



UNIVERSITAS GADJAH MADA



 Pusat Studi Pariwisata
Universitas Gadjah Mada

PARIWISATA & KENORMALAN BARU dalam PERSPEKTIF ILMUWAN

SEMINAR SERIES KEPARIWISATAAN ONLINE
HUT PUSPAR KE-26 th

NARASUMBER & TOPIK :



Prof. Dr. Ir. Chafid Tandeli, M.S.

Gurubesar Kehutanan UGM
Anggota Tim Pakar Pusat Studi Pariwisata UGM

Praktik Kenormalan Baru dalam Pengelolaan Produk Ekowisata di Taman Nasional



Prof. Dr. Heddy Shri-Ahimsa Putra, M.A., M.Phil.

Gurubesar Antropologi UGM
Anggota Tim Pakar Pusat Studi Pariwisata UGM

Kenormalan Baru dalam Komunikasi Lintas-Budaya antara Host-Guest



Prof. Ir. T. Yoyok Wahyu Subroto, M.Eng., Ph.D.

Gurubesar Arsitektur, UGM
Anggota Tim Pakar Pusat Studi Pariwisata UGM

Disain-ulang Fisik Atraksi Pariwisata dalam Kenormalan Baru



Prof. Dr. M. Baiquni, M.A.

Gurubesar Geografi
Anggota Tim Pakar Pusat Studi Pariwisata UGM

Praktik Kenormalan Baru Dalam Pengelolaan Lingkungan di Destinasi Pariwisata



Drs. Hendric Adji Kusworo, M.Sc., Ph.D.

Kaprodi S2/S3 Pariwisata UGM
Anggota Tim Pakar Pusat Studi Pariwisata UGM

Pengembangan Sociopreneurship dalam Kenormalan Baru Pariwisata

23 JULI 2020
09:00- 12:00 WIB
VIA WEBEX



Tautan Cisco Webex:

<http://ugm.id/ugmidpuspar26tahun>

Kenormalan Baru (new normal) pasca pandemi Covid-19 membawa implikasi yang rumit dalam pariwisata Indonesia. Semua mata-rantai produk pariwisata, wisatawan, masyarakat, pemerintah, dan pelaku bisnis, harus beradaptasi dengan tuntutan Kenormalan Baru tersebut.

Strategi dan aksi perlu ditemukan agar ia tidak dihadapi semata-mata sebagai hambatan tetapi sekaligus peluang untuk melanjutkan pembangunan pariwisata Indonesia.

Karena itu, perlu pemikiran kritis dan konstruktif untuk menyusun disain-disain program pengembangan pariwisata di setiap mata-rantai tersebut.

Universitas Gadjah Mada, melalui Tim Pakar Pusat Studi Pariwisata, mencoba untuk mengisi keterbatasan pemikiran konstruktif tersebut melalui forum Seminar Online.

MODERATOR :



Prof. Dr.-Phil. Janinanton Damanik, M.Si.

Kepala Pusat Studi Pariwisata UGM

NARAHUBUNG :

Isni (0274564138)
Henry (08121562475)
Destha (081328180759)

 puspar.ugm.ac.id  [pusparugm](https://www.facebook.com/pusparugm)  [pusparugm](https://www.instagram.com/pusparugm)  [@puspar_ugm](https://twitter.com/puspar_ugm)

SUSUNAN ACARA



Jam	Acara	PIC	Waktu
08.40	Halaman Webex dibuka	Panitia	
08.55	Tayangan Tata-tertib Acara	Panitia	
09.00	Menyanyikan lagu Indonesia Raya	Panitia	5'
09.05	Sambutan oleh Kepala Puspar UGM	Prof. Janianton Damanik	5'
09.10	Acara dipandu oleh Moderator	Prof. Janianton Damanik	
09.15-09.30	Sesi 1: Prof. Baiquni: Praktik Kenormalan Baru dalam Pengelolaan Lingkungan di Destinasi Pariwisata		15'
09.30-09.45	Sesi 2: Prof. Fandeli: Praktik Kenormalan Baru dlm Produk Ekowisata di Taman Nasional		15'

SUSUNAN ACARA



Jam	Acara	PIC	Waktu
09.45-10.00	Sesi 3: Prof. Yoyok: Disain Ulang Fisik- Atraksi Pariwisata dalam Kenormalan Baru	Moderator	15'
10.00-10.15	Sesi 4: Prof. Heddy: Kenormalan Baru dalam Komunikasi Lintas Budaya antara Host-Guest	Moderator	15'
10.15-10.30	Sesi 5: Adji Kusworo, Ph.D: Pengembangan Sociopreneurship dalam Kenormalan Baru Pariwisata	Moderator	15'
10.30	Diskusi/tanya-jawab		75'
11.45	Penutupan Acara	Panitia	



TATA TERTIB SEMINAR ONLINE HUT 26 TAHUN PUSPAR UGM

1. Akses masuk dibuka 30 menit sebelum acara dimulai, yaitu pukul 08.30 WIB.
2. Lalu lintas peserta akan ditutup setelah 10 menit acara berlangsung (09.10 WIB).
3. Peserta dilarang mengaktifkan fitur mikrofon saat kegiatan Seminar berlangsung.
4. Peserta dilarang untuk melakukan perekaman (recording) tanpa seijin panitia.
5. Peserta dapat menuliskan pertanyaan di *room chat* yang terletak di pojok kanan. Pertanyaan singkat, jelas dan ditujukan kepada Narsum mana.
6. Selama paparan oleh narasumber semua mikrofon peserta dimatikan dan panitia berhak mengabaikan partisipasi peserta yang tidak tertib dari acara ini.
7. Materi narasumber dapat di download pada website puspar.ugm.ac.id.



Pendahuluan

- Pariwisata selama ini berkembang pesat, terkena dampak pandemic Covid 19 parah.
- Lokomotif pariwisata sebagai penggerak ekonomi merangkai gerbong sektor terkait juga banyak yang melambat, berhenti dan bangkrut.
- Pariwisata yang menyerap tenaga kerja, banyak tenaga kerja beralih kegiatan utk survival.
- Pariwisata memerlukan makna baru dan cara baru sebagai respon resilience krisis ini

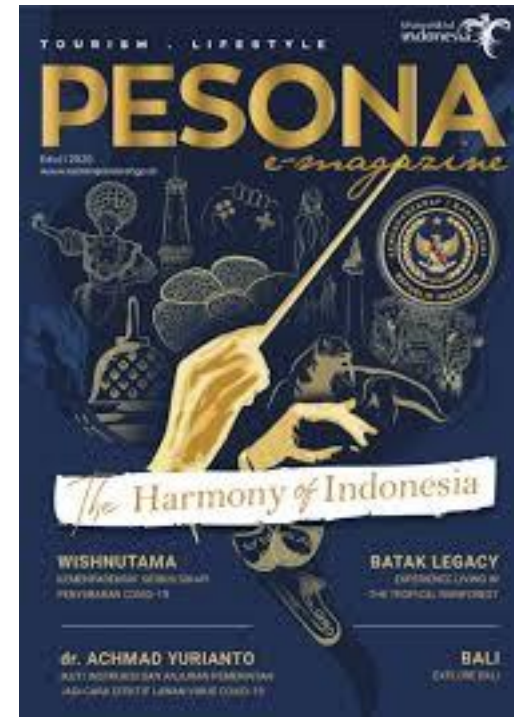


Sumber: Kompasiana

Program Kemenparekraf CHSE



- Cleanliness, Kebersihan
- Health, Kesehatan
- Safety, Keamanan
- Environment, Lingkungan



Praktek Masker Pelindung Wajah

(Adaptasi mengurangi kebebasan berekspresi)



Praktek CHSE di Kebun Binatang



- Lingkungan kebun binatang yang perlu dukungan
- Cek suhu tubuh
- Cuci tangan sabun
- Jaga jarak yang aman
- Tidak berkerumun
- Pembatasan pengunjung



Praktek CHSE di Area Cagar Budaya



- Borobudur memasang **# Covid Safe**
- Rambu-rambu CHSE
- Penerapan protocol sehat
- Membatasi zona kunjungan dan jumlah kunjungan (Visitor Mngt)
- Panduan guide

Prektek CHSE di Lingkungan Perairan



- Peralatan selam disiapkan SOP
- Sangat teliti dan detail
- Memakai peralatan sendiri
- Cek suhu tubuh
- Cuci tangan sabun
- Jaga jarak yang aman
- Tidak berkerumun

Praktek CHSE di Petualangan Gunung



- Melindungi tubuh pakaian aman sehat
- Berjalan tetap jaga jarak
- Masker dikenakan ketika istirahat dan berkumpul
- Penerapan protocol sehat
- Membatasi jumlah kunjungan (Visitor Mngt)
- Panduan guide



Penutup

- Pariwisata alam, ekowisata, kebugaran mulai menggeliat setelah karantina
- Pengelola destinasi menerapkan protokol, berbenah diri, bangkit dengan berkreasi baru
- Menerapkan CSHE dengan adopsi, adaptasi dan inovasi dengan keunikan dan kapasitas
- Sebagian wisatawan sudah disiplin, namun ada yang belum → pengawasan penerapan
- Penting untuk Gotongroyong, Guyuprukun, Gayengbareng

Terima Kasih





UNIVERSITAS GADJAH MADA

PRAKTEK KENORMALAN BARU DALAM PENGELOLAAN PRODUK EKOWISATA DI TAMAN NASIONAL

OLEH

PROF. DR. IR. CHAFID FANDELI





ARAH PEMBANGUNAN PARIWISATA RPJMN 2020-2024

PARADIGMA BARU PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN NASIONAL



Sumber: Dit. IPEK, Bappenas, 2020

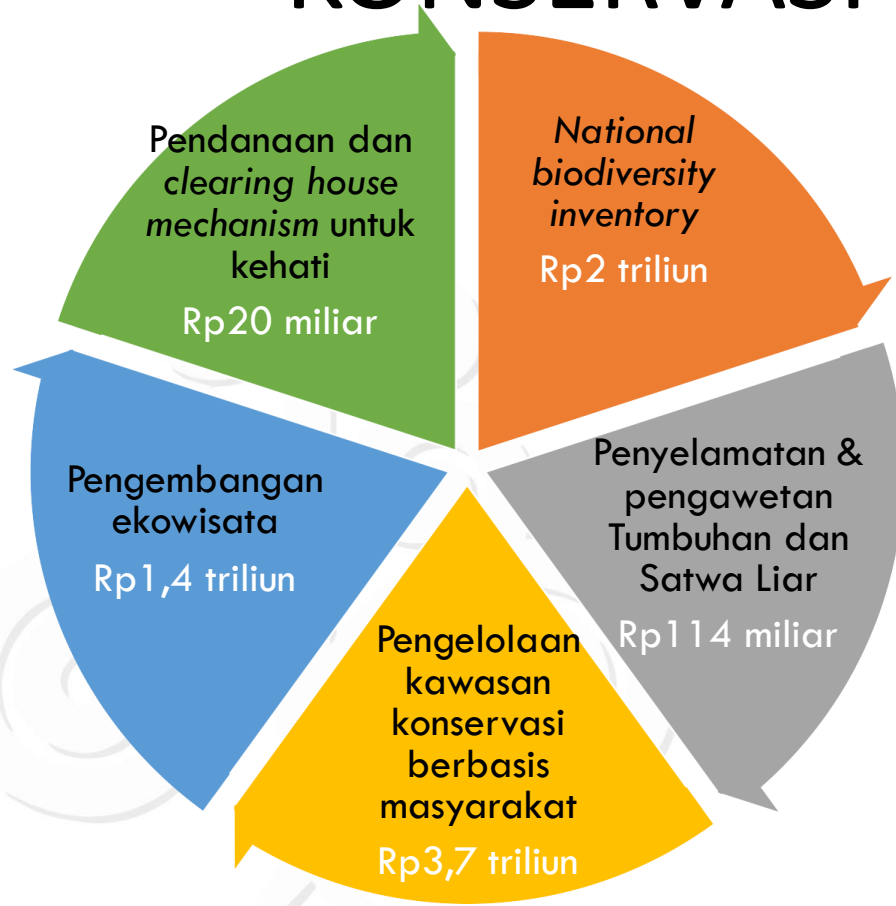


5 AGENDA NASIONAL 2020-2024 PENGELOLAAN KAWASAN KONSERVASI DAN KEHATI



- 01 *National Biodiversity Inventory*
- 02 Peningkatan Pengelolaan Kawasan Konservasi Bersama Desa/Masyarakat
- 03 Perlindungan Spesies Prioritas Nasional
- 04 Kawasan Konservasi sebagai Destinasi Wisata Prioritas Nasional
- 05 Pengembangan Balai Kliring Nasional dan Pendanaan Berkelanjutan

KEBIJAKAN KONSERVASI KEHATI DAN PENGELOLAAN KAWASAN KONSERVASI 2020-2024



- **Kebutuhan pendanaan (tanpa belanja operasional) = Rp7,3 triliun atau Rp1,5 triliun/tahun**
- **Kebutuhan pendanaan (dengan belanja operasional*) = Rp11,3 triliun atau Rp2,26 triliun/tahun**

Wildlife Tourism: New Emerging Economic



CONTINENT	DIRECT				TOTAL	
	EXPENDITURE (\$BILLION)	GDP (\$BILLION)	SHARE OF T&T	EMPLOYMENT (MILLION)	GDP (\$BILLION)	EMPLOYMENT (MILLION)
NORTH AMERICA	25.4	13.5	2%	0.2	37.6	0.5
EUROPE	28.5	13.3	16%	0.2	35.4	0.6
AFRICA	48.8	29.3	36.3%	3.6	70.6	8.8
ASIA-PACIFIC	118.2	53.3	5.8%	4.5	171.2	10.4
LATIN AMERICA	19.9	10.7	8.6%	0.5	28.9	1.4
TOTAL	241.0	120.1		9.1	343.6	21.8
GLOBAL T&T (%)						
SHARE OF TOTAL	42%	4.4%		7.4%	3.9%	6.8%

- Pada 2018, berkontribusi US\$ 120 miliar atau 4,4 dari total GDP Wisata Dunia.
- Jika ditambahkan dengan dampak lainnya, total ekonomi dari Wildlife Tourism sebesar US\$ 344 triliun. Setara GDP Afrika Selatan atau Hong Kong.
- Di Afrika, Wildlife Tourism berkontribusi sepertiga dari total pendapatan wisata.



The Role of Ecotourism in Conservation: Panacea or Paradox's box?

Unsustainable case studies (n ¼70) Case studies in %

Types of unsustainability	Case studies in %
Habitat alteration, soil erosion, pollution	45.6
Local community not involved, leads to consumptive land-use	25.0
Flagspecies affected, population decline, serious behaviour alteration	20.6
Not enough revenue creation for conservation, consumptive use practised	8.8
Reasons for unsustainability	
Too many tourists	36.8
Local community not involved	27.9
Not enough control and management	14.7
Not enough local revenue creation	10.3
Protected area has priority over local people	7.4
Locals do not get environmental education	2.9

Sustainable case studies (n ¼118)

Effects of sustainable case studies	Case studies in %
More conservation (new areas, more effective)	44.1
Revenue creation increased for local communities, non-consumptive use	28.8
Increased revenue creation, regionally and nationally	21.2
Conservation attitude of local communities changed	5.9
Reasons for positive effects	
Local community involved at most stages	38.5
Effective planning and management	33.3
Ecotourism simply an economic advantage, locally and regionally	17.1
Flagship species alone	6.0
Differential pricing of entry fees	5.1

Faktor wisata berkelanjutan:

- Masyarakat lokal dilibatkan secara aktif,
- Perencanaan dan pengelolaan yang efektif,
- Ekowisata sebagai penggerak ekonomi lokal dan regional,
- Perlindungan satwa kunci,
- Pembedaan tiket kunjungan.

Sumber: Oliver Kriger, 2005

Taman Nasional Wujud Nyata Pariwisata Berkelanjutan



	Perlindungan Alam	Destinasi Wisata	Sumber Daya Masyarakat Lokal	Pariwisata Berkelanjutan
Tujuan	Ditetapkan sebagai perlindungan alam	Tempat warga negara menikmati alam	Tempat tinggal dan mata pencaharian	Memenuhi tujuan konservasi alam, wisata, dan masyarakat lokal
Nilai	Ekologi	Sosial, ekonomi, budaya	Sosial, ekonomi, budaya	Ekologi, sosial, ekonomi, budaya
Hubungan konservasi vs wisata	Bertentangan	Simbiosis	Tidak relevan	Simbiosis
Pandangan tentang alam	Orang hanya sebagai pengunjung	Orang sebagai pengunjung	Orang bagian tak terpisahkan dari kawasan	Orang sebagai pengunjung
	Perlindungan ekologi	Pengalaman estetika,	Mempunyai makna budaya	Obyek yang harus dilindungi
	Satwa liar lebih penting daripada orang	Sumber penggerak roda ekonomi regional dan nasional	Kawasan sebagai rumah masyarakat dan mata pencaharian	Tempat wisata Sumber ekonomi lokal, regional, nasional

TRANSMISI PANDEMI KE SEKTOR PARIWISATA

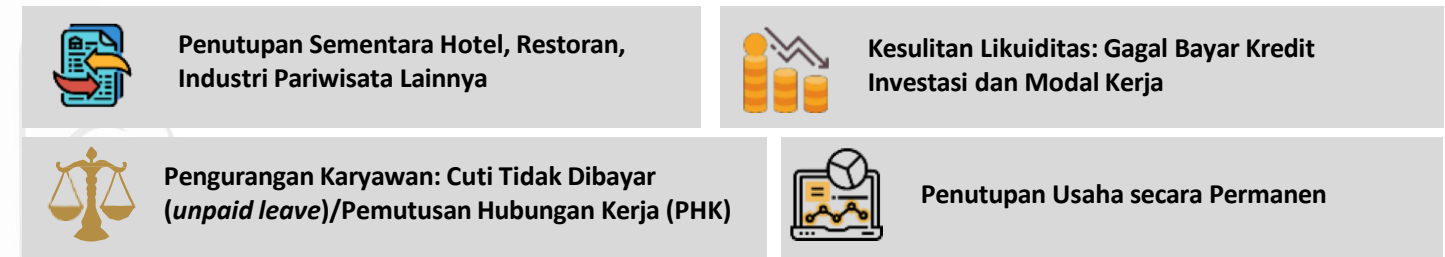


DAMPAK

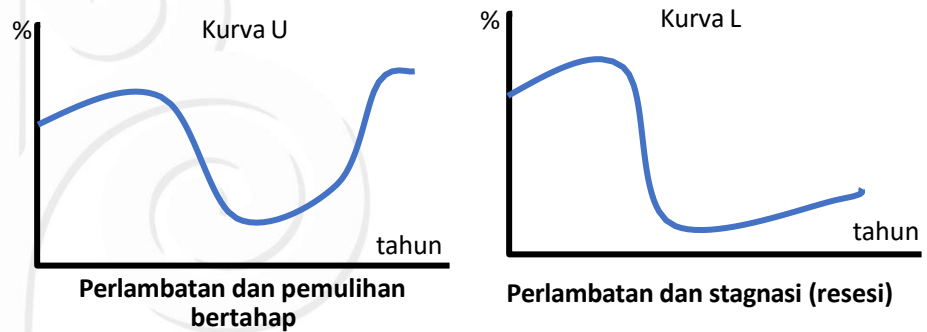
Penurunan



RISIKO



SKENARIO PEMULIHAN PASCAPANDEMI COVID 2019



Pembaharuan Data: 2 Juni 2020

Kunjungan wisman turun sebesar **12 juta kunjungan** (Y-o-Y)

Potensi kehilangan devisa sebesar **15 Miliar USD** (Y-on-Y)

Sumber: Dit. IPEK, Bappenas, 2020



- 01 Meskipun proses pemulihan akan berbeda di setiap negara, namun terdapat pola umum yang ditemukan, yaitu **orang masih mau bepergian**.
- 02 **Perjalanan domestik akan pulih lebih cepat**. Perjalanan internasional, terutama apabila melibatkan penerbangan akan membutuhkan waktu lebih banyak untuk pulih.
- 03 **Negara-negara yang kekurangan pasar wisatawan domestik akan pulih lebih lambat** dan mungkin akan membuka pasar bagi wisatawan dari negara-negara terdekat.
- 04 **Wisatawan berusia muda akan bepergian lebih dulu** dimana perjalanan masih terbatas pada tujuan terdekat
- 05 **Dampak ekonomi dari pariwisata akan pulih lebih cepat dimana destinasi luar ruang (*outdoor*) dan yang berhubungan dengan alam akan lebih populer dibandingkan destinasi perkotaan.**
Untuk menangkap permintaan awal, pelaku industri perjalanan harus memindahkan sumber dayanya secara cepat melalui **pemasaran via digital** (berbasis internet) dengan mengembangkan proses dan produk yang dimodifikasi.
- 07 **Toko swalayan/retail menerapkan protokol yang melindungi kesehatan pelanggan dan karyawan** serta membantu memulihkan kepercayaan konsumen.
- 08 **Fitur produk, strategi komunikasi, dan kanal pemasaran harus diolah dengan menyesuaikan bauran pelanggan konsumen millennial dan Gen Z yang akan menggantikan generasi *baby boomer*.**



Key Messages Menata Wisata Alam Era New Normal

our
national parks

for

wonderful
indonesia



1. Pariwisata berkelanjutan sebagai dasar pengelolaan kawasan konservasi.
2. Mengembangkan wisata virtual taman nasional.
3. Pengelola taman harus mengubah paradigma: dari pengamanan ke *manajemen wisata berbasis Product Driven*.
4. Perbaikan iklim investasi juga berperan penting.
5. Pelibatan masyarakat lokal dan/atau desa dalam kegiatan wisata alam.

TANTANGAN BARU PARIWISATA INDONESIA MEMPERHATIKAN REKOMENDASI WHO



Sun-Starved, Locked Down Italians Ask If Summer Can Be Saved



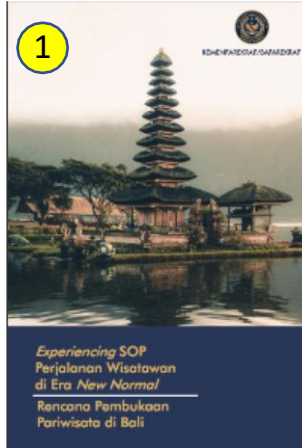
Sumber: Bloomberg

NEWS
Airline passengers undergo Covid-19 blood tests before boarding



Dubai Health Authority staff conduct rapid Covid-19 blood tests prior a flight from Dubai to Tunisia.
Euronews

Sumber: CNN 16 April 2020



1. Penerapan SOP/Protokol kesehatan yang ketat – SOP Bali sudah tersedia, SOP serupa perlu diselaraskan dengan protokol WHO

2. Atraksi dengan sarana *physical distancing* dan pembatasan kunjungan (*quota*)

3. Airport, Terminal, Stasiun yang melakukan *physical distancing* dan standar kesehatan/kebersihan yang tinggi

4. **Product differentiation**: atraksi *mass tourism* digantikan *fresh air, adventure, pegunungan, laut, alam* serta wisata kesehatan

5. **Value Proposition**: dari semula murah dan *overcrowded indoor* menjadi berusia muda, bersih, *outdoor*, dan *quality experience*

6. Fokus pemasaran Group Travel dialihkan menjadi **Free Independent Traveler (FIT)**

7. **Hygiene Labelling**: mutlak diperlukan

Aktivitas Outdoor- Physical Distancing



Sumber: Cairns-Kuranda Skyrail National Park (Queensland) website

The COVID-FREE label



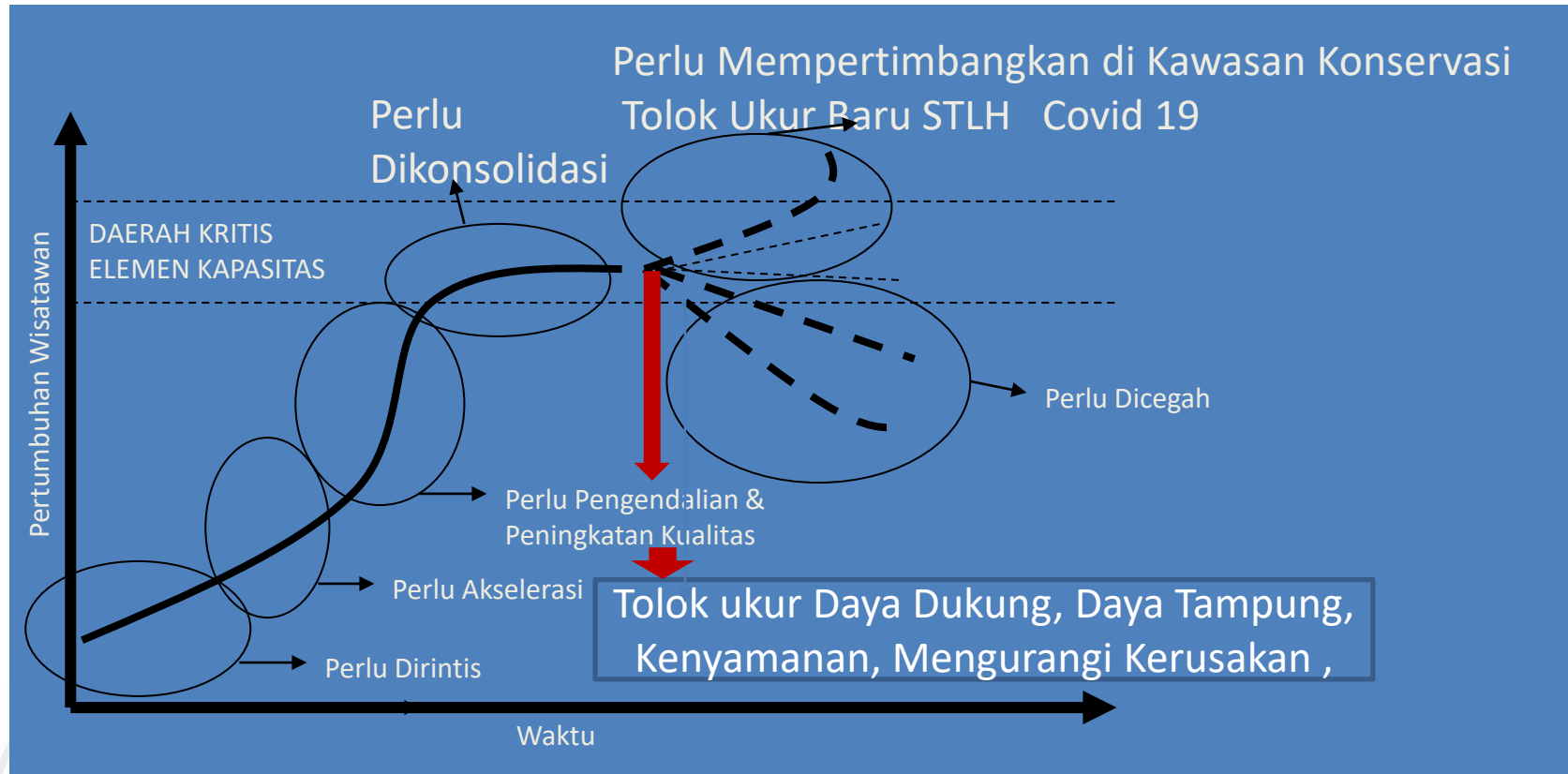
Sumber: covid-free.fr/en/

Kebersihan, Keamanan, Group Kecil



Sumber: Tjapukai – Aborigin Cultural Center (Queensland) website

MODEL TAHAPAN PERKEMBANGAN PARIWISATA ALAM sebelum dan setelah New Normal



MODEL BUTLER : INTERPRETASI UNTUK DAERAH DI INDONESIA

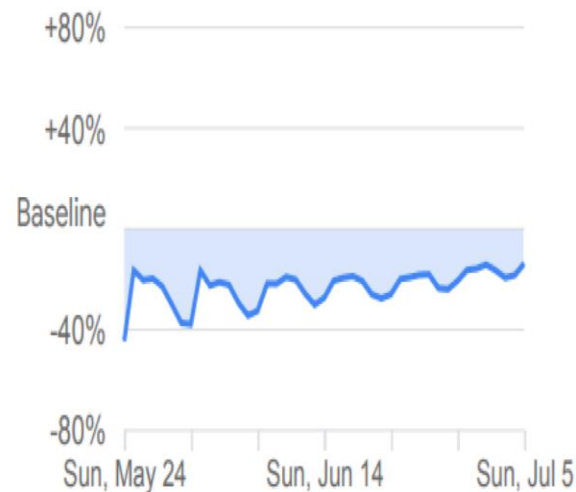


PENURUNAN AKTIVITAS WISATA ALAM DI INDONESIA

Parks

-14%

compared to baseline



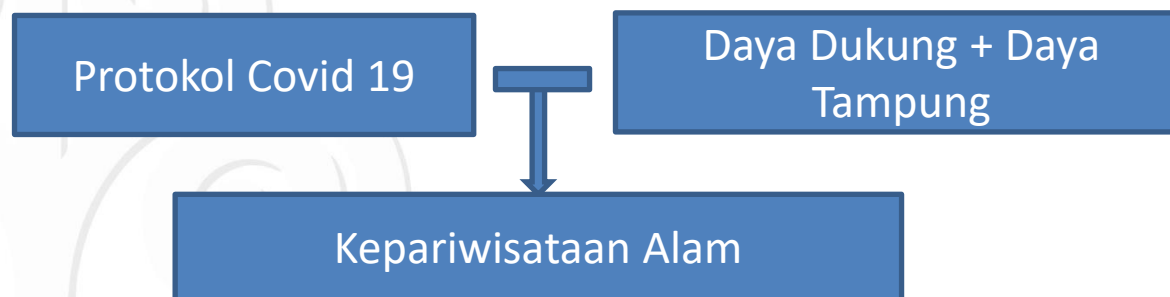
Mobility trends for places like national parks, public beaches, marinas, dog parks, plazas, and public gardens.

Sumber: Google Mobility Report, diakses 9 Juli 2020



Pandemi Covid 19, apakah mematikan segalanya Dalam Kegiatan Pariwisata ?

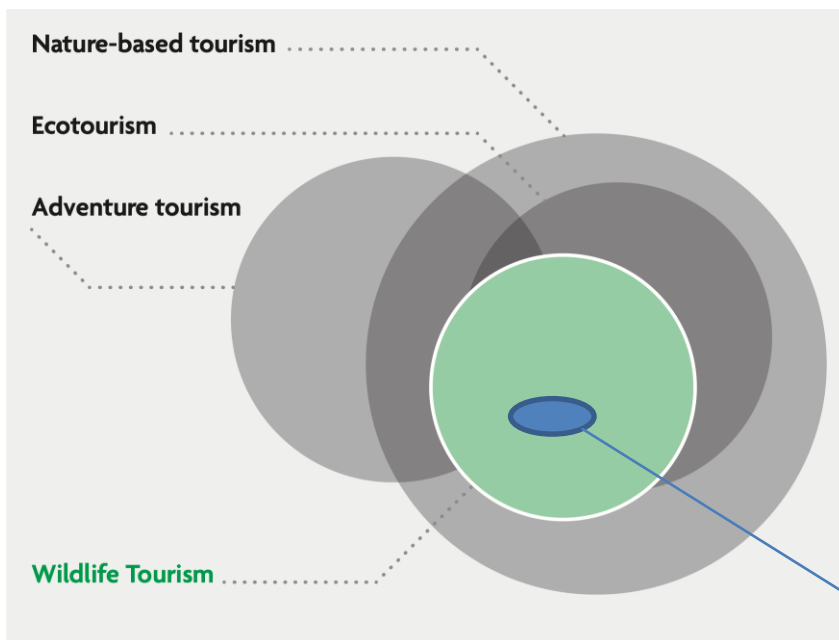
- Protokol Covid 19, yang terdiri atas : Social Distancing, Physical Distancing, Pemakaian Masker, Menjaga Kebersihan Tangan, dan Penggunaan Hand Sanitizer merupakan upaya yang berkait dengan jarak antar orang dan berusaha melaksanakan kebersihan.
- Protokol tersebut pada hakekatnya sama dengan tindakan tidak membuat kerusakan dan mengatur daya dukung dan daya tampung lingkungan pada Kawasan Pariwisata Alam.





Tipologi Wisata Taman Nasional Setelah New Normal

- *Wildlife tourism*. Wisata berinteraksi dengan satwa liar. Kebun binatang, sirkus atau tempat pertunjukan satwa tidak termasuk.
- *Adventure tourism* (wisata petualangan). Bentuk wisata menantang seperti rafting, mendaki, panjat tebing, caving dsb.
- *Ecotourism* (ekowisata). Kegiatan wisata terkait pengalaman dengan flora, fauna, bentang alam, dan budaya.
- *Nature based tourism* (wisata alam). Meliputi ekowisata dan *wildlife tourism*.



Sumber: WTTC, 2019

Era New Normal : Healing
Tourism

6



DESTINASI TREND Pariwisata Alam Di Era New Normal

- Pulau-pulau kecil, ekosistem perairan, pantai, dan kawasan hutan di perbatasan yang aksesnya sulit, kawasan konservasi (akan menjadi destinasi wisata minat khusus yang diminati wisatawan),
- Ekowisatawan dengan jaringan *tour operator* internasional dan ekowisatawan domestik yang saat ini kecenderungannya semakin menurun tetapi sejak New Normal akan meningkat lagi .
- *Ecotraveller* menginginkan mendapat “*new experiences*” , “*sciences*”, “*phylosophy*”, dan healing akan berkunjung di daerah pedalaman yang bahkan aksesnya sulit karena ingin terlepas dari ancaman covid 19.



Paradigma Baru Dalam Pengembangan Ekowisata di Kawasan Konservasi

1. Tolok Ukur Lama, Banyaknya Wisatawan diganti tolok ukur Daya Dukung dan Daya Tampung (Syarat tingkat kematangan wisatawan).
2. Tolok Ukur Banyaknya Devisa dan Belanja Wisatawan (Perlu dikritisi dengan tolok ukur baru mengerem kebocoran devisa, meningkatkan multiplier effect & berkembangnya ekonomi lokal),
3. Penyerapan Tenaga Kerja (Mengutamakan Employ dari lokal, dari pada regional, nasional dan global)

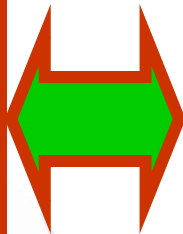


SCOPE KEPARIWISATAAN : UU No 10 Th 2009

Tdr : Destinasi, Market, Kelembagaan , Industri Pariwisata.

Destinasi (PRODUCT)

- Atraksi (Perishable, Uniqueness, Entity Ecology, Scarsity).
- Amenitas al Healing
- Aksesibilitas
- Kelembagaan (Masy Lokal)
- SDM (Lokal)
- Ekonomi/Investasi (Lokal)
- Lingkungan (Kualitas dan Fungsi)
- Industri/usaha pariwisata (Lokal)



MARKET

- Wisatawan(Sosiode mografi ,psikografi)
- Promosi, Price, Place
- Pemasaran, Peddling
- Kelembagaan (Networking International)
- Dana
- Peralatan/
ICT/Komunikasi
- Kebijakan negara asal



Rumus untuk menentukan kebutuhan area wisata alam

Rumus :

$$AR = \frac{D \times a}{CD \times TF \times 43.560}$$

Dimana :

AR = Kebutuhan Area berwisata jenis aktivitas tertentu

D = Jumlah kunjungan wisata per tahun

a = Kebutuhan wisata dalam m² /Orang (Piknik minimum= 65,30 m², Camping, minimum = 91,60 m²/orang)

CD = Kapasitas hari pemakaian dalam setahun

TF = Faktor untuk pemulihan (besarnya antara 2,0-1,0, boating 2,0, camping 1,0)

43.560 = konstanta



Tolok Ukur Kenyamanan di Kawasan Wisata Alam (*Discomfortability Index*)

Dipergunakan pendekatan dengan (Niewolt, dalam Fandeli dan Muhamad , 2009) :

$$\text{Rumus : } \text{THI} = 0,8 T + (\text{RH} \times T) / 500,$$

Dimana :

THI : Temperature Humadity Index di kawasan wisata (alam),

T : Suhu Udara dalam $^{\circ}\text{C}$,

RH : Relative Humadity atau kelembaban relatif (dalam %),

Dari perhitungan tersebut bila didapat hasil :

Bila, Nilai THI > 27 , wisatawan sudah merasakan tidak nyaman,

Nilai THI < 27 , wisatawan merasa nyaman di kawasan itu.



UNIVERSITAS GADJAH MADA

Terima kasih





UNIVERSITAS GADJAH MADA

Desain Ulang Fisik Atraksi Pariwisata dalam Kenormalan Baru

oleh

Prof. Ir. T. Yoyok Wahyu Subroto, M.Eng.,Ph.D., IPU

© PUSAT STUDI PARIWISATA





- **Disrupsi** Atraksi Wisata dalam Kenormalan Baru
- **Adaptasi Kebiasaan Baru**
- Stigma dan **Konotasi Positif** versus **Negatif**
- **Perubahan (abadi)** dan **Proses (waktu)** ke masa depan
- Diksi **Berubah** atau **Punah**
- Ide dan gagasan **Kreatif** tentang **Ruang Fisik**

ATRAKSI WISATA



Komponen Destinasi Wisata: *Attraction, Amenities dan Access and Ancillary* (Cooper,2000)

(<https://www.ukessays.com/essays/tourism/tourism-destination-and-tourist-attraction-destination-marketing-tourism-essay.php>)

Atraksi merupakan komponen destinasi wisata utama yang dapat memicu (*driven*) aspek amenities, akses dan *ancillary*

*Attractions motivate tourist to **visit** the destination and consist of the artificial as well as natural features or events*

(Cooper,2000)

Atraksi wisata terdiri dari berbagai komponen antara lain aktivitas pariwisata, *view/ vista* lokal (alam, budaya, buatan), layanan dan hiburan (*entertain*)

Gunn (1988)

KATEGORI ATRAKSI WISATA



Atraksi wisata alam: yang terdiri dari lingkungan dan sumber daya alam: flora (hutan, sungai, danau, gua, laut, gunung, bukit, taman nasional/ geopark, air terjun) dan fauna (satwa liar).

Atraksi wisata budaya : terdiri dari aktivitas hiburan dan aktivitas budaya terkait aktivitas *cultural performance (entertain)* dan *ritual culture*.

Atraksi Wisata Khas/ Unik: terdiri dari atraksi wisata yang tidak ada di destinasi yang lain

(Inskoop (1991))

Atraksi Wisata buatan: terdiri dari kegiatan wisata dengan sarana buatan misalnya *off road, downhill track, climbing, snorkling, diving* di dukung fasilitas kegiatan terkait menggunakan alam yang ada.

Perubahan ruang atraksi wisata pada era pasca pandemik

Covid19 mempengaruhi perubahan ruang-ruang faktual terkait makna, peran, fungsi/ programatik dan bentuk/ morfologi ruang, kapasitas, luasan, material bangunan khususnya untuk ruang mikro misalnya Museum: *virtual reality museum*, Gedung Bioskop: *drive inn movie*, Mal: *drive thru Mall*, Hotel: *hygienic hotel*, Resort Hotel: *out door related resort*, Home Stay: *natural ventilation inn*, Restoran: *cubic space cullinary*



Atraksi dan Kunjungan Wisata Faktual: Konsekuensinya pada **Adaptasi Kebiasaan Baru**

Pada Era Adaptasi Kebiasaan Baru perlu **penyesuaian** baik dari wisatawan maupun destinasi wisata khususnya dalam kaitannya dengan atraksi wisata.

Adaptasi Perilaku Wisatawan dalam menikmati atraksi wisata harus sesuai dengan standard protokol kesehatan WHO baik dalam kegiatan wisata *indoor* maupun *outdoor*.

Fokus perhatian terhadap **desain ulang *setting* atraksi wisata** diarahkan pada **3 (tiga) aspek dimensi** yaitu,

1. Dimensi **ruang** (ukuran, luasan, volume, jenis ruang aktual/ virtual terkait ruang mikro, meso dan makro)
2. Dimensi **waktu** (*shifting*, durasi)
3. Dimensi **kegiatan** (kapasitas/‘pembatasan’)

Target Desain Baru Ruang Atraksi Wisata Faktual



Ruang Mikro <i>Indoor</i>	: <i>common space, co-working space</i> ruang di dalam bangunan wisata
Ruang Meso <i>Outdoor</i>	: <i>communal space</i> ruang sub kawasan wisata
Ruang Makro <i>Outdoor</i>	: <i>public space</i> ruang kawasan wisata

Arahan Desain Baru dalam menikmati **Atraksi Wisata** harus mampu,

1. Memaksa munculnya kesadaran wisatawan dalam berfikir dan bertindak kontra kontak fisik (*intensive physical contact*) dalam menikmati atraksi wisata untuk melakukan *physical distancing* dan *decoupling* sosial.
2. Merubah kebiasaan sosial dan kultural terkait tradisi, norma sosial dan etika dalam menikmati atraksi wisata
3. Memicu perilaku wisatawan dalam konteks kognisi dan persepsi wisatawan dalam penggunaan ruang saat menikmati atraksi wisata secara faktual



Arahan Desain Baru terhadap Ruang Atraksi Wisata

1. Mengurangi resiko transmisi lokal: partisi transparan, ventilasi alam, jarak personal, penggunaan jenis material bangunan
2. Meningkatkan, mempercepat dan memudahkan kontrol terhadap perilaku wisatawan sesuai protokol kesehatan
3. Memudahkan dalam melakukan sterilisasi ruang secara berkala melalui desain yang *less-maintenance*

Tata cara penggunaan ruang pada saat melakukan kebiasaan baru dalam menikmati atraksi wisata

1. Pembatasan kapasitas ruang
2. Pembatasan durasi waktu kegiatan
3. Pemberlakuan sistem pergantian kegiatan

Sosok wajah ruang (mikro, meso, makro) atraksi wisata pada era adaptasi kebiasaan baru

1. Bentuk Ruang akan disesuaikan dalam konteks morfologi ruang terkait standard, modul, ukuran, jarak, luasan, kapasitas, proporsi, skala, teritori, batas dan jarak serta material.
2. Fungsi Ruang akan dievaluasi terkait efisiensi dan efektifitas ruang terhadap transmisi
3. Waktu dan Energi akan dapat lebih diefisienkan dan diefektifkan terkait pola perubahan perilaku sosial manusia sebelumnya menjadi perilaku baru (*new normal behavior*).

Arahan Desain Baru terhadap Ruang Atraksi Wisata



1. Mengurangi resiko transmisi lokal: partisi transparan, ventilasi alam, jarak personal, penggunaan jenis material bangunan
2. Meningkatkan, mempercepat dan memudahkan kontrol terhadap perilaku wisatawan sesuai protokol kesehatan
3. Memudahkan dalam melakukan sterilisasi ruang secara berkala melalui desain yang *less-maintenance*

Tata cara penggunaan ruang pada saat melakukan kebiasaan baru dalam menikmati atraksi wisata

1. Pembatasan kapasitas ruang
2. Pembatasan durasi waktu kegiatan
3. Pemberlakuan sistem pergantian kegiatan

Sosok wajah ruang (mikro, meso, makro) atraksi wisata pada era adaptasi kebiasaan baru

1. Bentuk Ruang akan disesuaikan dalam konteks morfologi ruang terkait standard, modul, ukuran, jarak, luasan, kapasitas, proporsi, skala, teritori, batas dan jarak serta material.
2. Fungsi Ruang akan dievaluasi terkait efisiensi dan efektifitas ruang
3. Waktu dan Energi akan dapat lebih diefisienkan dan diefektifkan terkait pola perubahan perilaku sosial manusia sebelumnya menjadi perilaku baru (*new normal behavior*).

Arahan Desain Baru terhadap Ruang Atraksi Wisata



1. Mengurangi resiko transmisi lokal: partisi transparan, ventilasi alam, jarak personal, penggunaan jenis material bangunan
2. Meningkatkan, mempercepat dan memudahkan kontrol terhadap perilaku wisatawan sesuai protokol kesehatan
3. Memudahkan dalam melakukan sterilisasi ruang secara berkala melalui desain yang *less-maintenance*

Tata cara penggunaan ruang pada saat melakukan kebiasaan baru dalam menikmati atraksi wisata

1. Pembatasan kapasitas ruang
2. Pembatasan durasi waktu kegiatan
3. Pemberlakuan sistem pergantian kegiatan

Sosok wajah ruang (mikro, meso, makro) atraksi wisata pada era adaptasi kebiasaan baru

1. Bentuk Ruang akan disesuaikan dalam konteks morfologi ruang terkait standard, modul, ukuran, jarak, luasan, kapasitas, proporsi, skala, teritori, batas dan jarak serta material.
2. Fungsi Ruang akan dievaluasi terkait efisiensi dan efektifitas ruang
3. Waktu dan Energi akan dapat lebih diefisienkan dan diefektifkan terkait pola perubahan perilaku sosial manusia sebelumnya menjadi perilaku baru (*new normal behavior*).



Perwujudan Baru Ruang Fisik Wisata terkait Atraksi Wisata

- Fenomena **Era Adaptasi Kebiasaan Baru** untuk desain ulang kreatif ruang fisik atraksi wisata akan terjadi. Hal itu disebabkan oleh adanya koreksi terhadap muatan protokol kesehatan yang merujuk pada ***physical distancing*** dan ***social distancing*** dengan melemahnya eksistensi *common space*, *co-working space*, *communal space*, *public space* dan menguatnya eksistensi ***remote space***, ***buble space***, ***transparant cubing-space*** dan ***mobile space***.
- RIPPDA, RIPOW dan desain bangunan objek wisata terkait pengaturan tata ruang **atraksi wisata** perlu dievaluasi dengan cara melakukan re-formulasi ruang terkait adaptasi kebiasaan baru wisatawan yang sesuai dengan standar protokol kesehatan versi WHO





UNIVERSITAS GADJAH MADA

NORMAL BARU DALAM KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA *HOST - GUEST*



**HEDDY SHRI AHIMSA-PUTRA
PUSAT STUDI PARIWISATA
UNIVERSITAS GADJAH MADA
2020**



APA ITU “NORMAL BARU” ?

NORMAL BARU : BUDAYA BARU

- POLA PERILAKU BARU**
- TEKNOLOGI BARU**
- BAHASA BARU**
- NORMA BARU**

“BARU” ATAU “LAMA” BERSIFAT RELATIF

- BAGI SEBAGIAN ORANG “TIDAK BARU”**
- BAGI SEBAGIAN ORANG “ADA YANG BARU”**
- BAGI SEBAGIAN ORANG “SEMUA BARU”**



NORMAL BARU : BUDAYA BARU

1) PENJARAKAN FISIK (*PHYSICAL DISTANCING*)

PENJAUHAN FISIK

2) PENJARAKAN SOSIAL (*SOCIAL DISTANCING*)

PENJAUHAN SOSIAL

3) KOMUNIKASI ON-LINE

PERTANYAAN :

APA YANG AKAN TERJADI PADA “POLA KOMUNIKASI” YANG ADA ? ADAKAH PENGARUH “NEW NORMAL” PADA POLA KOMUNIKASI ?



KOMUNIKASI LINTAS-BUDAYA : PROSES PENYAMPAIAN PESAN DARI AKTOR DARI BUDAYA TERTENTU KE AKTOR DARI BUDAYA LAIN

**“BUDAYA” : “SUKU-BANGSA” - ETNIS - BAHASA
- ACEH, BATAK, MELAYU, SUNDA, MADURA, DSB...**

**“BUDAYA” : “SUB-KULTUR”
- SUNDA - PETANI; MADURA - PEDAGANG, DSB...**

**“BUDAYA” : “SUB-SUB-KULTUR”
- JAWA - PETANI - ISLAM; BATAK - DOSEN - KRISTEN...**



“HOST” DAN “GUEST” PARIWISATA DI INDONESIA :

- “GUEST” : WISNU DAN WISMAN**
- “HOST” : PERANTARA DAN WINISATAWAN**

POLA RELASI DALAM PARIWISATA :

- WISNU - WINISATAWAN**
- WISNU - (PERANTARA) - WINISATAWAN**
- WISMAN - PERANTARA - WINISATAWAN**
- WISMAN - (PERANTARA) - WINISATAWAN**
- WISMAN - WINISATAWAN**



POLA KOMUNIKASI : WISNU - WINISATAWAN

1) KOMUNIKASI LANCAR :

- MENGUASAI BAHASA YANG SAMA
(BAHASA INDONESIA - BAHASA LOKAL)**

2) KOMUNIKASI INTENSIF :

- SALING MEMBUTUHKAN**
- WISNU MEMBUTUHKAN INFORMASI / JASA**
- WINISATAWAN MEMBUTUHKAN IMBALAN**

ADA “JEMBATAN BUDAYA” BERSAMA :

- BAHASA INDONESIA**
- BUDAYA INDONESIA**



WISMAN BERASAL DARI “SUB-SUB-KULTUR”

- BELANDA - PENGUSAHA - KRISTEN -**
- JERMAN - DOSEN - KATHOLIK -**

PERANTARA BERASAL DARI “SUB-SUB-KULTUR”

- JAWA - UNIVERSITAS - GUIDE -**
- BALI - PETANI - TOUR OPERATOR -**

WINISATAWAN BERASAL DARI “SUB-SUB-KULTUR”

- BALI - PETANI - HINDU -**
- SUNDA - PETANI - BADUY -**



POLA KOMUNIKASI DALAM PARIWISATA DI INDONESIA

1. WISMAN - GUIDE / TOUR OPERATOR

a) KOMUNIKASI LANCAR :

- GUIDE / T.O MENGUASAI BAHASA ASING

b) KOMUNIKASI INTENSIF :

1) - WISMAN MEMERLUKAN INFORMASI

- GUIDE / T.OP MEMBERI INFORMASI

2) - WISMAN MEMBERIKAN IMBALAN

- GUIDE / T.OP MENERIMA IMBALAN



ADA “JEMBATAN BUDAYA” BERSAMA :

- BAHASA YANG DIKUASAI BERSAMA**
- ADA PERTUKARAN SALING MENGUNTUNGKAN**

2) WISMAN - WINISATAWAN

(MASYARAKAT / KOMUNITAS)

a) KOMUNIKASI TIDAK (SANGAT) LANCAR

- TIDAK ADA “BAHASA BERSAMA”**

b) KOMUNIKASI TIDAK INTENSIF

- MINIM KOMUNIKASI, MINIM PERTUKARAN**



KURANG “JEMBATAN BUDAYA” BERSAMA

- KURANG “BAHASA BERSAMA”**
- KURANG PERTUKARAN
(WALAUPUN ADA “SALING MEMBUTUHKAN”)**

POLA RELASI :

- PENONTON - TINONTON
(ORANG YANG DITONTON)**
- “SUPERIOR” - “INFERIOR”**

**APAKAH “NEW NORMAL” AKAN BERPENGARUH ?
APAKAH AKAN ADA “POLA KOMUNIKASI” BARU ?**



JAWABAN SEMENTARA :

- BELUM BANYAK PENGARUH**
- BELUM MUNCUL POLA KOMUNIKASI BARU**

MENGAPA ?

- TIDAK ADA PERUBAHAN PENGUASAAN ATAS SARANA KOMUNIKASI : BAHASA**
- ADA PERUBAHAN PENTING PADA TEKNOLOGI KOMUNIKASI**
- ADA PERUBAHAN PENTING PADA PENGUASAAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI**



PANDANGAN SEMENTARA (AWAL) TENTANG “NEW NORMAL” DAN PARIWISATA :

- AKTIVITAS ON LINE MENINGKAT ? MUNGKIN**
- WISATA MAYA (VIRTUAL TOURISM) MENINGKAT ?
MUNGKIN**

PELUANG :

- BUAT VIDEO WISATA BUDAYA MAYA**
- UNGGAH VIDEO WISATA BUDAYA MAYA**

**(ASUMSI : WISATAWAN DUNIA MAYA AKAN BERUSAHA
MELIHAT LANGSUNG APA YANG ADA DI DUNIA MAYA
KETIKA SITUASI SUDAH “AMAN” LAGI)**



UNTUK PENINGKATAN PARIWISATA - APA YANG DAPAT DILAKUKAN BERKENAAN DENGAN POLA KOMUNIKASI BARU HOST - GUEST ?

FENOMENA YANG MUNCUL :

- 1) “STORYNOMICS” : STORY TELLING IN DETAIL TENTANG SESUATU YANG MENARIK, TERUTAMA KULINER - AKAN MENARIK WISATAWAN**
- 2) “COACH SURFING” : Mencari tempat murah untuk tinggal selama di negeri yang dikunjungi - PERSONAL RELATION**



KOMUNIKASI “HOST-GUEST” AKAN MENINGKAT ? BELUM TENTU ATAU SANGAT MUNGKIN

**KALAU PENINGKATAN KOMUNIKASI TERJADI, ITU
SANGAT MUNGKIN TERJADI PADA :**

- KOMUNIKASI ON-LINE : WISMAN - PERANTARA
(ADA “BAHASA BERSAMA”)**
- KOMUNIKASI ON-LINE : WISNU - MASY. LOKAL
(ADA “BAHASA BERSAMA”)**

PERLU PENELITIAN EMPIRIS LEBIH MENDALAM



KOMUNIKASI “HOST-GUEST” AKAN MENINGKAT ?

HIPOTESA 1 :

**SEMAKIN BAIK PENGUASAAN BAHASA ASING
GUIDE/T.OP SEMAKIN TINGGI FREKWENSI
KOMUNIKASI ON-LINENYA DENGAN CALON /
MANTAN WISATAWAN**

**SEMAKIN RENDAH PENGUASAAN BAHASA ASING
GUIDE/T.OP SEMAKIN RENDAH FREKWENSI
KOMUNIKASI ON-LINENYA DENGAN CALON /
MANTAN WISATAWAN**



KOMUNIKASI “HOST-GUEST” AKAN MENINGKAT ?

HIPOTESA 2 :

**SEMAKIN BAIK PENGUASAAN TEKNOLOGI
KOMUNIKASI GUIDE/T.OP SEMAKIN TINGGI
FREKWENSI KOMUNIKASI ON-LINENYA DENGAN
CALON / MANTAN WISATAWAN**

**SEMAKIN RENDAH PENGUASAAN TEKNOLOGI
KEMUNIKASI GUIDE/T.OP SEMAKIN RENDAH
FREKWENSI KOMUNIKASI ON-LINENYA DENGAN
CALON / MANTAN WISATAWAN**



KOMUNIKASI “HOST-GUEST” AKAN MENINGKAT ?

HIPOTESA 3 :

**SEMAKIN BAIK PENGUASAAN BAHASA ASING
GUIDE/T.OP SEMAKIN TINGGI FREKWENSI
KOMUNIKASI ON-LINENYA DENGAN CALON /
MANTAN WISATAWAN**

**SEMAKIN RENDAH PENGUASAAN BAHASA ASING
GUIDE/T.OP SEMAKIN RENDAH FREKWENSI
KOMUNIKASI ON-LINENYA DENGAN CALON /
MANTAN WISATAWAN**



UNIVERSITAS GADJAH MADA

TERIMA KASIH MATUR NUWUN



Mengingat kembali definisi:



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Kegiatan atau pengalaman *touring*.

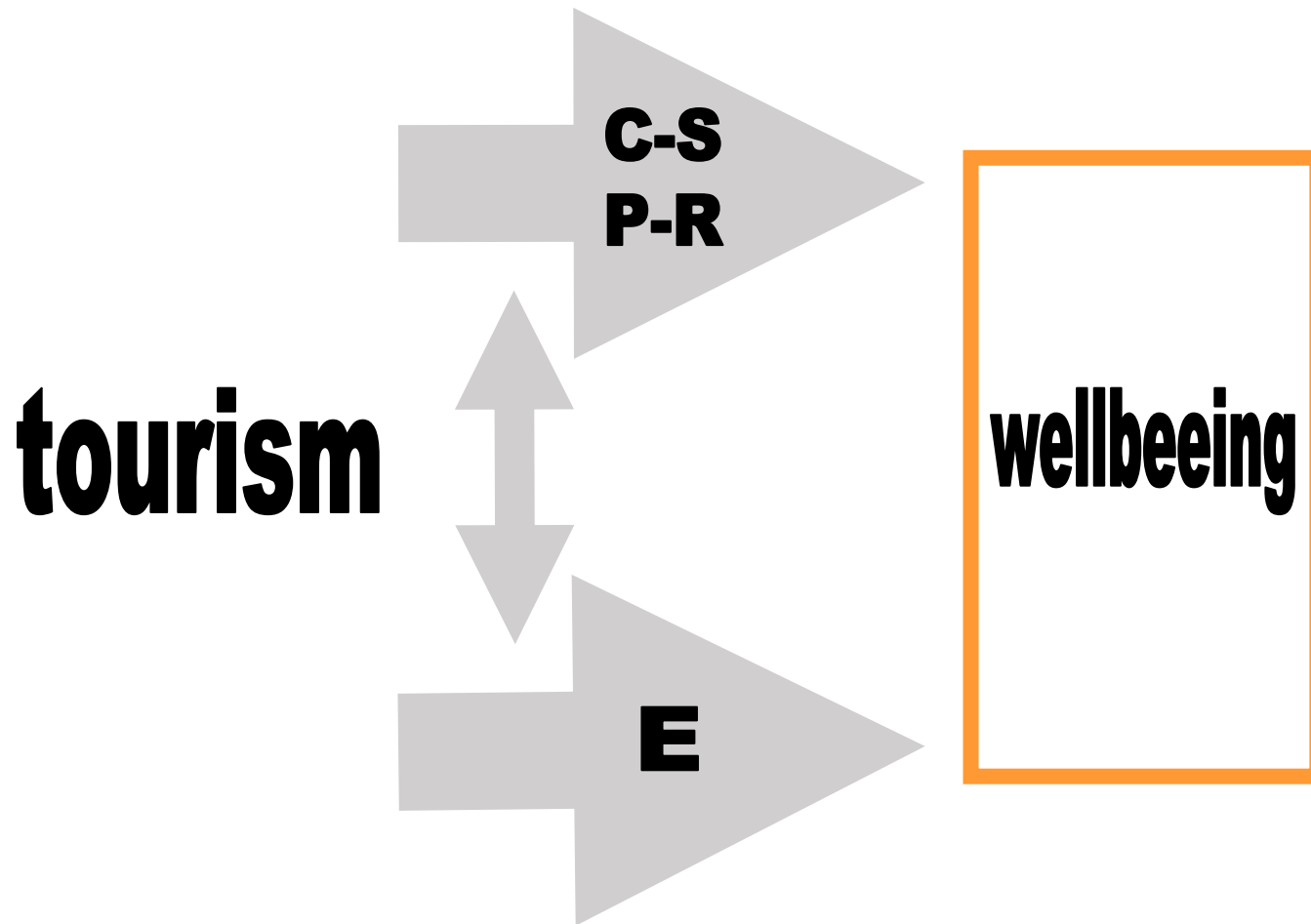
Pergi dan mencari sesuatu yang berbeda
dengan hidup sehari-hari

(Urry, 1990)

Sebagai perbandingan:
UU NO.10 TAHUN 2009

wisata, pariwisata, kepariwisataan

Mengubah cara pandang:



Bagaimana (1)



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

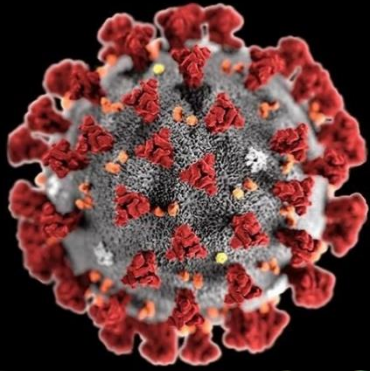
1. Dibangun di atas logika *human-ecology*
2. Bertujuan merealisasikan potensi manusia dan kemanusiaan
3. Komponen pendukung utama adalah informasi dan pengetahuan
4. Menempatkan inisiatif lokal/masyarakat sebagai basis.
5. Menempatkan sistem produksi subordinat eksistensi manusia dan kemanusiaan.
6. Menerapkan proses, model dan metode pengambilan keputusan terdesentralisasi.
7. Pada tingkat tindakan/aksi, *pertama*, keputusan diambil di atas *enabling setting* yang mendukung masyarakat menyelesaikan problem mereka sendiri, *kedua*, dilakukan dalam kerangka dan sistem pengorganisasian mandiri dan *ketiga*, sistem produksi, distribusi dan konsumsi diorganisasi di atas basis kepemilikan dan kendali masyarakat.

PERUBAHAN SISTEM KEPARIWISATAAN



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

State of the Art kepariwisataan: *resultante* relasi antar elemen



COVID-19

STATE
OF THE
ART

WISATAWAN
LINGKUNGAN
WINISATAWAN
MANAJEMEN
TEKNOLOGI

Ada apa dengan COVID-19 ?

1. Pembatasan kegiatan dan perjalanan keluar rumah > < esensi tourism
2. Penutupan tempat wisata > industri kolap
3. Pemberhentian operasional sarana dan prasarana wisata > industri pendukung juga kolap
4. Penerapan protokol CHSE pencegahan COVID-19 untuk industri utama dan pendukung
5. **MINIM** perhatian pada wisatawan > protokol tahapan berwisata



Bagaimana menghadapinya ?

Intervensi kpd manusia melalui inovasi sosial, budaya dan ekonomi

Social entrepreneurship

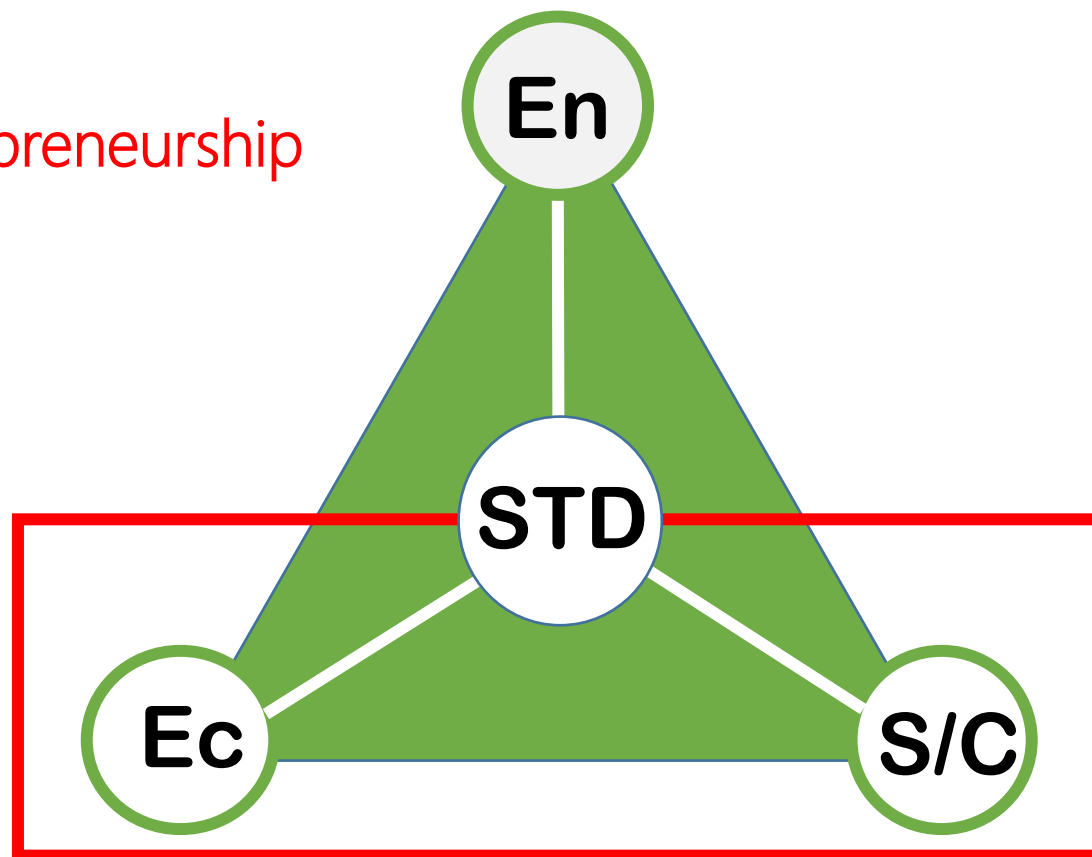
Voluntourism

Ecotourism

CHSE

CSR

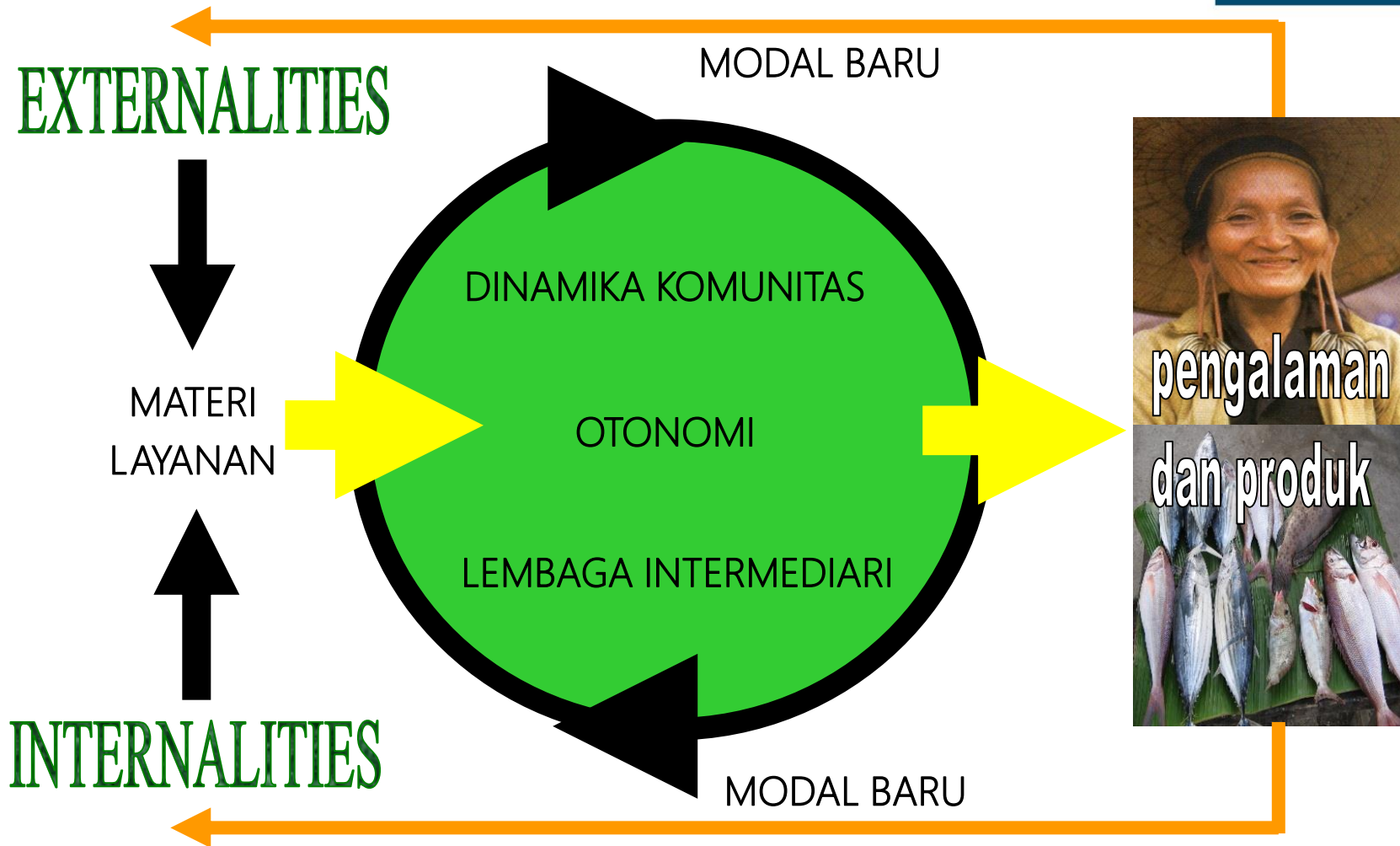
Etc.



Kepariwisataan dan pembangunan sosial: Belajar dari pengalaman lapangan



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

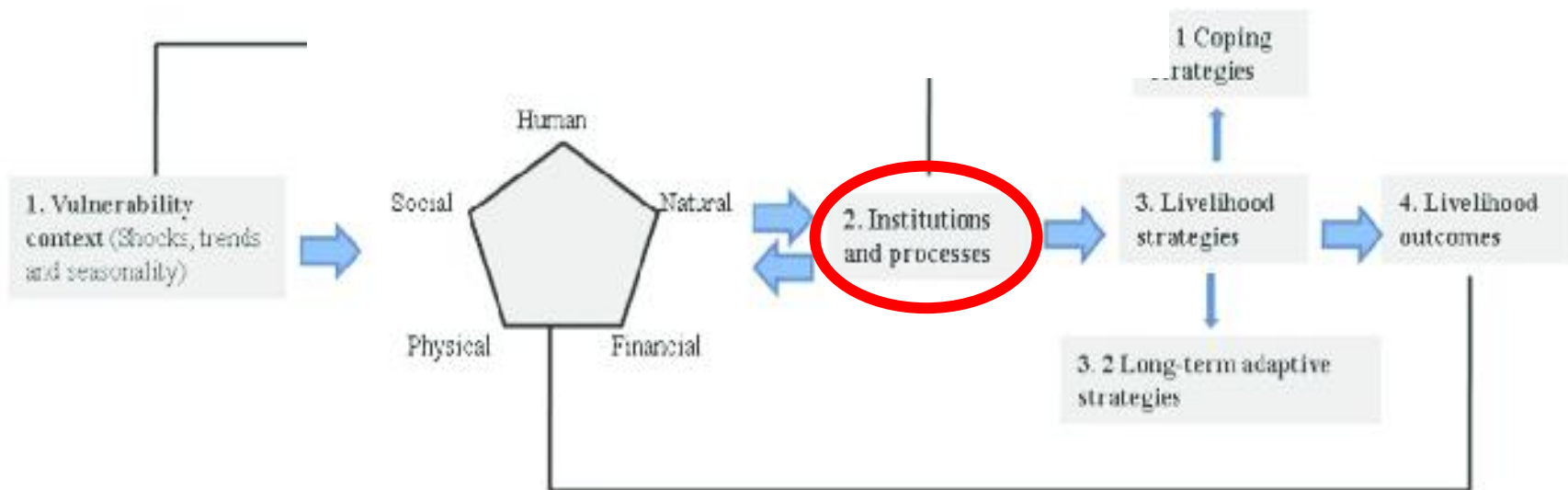


SL and Institution



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

The Sustainable Livelihood Approach (SLA)





UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Struktur dan aktor:

Kerja busur dan anak panah



Studi entrepreneurship :



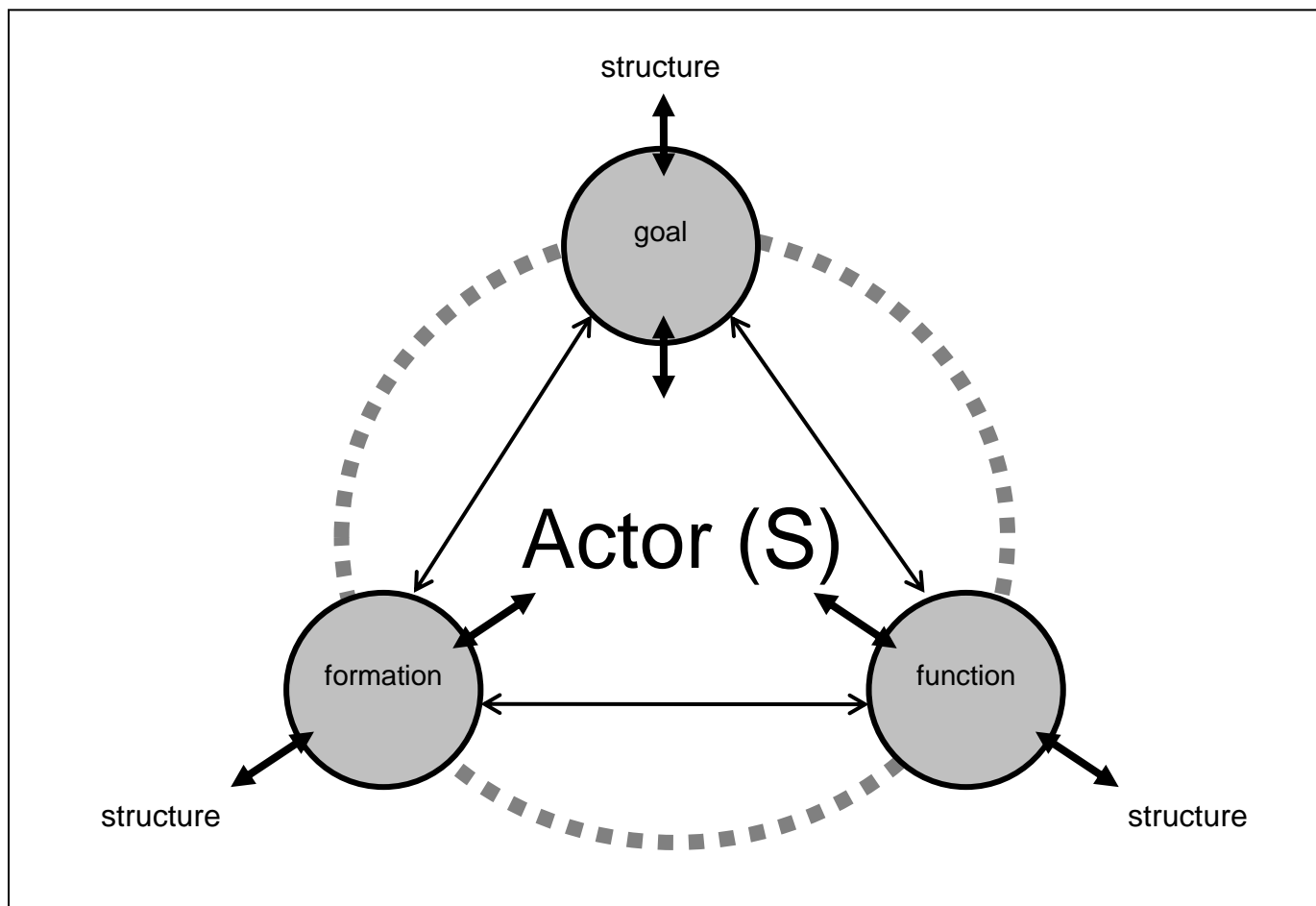
UNIVERSITAS
GADJAH MADA

- Individu
- Kesempatan
- Relasi antara individu dan kesempatan



Institusi:

Goal, fungsi dan formasi sebagai hasil dari interaksi aktor dan struktur



Institutional entrepreneurship

(Kewiralembagaan)



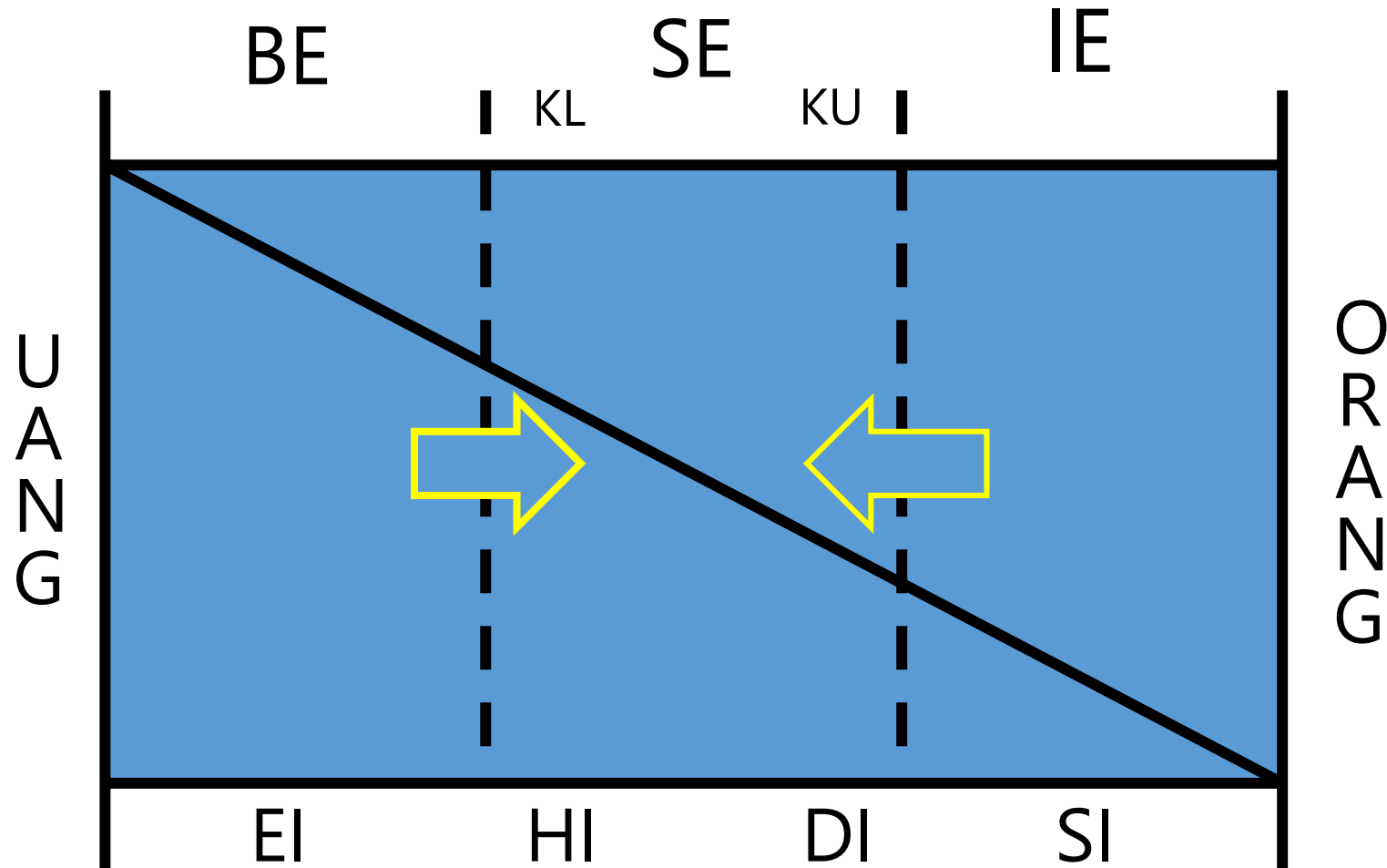
UNIVERSITAS
GADJAH MADA

- Berkaitan dengan tindakan seseorang menciptakan atau mengembangkan lembaga sosial inovatif berdasar kapasitas individu dan peluang kelembagaan dalam suatu struktur tertentu.
- Penyandang institutional entrepreneurship adalah institutional entrepreneur - wiralembagawan
- Ditandai oleh kemampuan mengenali, memodifikasi atau menciptakan perangkat kelembagaan dalam menyusun atau menyusun ulang lembaga sosial.

(NEW) ENTREPRENEURSHIP AND NEW INSTITUTIONALISM



UNIVERSITAS
GADJAH MADA



Business and institutional entrepreneurial activity



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Business		Institution	
Entrepreneurial task	approach	Entrepreneurial task	Entrepreneurial task
match market and product	recognition	recognition	use existing function and formation
discover product or market	discovery	modification	modify formation on existing function or modify function on existing formation
discover product and market	creation	creation	modify function and formation or discover function and formation

(Kusworo, 2015)

SocEnt.

Tantangan NewEnt dalam kepariwisataan baru

Business entrepreneur eksisting (KL)

1. Mendefinisikan 1 atau 2 tujuan baru selain tujuan ekonomistik yang telah ada > wisatawan
2. Mengintegrasikan 2 atau lebih tujuan baru ke dalam operasi bisnis kepariwisataan
3. Melembagakan 1 dan 2 (KL)

Institutional entrepreneur baru

1. Menyusun tujuan terkait COVID-19 > wisatawan
2. Menyusun fungsi dan formasi infrastruktur kelembagaan sesuai tujuan yang disusun
3. Menjamin keberlanjutan (via KU)



UNIVERSITAS
GADJAH MADA



terima kasih