu Banten menjadi sebuah inti dari kekuasaan serta penyebaran Islam di Pulau Jawa khususnya di bagian barat.

Saat ini, sisa-sisa kejayaan masa lalu dari Kesultanan Banten masih bisa kita saksikan secara langsung dalam sebuah kawasan destinasi wisata yang disebut sebagai Kawasan Kesultanan Banten yang menjadi saksi bisu kejayaannya saat itu. Kawasan Kesultanan Banten terdiri dari beberapa bangunan ataupun monumen di antaranya Masjid Agung Banten, Kompleks Keraton Surosowan, Kompleks Keraton Kaibon, Kompleks Makam Raja-Raja serta keluarga, Masjid Pecinan Tinggi, Masjid Koja, Benteng Speelwijk, Vihara Avalokitesvara, Watu Gilang dan lainnya yang saat ini telah ditetapkan menjadi sebuah Benda Cagar Budaya (Sulistyo. Many, 2012:2).

Dikatakan oleh informan penelitian bahwa fenomena yang terjadi di Banten Lama atau Kawasan Kesultanan Banten sendiri dipengaruhi oleh faktor keyakinan yang dipercayai oleh individu-individu yang berkunjung ke Kawasan Kesultanan Banten, seperti yang kita ketahui bahwa Kawasan Kesultanan Banten sering dikunjungi oleh para wisatawan yang hendak melaksanakan ziarah ke makam-makam yang berada di kompleks Kawasan Kesultanan Banten. Di era Covid-19 ini meskipun destinasi-destinasi wisata lainnya mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan namun ternyata tidak dapat menggoyahkan keyakinan yang dimiliki oleh masyarakat untuk

melaksanakan perjalanan wisata religi dengan mengunjungi Kawasan Kesultanan Banten guna berziarah.

Pada momentum Lebaran tahun 2021 yang mana keadaan saat ini masih dalam pandemi Covid-19, Pemerintah mengambil sebuah kebijakan pengetatan mobilitas Pelaku Perjalanan Dalam Negeri (PPDN) yakni dalam rangka peniadaan mudik Lebaran Idul Fitri 2021 yang bertujuan untuk menekan penyebaran virus Covid-19 yang terjadi di Indonesia (Jawahir Gustav, 2021). Namun, di tengah larangan mudik Lebaran 2021 pemerintah mengambil kebijakan untuk membuka atau memperbolehkannya wisata lokal untuk dikunjungi oleh masyarakat untuk berwisata namun tentunya dengan pelaksanaan protokol kesehatan yang ketat. Kebijakan tersebut mengacu pada Surat Edaran Satuan Penanganan Covid-19 Nomor 13 yang mana tidak diperbolehkannya adanya kegiatan wisata yang bersifat jarak jauh. Adapun yang dimaksud dengan wisata lokal sendiri merupakan destinasi-destinasi wisata di dalam kota saja. Sebagaimana yang disampaikan oleh informan 2, di bawah ini:

“Di tahun ini ada larangan mudik tetapi destinasi wisata lokal dibuka, ini menjadi perhatian kita bersama. Kita tetap mengikuti anjuran program dari pemerintah pusat bagaimanapun juga itu demi keamanan, kalau kita tidak patuh maka kita sendiri yang akan repot. Karena ini bentuk yang harus kita sikapi bersama itu adalah kepatuhan, bagaimana kita patuh dengan aturan, dengan surat edaran dari pemerintah pusat ke pemerintah provinsi yang harus benar-benar kita lakukan harus kita terapkan” (Lasniatin, 2021).

Mengacu pada kebijakan di atas Pemerintah Provinsi Banten hanya memperbolehkan wisatawan lokal saja yang diizinkan untuk berwisata ke destinasi-destinasi wisata yang ada di Provinsi Banten. Adapun para wisatawan dari luar Provinsi Banten yang didapati akan berwisata akan diminta untuk memutarbalikkan kendaraannya agar kembali ke tempat asalnya. Dengan

dilaksanakannya penyekatan-penyekatan lalu lintas yang telah dipersiapkan oleh Polda Banten di pintu keluar dan masuk Provinsi Banten. Adapun titik lokasi penyekatan ini sendiri berjumlah sebanyak 13 titik yang tersebar di seluruh Provinsi Banten di antaranya Pos Yan Citra Raya, Pos Sekat Cisoka, Pos Sekat Jayanti dan lainnya. Adapun personel yang diterjunkan dalam penyekatan ini sebanyak 1.501 personel yang nantinya akan bersiaga selama 24 jam di lokasi titik penyekatan dan berlangsung dimulai tanggal 6 Mei sampai dengan tanggal 17 Mei 2021 (Nabilla Ramadhian, 2021).

Pemerintah Provinsi Banten dalam momentum Lebaran Idul Fitri 2021 sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan Pemerintah Pusat bahwa dibuka atau diperbolehkannya wisata lokal untuk dikunjungi saat libur Lebaran Idul Fitri 2021 oleh masyarakat Provinsi Banten. Untuk mendukung kebijakan tersebut, Pemerintah Provinsi Banten melalui Dinas Pariwisata pun mempersiapkan diri untuk melaksanakan sebuah program kegiatan yang disebut sebagai Siaga Wisata yang mana merupakan sebuah program yang bertujuan untuk menjaga keamanan dan kenyamanan para wisatawan yang berkunjung ke destinasi-destinasi wisata yang ada di Provinsi Banten.

Pelaksanaan Siaga Wisata pada momentum Lebaran Idul Fitri 2021 sendiri dilaksanakan pada tanggal 13 Mei sampai dengan tanggal 18 Mei 2021 di mana nantinya Dinas Pariwisata Provinsi Banten yang akan dibantu oleh mitra-mitra dalam Siaga Wisata akan bersiaga untuk menjaga keamanan dan kenyamanan para wisatawan selama momentum Lebaran Idul Fitri 2021.

Pada momentum Lebaran Idul Fitri 2021 meskipun tidak diperbolehkannya mudik namun membuka dan memperbolehkannya wisata lokal untuk dikunjungi oleh wisatawan memberikan sebuah angin segar bagi para pelaku wisata yang ada di destinasi-destinasi wisata yang ada di Provinsi Banten. Di mana dikatakan oleh Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Banten bahwa tingkat hunian hotel selama momentum Lebaran Idul Fitri 2021 mencapai angka 75% yang mana angka tersebut

didominasi oleh hotel-hotel yang berada di wilayah pesisir atau pantai yang ada di Provinsi Banten. Selain itu, Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Banten juga mengatakan bahwa pada saat momentum libur Lebaran Idul Fitri 2021 sektor perhotelan dan restoran tertolong oleh kebijakan pemerintah yang membuka atau memperbolehkannya destinasi-destinasi wisata dikunjungi oleh wisatawan lokal (Khaerul Anwar, 2021).

Namun keadaan begitu cepat berubah, yang mana pada tanggal 15 Mei 2021 pukul 21.00 WIB Gubernur Banten Bapak Wahidin Halim mengeluarkan sebuah Surat Instruksi Gubernur Nomor: 556/901-DISPAR/2021 tentang Penutupan Sementara Destinasi Wisata Dampak Libur Hari Raya Idul Fitri Tahun 2021 Di Provinsi Banten (Dinas Pariwisata Provinsi Banten, 2021). Adapun pengambilan keputusan tersebut didasarkan pada situasi yang terjadi di lapangan saat itu di mana pada momentum Lebaran Idul Fitri 2021 dengan melihat perkembangan kunjungan wisatawan yang datang ke destinasi-destinasi wisata yang ada di Provinsi Banten pada tanggal 14 Mei sampai dengan 15 Mei 2021 yang mana antusiasme kunjungan wisatawan yang sangat tinggi menimbulkan kerawanan yang dapat memicu terjadinya pelanggaran protokol kesehatan yang semestinya dipatuhi oleh setiap wisatawan yang berkunjung, yang mana hal tersebut dapat menimbulkan risiko meningkatnya penyebaran virus Covid-19 di Provinsi Banten dikarenakan momentum libur Lebaran Idul Fitri 2021.

Di dalam Surat Instruksi Gubernur meminta para Bupati dan Wali Kota yang ada di Provinsi Banten untuk menutup sementara destinasi-destinasi wisata yang ada di wilayahnya dimulai tanggal 15 Mei 2021 pukul 21.00 WIB sampai dengan 30 Mei 2021. Tak mengherankan penutupan destinasi-destinasi wisata tersebut dilakukan oleh Gubernur Banten melalui Surat Instruksinya yang mana pada tanggal 14 Mei sampai dengan 15 Mei 2021 dalam kurun waktu dua hari sendiri telah terjadi kepadatan yang sangat luar biasa di beberapa destinasi-destinasi wisata yang ada di Provinsi Banten seperti Anyer dan Carita yang memang ramai dan padat dikunjungi oleh wisatawan yang

hendak berlibur. Akses menuju Pantai Anyer sendiri mengalami kemacetan baik itu jalur arteri maupun alternatif, terpantau bahwa terjadinya kemacetan kendaraan sepanjang 10 km yang terjadi pada akses jalan dari Mancak menuju Anyer bahkan hingga menjelang sore hari kemacetan belum juga terurai. Selain itu, terjadinya pembubaran para wisatawan yang berkunjung ke Pantai Carita dikarenakan para wisatawan yang berkunjung abai terhadap protokol kesehatan yang semestinya dilaksanakan (Bahtiar Rifa'i, 2021).

Dampak dari Surat Instruksi tersebut dikatakan oleh Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Banten Bapak Ashok Kumar sangat merugikan pelaku wisata yang ada di Provinsi Banten. Selain itu, Ashok Kumar juga menilai bahwa kebijakan Gubernur Banten melalui Surat Instruksi terkait penutupan sementara destinasi wisata yang dikeluarkannya terlalu mendadak dan tidak terlebih dahulu dikomunikasikan dengan para pelaku wisata yang ada di lapangan (Antara, 2021).

Selanjutnya, pada hari Kamis 1 Juli 2021 babak baru telah dimulai seolah tidak ada habisnya pandemi Covid-19 menghantam aktivitas-aktivitas sosial masyarakat di Indonesia. Presiden Republik Indonesia Bapak Joko Widodo bertempat di Istana Kepresidenan mengumumkan sebuah informasi mengenai Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat yang akan berlaku pada Pulau Jawa dan Pulau Bali dalam rangka menyikapi melonjaknya kasus penyebaran virus Covid-19 yang mana kian hari kian tidak terkendali dalam penyebarannya. Adapun Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat akan berlaku pada tanggal 3 Juli sampai dengan tanggal 20 Juli 2021. Dikatakan oleh Presiden Joko Widodo bahwa Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat ini akan meliputi pembatasan-pembatasan aktivitas masyarakat yang lebih ketat daripada pembatasan-pembatasan yang selama ini sudah berlaku di wilayah Indonesia (Rakhmat Nur Hakim, 2021).

Menyikapi diberlakukannya kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat di wilayah Jawa dan Bali, Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Banten memperkirakan tingkat hunian hotel yang ada di Provinsi Banten turun hingga di bawah 20% yang mana hal tersebut diakibatkan oleh diberlakukannya kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat yang berlaku di Jawa dan Bali. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Banten Bapak Ashok Kumar kepada portal berita Fakta Banten, di bawah ini:

“Anjlok di bawah 20%. Bahkan pesisir Pantai Anyer, Carita, Tanjung Lesung peraihan sampai titik nadir rata-rata 0% tingkat hunian” kepada Fakta Banten (Faqih, 2021).

Selanjutnya, dampak diberlakukannya kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat yang berlaku di Pulau Jawa dan Pulau Bali pun terasa bagi para pelaku wisata yang mana harus kembali menunda perjalanan wisata yang sebelumnya telah direncanakan. Di mana bahkan muncul sebuah istilah bahwa PPKM adalah akronim dari Pelaku Pariwisata Kian Merana. Sebagaimana yang disampaikan informan 6, di bawah ini:

“Untuk Cantigi sendiri kita off. Sebelumnya ada beberapa wisata yang akan kita jalankan, kita ada dua open trip di bulan Juli 2021 ini. Cuma karena sedang PPKM Darurat sehingga kita undur. Teman-teman PO Bus pun merasa kesal, makanya ada beberapa yang bilang istilah PPKM adalah Pelaku Pariwisata Kian Merana. Yang mana di awal sudah boleh buka pariwisata dengan protokol kesehatan namun sekarang ditutup lagi selama kurang lebih 20 hari” (Wiranata, 2021).

4.3.1 Program Siaga Wisata di Era Covid-19

Berkaca pada tugas pokok dan fungsi Dinas Pariwisata Provinsi Banten pada poin empat, yakni penyelenggaraan urusan pemerintahan

dan pelayanan umum di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif. Tentunya, Dinas Pariwisata Provinsi Banten memiliki kewajiban untuk melakukan pelayanan dalam bidang pariwisata termasuk salah satunya adalah memastikan keamanan dan kenyamanan para wisatawan yang berkunjung ke destinasi-destinasi wisata yang ada di Provinsi Banten saat berlangsungnya libur-libur panjang. Baik itu saat situasi normal maupun dalam situasi pandemi Covid-19 saat ini. Untuk itulah, program siaga wisata hadir dan digagas untuk menjaga keamanan dan kenyamanan para wisatawan yang sedang berkunjung ke destinasi-destinasi wisata air yang ada di Provinsi Banten. Program siaga wisata sendiri merupakan sebuah program yang ada di Dinas Pariwisata Provinsi Banten yang mana program ini bekerja sama dengan mitra-mitra terkait yang nantinya akan membantu Dinas Pariwisata Provinsi Banten dalam pelaksanaannya. Sebagaimana yang disampaikan oleh informan 2, di bawah ini:

“Siapa Siaga Wisata? Siaga Wisata memang terdiri dari mitra-mitra. Siaga Wisata tidak hanya pengamanan pantai saja namun di tempat-tempat rekreasi seperti waterpark, themepark, waterboom” (Lasniatin, 2021).

Program Siaga Wisata sendiri telah ada sebelum era pandemi Covid-19 berlangsung, yang mana Program Siaga Wisata telah ada sejak beberapa tahun yang lalu tepatnya telah berlangsung sejak tahun 2017. Sebagaimana yang disampaikan oleh informan 2, di bawah ini:

“Siaga Wisata muncul dengan adanya Balawista sudah ada dari tahun 2017” (Lasniatin, 2021).

Di era pandemi Covid-19 pelaksanaan program siaga wisata tentunya memerlukan penyesuaian-penyesuaian pada pelaksanaannya di lapangan agar dapat menyesuaikan dengan keadaan yang terjadi saat ini. Selanjutnya, program siaga wisata akan peneliti analisis dengan

menggunakan model perencanaan komunikasi Philip Lesly, sebagai berikut:

1. Tahap analisis dan riset pada perencanaan strategi komunikasi dalam program Siaga Wisata

Strategi komunikasi sendiri merupakan paduan di antara dua hal, yakni: perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) dalam upaya untuk mencapai tujuan suatu tujuan (Effendy, 2008: 29). Upaya-upaya dalam mencapai sebuah tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya tentunya harus berdasar pada cara, kiat, ataupun taktik yang telah disusun terlebih dahulu. Strategi komunikasi sendiri adalah bagian dari perencanaan komunikasi, karena dalam praktiknya strategi komunikasi akan dilakukan setelah adanya suatu perencanaan komunikasi. Oleh karena itu, perencanaan komunikasi menjadi sebuah hal yang sangat penting dalam keberlangsungan suatu kegiatan komunikasi yang akan dilakukan oleh organisasi.

Maka, sebelum melakukan strategi komunikasi yang harus terlebih dahulu dilakukan adalah menyusun suatu perencanaan komunikasi. Perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen tertulis yang menggambarkan tentang apa yang harus dilakukan berhubungan dengan komunikasi dalam pencapaian tujuan, dengan cara apa yang dapat dilakukan sehingga tujuan tersebut dapat dicapai, dan kepada siapa program komunikasi tersebut ditujukan, dengan peralatan dan dalam jangka waktu berapa lama hal itu bisa tercapai, dan bagaimana cara mengukur (evaluasi) hasil-hasil yang diperoleh dari program tersebut (Mehall dalam Cangara, 2014:48).

Dalam model perencanaan komunikasi Philip Lesly, yang mana suatu perencanaan komunikasi digambarkan memiliki dua komponen utama, yakni komponen organisasi dan komponen publik. Adapun,

komponen organisasi di dalamnya terdiri dari empat tahapan; analisis dan riset, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan, dan kegiatan komunikasi. Keempat tahapan inilah yang merupakan tahapan yang harus dilakukan oleh para perumus strategi sebelum adanya pelaksanaan kegiatan komunikasi.

Tahapan yang pertama adalah analisis dan riset, analisis dan riset sendiri merupakan sebuah hal yang penting, sebuah tahap pertama yang akan menentukan tahap-tahap selanjutnya dalam proses penyusunan perencanaan komunikasi. Adapun pada tahap ini memiliki indikator, yakni diagnosa dan identifikasi permasalahan.

Provinsi Banten sendiri memiliki garis pantai yang sangat panjang 509 KM (Dinas Pariwisata Banten, 2019:54). Hal tersebut, terbukti dengan banyaknya destinasi wisata unggulan yang ada di Provinsi Banten ini merupakan wisata yang berkaitan dengan keindahan pantai-pantainya di antaranya mungkin sering kita dengar pantai Anyer, pantai Carita, pantai Tanjung Lesung, pantai Sawarna, dan masih banyak lagi. Namun, dengan begitu banyaknya pantai yang berpotensi di Provinsi Banten ini haruslah sebanding lurus dengan pelayanannya. Misalnya, hal yang paling mendasar adalah keamanan dan kenyamanan wisatawan yang berkunjung ke destinasi-destinasi wisata yang ada di Banten. Sebagaimana yang disampaikan oleh informan 3, di bawah ini:

“Siaga wisata adalah suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten karena fenomena yang kita ketahui pariwisata di Provinsi Banten itu sebagian besar adalah wisata pantai terbuka sehingga Dinas Pariwisata Provinsi Banten memandang perlu untuk menyiagakan pasukannya dan bekerja sama dengan stakeholder yaitu Balawista Banten yang mempunyai tugas sebagai lifeguard atau menjaga kawasan pantai dan wisata air terbuka” (Sukei, 2021)

Pada saat era Covid-19 saat ini pariwisata merupakan salah satu yang sektor yang sangat terdampak oleh adanya penyebaran virus

Covid-19 ini. Dikarenakan banyak daerah-daerah yang melaksanakan pembatasan-pembatasan sosial di daerahnya. Tak terkecuali juga, Pemerintah Provinsi Banten yang juga menerapkan pembatasan-pembatasan sosial yang menyebabkan aktivitas masyarakatnya harus terhenti untuk sementara waktu, begitupun dengan geliat atau aktivitas pariwisatanya. Sebagaimana yang disampaikan oleh informan 1, di bawah ini:

“Memang awal-awal Covid-19 mulai bulan Februari 2020 banyak daerah yang melakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) sehingga secara otomatis destinasi wisata berkurang pengunjung. Tetapi untuk di Banten khususnya wisata religi kelihatannya tidak terdampak karena kalau di Banten Lama sendiri sampai hari ini luar biasa pengunjungnya karena mungkin itu faktor keyakinan, kalau wisata religi. Secara umum, memang wisatawan turun, ini juga sangat berpengaruh pada PAD (Pendapatan Asli Daerah) Kabupaten dan Kota. Karena PAD Kabupaten dan Kota itu diambil dari pajak restoran, pajak hotel, kan gitu. Itu betul kemarin itu, Kabupaten dan Kota luar biasa penurunan PAD-nya karena hotel banyak yang ditutup, terutama Tangerang Raya kemarin itu sangat terdampak khususnya pendapatan asli daerahnya. Selain itu sangat berdampak pada pertumbuhan ekonomi lokal, berdampak pada pendapatan daerah khususnya Kabupaten dan Kota yang mengandalkan dari restoran, dari hotel yang secara otomatis berdampak kepada pengurangan tenaga kerja karena dirumahkan” (Fahrurozi, 2021).

Pandemi Covid-19 sendiri memberikan pukulan yang luar biasa terhadap pariwisata di Provinsi Banten yang membuat berbagai sektor yang ada di delapan kabupaten dan kota yang ada di Provinsi Banten menjadi sangat-sangat terpuruk pada saat terjadinya pandemi Covid-19 saat ini, baik itu sektor pariwisata maupun sektor-sektor industri lainnya. Sebagaimana yang disampaikan oleh informan 2, di bawah ini:

“Sekarang berbicara ada pandemi nih, kita tidak menginginkan ini terjadi tapi karena ini musibah dunia yang mau tidak mau, suka tidak suka harus kita hadapi. Dikarenakan kita ada di sektor pariwisata sangat-sangat terdampak, tidak hanya sektor

pariwisata namun sektor industri lainnya juga sangat terdampak artinya bagaimana kita menghadapi, bagaimana kita mengantisipasi. Yang kita semua tahu, kalau bicara pandemi Covid-19 berarti tidak hanya wilayah pantai. Ini 8 Kabupaten dan Kota semua sektor tidak hanya pariwisata, ini semua terdampak artinya sekali lagi sebelum dan sekarang yang sedang kita hadapi sangat-sangat terdampak dan terpuruk” (Lasniatin, 2021).

2. Tahap perumusan kebijakan pada strategi komunikasi dalam program Siaga Wisata

Tahapan selanjutnya dalam model perencanaan komunikasi Philip Lesly yang harus dilakukan adalah perumusan kebijakan. Perumusan merupakan tahapan yang mencakup strategi yang akan digunakan (Cangara, 2014:75). Adapun pada tahap ini memiliki indikator strategi sebagai hasil dari tahap perumusan kebijakan. Oleh karena itu, pada tahapan ini para perumus perencanaan strategi haruslah menyusun cara, kiat, ataupun taktik yang akan digunakan dalam kegiatan komunikasi nantinya.

Aplikasi tahapan perumusan kebijakan dalam program Siaga Wisata terdapat pada yang menjadi tujuan diadakannya program Siaga Wisata itu sendiri memberikan rasa aman dan nyaman kepada para wisatawan yang berkunjung ke destinasi-destinasi wisata air yang ada di Banten. Dimulai dengan pemilihan mitra utama yang akan terjun langsung di destinasi-destinasi wisata air di Provinsi Banten Sebagaimana yang dijelaskan oleh informan 2, di bawah ini:

“Berbicara Siaga Wisata ini merupakan salah satu program yang ada di Dinas Pariwisata, Siaga Wisata sendiri ada bukan karena pandemi saja atau karena tsunami saja, bahwa Siaga Wisata itu ada asosiasi, mitra pariwisata. Ada salah satu mitra yaitu namanya Balawista (Badan Penyelamat Wisata Tirta) yang menjadi garda terdepan dalam rangka pengamanan mengantisipasi kesiapsiagaan “bencana” tapi kita tidak hanya berbicara bencana, karena Balawista sendiri selalu tampil tidak hanya dalam event-event tertentu saja, namun saat

weekend, long weekend, hari-hari besar selalu tampil” (Lasniatin, 2020).

Seperti kita ketahui pandemi Covid-19 masih berlangsung di mana penerapan protokol kesehatan masih gencar dilaksanakan di seluruh Indonesia saat ini, tak terkecuali Provinsi Banten. Pada masa pandemi Covid-19 Siaga Wisata mengalami penyesuaian-penyesuaian dalam praktiknya di lapangan guna merespon keadaan yang terjadi saat ini. Selanjutnya, Siaga Wisata juga berperan untuk menghimbau dan penegakan protokol kesehatan kepada para wisatawan yang berkunjung destinasi-destinasi wisata air yang ada di Banten. Sebagaimana yang dijelaskan oleh informan 1 dan informan 4, di bawah ini:

“Sesuai dengan arahan dari pemerintah bahwa Dinas Pariwisata itu menghimbau kepada baik itu pengelola destinasi wisata maupun pengunjung tetap memperhatikan protokol kesehatan, yang pertama. Yang kedua, kita juga nanti ada Siaga Wisata untuk menghadapi lebaran Idul Fitri itu tujuannya adalah untuk menggerakkan protokol kesehatan khususnya di destinasi wisata, itu prinsipnya. Yang ketiga, masyarakat sudah mulai jenuh dengan adanya Covid-19 masyarakat sudah mulai jenuh ingin juga berwisata. Tapi itu, dengan syarat tetap mengikuti protokol kesehatan” (Fahrurrozi, 2021).

“Iya, itu kita wajib sekali pada masa pandemi ini untuk setiap objek wisata yang kita buat, kita sudah melengkapi dengan tempat cuci tangan dan juga himbauan kesehatan tentang 3M (Mencuci tangan, Memakai masker, & Menjaga Jarak), itu untuk protokol kesehatannya. Dan kita juga selalu melengkapi dengan papan informasi tentang Sapta Pesona Wisata” (Irawati, 2021).

Selain dua tugas di atas, Siaga Wisata juga mempunyai tujuan mencegah membeludaknya kunjungan wisatawan yang datang ke destinasi-destinasi wisata air yang ada di Provinsi Banten, terlebih di era Covid-19 saat ini meskipun pariwisata lokal sudah diperbolehkan untuk dibuka. Namun, protokol kesehatan yang terkait dengan hal ini adalah menjaga jarak harus tetap ditegakkan. Oleh karena itu, Siaga

Wisata berperan untuk menyekat arus lalu lintas menuju objek wisata yang sekiranya telah penuh dengan pengunjung agar tidak membludak untuk mencapai tujuan tersebut Dinas Pariwisata Provinsi Banten juga menjalin kerja sama instansi-instansi lain sesuai dengan tupoksinya masing-masing. Sebagaimana yang dijelaskan oleh informan 5, di bawah ini:

“Pola kebijakan sendiri di destinasi-destinasi wisata itu di era new normal yang kita persiapkan adalah protokol kesehatannya yang diperketat di destinasi-destinasi wisata. Selain itu, kita juga ada Siaga Wisata untuk menghadapi libur-libur panjang yang akan datang, kita juga bekerja sama dengan Dinas Perhubungan, Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD), Satpol PP, Kepolisian untuk menyekat-nyekat arus perjalanan ke arah destinasi-destinasi wisata ketika destinasi wisata akan membludak dengan dibatasinya jumlah wisatawan agar tidak terlalu banyak. Jadi contohnya ketika destinasi wisata Anyer sudah ramai maka akan ditutup akses atau arah jalan menuju destinasi wisata tersebut” (Sujatnika, 2021)

Adapun koordinasi yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten dengan mitra-mitra yang bekerja sama dalam program Siaga Wisata adalah dengan melakukan rapat persiapan program Siaga Wisata dengan menggunakan platform digital seperti Whatsapp, Instagram dan juga zoom *meeting*, selain itu menggunakan surat. Sebagaimana yang dijelaskan oleh informan 2 dan informan 3, di bawah ini:

“Berbicara media kita semua tahu ada media lokal, online, offline, melalui WhatsApp Grup bersama, melalui Instagram, Radio. Tapi media yang sangat efektif dan efisien menggunakan WhatsApp Grup dan Instagram. Karena kita tidak boleh mengadakan sosialisasi mengundang masyarakat secara face to face, secara offline ada batasan jadi untuk sekarang ini contohnya juga nanti ada rapat persiapan Siaga Wisata itu melalui zoom dengan offline” (Lasniatin, 2021).

“Disaat sekarang era komunikasi semua serba mudah melalui media sosial, melalui WhatsApp. Untuk proses penyebaran informasi dengan para mitra sendiri berkomunikasi secara aktif

menggunakan platform WhatsApp, selain itu menggunakan surat” (Sukezi, 2021).

3. Tahap perencanaan program pelaksanaan pada perencanaan strategi komunikasi dalam program Siaga Wisata

Tahap perumusan kebijakan telah dilalui yang mana pada tahap tersebut menghasilkan sebuah cara, kiat, ataupun taktik dalam proses perencanaan komunikasi. Tahap perencanaan program pelaksanaan adalah tahap selanjutnya dalam model perencanaan komunikasi Philip Lesly. Adapun pada tahap ini memiliki indikator terkait sumber daya seperti: tenaga, dana, dan fasilitas apa saja yang akan digunakan oleh organisasi untuk mendukung kegiatan komunikasi. Pada tahapan ini perumus strategi dituntut untuk menghasilkan perencanaan komunikasi yang lebih jelas dan terperinci agar di dalam pelaksanaan kegiatan komunikasi dapat berjalan sesuai dengan perencanaan yang tersusun.

Dalam tahap perencanaan program pelaksanaan program Siaga Wisata pada indikator yang pertama adalah tenaga, yang berarti siapa saja yang akan terlibat menjadi mitra, yang nantinya akan membantu Dinas Pariwisata Provinsi Banten dalam pelaksanaan kegiatan program Siaga Wisata. Adapun mitra-mitra yang akan terlibat dalam program Siaga Wisata ini di antaranya adalah Balawista, Kepolisian, Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD), Tagana, Badan SAR Nasional (Basarnas), Badan Meteorologi Klimatologi & Geofisika (BMKG), Satpol PP, Dinas Perhubungan, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), Pengelola Objek Wisata dan Pemerintah Kabupaten dan Kota. Sebagaimana yang dijelaskan oleh informan 1 dan informan 3, di bawah ini:

“Ada, kita Dinas Pariwisata bersama mitra-mitra yang lain tentunya tidak bisa bekerja sendiri. Kita juga ada mitra dari Badan SAR Nasional (Basarnas), Badan Meteorologi Klimatologi & Geofisika (BMKG), Satpol PP, Dinas

Perhubungan, temen-temen Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), temen-temen pengelola objek wisata yang ada di destinasi, dan Pemerintah Kabupaten dan Kota kita semua sinergis ikut dalam rangka Siaga Wisata ini, baik ada musibah, pandemi, atau kebencanaan kita selalu satu suara” (Lasniatin, 2021).

“Yang dikerahkan oleh Dinas pariwisata Provinsi Banten dalam Siaga Wisata adalah kami para pegawai yang ada di lingkungan Dinas Pariwisata Provinsi Banten yang terkait langsung dengan tugas pokok dan fungsinya terutama pada Bidang Destinasi Wisata yang mempunyai tupoksi melaksanakan Siaga Wisata. Selain itu, mitra yang lainnya di antaranya Balawista, Kepolisian, BPBD, Tagana, BMKG” (Sukezi, 2021).

Selanjutnya, indikator lain dalam perencanaan program pelaksanaan adalah dana yang akan digunakan dalam program Siaga Wisata berasal dari APBD. Yang mana nantinya dana tersebut akan digunakan sebagai insentif relawan-relawan dari Balawista yang bertugas sebagai *lifeguard* saat pelaksanaan Siaga Wisata di destinasi-destinasi wisata air yang ada di Provinsi Banten. Sebagaimana yang dijelaskan oleh informan 3, di bawah ini:

“Kemudian kepada anggota Balawista yang mempunyai tugas pokok untuk mengamankan wisatawan kami memberikan dana anggaran kecil untuk mereka sebesar Rp. 200.000 untuk sebanyak 100 orang untuk masa kerja selama satu minggu. Selain itu, fasilitas lain sebagai sarana dan prasarana pendukung terlaksananya Siaga Wisata adalah life jacket, speedboat, dan sebagainya dalam proses pengadaan” (Sukezi, 2021).

Dinas Pariwisata Provinsi Banten juga menerjunkan timnya atau para pegawainya di lingkungan Dinas Pariwisata Provinsi Banten ke lapangan dalam pelaksanaan program Siaga Wisata dengan mengeluarkan Surat Perjalanan Tugas (SPT) untuk tim yang akan memonitor wisata yang akan dituju. Sebagaimana yang dijelaskan oleh informan 3, di bawah ini:

“Dikarenakan anggaran yang kecil dalam program Siaga Wisata yang difasilitasi oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten adalah kami menerjunkan tim dari Dinas Pariwisata Provinsi Banten dalam arti kami mengadakan perjalanan dinas atau Surat Perjalanan Tugas (SPT) untuk memonitor wisata yang akan kami tuju” (Sukezi, 2021)

Selain itu, Dinas Pariwisata Provinsi Banten juga mengerahkan berbagai fasilitas-fasilitas pendukung lainnya dalam menyukseskan program Siaga Wisata seperti *life jacket*, *speedboat* yang nantinya akan digunakan di lapangan. Sebagaimana yang dijelaskan oleh informan 3, di bawah ini:

*“Selain itu, fasilitas lain sebagai sarana dan prasarana pendukung terlaksananya Siaga Wisata adalah *life jacket*, *speedboat*, dan sebagainya dalam proses pengadaan” (Sukezi, 2021).*

4. Tahap kegiatan komunikasi pada perencanaan strategi komunikasi dalam program Siaga Wisata

Tahap kegiatan komunikasi merupakan tahapan terakhir dalam komponen organisasi yang berada dalam model perencanaan komunikasi Philip Lesly. Tahapan kegiatan komunikasi adalah tindakan yang harus dilakukan, yakni membuat dan menyebarkan informasi baik melalui media massa maupun saluran-saluran komunikasi lainnya (kelompok, tradisional, media baru, *focus group discussion*, publik) (Cangara, 2014:75). Pada tahap kegiatan komunikasi adalah puncak dari tahapan-tahapan perencanaan komunikasi yang telah dibuat sebelumnya.

Pada dasarnya dalam pelaksanaan program Siaga Wisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten dilaksanakan dengan komunikasi tradisional yang mana secara langsung dengan cara turun langsung kepada masyarakat atau dalam hal ini adalah para wisatawan. Sebagaimana yang dijelaskan oleh informan 3, di bawah ini:

“Untuk penyebaran informasi kepada masyarakat sendiri kami menggunakan baliho, spanduk sebagai pemberitahuan kepada masyarakat bahwa kami sedang melaksanakan Siaga Wisata sekaligus himbauan kepada masyarakat agar memperketat protokol kesehatan” (Sukeesi, 2021).

Namun selain itu, dalam program Siaga Wisata juga Dinas Pariwisata Banten menggunakan media-media *online* dalam penyebaran informasi terkait Siaga Wisata kepada khalayak sebagaimana yang peneliti temukan di lapangan saat mengobservasi penyebaran informasi program Siaga Wisata.

Pada dasarnya analisis model perencanaan komunikasi yang dikemukakan oleh Philip Lesly menggambarkan bahwa sebuah proses perencanaan dibagi menjadi dua komponen utama, yakni: organisasi sebagai bagian yang menggerakkan kegiatan dan publik sebagai bagian yang menjadi sasaran kegiatan. Adapun dalam penelitian ini, peneliti hanya meneliti sampai pada tahapan kegiatan komunikasi saja yang termasuk di dalam komponen organisasi sebagai penggerak kegiatan. Sedangkan komponen publik sendiri sebagai yang menerima kegiatan di dalam model perencanaan komunikasi Philip Lesly tidak peneliti analisis.

4.4 Pembahasan

Dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak sekali yang terjadi di dalam era pandemi Covid-19 yang masih berlangsung saat ini, khususnya bagi sektor pariwisata di Provinsi Banten di mana situasi di lapangan begitu cepat sekali berubah-ubah adanya, sehingga sukar untuk memprediksi keadaan ke depannya. Di Provinsi Banten sendiri pada masa awal tahun 2020 di mana saat itu virus Covid-19 awal mula menyebar di Indonesia menyebabkan keterpurukan pada berbagai sektor di masyarakat, baik itu sektor sosial, sektor ekonomi, sektor politik, sektor transportasi, tak terkecuali dengan sektor

pariwisata turut terkena dampak yang sangat besar di mana harus dibatasi atau bahkan dihentikannya keberlangsungan kegiatan wisata yang sebelumnya berjalan.

Tercatat bahwa lima dari delapan kabupaten dan kota yang ada di Provinsi Banten mengalami penurunan kunjungan wisatawan baik wisatawan Nusantara dan wisatawan mancanegara yang sangat signifikan adanya selama tahun 2020. Hal tersebut tentu saja berpengaruh pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) kabupaten dan kota yang ada di Provinsi Banten, khususnya bagi daerah-daerah yang memang menggantungkan Pendapatan Asli Daerahnya (PAD) pada pajak restoran dan hotel seperti wilayah Tangerang Raya. Selain itu, tiga daerah lainnya pun turut mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan di mana Kabupaten Pandeglang yang mengalami penurunan pada jumlah kunjungan wisatawan Nusantara meskipun pada jumlah kunjungan mancanegara sedikit meningkat, berbanding terbalik dengan Kabupaten Serang dan Kota Serang yang mengalami kenaikan jumlah kunjungan wisatawan Nusantara dan mengalami penurunan pada jumlah kunjungan wisatawan mancanegara.

Dampak lainnya dirasakan oleh para pelaku wisata di Provinsi Banten yang mana dalam hal ini adalah pelaku usaha wisata *tour* dan *travel* mereka harus membatalkan semua rencana perjalanan yang sebelumnya telah disusun dikarenakan terjadinya pandemi Covid-19 di Indonesia yang membatasi atau bahkan menghentikan aktivitas-aktivitas pariwisata. Yang mana dampak lain dari dibatalkannya rencana perjalanan mengharuskan pelaku usaha wisata *tour* dan *travel* mengembalikan dana yang sebelumnya telah diperoleh dari para calon pengguna jasa.

Selain itu, pandemi Covid-19 juga menurunkan pendapatan pelaku usaha wisata di mana yang sebelumnya disaat situasi normal dapat memperoleh pendapatan dari belasan hingga puluhan juta rupiah namun saat situasi pandemi Covid-19 menjadi tidak ada sama sekali pendapatan yang diterima oleh para

pelaku wisata. Pandemi Covid-19 yang menghentikan segala aktivitas-aktivitas wisata di Provinsi Banten menyebabkan para pelaku wisata harus berpikir kreatif dalam merespon keadaan yang terjadi. Di mana beberapa pelaku usaha wisata harus merubah haluan usahanya hanya agar dapat terus berputarnya roda perusahaan yang sebelumnya harus terhenti karena pandemi Covid-19.

Namun, hal berbeda terjadi dengan wisata religi yang ada di Provinsi Banten yakni Kawasan Kesultanan Banten atau Banten Lama yang tidak terpengaruh dengan adanya pandemi Covid-19 di Provinsi Banten. Di mana pada masa pandemi Covid-19 para wisatawan masih tetap berbondong-bondong berkunjung ke destinasi wisata religi tersebut untuk melaksanakan ziarah ke makam-makam yang ada di Kawasan Kesultanan Banten. Hal tersebut dikatakan dipengaruhi oleh faktor keyakinan yang dimiliki oleh setiap wisatawan yang berkunjung sehingga pandemi Covid-19 yang terjadi tidak dapat mempengaruhi keyakinan yang dimiliki oleh para wisatawan untuk terus berkunjung ke Kawasan Kesultanan Banten guna berziarah.

Sebuah harapan akan bangkitnya sektor pariwisata muncul ketika Pemerintah Pusat telah membuka atau memperbolehkannya wisata lokal di mana destinasi wisata bisa dikunjungi oleh wisatawan lokal dalam kota namun dengan protokol kesehatan yang tentunya harus diterapkan secara ketat di setiap destinasi wisata. Kebijakan tersebut tentunya memberikan asa bagi para pelaku wisata di Provinsi Banten untuk dapat merangkak dan memulai kembali aktivitas-aktivitas wisata yang sebelumnya harus terhenti karena badai pandemi Covid-19, asa tersebut terpupuk hingga datangnya momentum Lebaran Idul Fitri 2021 di mana mudik dengan tegas dilarang oleh Pemerintah Pusat yang bertujuan untuk menekan penyebaran virus Covid-19 di Indonesia namun sektor pariwisata dibuka atau diperbolehkan untuk dikunjungi sebagai kompensasi dari peniadaan mudik Lebaran Idul Fitri 2021.

Momentum libur Idul Fitri yang diharapkan dapat membangkitkan sektor pariwisata dari keterpurukan khususnya bagi para pelaku wisata di Provinsi

Banten. Namun harapan tersebut harus sirna dikarenakan selang dua hari setelah hari Lebaran Idul Fitri 2021 berlangsung yakni pada tanggal 15 Mei 2021 Pemerintah Provinsi Banten melalui Surat Instruksi yang dikeluarkan oleh Gubernur Banten tentang Penutupan Sementara Destinasi Wisata Dampak Libur Hari Raya Idul Fitri Tahun 2021 Di Provinsi Banten. Dengan keluarnya Surat Instruksi Gubernur tersebut secara otomatis harus kembali menghentikan geliat sektor pariwisata sekaligus kembali mengubur asa para pelaku wisata di Provinsi Banten untuk merangkak bangkit.

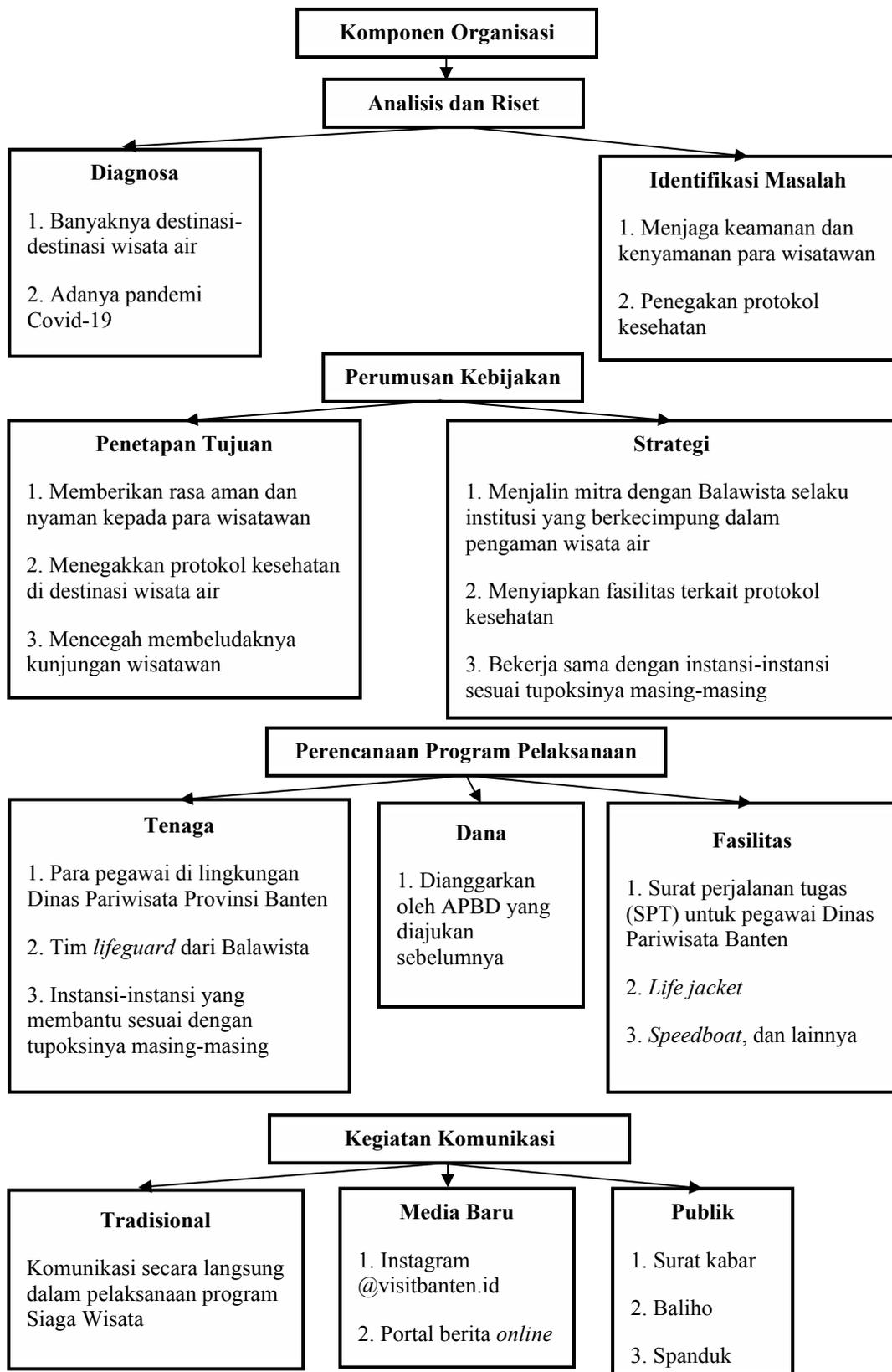
Dikeluarkannya Surat Instruksi Gubernur Banten sendiri bukan tanpa alasan yang berarti. Pemerintah Provinsi Banten sendiri melihat bahwa kunjungan wisatawan yang datang ke destinasi-destinasi wisata yang ada di Provinsi Banten pada tanggal 14 Mei hingga tanggal 15 Mei 2021 sangat tinggi sekali di mana menimbulkan kerawanan yang dapat memicu terjadinya pelanggaran protokol kesehatan oleh para wisatawan yang berkunjung, yang mana hal tersebut dapat menimbulkan risiko meningkatnya penyebaran virus Covid-19 di Provinsi Banten.

Lalu, situasi kembali berubah di mana pada hari Kamis 1 Juli 2021 di mana babak baru telah dimulai dengan diumumkannya sebuah informasi mengenai Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat yang akan berlaku tanggal 3 Juli sampai dengan 20 Juli 2021 pada Pulau Jawa dan Pulau Bali dalam rangka menyikapi melonjaknya kasus penyebaran virus Covid-19 yang mana kian hari kian tidak terkendali dalam penyebarannya oleh Presiden Republik Indonesia Bapak Joko Widodo yang bertempat di Istana Kepresidenan. Hal tersebut juga merupakan sebuah pukulan yang luar biasa bagi sektor pariwisata yang sebelumnya telah diperbolehkan dan mencoba untuk sedikit demi sedikit merangkak bangkit khususnya pariwisata di Provinsi Banten. Di mana diungkapkan oleh Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Banten Bapak Ashok Kumar akibat dari diberlakukannya kebijakan tersebut menyebabkan dampak yang sangat signifikan bagi sektor pariwisata khususnya di Provinsi Banten yang mana Perhimpunan Hotel dan

Restoran Indonesia (PHRI) Banten memperkirakan tingkat hunian hotel yang ada di Provinsi Banten turun hingga di bawah 20%.

Dampak diberlakukannya kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat dirasakan oleh para pelaku usaha wisata tour dan travel menyebabkan ditundanya rencana-rencana perjalanan wisata yang sebelumnya telah direncanakan akan dilaksanakan di bulan Juli 2021 namun terhalang oleh kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat yang membatasi kembali aktivitas-aktivitas sosial di masyarakat yang berlangsung dari tanggal 3 Juli sampai dengan tanggal 20 Juli 2021.

Selanjutnya analisis data dilakukan oleh peneliti setelah melakukan pengumpulan data-data yang dibutuhkan terkait penelitian melalui wawancara, observasi, studi literatur, dan dokumentasi yang kemudian dianalisis berdasarkan identifikasi masalah. Kegiatan analisis data yang dilakukan oleh peneliti ditinjau berdasarkan hasil penelitian di lapangan yang kemudian diinterpretasikan ke dalam analisis model perencanaan komunikasi Philip Lesly.



**Gambar 4.2 Proses Perencanaan Program Kegiatan Siaga Wisata Dinas
Pariwisata Provinsi Banten Dengan Pengimplementasian Analisis Model
Perencanaan Komunikasi Philip Lesly**

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2021.

4.4.1 Tahap analisis dan riset dengan mendiagnosa dan mengidentifikasi permasalahan

Proses perencanaan komunikasi menurut Philip Lesly diawali oleh analisis dan riset. Dalam tahapan ini, terdapat indikator yang bisa membantu peneliti dalam menelaah apa saja poin-poin yang dapat dilakukan dalam keadaan analisis dan riset. Adapun indikator-indikator yang terdapat dalam tahapan analisis dan riset di antaranya adalah diagnosa dan identifikasi permasalahan.

Pada tahapan analisis data dan riset, indikator yang pertama adalah diagnosa. Adapun diagnosa yang pertama pada program Siaga Wisata adalah didasarkan pada banyaknya destinasi-destinasi wisata air yang ada di Provinsi Banten. Berangkat dari hal tersebut menjadi sebuah titik awal, yang mana Dinas Pariwisata Provinsi Banten memandang perlu untuk membuat sebuah program kegiatan yang bergerak langsung dalam menjaga keamanan dan kenyamanan para wisatawan yang berkunjung ke destinasi-destinasi wisata air yang ada di Provinsi Banten, khususnya disaat ramai kunjungan wisatawan seperti saat liburan panjang lebaran, liburan sekolah, liburan akhir tahun dan lainnya.

Diagnosa yang kedua adalah terjadinya pandemi Covid-19 yang saat ini terjadi. Pelaksanaan program Siaga Wisata sendiri pada sebelum terjadinya pandemi Covid-19 yang terjadi sejak awal tahun 2020 di Indonesia tidak menerapkan protokol kesehatan pada pelaksanaannya di lapangan. Namun, sejak terjadinya pandemi Covid-19 program Siaga Wisata mengalami penyesuaian-penyesuaian dengan keadaan yang sedang terjadi saat ini yakni dengan menerapkan protokol kesehatan dan

juga melaksanakan himbauan-himbauan penerapan protokol kesehatan kepada para wisatawan yang berkunjung pada pelaksanaan program Siaga Wisata. Selain itu, pada masa pandemi ini dalam program Siaga Wisata juga melaksanakan penyekatan-penyekatan arus lalu lintas menuju destinasi-destinasi wisata air yang ada di Provinsi Banten yang bertujuan untuk membatasi jumlah pengunjung yang datang agar tidak membeludak di dalam destinasi wisata.

Selanjutnya, indikator yang kedua dalam tahapan analisis dan riset adalah identifikasi masalah. Identifikasi masalah yang pertama adalah bagaimana cara yang dilakukan agar para wisatawan yang berkunjung ke destinasi-destinasi air yang ada di Provinsi Banten merasa aman dan nyaman ketika berkunjung.

Identifikasi masalah yang kedua adalah melaksanakan penegakan protokol kesehatan kepada para wisatawan yang berkunjung ke destinasi-destinasi wisata air yang ada di Provinsi Banten, meliputi penerapan 3M yakni: Mencuci tangan, Memakai masker, dan Menjaga jarak.

4.4.2 Tahapan perumusan kebijakan dengan penentuan tujuan dan strategi

Pada tahapan perumusan kebijakan memiliki indikator di antaranya adalah penentuan tujuan dan strategi. Berdasarkan hasil analisis dan riset yang telah dilakukan pada tahapan sebelumnya, selanjutnya Dinas Pariwisata Provinsi Banten menentukan apa saja tujuan dilaksanakannya kegiatan dalam hal ini adalah program Siaga Wisata. Penentuan tujuan program Siaga Wisata sendiri didasarkan kepada identifikasi masalah yang telah ditentukan sebelumnya pada tahap analisis dan riset. Adapun dalam program Siaga Wisata yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten yang pertama memiliki tujuan memberikan rasa aman dan nyaman kepada para wisatawan yang berkunjung ke destinasi-destinasi wisata air yang ada di Provinsi Banten dengan memberikan

menyiagakan para *lifeguard* yang siap membantu para wisatawan jika dalam keadaan bahaya.

Tujuan yang kedua adalah menegakkan protokol kesehatan di destinasi wisata air yang ada di Provinsi Banten. Tentunya Dinas Pariwisata Provinsi Banten memiliki tanggung jawab untuk menegakkan protokol kesehatan dalam program Siaga Wisata karena seperti yang kita ketahui meskipun pariwisata lokal telah diperbolehkan namun tetap dengan aturan-aturan yang ketat termasuk wajibnya menerapkan protokol kesehatan bagi para pengunjung yang hadir di dalam destinasi wisata.

Tujuan yang ketiga adalah mencegah membeludaknya kunjungan wisatawan yang datang. Hal ini, tentu saja bagai dua sisi mata uang yang mana sebenarnya jika banyak pengunjung yang hadir tentu saja sangat bagus. Namun, di sisi lain melihat keadaan kita yang saat ini masih dalam situasi pandemi Covid-19 yang sewaktu-waktu mengharuskan Dinas Pariwisata Provinsi Banten menyekat atau bahkan menutup akses lalu lintas menuju destinasi wisata agar tidak terjadi membeludaknya kunjungan wisatawan di destinasi wisata yang mungkin saja akan membahayakan para para wisatawan dengan hilangnya protokol kesehatan dalam hal ini adalah menjaga jarak pada masa pandemi ini.

Selanjutnya, setelah penentuan tujuan dari dilaksanakannya program Siaga Wisata. Indikator yang kedua adalah menentukan strategi apa saja yang akan membantu Dinas Pariwisata Provinsi Banten dalam mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Adapun strategi yang digunakan Dinas pariwisata Provinsi Banten yang pertama adalah menjalin mitra dengan Balawista selaku institusi yang berkecimpung dalam pengamanan wisata air yang mana nantinya tim dari Balawista lah yang akan terjun langsung menjadi *lifeguard* di

destinasi-destinasi wisata air yang ada di Provinsi Banten selama pelaksanaan Siaga Wisata.

Strategi yang kedua adalah dengan menyiapkan fasilitas-fasilitas terkait protokol kesehatan yang dibutuhkan selama proses pelaksanaan Siaga Wisata di antaranya adalah tempat cuci tangan dan juga himbauan-himbauan untuk menerapkan 3M (Mencuci tangan, Memakai masker, dan Menjaga jarak) kepada para wisatawan yang berkunjung.

Strategi yang ketiga sekaligus yang terakhir adalah bekerja sama dengan instansi-instansi sesuai dengan tupoksinya masing-masing. Dalam penetapan tujuan pada poin ketiga sebelumnya adalah mencegah membeludaknya kunjungan wisatawan ke destinasi-destinasi wisata air di Provinsi Banten. Untuk mencapai tujuan tersebut tentu saja Dinas Pariwisata Provinsi Banten tidak dapat melaksanakannya sendirian, untuk itu dalam hal ini Dinas Pariwisata Provinsi Banten menyusun strategi untuk bekerja sama dengan instansi-instansi yang memang mempunyai wewenang dalam melakukan penyekatan ataupun penutupan akses jalan yang digunakan oleh masyarakat untuk menuju destinasi-destinasi wisata air yang ada di Provinsi Banten. Adapun mitra dalam hal ini di antaranya Dinas Perhubungan, Badan Penanggulangan Bencana daerah (BPBD), Satpol PP, dan Kepolisian.

4.4.3 Tahap perencanaan program pelaksanaan dengan perencanaan mengenai fasilitas, tenaga, dan dana

Pada tahapan perencanaan program pelaksanaan di dalam model perencanaan komunikasi Philip Lesly memberikan gambaran lebih jauh terkait sumber daya yang akan digunakan dalam kegiatan komunikasi yang akan dilakukan oleh organisasi. Dalam perencanaan program pelaksanaan ini memiliki indikator, yakni: tenaga, dana, dan fasilitas. Indikator yang pertama adalah tenaga yang akan digunakan dalam pelaksanaan program Siaga Wisata nantinya. Adapun tenaga yang akan

digunakan yang pertama adalah para pegawai yang ada di lingkungan Dinas Pariwisata Provinsi Banten yang diberikan surat perjalanan tugas (SPT), yang nantinya akan terjun langsung ke lapangan untuk memonitor pelaksanaan program Siaga Wisata. Tenaga yang kedua adalah tim *lifeguard* dari Balawista yang akan bertugas dalam menjaga keamanan dan kenyamanan wisatawan selama program Siaga Wisata. Tenaga yang ketiga adalah instansi-instansi yang membantu sesuai dengan tupoksinya masing-masing seperti Kepolisian, Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD), Tagana, Badan SAR Nasional (Basarnas), Badan Meteorologi Klimatologi & Geofisika (BMKG), Satpol PP, Dinas Perhubungan, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), Pengelola Objek Wisata dan Pemerintah Kabupaten dan Kota.

Indikator yang kedua adalah dana. Adapun dana yang digunakan dalam program kegiatan Siaga Wisata ini berasal dari APBD yang sebelumnya telah diajukan. Indikator yang ketiga adalah fasilitas yang akan mendukung pelaksanaan program Siaga Wisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten. Adapun fasilitas pendukung dalam pelaksanaan program Siaga Wisata yang pertama adalah surat perjalanan tugas (SPT) untuk memonitor pelaksanaan program Siaga Wisata secara langsung di lapangan yang akan diberikan kepada para pegawai yang ada di lingkungan Dinas Provinsi Banten. Fasilitas lainnya adalah *life jacket*, *speedboat* yang nantinya akan digunakan oleh tim Siaga Wisata dalam melaksanakan tugasnya.

4.4.4 Tahap kegiatan komunikasi dengan penentuan saluran komunikasi

Tahapan terakhir dalam komponen organisasi sebagai bagian yang menggerakkan kegiatan adalah kegiatan komunikasi itu sendiri sebagai bagian puncak dari tahapan-tahapan yang sebelumnya telah dilewati. Dalam sebuah perencanaan kegiatan salah satu aspek yang perlu diperhatikan adalah saluran komunikasi yang dipilih agar kegiatan yang

telah direncanakan sebelumnya dapat berjalan dengan maksimal. Sejalan dengan model perencanaan komunikasi Philip Lesly, saluran komunikasi menjadi indikator dalam tahapan kegiatan komunikasi sebagai sebuah aspek penting dalam upaya untuk mencapai tujuan.

Dalam tahap ini mengenai saluran komunikasi model perencanaan komunikasi Philip Lesly menggolongkan sebagai berikut: kelompok, tradisional, media baru, *focus group discussion*, dan publik. Adapun saluran komunikasi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten dalam program kegiatan Siaga Wisata terdiri dari tiga saluran komunikasi saja yakni: Pertama, saluran komunikasi tradisional yang mana komunikasi secara langsung dalam pelaksanaan program Siaga Wisata di lapangan dikarenakan program Siaga Wisata sendiri merupakan kegiatan yang langsung terjun ke lapangan dalam pelaksanaannya dalam upaya untuk menjaga keamanan dan kenyamanan wisatawan. Kedua, saluran komunikasi media baru yang mana dalam hal ini platform yang digunakan adalah akun Instagram resmi dari Dinas pariwisata Provinsi Banten yakni @visitbanten.id, selain itu yang peneliti temui Dinas Pariwisata Provinsi Banten juga menggunakan portal berita *online* untuk menyebarkan informasi terkait Siaga Wisata. Ketiga sekaligus yang terakhir, saluran komunikasi publik yang mana dalam hal ini media yang digunakan adalah surat kabar, baliho, dan spanduk yang terkait dengan Siaga Wisata yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Banyak hal yang telah terjadi di era pandemi Covid-19 saat ini di mana situasi di lapangan begitu cepat sekali berubah-ubah adanya, sehingga sukar untuk memprediksi keadaan ke depannya, di mana sektor pariwisata sebagai salah satu sektor yang terdampak sangat signifikan oleh penyebaran virus Covid-19 yang berlangsung. Di mana dampaknya terjadi penurunan yang saat signifikan terhadap jumlah kunjungan wisatawan, baik itu wisatawan Nusantara maupun wisatawan mancanegara ke Provinsi Banten selama tahun 2020. Selain itu, para pelaku wisata yang terdampak badai Covid-19 harus terus berjuang dalam memupuk asa agar sektor pariwisata khususnya di Provinsi Banten dapat kembali bangkit.

Selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti mengenai strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Banten di era Covid-19 peneliti menemukan satu program kegiatan yang dilaksanakan di era Covid-19 saat ini yakni program Siaga Wisata. Pengaplikasian mengenai model perencanaan komunikasi Philip Lesly dengan program yang peneliti temukan di lapangan dapat dijelaskan dalam beberapa poin di bawah ini, sebagai berikut:

1. Keadaan pariwisata di Provinsi Banten di era Covid-19 dapat dijelaskan melalui tahapan analisis dan riset pada perencanaan strategi komunikasi pariwisata program Siaga Wisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten dalam indikator pertama yakni diagnosa adalah banyaknya destinasi-destinasi wisata air yang ada di Provinsi Banten dan adanya pandemi Covid-19 yang membuat sektor pariwisata di Provinsi Banten terpuruk. Kemudian indikator kedua yakni

- identifikasi masalah adalah menjaga keamanan dan kenyamanan para wisatawan dan penegakan protokol kesehatan di destinasi pariwisata.
2. Formulasi kebijakan pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata provinsi Banten di era Covid-19 dapat dijelaskan melalui tahapan perumusan kebijakan pada perencanaan strategi komunikasi pariwisata program Siaga Wisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten dalam indikator pertama yakni penetapan tujuan adalah memberikan rasa aman dan nyaman kepada para wisatawan, Menegakkan protokol kesehatan di destinasi wisata air, dan mencegah membeludaknya kunjungan wisatawan. Kemudian indikator kedua yakni strategi menjalin mitra dengan Balawista selaku institusi yang berkecimpung dalam pengamanan wisata air, menyiapkan fasilitas terkait protokol kesehatan, dan bekerja sama dengan instansi-instansi sesuai dengan tupoksinya masing-masing.
 3. Perencanaan program pelaksanaan pariwisata yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Banten di era Covid-19 dapat dijelaskan melalui tahapan perencanaan program pelaksanaan perencanaan strategi komunikasi pariwisata program Siaga Wisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten dalam indikator pertama yakni tenaga adalah para pegawai di lingkungan Dinas Pariwisata Provinsi Banten, tim *lifeguard* dari Balawista, dan instansi-instansi yang membantu dengan tupoksinya masing-masing. Kemudian, indikator kedua yakni dana dianggarkan oleh APBD yang diajukan sebelumnya. Yang terakhir, indikator ketiga adalah fasilitas adalah surat perjalanan tugas (SPT) untuk pegawai Dinas Pariwisata Banten, *life jacket*, *speedboat*, dan lainnya.
 4. Aplikasi kegiatan komunikasi pariwisata yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Banten di era Covid-19 dapat dijelaskan melalui tahapan kegiatan komunikasi pelaksanaan perencanaan strategi komunikasi pariwisata program Siaga Wisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten dalam pelaksanaan kegiatan program Siaga Wisata

dilaksanakan melalui tiga saluran komunikasi. Pertama, melalui saluran komunikasi tradisional yang mana komunikasi secara langsung dalam pelaksanaan program Siaga Wisata di lapangan. Kedua, melalui saluran komunikasi media baru yang mana menggunakan platform akun instagram resmi dari Dinas Pariwisata Provinsi Banten yakni @visitbanten.id, portal berita *online*. Ketiga, melalui saluran komunikasi publik yang mana menggunakan surat kabar, baliho, dan spanduk.

5.2 Saran

Peneliti telah menyimpulkan hasil penelitian di lapangan sekaligus menganalisis berdasarkan identifikasi masalah yang telah ditentukan sebelumnya. Hal selanjutnya peneliti akan memberikan saran yang mungkin nantinya dapat dijadikan sebuah bahan pertimbangan bagi organisasi dalam hal ini adalah Dinas Pariwisata Provinsi Banten dalam melakukan strategi komunikasi terkait pariwisata, sebagai berikut:

5.2.1 Saran Teoritis

1. Sebagai sebuah organisasi yang mana akan menggerakkan kegiatan tentunya sebuah perencanaan komunikasi merupakan sebuah hal yang sangat penting bagi Dinas Pariwisata Provinsi Banten harus. Oleh karena itu, tentunya strategi mesti disusun dengan baik sesuai dengan tahapan-tahapan yang ada, karena keberhasilan dari sebuah program kegiatan komunikasi yang dilakukan organisasi tentu saja berdasar kepada proses perencanaan komunikasi yang optimal.
2. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan sebuah sudut pandang baru kepada Dinas Pariwisata Provinsi Banten dan dapat menerapkan model perencanaan komunikasi Philip Lesly dalam

perencanaan-perencanaan strategi komunikasi yang terkait dengan pariwisata pada masa mendatang.

5.2.2 Saran Praktis

1. Dapat dijadikan sebuah bahan referensi bagi para peneliti lain pada masa mendatang yang mungkin tertarik untuk meneliti terkait strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh instansi pemerintah.
2. Dinas Pariwisata Provinsi Banten diharapkan terus berinovasi dengan menghasilkan program-program kegiatan yang dapat mengenalkan potensi-potensi pariwisata Provinsi Banten kepada khalayak luas. Namun selain itu, juga dapat senantiasa memberikan rasa aman dan nyaman kepada para wisatawan yang berkunjung dengan program-program yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardial. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: CV Armico.
- Bungin, Burhan. 2017. *Komunikasi Pariwisata: Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Cangara, Hafied. 2014. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Komariah, Aan. Djam'an Satori. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, J. Lexy. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pitana, I Gede. Diarta, I Ketut. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Rakhmat, Jalaludin. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sihabudin, Ahmad. Winangsih, Rahmi. 2012. *Komunikasi Antarmanusia*. Serang: Pustaka Getok Tular.

Simanjuntak, Bungaran Antonius. Flores Tanjung, dan Rosramadhana Nasution. 2017. *Sejarah Pariwisata: Menuju Perkembangan Pariwisata Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumber Jurnal

Adnyaswari, Ketut Chintya. Nuraeni, Reni. 2020. *Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Kabupaten Karangasem Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Pasca Erupsi Gunung Agung*. E-Journal Komunikasi dan Bisnis, vol. 7(1).

Alayya, Jauza. 2018. *Strategi Komunikasi Pariwisata Pasca Bencana*. Skripsi. Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya.

BPS Provinsi Banten. 2019. *Pariwisata Banten Dalam Angka Tahun 2019*. Banten: Dinas Pariwisata Provinsi Banten.

Payangan, Otto R. 2018. *Pemasaran Jasa Pariwisata*. Bogor: IPB Press.

Sulistyo, Budi. Many, Gita Vemilya. 2012. *Revitalisasi Banten Lama Sebagai Wisata Ziarah*. Jurnal Planesa, vol. 3. Jakarta: E-journal Universitas Esa Unggul.

Wijono, Radjimo Sastro. 2017. *Di bawah bayang-bayang Ibukota: Penataan Daerah Di Provinsi Banten Dari Zaman Kolonial Sampai Zaman Reformasi*. Semarang: e-journal Undip.

Sumber Artikel Online

Alwan, Hairul. (2021) "Sejarah Berdirinya dan Asal Usul Nama Banten". Diakses pada 15 Juni 2021, Pukul 20:57 WIB, dari <https://banten.suara.com/amp/read/2021/05/03/141905/sejarah-berdirinya-dan-asal-usul-nama-banten>

Antara. (2021). "Destinasi Wisata di Banten Ditutup, PHRI: Mau Apa Lagi, Sudah Diputuskan" Diakses pada 7 Juli 2021, Pukul 11.07 WIB, dari <https://bisnis.tempo.co/amp/1463130/destinasi-wisata-banten-ditutup-phri-mau-apa-lagi-sudah-diputuskan>

Anwar, Khaerul. (2021). "Meski Mudik Dilarang, Okupansi Hotel di Banten Capai 75 Persen". Diakses pada 7 Juli 2021, Pukul 10.55 WIB, dari <https://banten.idntimes.com/news/banten/amp/khaerul-anwar-2/meski-mudik-dilarang-okupansi-hotel-di-banten-capai-75-persen>

Baskara, Bima. (2020). "Rangkaian Peristiwa Pertama Covid-19". Diakses pada 23 November 2020, Pukul 12:29 WIB, dari <https://bebas.kompas.id/baca/riset/2020/04/18/rangkaian-peristiwa-pertama-covid-19/>

Biro Umum Provinsi Banten. (2021) "Terbentuknya Provinsi Banten". Diakses pada 27 Maret 2021, Pukul 16:56 WIB, dari <https://biroumum.bantenprov.go.id/terbentuknya-provinsibanten#:~:text=Banten%20resmi%20menjadi%20sebuah%20provinsi,dari%20wilayah%20Provinsi%20Jawa%20Barat>

Covid-19 Coronavirus. (2021). "Perkembangan Virus Covid-19". Diakses pada 15 Februari 2021, Pukul 16:20 WIB, dari <https://virusncov.com/>

CNN Indonesia. (2021). "Tol Serang-Panimbang Jadi Fokus Pengembangan Banten". Diakses pada 27 Maret 2021, Pukul 17:09 WIB, dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210218192733-92-608104/tol-serang-panimbang-jadi-fokus-pengembangan-banten>

Dinas Pariwisata Provinsi Banten. "Profil Dinas Pariwisata Provinsi Banten". Diakses pada 31 Desember 2020, Pukul 08:44 WIB, dari <https://dispar.bantenprov.go.id/Profil/topic/3>

Hakim, Rakhmat Nur. (2021). "Jokowi Resmi Umumkan PPKM Darurat". Diakses pada 7 Juli 2021, Pukul 11.10 WIB, dari <https://kompas.com/nasional/read/2021/07/02/09341601/populer-nasional-jokowi-resmi-umumkan-ppkm-darurat-aturan-lengkap-ppkm>

Kementerian Keuangan. (2009). "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009". Diakses pada 26 Januari 2021, Pukul 20.34 WIB, dari <https://jdih.kemenkeu.go.id/fullText/2009/10TAHUN2009UU.HTM>

Pemerintah Provinsi Banten. (2020). "Press Release". Diakses pada 23 November 2020, Pukul 16:01 WIB, dari <https://bantenprov.go.id/pressrelease>

Ramadhian, Nabilla. (2021). "Banten Tutup Akses Liburan Warga Jabodetabek Saat Lebaran". Diakses pada 7 Juli 2021, Pukul 10.50 WIB, dari <https://travel.kompas.com/read/2021/05/05114800527/banten-tutup-akses-liburan-warga-jabodetabek-saat-lebaran?page=all#page2>

Rasyid Ridho. (2020). "Sekalipun Pandemi Banten Targetkan 21 Juta Wisatawan Pada 2021". Diakses pada 23 November 2020, Pukul 13.02 WIB, dari <https://regional.kompas.com/read/2020/11/09/14534611/sekalipun-pandemi-banten-targetkan-21-juta-wisatawan-pada-2021>

Rifa'i, Bahtiar. (2021). "Wisatawan Membeludak, Pantai Anyer-Carita Akhirnya Ditutup Hingga 30 Mei". Diakses pada 7 Juli 2021, Pukul 11.03 WIB, dari <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-5570693/wisatawan-membeludak-pantai-anyer-carita-akhirnya-ditutup-hingga-30-mei/amp>

Satuan Tugas Penanganan Covid-19. (2020). "Tanya Jawab Covid-19". Diakses pada 21 Desember 2020, Pukul 19:09 WIB, dari <https://covid19.go.id/tanya-jawab>

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puja dan puji total hanya milik Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul “*Strategi Komunikasi Pariwisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten di Era Covid-19*”.

Dalam prosesnya, tentu saja penulis tidak dapat menyelesaikan penelitian ini sendiri melainkan mendapat bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini, dengan hati yang tulus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas kasih dan sayangnya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Fatah Sulaiman, ST., MT selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
3. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Sihabudin, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
4. Bapak Dr. Idi Dimiyati, S.IKom, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
5. Bapak Darwis Sagita, S. Ikom., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
6. Ibu Puspita Asri Praceka, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Ibu Dr. Naniek Afrilla Framanik, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dalam penelitian ini yang selalu membimbing dan memotivasi saya untuk menyelesaikan penelitian ini dengan segera.

8. Ibu Andin Nesia, S.IK., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II dalam penelitian ini yang selalu memberikan arahan-arahan terkait penelitian ini.
9. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
10. Kedua orang tua Umi dan Apa, Bapak Karji dan Ibu Cicih tercinta yang tak pernah henti untuk mendoakan dan mendukung penulis sedari awal berkuliah hingga saat ini menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih untuk selalu bersabar dan selalu menjadi motivasi utama bagi penulis untuk bisa menjadi sampat saat ini.
11. Seluruh keluarga besar yang telah yang selalu mendoakan dan mendukung penulis yakni A Itang dan Teh Nina, Teh Liah dan A Ade, Teh Lipah dan A Herman, Wa Karhi, Mak Kikin, Mak Edah, Wa Manta, Wa Iti, Mak Kainah, Pak Eteh, Teh Emel, Multi.
12. Teman-teman seperjuangan dalam mengejar mimpi untuk bisa melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi yakni Youth Forum 2017 beserta kakak-kakak yang membimbing. Terima kasih telah memberikan asa perjuangan yang tak pernah padam.
13. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2017 atas pengalaman dan waktu yang kita lalui bersama-sama saat menjalani perkuliahan.
14. Teman-teman organisasi yakni Forum Silaturahmi Mahasiswa Islam FISIP Untirta, Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Tirta FM, Lingkar Studi Pekanbaru Untirta, Forum Silaturahmi Lembaga Dakwah Kampus Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Indonesia, Duta dan Komunitas Smart & Green sebagai tempat bertemu dengan orang baru sekaligus belajar hal baru.
15. Dinas Pariwisata Provinsi Banten yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan penelitian terkait strategi komunikasi wisata di Dinas Pariwisata Provinsi Banten.
16. Teman-teman semester akhir pejuang skripsi yang telah saling memotivasi dan memacu.

17. Seluruh penghuni kostan H. Sambang yang bersama-sama dalam melewati perjuangan suka dan duka di perantauan.
18. Dan seluruh pihak yang mungkin luput penulis tuliskan ucapan terima kasih penelitian ini.

Penulis sampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu baik pikiran, tenaga, dan dana menyelesaikan penelitian ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan anda sekalian.

Serang, 12 Juni 2021

Penulis

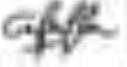
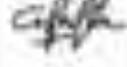
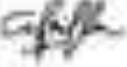
LAMPIRAN

Lampiran 1



Lampiran 2

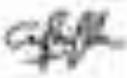
Lembar Bimbingan Skripsi

CATATAN BIMBINGAN			
Pembimbing I		Dr. Vinsent Myles Fermanis, S. Pd, M. Pd	
Pembimbing II		Andi Nur, S. Pd, M. Pd	
NO	TANGGAL	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	SURAT DOSEN
1.	6 Desember 2021	Bimbingan terkait judul skripsi	
2.	18 Desember 2021	Bimbingan terkait teori dan pengisian proposal Bab 1-3	
3.	20 Januari 2022	Bimbingan Bab 1-3 dan ACC sidang outline	
4.	3 Maret 2022	Bimbingan proses sidang Outline	
5.	6 April 2022	Bimbingan terkait draft wawancara finalisasi dan persiapan ke lapangan	
6.	19 April 2022	Bimbingan mengenai hasil wawancara di lapangan	

Catatan: Untuk setiap catatan bimbingan harus menggunakan penulisan sesuai 7 dan tidak boleh menggunakan simbol (1 dan 2)

18 _____

Makassar, 20 April 2022

NO	TANGGAL	CATATAN IKHNY PEMBIMBING	PARAF DOSEN
7.	14 Juni 2021	Bimbingan Bab 4-5 (Acc sidang skripsi)	

KEMAHIRAN 2021

KEMAHIRAN 2021

Dosen Pembimbing I

NO	TANGGAL	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	SARAF DOSEN
1.	26 Januari 2021	Bimbingan Bab 1-3 (via whatsapp)	
2.	23 Januari 2021	Bimbingan revisi Bab 1-3 (via whatsapp)	
3.	1 Februari 2021	Bimbingan Aca sidang (via whatsapp)	
4.	11 Maret 2021	Bimbingan pasca sidang badline	
5.	7 April 2021	Bimbingan terkait draft usulan skripsi & penulisan di lapangan (via whatsapp)	
6.	22 Juni 2021	Bimbingan Bab 4-5	
7.	24 Juni 2021	Aca Bab 1-5	

Disusun oleh: *[Name]*
 Tanggal: *[Date]*

Lampiran 3**Transkrip Wawancara Informan Kunci (Informan 1)**

Nama : Tb. Ence Fahrurozi, S.IP
Jabatan : Sekretaris Dinas Provinsi Banten
Jenis Informan : Informan Kunci
Tanggal Wawancara : 22 April 2021

1. Bagaimana keadaan pariwisata di Provinsi Banten di era Covid-19?

Jawaban:

Memang awal-awal Covid-19 mulai bulan Februari 2020 banyak daerah yang melakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) sehingga secara otomatis destinasi wisata berkurang pengunjung. Tetapi untuk di Banten khususnya wisata religi kelihatannya tidak terdampak karena kalau di Banten Lama sendiri sampai hari ini luar biasa pengunjungnya karena mungkin itu faktor keyakinan, kalau wisata religi. Secara umum, memang wisatawan turun, ini juga sangat berpengaruh pada PAD (Pendapatan Asli Daerah) Kabupaten dan Kota. Karena PAD Kabupaten dan Kota itu diambil dari pajak restoran, pajak hotel, dan gitu. Itu betul kemarin itu, Kabupaten dan Kota luar biasa penurunan PAD-nya karena hotel banyak yang ditutup, terutama Tangerang Raya kemarin itu sangat terdampak khususnya pendapatan asli daerahnya. Selain itu sangat berdampak pada pertumbuhan ekonomi lokal, berdampak pada pendapatan daerah khususnya Kabupaten dan Kota yang mengandalkan dari restoran, dari hotel yang secara otomatis berdampak kepada pengurangan tenaga kerja karena dirumahkan.

2. Kebijakan terkait pariwisata di Provinsi Banten di era Covid-19?

Jawaban:

Sesuai dengan arahan dari pemerintah bahwa Dinas Pariwisata itu menghimbau kepada baik itu pengelola destinasi wisata maupun pengunjung tetap memperhatikan protokol kesehatan, yang pertama. Yang kedua, kita juga nanti ada Siaga Wisata untuk menghadapi lebaran Idul Fitri itu tujuannya adalah untuk menggerakkan protokol kesehatan khususnya di destinasi wisata, itu prinsipnya. Yang ketiga, masyarakat sudah mulai jenuh dengan adanya Covid-19 masyarakat sudah mulai jenuh ingin juga berwisata. Tapi itu, dengan syarat tetap mengikuti protokol kesehatan. Walaupun memang tidak semudah membalikkan tangan untuk mengendalikan kerumunan di masyarakat itu sangat sulit sekali. Jadi, bukan hanya Dinas Pariwisata yang melakukan himbauan, yang melakukan pencegahan, ataupun advokasi tetapi dari Dinas Kesehatan, Kepolisian, TNI (Tentara Nasional Indonesia) juga selalu menghimbau masyarakat untuk tetap menggunakan aturan-aturan yang sudah ditetapkan oleh Satgas Covid-19. Bagi kita selama mereka masih menggunakan tata cara dan aturan-aturan yang sudah ditetapkan oleh Satgas Covid-19 di Banten.

3. Siapa penanggung jawab program Siaga Wisata?

Jawaban:

Jadi, Siaga Wisata diinisiasi oleh Dinas Pariwisata yaitu Bidang Destinasi. Nanti untuk lebih detil bisa kepada Kepala Bidang Ibu Tunul, Siaga Wisata itu mulai pelaksanaannya kapan, siapa yang akan terlibat itu nanti bisa ditanyakan ke sana. Kita berharap Siaga Wisata itu terutama terkait dengan penerapan protokol kesehatannya. Apalagi sekarang kebijakan pemerintah boleh berwisata. Jadi untuk lebih detil bisa ditanya kepada Ibu Tunul terkait dengan kegiatan Siaga Wisata untuk menghadapi liburan Idul Fitri.

Lampiran 4

Transkrip Wawancara Informan Utama (Informan 2)

Nama : Hj. Tunul Lasniatin, S.Pd, M.Si
Jabatan : Kepala Bidang Destinasi Dinas Pariwisata Provinsi Banten
Jenis Informan : Informan Utama
Tanggal Wawancara : 24 April 2021

1. Bagaimana keadaan pariwisata di Provinsi Banten di era Covid-19?

Jawaban:

Berbicara kondisi pariwisata sebelum pandemi dan sesudah pandemi, pada intinya pandemi sedang sedang berlangsung, pariwisata di Provinsi Banten sendiri sangat berpotensi. Kita ketahui bahwa berbicara kunjungan sangat-sangat melebihi target dari tahun-tahun sebelum pandemi. Karena berbicara pandemi sebelumnya kita sudah terkena musibah dulu nih dengan tsunami dan gempa tapi Alhamdulillah itu semua menjadi tantangan, khususnya untuk sektor pariwisata Provinsi Banten. Kita ketahui bahwa sebelum ada pandemi kita sudah terkena tsunami di daerah-daerah wilayah pesisir pantai sehingga industri akomodasi yang berada di sepanjang pantai sangat terdampak. Tapi Alhamdulillah, berkat sinergi dengan Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata *support* dalam rangka pemulihan sektor pariwisata pasca tsunami dan gempa. Artinya itu berbicara pariwisatanya berpotensi dan berkembang.

Sekarang berbicara ada pandemi nih, kita tidak menginginkan ini terjadi tapi karena ini musibah dunia yang mau tidak mau, suka tidak suka harus kita hadapi. Dikarenakan kita ada di sektor pariwisata sangat-sangat terdampak, tidak hanya sektor pariwisata namun sektor industri lainnya juga sangat terdampak artinya bagaimana kita menghadapi, bagaimana kita mengantisipasi. Yang kita semua tahu, kalau bicara pandemi Covid-19

berarti tidak hanya wilayah pantai. Ini 8 Kabupaten dan Kota semua sektor tidak hanya pariwisata, ini semua terdampak artinya sekali lagi sebelum dan sekarang yang sedang kita hadapi sangat-sangat terdampak dan terpuruk.

2. Siaga Wisata itu apa? Dan mengapa dilaksanakan?

Jawaban:

Berbicara Siaga Wisata ini merupakan salah satu program yang ada di Dinas Pariwisata, Siaga Wisata sendiri ada bukan karena pandemi saja atau karena tsunami saja, bahwa Siaga Wisata itu ada asosiasi, mitra pariwisata. Ada salah satu mitra yaitu namanya Balawista (*Badan Penyelamat Wisata Tirta*) yang menjadi garda terdepan dalam rangka pengamanan mengantisipasi kesiapsiagaan “bencana” tapi kita tidak hanya berbicara bencana, karena Balawista sendiri selalu tampil tidak hanya dalam event-event tertentu saja, namun saat *weekend*, *long weekend*, hari-hari besar selalu tampil.

Siapa Siaga Wisata? Siaga Wisata memang terdiri dari mitra-mitra. Siaga Wisata tidak hanya pengamanan pantai saja namun di tempat-tempat rekreasi seperti *waterpark*, *themepark*, *waterboom*. Siaga Wisata muncul dengan adanya Balawista sudah ada dari tahun 2017. Kebetulan peran yang dilakukan oleh Siaga Wisata ini memang eventnya pada saat hari raya, menyambut akhir tahun, dan long weekend. Sekarang program itu benar-benar kita dukung menjadi satu program kegiatan yang ada di Dinas Pariwisata Provinsi Banten khususnya pada Bidang Destinasi.

3. Bagaimana Siaga Wisata di era Covid-19?

Jawaban:

Berbicara masa pandemi dengan peran serta yang dilakukan oleh Siaga Wisata, dikarenakan semua terdampak. Karena wisata ditutup otomatis tidak bisa melaksanakan kegiatan seperti biasanya, namun mereka

tetap bersiaga. Dan kita sangat mengapresiasi dengan apa yang dilakukan baik sebelum pandemi maupun setelah pandemi.

Di tahun ini ada larangan mudik tetapi destinasi wisata lokal dibuka, ini menjadi perhatian kita bersama. Kita tetap mengikuti anjuran program dari pemerintah pusat bagaimanapun juga itu demi keamanan, kalau kita tidak patuh maka kita sendiri yang akan repot. Karena ini bentuk yang harus kita sikapi bersama itu adalah kepatuhan, bagaimana kita patuh dengan aturan, dengan surat edaran dari pemerintah pusat ke pemerintah provinsi yang harus benar-benar kita lakukan harus kita terapkan. Sekali lagi, Siaga Wisata ini dalam rangka menghadapi hari raya Idul Fitri maupun menjelang akhir tahun itu harus benar-benar kita patuhi Surat Edaran Gubernur dan Surat Keputusan Presiden terkait PPKM-nya itu benar-benar harus kita lakukan protokol kesehatannya. Apapun itu Siaga Wisata harus kita lakukan.

4. Apa yang berbeda Siaga Wisata disaat keadaan normal dan di era Covid-19?

Jawaban:

Berbicara kondisi sekali lagi sangat berbeda sangat berbeda, sekali lagi sangat mengapresiasi yang mana tetap siaga pada masa pandemi saat ini. Siaga Wisata sebagai garda terdepan dalam pengamanan wisata pada masa normal maupun masa pandemi Covid-19.

5. Mitra yang terlibat dalam Siaga Wisata?

Jawaban:

Ada, kita Dinas Pariwisata bersama mitra-mitra yang lain tentunya tidak bisa bekerja sendiri. Kita juga ada mitra dari Badan SAR Nasional (Basarnas), Badan Meteorologi Klimatologi & Geofisika (BMKG), Satpol PP, Dinas Perhubungan, temen-temen Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), temen-temen pengelola objek wisata yang ada di destinasi, dan

Pemerintah Kabupaten dan Kota kita semua sinergis ikut dalam rangka Siaga Wisata ini, baik ada musibah, pandemi, atau kebencanaan kita selalu satu suara.

6. Bagaimana proses penyebaran informasi kepada mitra Siaga Wisata?

Jawaban:

Berbicara informasi artinya sosialisasi keberadaan Siaga Wisata telah tersampaikan dengan baik kepada mitra-mitra yang terlibat, dikarenakan Siaga Wisata bukan merupakan sebuah istilah yang baru oleh karena itu penyebaran informasi terkait Siaga Wisata khususnya di sektor pariwisata telah tersosialisasikan.

7. Media apa saja yang digunakan dalam menyebarkan informasi?

Jawaban:

Berbicara media kita semua tahu ada media lokal, *online*, *offline*, melalui WhatsApp Grup bersama, melalui Instagram, Radio. Tapi media yang sangat efektif dan efisien menggunakan WhatsApp Grup dan Instagram. Karena kita tidak boleh mengadakan sosialisasi mengundang masyarakat secara *face to face*, secara *offline* ada batasan jadi untuk sekarang ini contohnya juga nanti ada rapat persiapan Siaga Wisata itu melalui zoom dengan *offline*.

8. Adakah hambatan dalam pelaksanaan Siaga Wisata?

Jawaban:

Berbicara hambatan, harapannya tentu saja tidak ada tetapi Dinas Pariwisata tidak bisa bekerja sendiri dan berjalan sendiri tentunya harus semua bersinergi, berkolaborasi, berinovasi dan beradaptasi dalam rangka menghadapi lonjakan dengan dilarangnya mudik tetapi destinasi wisata lokal dibuka. Nah, berbicara hambatan semoga tidak, karena kita butuh kesadaran dan kepatuhan masyarakat paling tidak patuh dulu selama hari

raya ataupun h-sekian setelah pencabutan Surat Edaran Gubernur maupun PPKM itu kita patuhi. Insya Allah dengan kita bersama-sama meminimalisir adanya lonjakan dengan cara adanya penyekatan. Jadi semoga saja hambatan itu kita bisa meminimal, asal tadi itu dengan kesadaran dan kepatuhan kita.

Lampiran 5

Transkrip Wawancara Informan Tambahan (Informan 3)

Nama : Dra. Tri Sukesu, M.Si

Jabatan : Kepala Seksi Pemberdayaan Masyarakat Destinasi
Pariwisata

Jenis Informan : Informan Tambahan

Tanggal Wawancara : 24 April 2021

1. Bagaimana keadaan pariwisata di Provinsi Banten di era Covid-19?

Jawaban:

Sangat berdampak sekali, jadi waktu sebelum Covid-19 lumayan baik. Setelah Covid-19 semuanya lesu sekali terutama bagi terutama bagi pelaku wisata yang berada di destinasi tersebut, dimulai dari pemilik warung, pemandu wisata menjadi sepi *job*, semua pelaku wisata yang ada di destinasi sepi *job*. Pandemi sangat berpengaruh sekali terhadap peredaran ekonomi di kawasan destinasi wisata.

2. Siaga Wisata apa? Dan mengapa dilaksanakan?

Jawaban:

Siaga Wisata adalah suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten karena fenomena yang kita ketahui pariwisata di Provinsi Banten itu sebagian besar adalah wisata pantai terbuka sehingga Dinas Pariwisata Provinsi Banten memandang perlu untuk menyiapkan pasukannya dan bekerja sama dengan *stakeholder* yaitu Balawista Banten yang mempunyai tugas sebagai *lifeguard* atau menjaga kawasan pantai dan wisata air terbuka. Balawista Banten sendiri mempunyai rekan-rekan di Kabupaten dan Kota terutama yang ada pantai terbukanya, mereka bertugas untuk menjaga kenyamanan dan keamanan para wisatawan yang hadir.

3. Bagaimana Siaga Wisata di era Covid-19?

Jawaban:

Kami tetap melaksanakan Siaga Wisata, pada waktu sebelum Covid-19 sendiri kita tidak memakai protokol kesehatan dan sekarang memakai protokol kesehatan.

4. Mitra yang terlibat dalam Siaga Wisata?

Jawaban:

Yang dikerahkan oleh Dinas pariwisata Provinsi Banten dalam Siaga Wisata adalah kami para pegawai yang ada di lingkungan Dinas Pariwisata Provinsi Banten yang terkait langsung dengan tugas pokok dan fungsinya terutama pada Bidang Destinasi Wisata yang mempunyai tupoksi melaksanakan Siaga Wisata. Selain itu, mitra yang lainnya diantaranya Balawista, Kepolisian, Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD), Tagana, Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG).

5. Dimana dilaksanakan Siaga Wisata?

Jawaban:

Siaga Wisata dilaksanakan di Kabupaten yang memiliki pantai terbuka khususnya seperti Kabupaten Serang, Kabupaten Lebak, Kabupaten Pandeglang yang memang memiliki pantai terbuka diantaranya Pantai Anyer, Pantai Carita, Pantai Sawarna, Pantai Bagedur dan lainnya. Selain itu juga, Siaga Wisata dilaksanakan di wisata-wisata air seperti *waterpark*, *waterboom*, dan lainnya.

6. Fasilitas apa saja yang mendukung terlaksananya Siaga Wisata?

Jawaban:

Dikarenakan anggaran yang kecil dalam program Siaga Wisata yang difasilitasi oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten adalah kami menerjunkan

tim dari Dinas Pariwisata Provinsi Banten dalam arti kami mengadakan perjalanan dinas atau Surat Perjalanan Tugas (SPT) untuk memonitor wisata yang akan kami tuju.

Kemudian kepada anggota Balawista yang mempunyai tugas pokok untuk mengamankan wisatawan kami memberikan dana anggaran kecil untuk mereka sebesar Rp. 200.000 untuk sebanyak 100 orang untuk masa kerja selama satu minggu. Selain itu, fasilitas lain sebagai sarana dan prasarana pendukung terlaksananya Siaga Wisata adalah *life jacket*, *speedboat*, dan sebagainya dalam proses pengadaan.

7. Bagaimana proses penyebaran informasi kepada mitra Siaga Wisata?

Jawaban:

Disaat sekarang era komunikasi semua serba mudah melalui media sosial, melalui WhatsApp. Untuk proses penyebaran informasi dengan para mitra sendiri berkomunikasi secara aktif menggunakan platform WhatsApp, selain itu menggunakan surat. Untuk penyebaran informasi kepada masyarakat sendiri kami menggunakan baliho, spanduk sebagai pemberitahuan kepada masyarakat bahwa kami sedang melaksanakan Siaga Wisata sekaligus himbauan kepada masyarakat agar memperketat protokol kesehatan.

8. Adakah hambatan dalam pelaksanaan Siaga Wisata?

Jawaban:

Hambatannya, kami sangat minimnya anggaran itu yang kamu keluhkan. Dikarenakan sebenarnya banyak sekali yang ingin kami tangani pada saat pelaksanaan kegiatan Siaga Wisata namun dikarenakannya keterbatasan anggaran sehingga tidak dapat terlaksana.

Lampiran 6

Transkrip Wawancara Informan Tambahan (Informan 4)

Nama : Ratu wawat Irawati, S. AP, M.Si

Jabatan : Kepala Seksi Pengembangan Daya Tarik Wisata

Jenis Informan : Informan Tambahan

Tanggal Wawancara : 28 April 2021

1. Bagaimana keadaan pariwisata di Provinsi Banten di era Covid-19?

Jawaban:

Selama pandemi yang kita tahu bahwa banyak aktivitas dan destinasi-destinasi wisata yang ditutup yang berdampak sangat luar biasa, mulai dari restoran, pelaku wisata dan lainnya. Tapi untuk sekarang diberi keleluasaan sedikit oleh pemerintah karena kita tidak diperbolehkan untuk mudik namun diperbolehkan untuk berwisata. Saya rasa animo masyarakat akan luar biasa menerima hal ini, saya pikir sangat-sangat krusial dibutuhkan sekali Siaga Wisata dari kita untuk menjaga destinasi-destinasi wisata air yang pasti akan dijadikan objek wisata oleh masyarakat.

2. Adakah strategi khusus pengembangan daya tarik wisata di era Covid-19?

Jawaban:

Iya, itu kita wajib sekali pada masa pandemi ini untuk setiap objek wisata yang kita buat, kita sudah melengkapi dengan tempat cuci tangan dan juga himbauan kesehatan tentang 3M (Mencuci tangan, Memakai masker, dan Menjaga Jarak), itu untuk protokol kesehatannya. Dan kita juga selalu melengkapi dengan papan informasi tentang Sapta Pesona Wisata.

3. Seperti apakah pariwisata Banten di era Covid-19 mendatang?

Jawaban:

Kita berharap dengan dibukanya kembali wisata untuk masyarakat, kita berharap untuk semua sektor karena semuanya saling mendukung dan berkesinambungan. Kita berharap wisata di Banten ini akan menjadi salah satu tempat bagi masyarakat melepas lelah dan kepenatan, apalagi di era pandemi ini kita di rumah saja dan kita berharap animo masyarakat sangat antusias sekali dengan ini. Dan tentu saja kami di sini sebagai pelayanan masyarakat In Syaa Allah kita akan berusaha semaksimal mungkin untuk menjalankan program pemerintah untuk menyediakan dan melengkapi sarana dan prasarana pariwisata di Provinsi Banten agar masyarakat Banten merasa aman, nyaman, dan tentram. Dan tentu saja tidak lupa untuk selalu melaksanakan protokol kesehatan yang sekarang sedang gencar dilaksanakan oleh pemerintah.

Lampiran 7

Transkrip Wawancara Informan Tambahan (Informan 5)

Nama : Eri Sujatnika, S.S
Jabatan : Kepala Seksi Pengelolaan Kawasan Strategis Pariwisata
Jenis Informan : Informan Tambahan
Tanggal Wawancara : 28 April 2021

1. Bagaimana keadaan pariwisata di Provinsi Banten di era Covid-19?

Jawaban:

Pariwisata sendiri di Kabupaten dan Kota yang ada di Provinsi Banten kecuali di Kabupaten Lebak belum menjadi lokomotif pembangunan, dikarenakan anggarannya mungkin masih difokuskan kepada pendidikan dan infrastruktur. Hal tersebut menjadikan sektor pariwisata kontribusinya menjadi kecil ditambah dengan situasi pandemi Covid-19, sektor pariwisata sendiri merupakan sektor yang sangat terpukul di era Covid-19 ini, tetapi juga merupakan sektor yang paling mudah bangkit. Karena sektor pariwisata adalah sektor yang paling murah untuk menggerakkan ekonomi masyarakat dengan modal yang tidak begitu banyak namun memberikan penghasilan yang cukup lumayan, misalnya kita punya pemberian dari Tuhan sebuah bukit yang bagus dengan pembangunan sekali ditambah dengan *spot-spot* foto yang bagus dirasa cukup untuk menghidupi.

2. Kebijakan terkait pariwisata di Provinsi Banten di era Covid-19?

Jawaban:

Pola kebijakan sendiri di destinasi-destinasi wisata itu di era *new normal* yang kita persiapkan adalah protokol kesehatannya yang diperketat di destinasi-destinasi wisata. Selain itu, kita juga ada Siaga Wisata untuk

menghadapi libur-libur panjang yang akan datang, kita juga bekerja sama dengan Dinas Perhubungan, Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD), Satpol PP, Kepolisian untuk menyekat-nyekat arus perjalanan ke arah destinasi-destinasi wisata ketika destinasi wisata akan membeludak dengan dibatasinya jumlah wisatawan agar tidak terlalu banyak. Jadi contohnya ketika destinasi wisata Anyer sudah ramai maka akan ditutup akses atau arah jalan menuju destinasi wisata tersebut.

3. Seperti apakah pariwisata Banten di era Covid-19 mendatang?

Jawaban:

Sekarang kita hidup dengan Covid-19 mungkin nanti juga ke depan seperti ini dengan kebiasaan-kebiasaan baru, pariwisata sendiri masih memiliki potensi yang masih besar.

4. Apa saja terobosan terkait pariwisata di era Covid-19 mendatang?

Jawaban:

Untuk terobosan-terobosan pasti ada, misalkan tadinya kita ada kegiatan kita terkait sosialisasi-sosialisasi namun sekarang kita lebih kepada sertifikasi yang mendorong program keahlian artinya para *stakeholder-stakeholder* pariwisata didorong untuk memiliki sertifikat keahlian dan itu akan sangat berguna secara *skill* akan bermanfaat di masyarakat dan secara *income* pun lebih tinggi.

Lampiran 8

Transkrip Wawancara Informan Tambahan (Informan 6)

Nama : Yuda Wiranata
Jabatan : CEO Cantigi Tour & Travel
Jenis Informan : Informan Tambahan
Tanggal Wawancara : 13 Juli 2021

1. Apa saja dampak Covid-19 dan seberapa besar pengaruhnya bagi para pelaku wisata di Provinsi Banten, khususnya Cantigi Tour & Travel?

Jawaban:

Buat Cantigi sendiri, ini sampel di Cantigi sebelum Covid-19 ada rencana delapan *trip* di antara Maret dan April 2020 yang akan kita lakukan. Terus karena adanya Covid-19, ya sudah dari delapan *trip* ini ter-*cancel* semua. Sehingga kita kan udah DP ke hotel, bus, tempat wisata, jeep, Bromo nah jadinya uang kita nyangkut kita di sana. Sedangkan ke *customer* juga harus *refund* dampaknya cukup besar untuk kita. Teman-teman *travel* yang lain juga di wilayah Tangerang sendiri mengeluh karena adanya Covid-19 ini, awal-awal mengeluh dan stres. Dampaknya sangat-sangat signifikan bisa membuat omzet yang mungkin tadinya belasan sampai puluhan juta rupiah bisa sampai tidak ada sama sekali karena tidak boleh berwisata saat awal-awal Covid-19.

2. Strategi apa saja yang dilakukan oleh Cantigi Tour & Travel agar bisa tetap bertahan di era Covid-19?

Jawaban:

Yang dilakukan teman-teman Cantigi, kita gak bisa nih diam kayak gini aja meratapi keadaan segala macam. Kita membuat beberapa inovasi, pertama kita membuat sumber daya baru atau unit usaha baru akhirnya

munculah di tahun 2020 itu Cantigi *Event Organizer* (CEO) yang fokusnya di bidang-bidang *event organizer* tapi yang tetap mengikuti protokol kesehatan, kebetulan kita ada panduan-panduannya. Untuk Cantigi *tour*-nya sendiri kita tetap menjalin komunikasi dengan baik ke semua *stakeholder* kita, ke semua klien, *customer*, pengelola tempat wisata, Pengelola Usaha Tempat Rekreasi Indonesia (PUTRI), Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) dan Association of The Indonesian Tours dan Travel Agencies (ASITA) akhirnya yaitu saling menguatkan aja satu sama lain karena tidak ada yang bisa dilakukan. Teman-teman PO Bus Pariwisata beberapa dari mereka bahkan merubah haluannya yang tadinya bus pariwisata menjadi bus reguler atau bus antar kota antar provinsi yang tujuannya sendiri agar bisa berputar roda perusahaannya.

Di Cantigi sendiri yang kita siapkan adalah pertama menyiapkan paket-paket wisata khusus untuk protokol kesehatan. Jadi, ada paket-paket wisata yang kita sudah sesuai standar CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, Environment Sustainability*) dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif selama masa pandemi ini. Sambil kita juga menyiapkan paket-paket wisata yang nantinya untuk anak sekolah dan segala macamnya. Jadi ketika sekolah sudah masuk, sudah *offline* kita sudah siap dengan paket wisata yang kita buat dan alhamdulillah sampai sekarang cukup efektif.

3. Adakah terobosan-terobosan yang akan dilakukan oleh Cantigi Tour & Travel di era Covid-19?

Jawaban:

Terobosan yang akan dilakukan Cantigi kita akan fokus ke *virtual tour* dulu untuk sementara, itu pertama. Terus kedua, kita sudah menyiapkan sesuatu yang besar, wisata vaksin. Kita kerja sama dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menunjuk Cantigi untuk meng-*handle event* bernama wisata sehat. Jadinya event tersebut nantinya konser keliling Jawa – Bali menggunakan bus. Rencananya ada tujuh kota yang akan dikunjungi, seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya,

Malang, dan Bali yang akan kita datangi rencananya di bulan Agustus. Adapun inti acaranya sendiri adalah sosialisasi dan vaksinasi massal dan konser. Alhamdulillah kami ditunjuk langsung oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk *event* tersebut. Dalam waktu dekat event tersebut akan berjalan.

4. Bagaimana tanggapan Cantigi Tour & Travel terhadap dilaksanakannya kebijakan PPKM Darurat?

Jawaban:

Untuk Cantigi sendiri kita *off*. Sebelumnya ada beberapa wisata yang akan kita jalankan, kita ada dua *open trip* di bulan Juli 2021 ini. Cuma karena sedang PPKM Darurat sehingga kita undur. Teman-teman PO Bus pun merasa kesal, makanya ada beberapa yang bilang istilah PPKM adalah Pelaku Pariwisata Kian Merana. Yang mana di awal sudah boleh buka pariwisata dengan protokol kesehatan namun sekarang ditutup lagi selama kurang lebih 20 hari.

5. Harapan terhadap pariwisata Provinsi Banten pada masa mendatang?

Jawaban:

Kalau dipikir-pikir Banten ini tidak kalah dengan provinsi lain. Karena semua sumber daya yang ada di Banten itu cukup lengkap. Contohnya wisata religi, wisata alam, wisata gunung, mau wisata apalagi di Banten itu ada semua, cuma masalahnya ada di dalam pengelolaan sering adanya sengketa dalam kepengurusannya.

Masalahnya pertama ada di dalam pengelolaan seharusnya Dinas Pariwisata bisa melakukan intervensi lebih bisa melalui anggaran, bisa juga lewat hal-hal lain. Karena nanti ujung-ujungnya jika tempat wisatanya sudah enak, mudah diakses, kemudian sumber dayanya mumpuni dengan sendirinya orang-orang akan datang. Oleh karena itu, perlunya tempat wisatanya dibuat siap terlebih dahulu baik infrastruktur dan sarana prasarana. Jangan sampai kayak seperti yang dulu Gunung Luhur di Lebak

yang viral namun tempat wisatanya belum siap, sehingga harus ditutup tempat wisatanya hingga siap.

Lampiran 9



Saat sedang melaksanakan wawancara dengan informan 1 (informan kunci) Sekretaris Dinas Pariwisata Provinsi Banten, Tb. Ence Fahrurozi, S.IP



Berfoto bersama dengan informan 1 (informan kunci) setelah melaksanakan wawancara



Saat sedang melaksanakan wawancara dengan informan 2 (informan utama) Kepala Bidang Destinasi Pariwisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten, Hj. Tunul Lasniatin, S.Pd, M.Si



Berfoto bersama dengan informan 2 (informan utama) setelah melaksanakan wawancara



Saat sedang melaksanakan wawancara dengan informan 3 (informan tambahan) Kepala Seksi Pemberdayaan Masyarakat Destinasi Pariwisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten, Dra. Tri Sukesi, M.Si



Berfoto bersama dengan informan 3 (informan tambahan) setelah melaksanakan wawancara



Saat sedang melaksanakan wawancara dengan informan 4 (informan tambahan) Kepala Seksi Pengembangan Daya Tarik Wisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten, Ratu wawat Irawati, S. AP, M.Si



Berfoto bersama dengan informan 2 (informan tambahan) setelah melaksanakan wawancara



Saat sedang melaksanakan wawancara dengan informan 5 (informan tambahan) Kepala Seksi Pengelolaan Kawasan Strategis Pariwisata Dinas Pariwisata Provinsi Banten, Eri Sujatnika, S.S

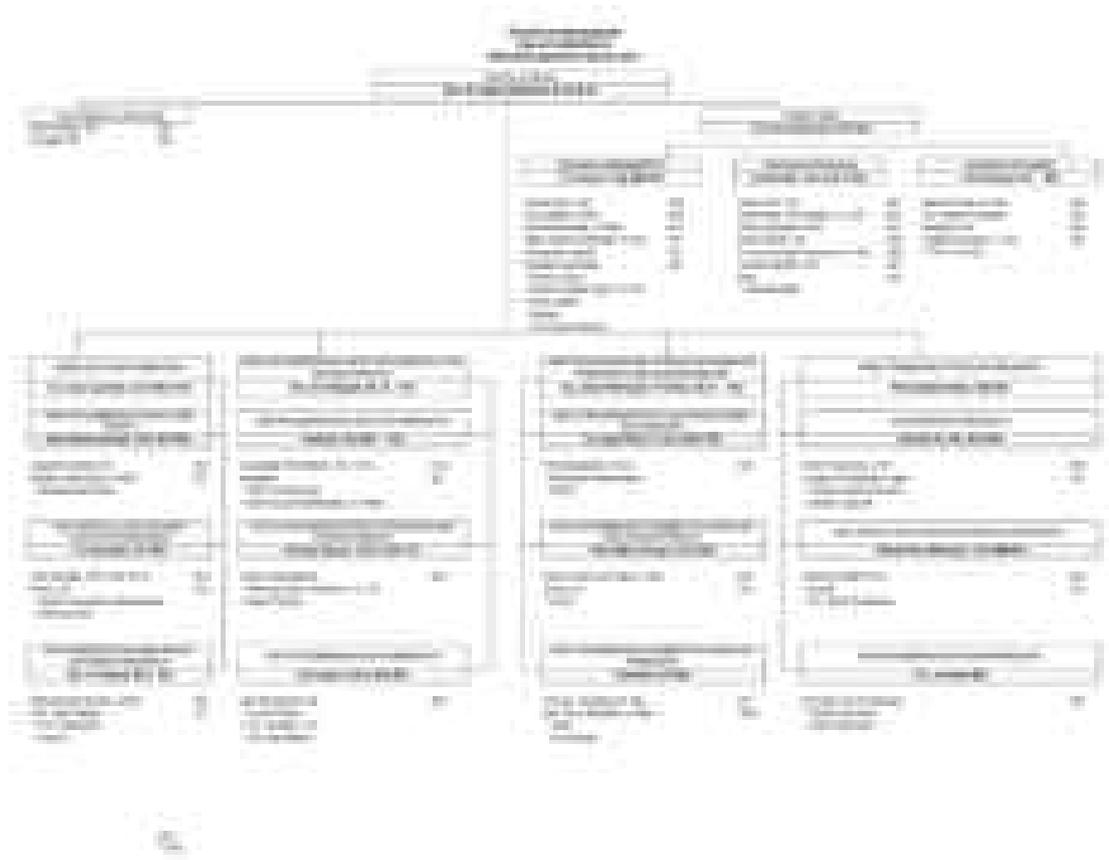


Berfoto bersama dengan informan 5 (informan tambahan) setelah melaksanakan wawancara



Proses wawancara dengan informan 6 (informan tambahan) CEO Cantigi Tour & Travel, dilaksanakan secara *online* melalui platform WhatsApp karena sedang dilaksanakannya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat

Lampiran 10



Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Banten Tahun 2021

Lampiran 11

Dokumentasi pelaksanaan program Siaga Wisata

Lampiran 12



Flyer Siaga Wisata Libur Lebaran 2021

BIODATA PENULIS



Nama : Indra Permana

Tempat, Tanggal Lahir : Sukabumi, 02 Desember 1998

Agama : Islam

Jenis Kelamin : Laki-Laki

E-mail : idrpermana12@gmail.com

No. HP : 0858-6417-2313

Alamat : Kp. Nanggerang RT. 10 RW. 04. Desa Pulosari,
Kec. Kalapa Nunggal, Kab. Sukabumi – Jawa
Barat 43554

Riwayat Pendidikan:

2005 – 2011 SDN Palasari Girang

2011 – 2014 SMP PGRI Kalapa Nunggal

2014 – 2017 SMAI Al-Bashry

2017 – 2021 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Pengalaman Organisasi:

Forum Silaturahmi Mahasiswa Islam FISIP UNTIRTA 2017 – 2020

Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNTIRTA 2017 – 2018

Radio Tirta FM 2018 – 2020

Lingkar Studi Pekan MPK Untirta 2018 – 2020

Komunitas Smart & Green Untirta 2020 – 2021