

BAB II

KERANGKA TEORI/ KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti mencari perbandingan dalam penelitian sebelumnya untuk mendapatkan ide-ide baru untuk pekerjaan mereka saat ini. Selain itu, penelitian sebelumnya membantu penelitian dalam membangun posisinya dan membuktikan orisinalitasnya. Peneliti mencantumkan berbagai temuan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian terdahulu pada bagian ini sebelum merangkum semua penelitian terdahulu yang relevan, baik yang telah dipublikasikan maupun belum. Kajian-kajian tersebut masih relevan dengan topik yang penulis teliti.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Luh Suryatni (2023) dalam penelitiannya yang berjudul "Sektor Industri Pariwisata Dengan Media Digital Di Masa Pandemi Covid-19" Sejak pandemi yang disebabkan oleh virus SARS-CoV-2 (COVID-19) muncul di penghujung tahun 2019, hal itu berdampak signifikan terhadap industri pariwisata. Pemerintah di Indonesia telah mengadopsi langkah-langkah darurat dan pembatasan yang mempengaruhi mobilitas setiap orang. Dari museum ke taman hiburan, semuanya kosong, bahkan ditutup sejak pergerakan orang dihentikan, dan perjalanan antar wilayah yang berbeda dikontrol dengan ketat. Lockdown dan karantina di seluruh dunia yang disebabkan oleh COVID-19 telah merugikan mata pencaharian masyarakat dan ekonomi dunia. Dalam situasi ini pemerintah mendorong gagasan keunggulan era digital dan diadopsi oleh industri pariwisata. Tujuan dari makalah ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis industri pariwisata yang dihadapi selama pandemi dan bagaimana mereka menggunakan teknologi digital untuk menghidupkan kembali kondisi mereka. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi literatur dengan teknik analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri pariwisata Indonesia mulai membaik situasinya dengan menggunakan media digital dan

bekerja sama dengan aplikasi yang memberikan bantuan bagi wisatawan untuk merencanakan perjalanan dan membuka peluang bisnis baru

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Desy Tri Anggarini (2021) dalam penelitiannya yang berjudul "Upaya Pemulihan Industri Pariwisata Dalam Situasi Pandemi Covid -19" Tujuan dari penelitian ini adalah meninjau dampak dari Covid -19 yang mengakibatkan turunnya sektor industri pariwisata di Indonesia dan juga merespon dari kebijakan Pemerintah agar penanganan dampak Covid -19 terhadap sektor pariwisata dapat dilakukan dengan baik dan pariwisata kembali normal dengan prosedural kesehatan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan data untuk penelitian ini berdasarkan pada studi kepustakaan berupa buku, literature, jurnal, artikel mengenai industri pariwisata, serta cara pemulihannya pada era pandemi. Hasil dari penelitian ini adalah kunjungan wisatawan mancanegara berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, ke Indonesia bulan Agustus 2020 mengalami penurunan sebesar -89,22% dibandingkan Agustus 2019. Upaya pemulihan sektor pariwisata ada tiga strategi yang diterapkan untuk mempercepat pemulihan pariwisata adalah Inovasi adalah hal utama dan harus ada perubahan mendasar saat ini. Inovasi, Adaptasi beradaptasi dengan kondisi pandemi yaitu Cleanliness (Kebersihan), Health (Kesehatan), Safety (Keamanan), dan Environment (Ramah lingkungan) dan Kolaborasi.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Alsifa Citra Azizah (2021) dalam penelitiannya yang berjudul "Kontruksi Sosial Pemberitaan Kenormalan Baru Sektor Pariwisata Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kompas.id" Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan Tori Konstruksi Sosial milik Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Kemudian, peneliti menggunakan tahapan pembingkai Robert N. Entman untuk menganalisis data isi berita di Kompas. id, yaitu; define problem, diagnose cause, make moral judgement, treatment recommendation. Peneliti menemukan bahwa sektor pariwisata merupakan salah satu berita prioritas di Kompas.id memiliki kecondongan kepada pihak pemerintah yang melakukan upaya pemulihan sektor pariwisata, la menyebutkan bahwa sektor ini merupakan penggerak perekonomian Indonesia. Dalam merespon wacana kenormalan baru, pemberitaan di sektor pariwisata

cenderung berisi adaptasi baru yang dilakukan pelaku bisnis di sektor pariwisata, sorta penanganannya oleh pemerintah. Kesimpulannya adalah peneliti menemukan bahwa berita utama Kompas.id tentang industri pariwisata yang salah satunya memiliki bias terhadap upaya pemerintah untuk menghidupkannya kembali. Liputan berita industri pariwisata biasanya mencakup penyesuaian baru yang dilakukan oleh para pelaku bisnis di industri tersebut serta bagaimana penanganannya oleh pemerintah dalam menyikapi wacana new normal.

Keempat, pada penelitian terdahulu yang mengangkat isu travel news di media online. Beberapa referensi untuk melakukan penelitian ini dapat ditemukan pada penelitian pertama, Konstruksi Pemberitaan Pariwisata Syariah di Republika Online milik Winda Dwi Astuti Zebua UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta tahun 2013. Penelitian sebelumnya dalam konstruksi berita menggunakan model framing Pan dan Kosicki. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang mengkaji konten pariwisata di masa pandemi pada tiga situs berita nasional berbeda dengan penelitian sebelumnya yang berfokus pada konstruksi berita pariwisata syariah di Republika Online.

Kelima, kajian dilakukan oleh Universitas Farid Rusdi Tarumanegara Jakarta pada tahun 2017 berjudul “Analisis Media Online Dalam Pemberitaan Pariwisata: Studi Kebijakan oleh Redaktur Detik Travel dan Tribunnews Travel.” Penelitian sebelumnya menggunakan wawancara deskriptif dan editorial dengan Detik Travel dan Tribunnews Travel serta metode kualitatif untuk menganalisis konten. Perbedaan dalam penelitian ini adalah membahas konten terkait pariwisata selama pandemi di tiga situs berita nasional dibandingkan dengan membahas studi kebijakan redaksi Detik Travel dan Tribunnews.

Keenam, judul penelitian adalah Konstruksi Sosial Pelaporan. Di Jakarta Tahun 2021, di Kompas.id milik Alsifa Citra Aziza UIN Syarif Hidayatullah, adalah New Normal Sektor Pariwisata Selama Pandemi Covid-19. Metode framing model Robert N. Entman digunakan dalam penelitian ini. Analisis media Kompas.id yang dilakukan sebelumnya telah berubah. Sementara itu, kajian ini akan mengkaji tiga sumber berita online nasional yang meliput pariwisata pandemi. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis konten kualitatif karena mengkaji

sifat, asal, gaya, kepentingan, dan nada artikel berita yang melaporkan topik terkait pariwisata pada saat pandemi di situs web berita nasional. Peneliti akan mencermati 294 artikel tentang perjalanan di masa pandemi yang dimuat di situs Detik.com dan Kompas.com. Selain itu, positivisme pasca paradigma digunakan dalam penelitian ini. Paradigma post positivisme

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Luh Suryatni (2023)	Sektor Industri Pariwisata Dengan Media Digital Di Masa Pandemi Covid-19	Studi literatur, analisis deskriptif	Industri pariwisata menggunakan media digital untuk memulihkan kondisi mereka selama pandemi.
2	Desy Tri Anggarini (2021)	Upaya Pemulihan Industri Pariwisata Dalam Situasi Pandemi Covid-19	Studi kepustakaan, analisis deskriptif kualitatif	Kunjungan wisatawan mancanegara mengalami penurunan yang signifikan. Strategi pemulihan melibatkan inovasi, adaptasi, dan kolaborasi.
3	Alsifa Citra Azizah (2021)	Konstruksi Sosial Pemberitaan Kenormalan Baru Sektor Pariwisata	Pendekatan konstruksi sosial, analisis isi berita	Berita pariwisata di Kompas.id cenderung mendukung upaya pemerintah untuk menghidupkan kembali sektor pariwisata.

4	Winda Dwi Astuti Zebua (2013)	Konstruksi Pemberitaan Pariwisata Syariah di Republika Online	Model framing Pan dan Kosicki	Penelitian sebelumnya yang fokus pada konstruksi berita pariwisata syariah di Republika Online.
5	Universitas Farid Rusdi Tarumanegara (2017)	Analisis Media Online Dalam Pemberitaan Pariwisata	Wawancara deskriptif, analisis konten kualitatif	Melibatkan studi kebijakan redaksi Detik Travel dan Tribunnews Travel.
6	Alsifa Citra Aziza UIN Syarif Hidayatullah (2021)	Konstruksi Sosial Pelaporan	Pendekatan analisis konten kualitatif, model framing Robert N. Entman	Analisis media Kompas.id yang mengkaji tiga sumber berita online nasional yang meliput pariwisata pandemi.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

2.2 Teori atau Konsep yang digunakan

2.2.1 Media Online

Media online secara teknis adalah multimedia berbasis komputer dan internet yang berbasis telekomunikasi. Portal, situs web (termasuk blog dan situs media sosial seperti Twitter dan Facebook), TV online, radio online, dan email adalah contoh media online. Yang dimaksud dengan “media siber” adalah media online karena pola penggunaan dan cara akses informasi ini selalu memanfaatkan media internet berbasis komputer. Dengan media internet, pemirsa dapat langsung menikmati karya yang diciptakan tanpa terkendala oleh ruang, waktu, maupun prosedur baku lembaga penyiaran manapun. Informasi bahkan dapat diakses saat acara sedang berlangsung.

Media online dianggap sebagai “media baru” (new media) dari perspektif kajian media atau komunikasi massa. Yang dimaksud dengan “media baru” adalah cara mengakses konten (isi/formulir) kapan pun, di mana pun, dan pada perangkat digital apa pun, serta umpan yang mendukung pengguna interaktif, partisipatif kreatif, dan pembangunan komunitas di sekitar konten media, serta elemen generasi "waktu nyata". Chun mengklaim bahwa new media merupakan penyederhanaan istilah (simplifikasi) dari bentuk media luar dalam bukunya New media, old media. Radio, majalah, surat kabar, televisi, dan film membentuk lima media massa tradisional. Sifat cair media baru, konektivitas individu, dan kemampuan untuk berbagi kontrol dan kebebasan adalah karakteristik utamanya (Romli, 2018).

2.2.2 Jenis-Jenis Media Online

Dalam bukunya “Jurnalisme Online”, Asep Samsyul M. Romli memperkenalkan konsep media online dalam bentuk website, utamanya website berita. Situs web berita adalah salah satu bentuk media online paling populer di zaman jurnalisme modern saat ini. Sumber berita online dapat dibagi menjadi lima kategori:

- a. Publikasi online yang merupakan media cetak, seperti Republika Online, Kompas Cybermedia, Media Indonesia.com, dan tentang indonesia.com.
- b. Stasiun radio online, seperti Radio Australia dan Radio Belanda (masing-masing radioaustralia.net.au dan rnw.nl).
- c. Situs web yang menyiarkan televisi online, seperti liputan6.com, kompas.com, CNN.com, dll.
- d. Situs berita online murni seperti Tribunnews.com, tirta.id, betweenanew.com, detik.com, dan VIVA News yang tidak ada kaitannya dengan media cetak maupun elektronik.
- e. "Indeks berita" situs web yang hanya menyertakan tautan ke berita dari situs web lain, seperti Google News, agregator berita yang secara otomatis menampilkan berita dari berbagai media online.

2.2.3 Karakteristik Media Online

Ciri-ciri jurnalisme online yang juga dikenal sebagai keunggulan media online dibandingkan “media konvensional” (cetak/elektronik), antara lain sebagai berikut (Romli, 2018):

- a. Multimedia: dapat secara bersamaan memuat dan menyajikan konten teks, audio, video, grafik, dan gambar selain berita dan informasi dalam berbagai bentuk.
- b. Aktualitas: Informasi yang diberikan berdasarkan peristiwa yang benar-benar terjadi pada peristiwa tersebut.
- c. Cepat: Setiap orang memiliki akses langsung ke berita segera setelah diunggah.
- d. Pembaruan: Jika ada kesalahan redaksional atau isi, seperti ejaan atau salah ketik, informasi dapat dengan cepat diperbarui (diperbaharui). Istilah "kesalahan" tidak pernah digunakan di media online, tidak seperti media cetak yang sering muncul. karena informasi terus ditransmisikan.
- e. Kapasitas besar: Halaman web dapat memuat ratusan bahkan ribuan kata konten berita, tidak seperti surat kabar dan majalah, yang dibatasi oleh jumlah kertas yang tersedia.
- f. Fleksibilitas: Tanpa itu, ada batasan ruang dan waktu pemuatan, dan pengeditan naskah selalu dimungkinkan, hingga tanggal publikasi yang dijadwalkan (pembaruan).
- g. Luas: mencakup seluruh planet saat masih terhubung ke Internet.
- h. Interaktif: Pada menu komentar dan chat room, pembaca dapat langsung memberikan kritik dan saran.
- i. Informasi yang telah didokumentasikan dapat diakses melalui "tautan", "artikel terkait", dan fungsi "pencarian" (pencarian) dan disimpan di "bank data" (arsip).
- j. Hyperlinked: ditautkan ke sumber informasi lain tentang informasi yang diberikan.

2.2.4 Berita

Menurut Inung (2018), yang dimaksud dengan berita Assegaf adalah laporan tentang fakta atau gagasan yang diterima secara luas yang memiliki kekuatan untuk menarik perhatian pembaca karena menarik perhatian, signifikan, dan memiliki human interest, humor, emosi, atau sudut ketegangan.

Berita adalah ringkasan kejadian atau kata-kata yang membentuk pernyataan. Bagi seseorang, berita adalah informasi mengenai suatu kejadian atau isi suatu pernyataan yang diyakininya harus diumumkan untuk mencapai filosofi hidupnya. Berita untuk surat kabar adalah informasi tentang kejadian atau opini yang dibutuhkan pembaca untuk menjalankan prinsip panduan surat kabar. Bentuk utama penyajian media massa pada perusahaan media berita adalah berita.

Publikasi atau siaran berita yang baik akan memiliki seorang jurnalis yang bertugas mencari berita, dan redaktur akan mengaturnya sebelum nantinya siap tayang atau diterbitkan. Dapat disimpulkan dari berbagai sudut pandang tentang makna berita yang telah dikemukakan di atas bahwa berita adalah suatu peristiwa peristiwa penting yang telah terjadi dan telah disajikan kepada publik secara layak diberitakan oleh wartawan.

2.2.5 Nilai Berita

Pelaporan berita didasarkan pada beberapa unsur nilai berita, yang meliputi (Inung, 2018):

a. Immediacy (Kesegaran)

Garis waktu, yang berarti terhubung ke garis waktu, adalah kata lain dari kesegeraan. Berita yang segar karena peristiwa yang baru saja terjadi adalah bagaimana berita sering diungkapkan. Sejarah mengacu pada peristiwa yang terjadi di masa lalu. Di sini, konsep waktu sangat penting.

b. Proximity (Keterdekatan)

Kedekatan, atau adanya hubungan antara peristiwa dan pengalaman pembaca atau pemirsa sehari-hari. Orang akan tertarik dan bereaksi terhadap berita yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari mereka, seperti keluarga

atau teman, kota tempat tinggal, stasiun, terminal, mal, dan lokasi yang mereka kenal.

c. Konsekuensi

Berita yang memiliki nilai konsekuensi mempengaruhi kehidupan pembaca dalam beberapa hal. Masyarakat akan segera bereaksi terhadap berita kenaikan gaji pegawai negeri atau kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM), karena berkaitan dengan efek perhitungan ekonomi harian yang harus mereka lakukan.

Terlepas dari keutuhan wilayah Jawa Barat, masyarakat akan mengetahui keputusan DPR yang mengesahkan pembentukan Banten sebagai provinsi karena dampak yang akan dirasakan oleh warga Banten dan sekitarnya.

d. Konflik

Unsur konflik dalam berita dapat berupa kejahatan, protes, atau peristiwa perang. Kisah-kisah yang saling bertentangan sering mengandung unsur permusuhan antarpribadi antara individu, tim atau kelompok, atau bahkan antar negara.

e. Oddity (Keanehan)

Kejadian aneh akan segera diperhatikan oleh masyarakat. Lahirnya kembar lima, gempa dengan skala richter tinggi, penyapu yang dinominasikan sebagai calon gubernur, dan peristiwa lainnya akan menarik perhatian publik.

f. Sex

Seks sering memainkan peran penting dalam cerita. Namun, seks seringkali menjadi komponen sekunder dari beberapa berita, seperti tentang olahraga, selebritas, atau kejahatan. Berbagai berita dan banyak artis hiburan bernada seksi. Berita politik unsur seks memainkan peran penting dalam pemakzulan Presiden AS Bill Clinton.

g. Emosi

Elemen kepentingan manusia adalah nama lain dari komponen emosional sebuah cerita. Elemen ini berkaitan dengan narasi yang menampilkan emosi manusia seperti kemarahan, kebencian, simpati, kesedihan, aspirasi, cinta, kegembiraan, dan humor.

h. Prominence (Menonjol)

Ungkapan "nama membuat berita", atau "nama membuat berita", mengacu pada komponen ini. Ketika orang terkenal melakukan sesuatu yang dianggap tidak biasa, jurnalis akan mencari cara untuk menggunakannya sebagai berita. Walaupun sebenarnya hal itu wajar bila dilakukan oleh orang biasa, namun akan bermakna bila dilakukan oleh orang yang lebih terpandang karena dia terkenal. Elemen terkenal tidak hanya terbatas pada status VIP, tetapi juga ditujukan ke lokasi, ide, dan acara tertentu yang termasuk dalam elemen ini. Liburan dan nasihat hidup berbagi kesamaan dengan pulau Bali yang diakui secara luas.

i. Suspense (Ketegangan)

Komponen ini menunjukkan suatu peristiwa yang harus diantisipasi oleh masyarakat. Misalnya, ketegangan masih tinggi saat AS bersiap menginvasi Irak. Membutuhkan ketegangan tidak ada hubungannya dengan berita yang membangun klimaks misterius. Fakta tetap memainkan peran penting dalam berita yang disajikan. Di bidang ini, masyarakat membutuhkan kejelasan faktual. Ekspektasi publik terhadap pelaku "Bom Bali", misalnya, terus mengandung informasi yang tidak jelas. Namun, selama kasus tersebut diliput oleh media, terutama karena detail fakta kejadian dan wacana politik yang membayangi, ketegangan masyarakat tetap ada.

j. Progress (Perkembangan)

Kabar tersebut berkembang terkait dengan peristiwa yang belum terselesaikan yang masih ditunggu masyarakat. Ilustrasi dari invasi militer AS dan Irak ke Irak, yang masih ditunggu publik. Tentu saja, orang masih tertarik untuk mempelajari bagaimana masyarakat Irak berkembang di bawah pemerintahannya. Selain itu, seberapa dekat masyarakat terus mengikuti berita terkait upaya negara-negara yang terdampak wabah SARS.

2.2.6 Pola Produksi Berita

Ada beberapa tahapan dalam proses produksi berita, dimulai dari pencarian wartawan dan diakhiri dengan saat berita siap dipublikasikan. Redaksi harus menyunting dan menyeleksi berita sebelum dapat diterbitkan setelah diperoleh dari

wartawan. Setiap berita yang dipilih redaksi tidak harus diproduksi atau diterima; sebaliknya, itu harus dipilih sesuai dengan realitas ideologi media (Willing, 2010).

Menurut Fishman, ada dua studi tren yang mempengaruhi bagaimana proses produksi berita dirasakan:

1. Biasanya, tampilan pertama disebut sebagai tampilan pemilihan berita. Wartawan memutuskan peristiwa mana yang dijadikan berita dan dari perspektif mana meliputnya selama proses produksi berita. Mereka juga memutuskan informasi mana yang akan dimasukkan dan mana yang tidak. Tim redaksi kemudian akan meninjau kembali laporan wartawan untuk menentukan informasi mana yang harus ditonjolkan, mana yang harus dipotong, dan mana yang harus ditambahkan ke daftar item tambahan.
2. Strategi kedua adalah strategi pembuatan berita. Menurut sudut pandang ini, peristiwa dibentuk bukan dipilih. Adalah tanggung jawab jurnalis untuk membentuk proses ini dan memutuskan peristiwa mana yang memenuhi syarat sebagai berita dan mana yang tidak. Jurnalis menciptakan realitas dan peristiwa daripada memilihnya.

Berita adalah laporan tentang peristiwa, pendapat, tren, situasi, kondisi, dan interpretasi yang signifikan, menarik, dan masih baru yang perlu dibagikan kepada publik sesegera mungkin. Secara teknis, berita baru setelah dilaporkan. Semua informasi yang terkumpul di lapangan dan masih akan diberitakan pada akhirnya akan menjadi berita. Outcome dari lapangan itu tetaplah kejadian yang diliput wartawan atau wartawan.

Menurut Tuti Widiastuti (2013) pada dasarnya ada dua spektrum berita yang berbeda:

1. Paradigma positif dikenal juga dengan paradigma pluralis. Menurut paradigma ini, media dan jurnalis beroperasi secara independen. Dengan demikian, hasil produksi berita menggambarkan realitas objektif sebagaimana yang sebenarnya terjadi. Satu-satunya fungsi jurnalis dan media adalah menyampaikan peristiwa dan realitas kepada masyarakat umum melalui berita.

2. Paradigma pluralis dan paradigma kritis sama-sama memiliki perspektif yang berbeda. Paradigma kritis menggugat peran pembuat berita sebagai jurnalis di seluruh proses produksi. Struktur sosial dan kekuasaan yang saat ini ada dalam masyarakat dan mempengaruhi produksi berita. Dengan kaitan ini, berita bukan lagi cerminan realitas sebagaimana paradigma pluralis, melainkan cerminan ideologi jurnalis dan kepedulian masyarakat.

2.2.7 Industri Pariwisata

Karena hubungannya dengan industri lain, sektor pariwisata merupakan sektor yang kompleks. Dalam hal kompleksitas psikologis, sosiologis, ekonomi, ekologi, dan manusia lainnya, pariwisata adalah fenomena sosial dalam dirinya sendiri. Aspek ekonomilah yang paling mendapat perhatian di antara semua faktor tersebut karena berkaitan dengan kemampuan bertahan hidup banyak orang. Keberadaan kepariwisataan dapat dilihat dari adanya suatu bentuk usaha kepariwisataan yang bergantung pada kunjungan wisatawan, padahal banyak definisi dan indikator pariwisata sebagai suatu industri. Artinya karena ada pihak yang dilayani atau yang kebutuhannya dan keinginan terpuaskan, keberadaan wisatawan menentukan keberadaan usaha di bidang pariwisata (Anggraeni, 2018).



Gambar 2. 1 Pendapatan Devisa dari sector Pariwisata

Sumber: DataIndonesia.id

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mencatat bahwa pendapatan devisa dari sektor pariwisata Indonesia pada tahun 2022 mencapai US\$4,26 miliar. Angka ini menunjukkan peningkatan yang signifikan sebesar 769,39% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang hanya mencapai US\$0,49 miliar. Pendapatan tersebut juga tiga kali lipat lebih tinggi dari target yang ditetapkan untuk tahun tersebut. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menargetkan pendapatan devisa sektor pariwisata sebesar US\$1,7 miliar pada tahun 2022. Menurut Menparekraf Sandiaga Uno, peningkatan pendapatan devisa pariwisata ini terjadi seiring dengan meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara setelah situasi pandemi Covid-19 yang semakin terkendali. Data menunjukkan bahwa jumlah wisman yang datang ke Indonesia mencapai 3,92 juta jiwa hingga Oktober 2022.

Menurut buku Suwena dan artikel Widyatmaja (2017), “Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata”, industri pariwisata memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

a. Service industry

Sektor jasa yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan wisatawan selama berlibur merupakan penggerak industri pariwisata. Faktor-faktor produksinya adalah sebagai berikut: Sumber daya alam didahulukan, diikuti modal (capital), tenaga kerja (labor), dan keterampilan (skills).

b. Labor intensive

Sektor pariwisata dapat menghasilkan kesempatan kerja dari kedua sumber tersebut. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan, sumber daya manusia adalah penting. Akibatnya, industri pariwisata dapat dipandang sebagai industri yang membutuhkan banyak tenaga kerja, baik usaha yang terkait langsung maupun yang memiliki efek berganda, seperti yang terlibat dalam pembangunan sarana dan prasarana industri tersebut. Pada akhirnya, sektor pariwisata suatu daerah akan memberikan kontribusi terhadap upaya masyarakat setempat untuk memerangi kemiskinan.

c. Seasonal

Karena banyaknya karyawan di industri ini yang mengalami penurunan gaji

pada 1 September, maka ada masalah bagi industri pariwisata. Namun, ada juga kemungkinan kekurangan tenaga atau terjadinya sarana prasarana yang terlalu lemah untuk mendukung wisatawan secara memadai di Hari Ramadhan.

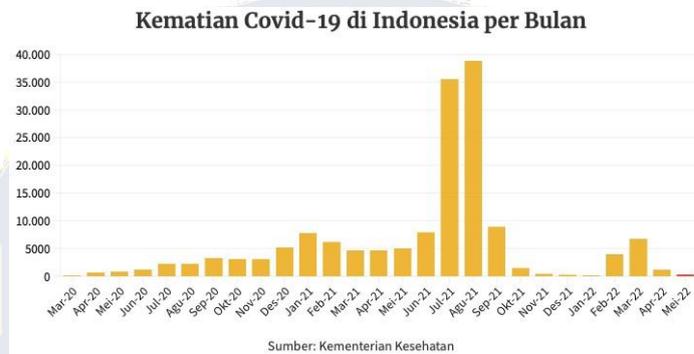
2.2.8 Covid 19

Virus Corona, juga dikenal sebagai SARSCoV-2 atau coronavirus sindrom pernafasan akut yang parah, mempengaruhi sistem pernapasan. Penyakit yang berhubungan dengan infeksi. Covid 19 adalah nama virus ini. Virus Corona dapat mengakibatkan gangguan sistem pernapasan ringan, infeksi paru-paru yang mengancam jiwa, bahkan kematian. sindrom pernapasan berat kronis Varietas baru virus corona yang menginfeksi manusia dikenal sebagai virus corona 2 (SARS-CoV-2) atau singkatnya virus corona. Setiap orang rentan terhadap serangan virus ini, termasuk bayi baru lahir, anak kecil, dewasa, manula, ibu hamil, dan ibu menyusui. Sistem pernapasan dapat terinfeksi oleh virus kelompok virus corona (Kemenkes, 2020).

Virus corona, yang secara resmi dikenal sebagai SARS-CoV-2, pertama kali diidentifikasi pada Desember 2019 di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok. Penyebarannya awalnya terkait dengan pasar makanan laut di Wuhan yang juga menjual hewan hidup. Virus ini kemudian menyebar dengan cepat di wilayah tersebut dan segera menyebar ke negara-negara lain di seluruh dunia melalui perjalanan internasional. Pada Maret 2020, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) secara resmi mengumumkan pandemi COVID-19, yang mengindikasikan penyebaran virus corona yang luas dan terus-menerus di berbagai negara di seluruh dunia. Sejak saat itu, virus corona telah menyebar ke hampir semua negara dan terus menjadi tantangan global yang signifikan.

Virus corona sendiri merupakan penyebab infeksi virus corona. Sebagian besar virus corona menyebar melalui kontak air liur dari orang yang terinfeksi (batuk dan bersin), menyentuh tangan atau wajah orang yang terinfeksi, menyentuh mata, hidung, atau mulut setelah memegang benda yang terkena percikan air liur

dari orang yang terinfeksi, dan jarang melalui kotoran atau kotoran. Masa inkubasi



Gambar 2. 2 Kematian Covid 19 di Indonesia

Sumber: Faisal Javier, 2022

belum diketahui secara pasti, khususnya untuk Covid-19. Sebaliknya, gejala rata-rata muncul 2–14 hari setelah virus pertama masuk ke dalam tubuh.

Virus corona jenis Covid-19 pada awalnya diyakini berasal dari hewan. Virus bernama virus corona Covid-19 terdapat pada banyak hewan, termasuk unta, kucing, dan kelelawar. Ini sebenarnya adalah virus yang menginfeksi orang dan menyebar ke orang lain pada kesempatan langka. Namun kasus di China memberikan bukti konklusif bahwa virus ini dapat menyebar dari hewan ke manusia. Pada kenyataannya, penularan dari manusia ke manusia sekarang menjadi suatu kemungkinan. Tergantung dari jenis virus corona yang menyerang dan tingkat keparahan infeksi, gejala yang muncul akan berbeda-beda. Gejala virus corona termasuk yang ringan seperti sakit kepala, batuk, sakit tenggorokan, dan demam. Fakta bahwa beberapa virus corona dapat menyebabkan gejala serius harus ditekankan. Berikut data penurunan Covid 19 pada bulan Maret-April 2022:

Pada data penurunan Covid 19 di bulan Maret-April ini menurun total ada 334 kematian pasien coronavirus disease 2019 (Covid-19). Dengan demikian, 156.591 orang meninggal dunia akibat wabah Covid-19 di Indonesia. Setiap hari di bulan itu, rata-rata sekitar 11 pasien Covid-19 meninggal dunia. Dibandingkan dengan angka kematian akibat Covid-19 pada April 2022, angka ini turun hingga 71%. Penurunan ini sejalan dengan kejadian harian Covid-19 yang juga menurun.

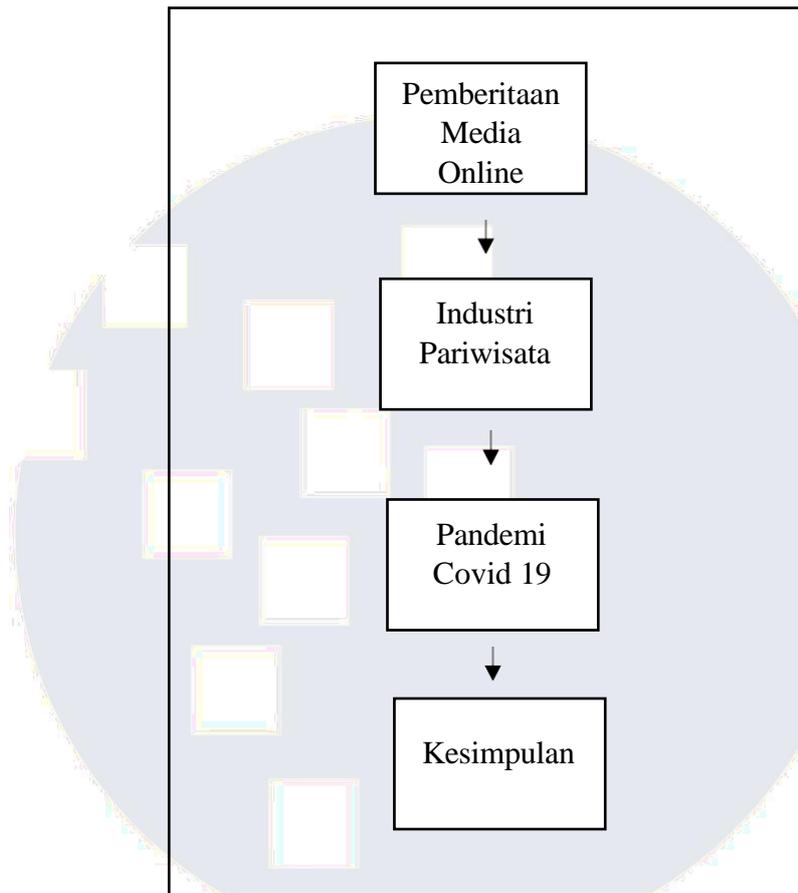
Angka kematian akibat Covid-19 menurun selama dua bulan terakhir setelah mengalami lonjakan pada Februari dan Maret akibat penyebaran varian Omicron.

Meski terjadi penurunan kasus, rasio kematian atau case fatality rate (CFR) akibat Covid-19 naik menjadi 4,08 persen pada April 2022 dari 3,44 persen. Akibatnya, 4 dari setiap 100 orang yang terjangkit Covid-19 selama bulan tersebut meninggal dunia. Jumlah kematian dibagi dengan jumlah kasus dalam periode waktu tertentu, dikalikan dengan 100 untuk menghasilkan persentase, digunakan untuk menghitung CFR. Rasio ini merupakan standar dalam epidemiologi untuk menilai tingkat keparahan suatu penyakit dan kemanjuran penatalaksanaannya. Sejak pandemi dimulai bulan lalu, total CFR Indonesia meningkat menjadi 2,59 persen. Jika dibandingkan dengan pembelian bulan sebelumnya, terjadi peningkatan sebesar 0,01 persen. Angka tersebut, seperti dilansir Johns Hopkins University di Amerika Serikat, lebih tinggi pada 31 Mei dibandingkan rata-rata CFR global sebesar 1,19 persen.

Penelitian ini yakni pada periode bulan Maret-April 2022 karena angka penurunan Covid 19 yang secara signifikan maka penulis mengambil pada periode Maret-April 2022 untuk melakukan penelitian dimasa pandemi Covid 19 ini yang sudah perlahan menurun.

2.3 Alur Penelitian

Agar hasil penelitian ini tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, maka penulis menggunakan alur penelitian sebagai pedoman dalam pelaksanaannya.



Tabel 2. 2 Alur Metode Penelitian

Sumber: (Peneliti)

