

SEKTOR INDUSTRI PARIWISATA DENGAN MEDIA DIGITAL DI MASA PANDEMI COVID-19

Luh Suryatni

luhsuryatni@unsurya.ac.id

Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma

ABSTRACT

Since the pandemic caused by the SARS-CoV-2 virus (COVID-19) appeared in the end of 2019 it significantly affected the tourism industry. Government in Indonesia have adopted emergency measures and restrictions that have affected the mobility of everyone. From museum to amusement park, they were empty, even closed since people's movements were stopped, and travel among different territories was strictly controlled. Lockdown and quarantine around the world caused by COVID-19 has harmed people's livelihoods and the world economy. During this situation government pushing the idea of the advantage of digital era and adopted by tourism industry. The purpose of this paper is to find out and analyzing tourism industry has facing during the pandemic and how it used digital technology in purpose of revive their condition. The data collection method used is a literature study with descriptive analysis techniques. The results are showed that Indonesia tourism industry starting to get better in situation by using digital media and working together with application that provides help for tourist planning the trip and open the new chances of new business.

Key words: *Tourism, digital media, and COVID-19 pandemic.*

PENDAHULUAN

Situasi dunia semenjak hadirnya Corona Virus Disease 2019 (COVID19) pada penghujung tahun 2019 mengakibatkan pelambatan pertumbuhan ekonomi, termasuk di Indonesia. Wacana resesi global di tahun 2023 telah diprediksi akibat krisis di berbagai bidang yakni ekonomi, pangan, dan energi serta perang antara Rusia-Ukraina turut ambil andil mengancam situasi ekonomi dunia. Seperti yang di gaungkan oleh Presiden Joko Widodo bahwa di 2023 situasi ekonomi 'gelap'.

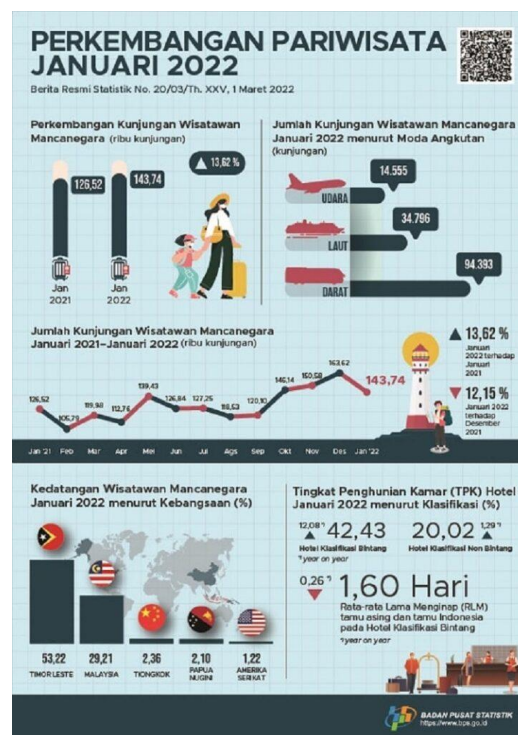
Dampak dari COVID19 tidak hanya melanda kesehatan dan ekonomi namun juga sektor pariwisata. Pariwisata menjadi salah satu sektor andalan Indonesia sebagai contributor penyumbang devisa terbesar kedua setelah MIGAS (kominfo.go.id, 2022) namun ditengah pandemi COVID-19 meng-

akibatkan terganggunya seluruh rantai nilai pariwisata, perusahaan kecil dan menengah disektor pariwisata juga ekonomi kreatif (Sugihamretha dalam Kurniawan, 2022). Badan Pusat Statistik mencatat kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) yang masuk ke Indonesia awal hingga akhir tahun 2021 mengalami penurunan yaitu 61,57 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisman pada periode yang sama tahun 2020. Hal ini terjadi karena penurunan jumlah kunjungan ini disebabkan karena penyebaran COVID-19 yang masih melanda dunia menyebabkan berbagai negara memberlakukan *travel ban* (larangan berpergian) terjadi di akhir Januari 2020 (Fauzan, 2021). Berbeda dengan mancanegara, data Badan Pusat Statistik (2021) memperlihatkan kenaikan pergerakan wisatawan lokal di tahun 2021 sebesar 12 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Menteri Pariwisata

dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Uno menyatakan terjadinya peningkatan wisatawan lokal ini dapat berkontribusi bahkan menjadi andalan dalam ekonomi dimana di masa pandemi pendapatan Indonesia mengalami penurunan.

Sebagai sektor padat karya, pariwisata mampu menyerap 10,2 persen dari total tenaga kerja nasional setara dengan 13 juta tenaga kerja dimana dampak *chain reaction* yang mengikuti termasuk industri turunan dibawahnya juga mengalami imbas dari pandemik COVID 19 di sektor pariwisata (Kartikawati, 2021). Pandemi COVID-19, Indonesia mengalami keterpurukan hampir seluruh industri kecuali bidang kesehatan, farmasi kegiatan sosial, informasi dan komunikasi, pengadaan air bersih, pengelolaan sampah, serta limbah daur ulang. Sektor yang paling terdampak yaitu transportasi, travel, gudang dan sektor penyediaan akomodasi serta makanan juga sektor yang lain adalah sektor pariwisata di Indonesia, berdasarkan Sakernas 2019, sekitar 11,83 persen pekerja Indonesia berada sektor Industri pariwisata (Anggarini, 2021). Sementara, kontribusi pariwisata terhadap PDB sekitar 4 persen per tahun (Tusianti dalam Anggarini, 2021).

Memasuki tahun 2022 kabar mengenai peringkat pariwisata Indonesia naik pesat melesat ke urutan 32 dari sebelumnya di urutan 44 dari 117 negara dalam Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) menurut World Economic Forum (WEF) pada Mei 2022. Pada Januari 2022 di ketahui bahwa angka wisman di Indonesia mengalami kenaikan dibandingkan Januari 2021 yakni 13,62 persen atau mencapai 143,74 ribu kunjungan.



Gambar 1. Perkembangan Pariwisata Januari 2022. (Intoniswan, 2022)

Upaya pemulihan sektor pariwisata telah digaungkan sejak Februari 2022 dalam siaran pers kementerian coordinator bidang perekonomian republic Indonesia yang menyatakan komitmen untuk memperkuat ketahanan sektor pariwisata sebagai salah satu pilar pemulihan pasca pandemi walaupun di tahun ketiga pandemi COVID-19 masih terbilang memiliki kompleksitas tinggi dimana situasi perlahan membaik kemudian menurun lagi akibat virus corona kerap bermutasi secara dinamis.

Situasi COVID-19 tentu mendatangkan berbagai efek negative di berbagai aspek dan bidang kehidupan di dunia. Namun salah satu dampak yang dapat di terapkan berkelanjutan adalah pemberdayaan teknologi digital kepada masyarakat disaat aktivitas dibatasi dan pekerjaan dilakukan secara *remote*.

Upaya pemulihan sektor pariwisata dapat dilihat dari pendekatan terhadap

komunikasi. Pariwisata adalah aktivitas dinamis yang melibatkan berbagai individu serta menghadirkan berbagai bidang usaha. Adanya komunikasi membantu berkembangnya bisnis pemasaran usaha-usaha pariwisata dengan tersedianya berbagai jenis media komunikasi sebagai saluran aksesibilitas, pemasaran, destinasi sekaligus saluran sumber daya manusia dan kelembagaan pariwisata. Peran komunikasi sangat penting di dalam bidang pariwisata, baik pada aspek komponen maupun elemen elemen pariwisata baik itu komunikasi personal, komunikasi massa, komunikasi persuasif, serta komunikasi lainnya. Dalam melakukan komunikasi saat ini masyarakat mengutamakan teknologi terdigitalisasi yang marak dijumpai dalam bentuk *smartphone*, tablet, laptop.

Penerapan teknologi pada industri pariwisata memicu suatu istilah yang disebut *Travel 2.0* yang memiliki tujuan utama sebagai penggambaran bahwa industri pariwisata akan terus berkembang dalam menghadapi perkembangan jaman yang sekaligus menghadirkan berbagai pengunjung dan konsumen baru. Kehadiran istilah *Travel 2.0* menjadikan teknologi pendukung pariwisata dalam area interaktifitas yang difasilitasi oleh teknologi digitalisasi dengan internet sebagai media online menghasilkan kemudahan berkomunikasi lintas benua meningkatkan *content-driven*.b Teknologi digitalisasi dalam =komunikasi yang digunakan pariwisata baik untuk menarik wisatawan ataupun pengembangan bisnis dimulai dari penyediaan informasi-informasi yang mudah diakses dimana hal ini sangat diperlukan tourist dalam perannya (Dwityas, 2016).

Dalam makalah ini akan penulis ingin mengetahui bagaimana sektor

pariwisata menggunakan teknologi digitalisasi dimasa pandemi COVID-19.

KAJIAN LITERATUR

Krisis dan Pariwisata

Krisis kesehatan dan ekonomi yang dihasilkan oleh pandemi COVID-19 pada awal 2020 menimbulkan tantangan signifikan bagi industri pariwisata dengan diberlakukannya pembatasan lalu lintas domestik dan internasional, yang secara substansial berdampak pada minat pariwisatawan. Industri pariwisata merupakan bagian penting dari ekonomi global. Pariwisata dianggap sebagai industri penting yang menyumbang 10% dari Produk Domestik Bruto (PDB) dunia, 7% dari perdagangan internasional dan 30% dari jasa yang dapat digambarkan 1 dari 10 pekerjaan di dunia memiliki keterkaitan dengan sektor pariwisata (Chebly & Said dalam Luković, 2020). Namun, permintaan pariwisata sangat sensitif terhadap peristiwa krisis, seperti krisis ekonomi, bencana alam, serangan teroris, epidemi dan dalam hal ini pandemi.

Manajemen krisis dalam sektor pariwisata telah diberlakukan demi menghadapi elemen pemicu krisis. Jika reaksi terhadap krisis di masa lalu reaktif, seiring dengan waktu penelitian terhadap krisis berkembang dan bertambah yang mengusulkan reaksi proaktif berdasarkan komunikasi, informasi, dan kepercayaan pada manajemen krisis. *Sustainability Leaders Project* berpendapat bahwa krisis adalah “*wakeup call*” (peringat) yang esensial dibutuhkan bagi industri pariwisata, dengan tujuan keberlanjutan yang lebih besar. Mengingat keterbukaan terhadap perubahan organisasi, manajer pariwisata dapat memanfaatkan krisis yang mendalam dan mengubah pembelajaran krisis menjadi strategi dan tindakan untuk membangun bisnis yang lebih tangguh dan berkelanjutan (Vărzaru,, 2021).

COVID-19 dan Pariwisata

Meskipun ada pendapat bahwa pariwisata memiliki ketahanan dan kemampuan yang sangat baik untuk menghadapi bencana atau peristiwa tak terduga, krisis ekonomi dan kesehatan yang disebabkan oleh pandemi COVID-19 telah menempatkan industri pariwisata di bawah ujian stres yang berat. Dalam kondisi saat ini di mana sektor pariwisata perlu *reset* untuk sektor pariwisata berdasarkan pembangunan berkelanjutan. Keberlanjutan industri juga akan memastikan ketahanannya dalam menghadapi krisis sebesar pandemi yang disebabkan oleh COVID-19.

Beberapa pandangan memperingatkan ketidakberlangsungan sektor ini (kurangnya visi jangka panjang yang mempertimbangkan faktor sosial dan lingkungan), yang mengarah pada peningkatan risiko berulang perubahan iklim dan masalah kesehatan global. Gössling et al. menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 telah menghasilkan kerentanan pekerjaan di bidang pariwisata, terutama di negara-negara kecil berpenghasilan rendah. Dalam hal perubahan global, pandemi global memberikan pelajaran bagi industri pariwisata, politisi, dan peneliti, tetapi pada saat yang sama membuka jalan bagi peluang baru. Tantangan yang dihadapi pariwisata adalah mengubah krisis menjadi peluang untuk mempercepat keberlanjutan transformasi pariwisata.

Fletcher et al. menyarankan bahwa bahkan setelah deklarasi akhir pandemi COVID-19, dunia tidak membiarkan dirinya kembali ke tingkat dan pola pariwisata sebelumnya. Pariwisata massal yang berlebihan menyebabkan kerusakan lingkungan (termasuk polusi dan penipisan sumber daya) karena pariwisata yang tidak berkelanjutan (Värzaru., 2021). Terlepas dari ketidakpastian yang

disebabkan oleh krisis kesehatan dan ekonomi dalam industri pariwisata, salah satu konsekuensi penting adalah konsolidasi pariwisata lokal, terutama pariwisata domestik.

Media Digital dan Pariwisata Indonesia

Indonesia tercatat sebagai salah satu negara dengan masyarakat yang melek media digital dan berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna aktif media digital berbasis internet di Indonesia sebanyak 143 juta orang pada tahun 2017 (Fahrudin, 2019). Melihat pembaruan peradaban masyarakat Indonesia saat ini yang berorientasi terhadap media digital dan internet, maka dapat dianggap bahwa ini adalah salah satu peluang bagi dunia industri dalam menargetkan pasar melalui transformasi digital. Industri pariwisata adalah salah satunya.

Indonesia saat ini dalam program INDI 4.0 (Indonesia Industri 4.0) yakni program yang bertujuan untuk mendorong ekonomi Indonesia ke dalam 10 besar dunia di tahun 2030, dengan meningkatkan ekspor serta upaya transformasi menuju perbaikan dengan mengintegrasikan teknologi digital di seluruh rantai industri. Dengan kata lain penerapan teknologi modern seperti sistem jaringan terintegrasi (*integrated network*) yang bekerja disetiap aktivitas ekonomi dari jasa, produksi dan konsumsi (Qothrunnada, 2022). Setidaknya terdapat lima teknologi yang menjadi pilar utama dalam mengembangkan sebuah industri siap digital, antara lain (Andrew, 2022):

1. *Internet of Things* (IoT)

Sebuah konsep dimana sebuah objek yang memiliki kemampuan untuk dapat mentransfer data yang ada melalui jaringan tanpa diperlukannya interaksi antara individu. Sistem IoT menggunakan berbagai perangkat

komputasi, mekanis, serta mesin digital yang menjadi kesatuan yang terhubung (integrated).

2. *Big Data*

Sebuah istilah untuk menggambarkan volume data, baik terstruktur atau non struktur, dalam jumlah yang besar yang juga membantu membidik arah bisnis sebuah industri.

3. *Artificial Intelligence (AI)*

Sebuah teknologi komputer atau mesin yang memiliki kecerdasan layaknya manusia dan dengan kemampuannya yang dapat digunakan untuk mempelajari data yang diterima secara berkesinambungan. Semakin banyak data yang diterima, maka semakin baik dalam membuat sebuah prediksi.

4. *Additive Manufacturing*

Sebuah terobosan baru di bidang industri manufaktur yang sering dijumpai sebagai printer 3D. Kemajuan di bidang teknologi dan digitalisasi dapat menghasilkan gambar atau desain digital dicetak menjadi bentuk nyata.

5. *Cloud Computing*

Sebuah teknologi yang memberikan pengguna komputer hak akses untuk dapat masuk dalam server virtual yang dapat digunakan sebagai konfigurasi server melalui internet. Cloud Computing adalah salah satu alasan yang menjadikan internet saat ini sebagai pusat pengelolaan data atau aplikasi.

Dalam mendukung Industri 4.0 pemerintah bercita-cita menjadikan Indonesia sebagai negara ekonomi terbesar di Asia Tenggara dan untuk mengejar cita-cita tersebut pemerintah telah membangun pusat-pusat riset dan inovasi aplikatif atau *Techno Park*. Langkah tersebut diharapkan mampu membentuk sebuah kawasan ekosistem untuk pengembang industri berbasis

digital agar lebih memiliki daya saing global dan siap menghadapi Industri Era 4.0.

Pariwisata adalah salah satu sektor industri yang pemerintah Indonesia sokong di INDI 4.0 dimana Indonesia mempunyai potensi yang besar untuk menjadi kawasan tujuan wisata dunia dikarenakan memiliki tiga unsur pokok yang membedakan Indonesia dengan negara lainnya yakni (Ri'aeni dalam Fahrudin, 2019),

- *People* (masyarakat), masyarakat Indonesia dikenal dunia karena keramahannya dan mudah bersahabat dengan bangsa mana pun
- *Nature* (alam), alam Indonesia adalah seperti bongkahan tanah surga yang tidak setiap negara memilikinya seperti pegunungan yang ada di setiap pulau, pesisir pantai yang eksotik, gua-gua, hamparan sawah yang luas.
- *Cultural heritage* (warisan budaya), Indonesia merupakan negara dengan kekayaan yang sangat beragam dengan jumlah 1.340 suku bangsa dan 300 kelompok etnis menempatkan Indonesia sebagai bangsa yang besar dan beragam.

Kehadiran era digital diprediksi memainkan peranan krusial dalam mendorong performa industri pariwisata Indonesia. Melalui era digital ini telah benar-benar mengubah cara wisatawan dalam membuat planning perjalanan mereka mulai dari mencari dan melihat informasi (*look*), memesan tiket atau paket wisata (*book*), sampai membayar (*pay*) dilakukan secara online. Semua hal tersebut dapat dilakukan dengan mudah tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu, yang mana semua kemudahan manusia dalam melakukan berbagai ini dipicu oleh kehadiran internet (Setiawan dalam Fahrudin, 2019).

METODOLOGI PENELITIAN

Studi yang dilaksanakan oleh penulis adalah menggunakan kajian literatur baik dari sumber primer seperti artikel-artikel jurnal elektronik dan sumber sekunder dari artikel berita online. Kajian tersebut dianalisa secara teoritik untuk menghasilkan pemikiran, gagasan maupun solusi pemecahan masalah yang disusun dalam tulisan secara sistematis dan berdasarkan kepada kaidah ilmiah. Penyajian tulisan berupa uraian atau deskripsi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kehadiran pandemi COVID-19 yang dimulai sejak akhir tahun 2019 di Wuhan, Cina kemudian menyebar keseluruh pelosok dunia telah berlangsung selama hampir tiga tahun ini tidak hanya menghasilkan masalah dan krisis dalam bidang kesehatan namun menyebabkan krisis dan gangguan ekonomi secara mendunia. Salah satu sektor industri yang mengalami dampak signifikan adalah pariwisata. Pandemi COVID-19 berdampak terhadap penurunan angka wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia yang sekaligus menyebabkan penurunan pendapatan nasional yang berasal dari pariwisata.

Para pelaku industri sektor pariwisata memiliki tantangan yang perlu dihadapi, yakni kemampuan beradaptasi terhadap perubahan kebiasaan wisatawan ditengah kehadiran COVID-19 salah satunya dengan selalu sterilisasi lokasi serta tetap mematuhi protocol kesehatan yang diberlakukan oleh pemerintah. Kebijakan kesehatan yang diwajibkan oleh pemerintah menjadi tantangan besar bagi pelaku industri untuk bertahan di masa pandemi COVID-19. Dengan dampak pandemi yang besar terhadap keberlangsungan sektor industri pariwisata, pelaku industri harus dapat mengatasi permasalahan tersebut.

Maka diperlukan strategi untuk dapat menangani dan bertahan dimasa pandemi COVID-19 yang memiliki tingakat mutasi virus yang dinamis. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan inovasi pada hal pemasaran, mencari pasar baru, serta jaminan keamanan dari ancaman COVID-19. Hal tersebut akan membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung dan tetap mematuhi protokol kesehatan agar tidak terkena COVID-19. Selain itu, diharapkan pariwisata di indonesia dapat kembali bangkit setelah 2 tahun mengalami keterpurukan akibat adanya pandemi COVID-19 (Kemenparekraf dalam Manalu, 2022).

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memberikan tiga strategi yang dapat diterapkan di sektor akomodasi pariwisata di masa pandemi, diantaranya adalah:

1. *Strategi Pivoting*

Mengubah strategi bisnis melalui berbagai inovasi. Penerapan strategi pivoting ini seperti memberikan layanan limited meeting kepada wisatawan yang berkunjung dan menjalin kerja sama dengan pihak lain yang terkait dan sesuai dengan protokol kesehatan.

2. *Strategi Positioning*

Di masa pandemi, industri perhotelan bisa memposisikan hotel bukan sebagai tempat menginap saja, namun menjadi tempat staycation dan work from home (WFH). Selain itu, dengan memberikan promo dan paket menarik, dan melakukan persiapan yang matang mulai dari penerapan CHSE (Cleanliness, Health, Safety, dan Environmental Sustainability) di tempat wisata.

3. *Contactless experience*

Strategi Contactless experience dilakukan dengan menciptakan pengalaman menginap yang menarik,

yaitu adanya akses booking online bahkan menyediakan lebih banyak ruang outdoor. Wisatawan dapat menikmati waktu berlibur dan tetap patuh terhadap protokol kesehatan.

Pandemi adalah bentuk dari salah satu krisis dan dalam menghadapi krisis tersebut pemerintah memiliki manajemen krisis yang dapat menghasilkan tiga fase penyelamatan yang dikemukakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yaitu (Manalu, 2022):

- **Fase Tanggap Darurat** dengan memfokuskan pada kesehatan seperti menginisiasi program perlindungan sosial, mendorong kreativitas, dan produktivitas saat *work from home* (WFH), mengoordinasikan krisis pariwisata dengan daerah pariwisata dan melakukan pemulihan.
- **Fase Pemulihan** adalah fase dimana melakukan pembukaan secara bertahap tempat wisata di Indonesia. Dimulai dari penerapan protokol CHSE (*Cleanlines, Healthy, Safety, and Environmental Sustainability*) pada tempat wisata, dan mendukung optimalisasi kegiatan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) di Indonesia.
- **Fase Normalisasi** dengan melakukan persiapan destinasi dengan protokol CHSE, meningkatkan minat pasar dengan diskon pada paket wisata dan MICE. Program yang telah dilakukan pemerintah adalah program virtual travel fair atau wisata virtual.

Di tahun 2022, setelah tersedianya program wajib vaksinasi melawan penyebaran COVID-19, selain sebagai salah satu syarat untuk melakukan perjalanan, vaksinasi memberikan dampak yang signifikan kepada tingkat penyebaran virus yang kerap bermutasi ini. Saat ini dengan mayoritas masyarakat

telah melalui vaksinasi ketiga, usaha-usaha mulai bangun kembali, salah satunya pariwisata.

Setelah adanya *lockdown* di Indonesia tahun 2020 – 2021, masyarakat diwajibkan untuk meleak media digital yang memberikan akses pekerja dan pelajar untuk tetap beraktivitas secara *contactless* atau lebih sering disebut WFH. Hal ini juga menjadi momentum untuk pelaku industri pariwisata untuk memanfaatkan perubahan kebiasaan masyarakat yang lebih *digital centric*.

Tidak dapat dielakkan bahwa masyarakat dan teknologi informasi berbasis digital saat ini tidak dapat dipisahkan dalam aktivitas sehari-hari, terutama masyarakat di kota-kota besar di Indonesia. Negara dan pemerintah Indonesia turut mendukung gerakan digital di berbagai industri usaha dengan visi dan misi negara Indonesia untuk mencapai cita-cita pemerintah menjadikan Indonesia sebagai negara ekonomi terbesar di Asia Tenggara dengan adanya Industri 4.0 yang mengutamakan teknologi digital dan menghasilkan era digital disetiap lini industri dan masyarakat.

Era digital diprediksi memainkan peranan penting dalam mendongkrak performa industri pariwisata Indonesia. Melalui era digital ini telah benar-benar mengubah cara wisatawan dalam membuat *planning* perjalanan mereka mulai dari mencari dan melihat informasi (*look*), memesan tiket atau paket wisata (*book*), sampai membayar (*pay*) dilakukan secara online. Semua hal tersebut dapat dilakukan dengan mudah tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu, yang mana semua kemudahan manusia dalam melakukan berbagai ini dipicu oleh kehadiran internet (Setiawan dalam Fahrudin, 2019). Berbagai pengembang-

an aplikasi dilakukan untuk menunjang kemudahan manusia dalam melakukan banyak hal. Ini semua tidak hanya dilakukan oleh para pengembang aplikasi akan tetapi oleh para pelaku industri termasuk di dalamnya para pelaku industri pariwisata. Banyak *Start Up* di industri pariwisata belakangan ini muncul seiring masuknya kita ke era digital. Sebut saja *Traveloka*, *Mister Aladin*, *Pegi-peg*i, *tiket.com* yang mana mereka semua adalah *market leader* nya di industri pariwisata digital saat ini.

Pemanfaatan teknologi digital dalam sektor pariwisata dimasa pandemi sangat membantu pemulihan industri dimana diprediksi sejak kuartal IV tahun 2021 sektor travel dan pariwisata mulai menunjukkan pemulihan terlebih dengan keaktifan masyarakat mengikuti program vaksinasi juga sebagai kewajiban untuk masyarakat dapat leluasa berpergian.

Terdapat tren pariwisata yang tidak dapat dielakkan di tahun-tahun pandemi COVID-19 yaitu adanya keharusan untuk menetapkan protocol kesehatas seperti sanitasi dan penggunaan masker kesehatan, terdapat prosedur keselamatan dan kesehatan di lokasi-lokasi pariwisata dan area yang sering dikunjungi wisatawan dengan memiliki *safety and health administrion certification* demi meminimalisir risiko penyebaran COVID-19. Kemudian adanya mitigasi risiko setiap wisatawan yang berkunjung dimana pelaku industri pariwisata menyediakan paket lengkap dalam jasa rapid test, vaksinasi booster dan sebagainya yang bertujuan untuk menjaga keselamatan wisatawan dan orang-orang disekitarnya. Tren pemanfaatan teknologi digital dalam

industri pariwisata di masa pandemi COVID-19 sangatlah jelas terlebih dengan pemerintah yang memusatkan transaksi dan verifikasi melalui media digital.

SIMPULAN

Industri pariwisata di masa pandemi COVID-19 yang sudah dilalui selama dua tahun mengalami gejolak yang signifikan. Penurunan yang drastic dialami pada awal tahun COVID-19 mengintervensi Indonesia. Pemerintah berupaya untuk memulihkan kondisi krisis yang disebabkan dari penyebaran COVID-19, tidak hanya di sektor kesehatan namun di seluruh lini industri yang mengalami kelumpuhan termasuk industri pariwisata. Pelaku industri pariwisata menghadapi situasi pandemi yang kini mulai pulih dengan memanfaatkan teknologi digital juga ikut mendorong program industri 4.0 yang digaungkan oleh pemerintah Indonesia. Pemanfaatan teknologi digital didorong dengan perkembangan masyarakat, terlebih pada saat menjalani kehidupan dimasa pandemi yang tidak dapat dilalui apabila tidak menggunakan teknologi digital berbasis internet untuk melanjutkan aktivitas walaupun berlakunya PSBB dan *lockdown*. Industri pariwisata memanfaatkan teknologi digital dengan membuat paket perjalanan yang memudahkan wisatawan menyesuaikan dengan kebijakan pemerintah terkait protocol kesehatan. Dengan kemajuan teknologi digital menuju ke era yang disebut *metaverse* telah diperkirakan akan mendatangkan bisnis dan peluang baru di sektor industri pariwisata yang menawarkan perjalanan visual secara digital di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggarini, D. T. (2021). Upaya pemulihan industri pariwisata dalam situasi pandemi Covid-19. *Jurnal Pariwisata*, 8(1), 22-31.
- Dwityas, N. A. (2016). Komunikasi dan Pariwisata: Peran User Generated Content bagi Traveler dalam Media Sosial. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study (E-Journal)*, 2(1)
- Fahrudin, Atef. (2019). Digitalisasi Industri Pariwisata Indonesia Dalam Menyikapi Perilaku Masyarakat Kontemporer. *Komunikasi Budaya dan Dokumentasi Kontemporer UNPAD PRESS*, (1), 210-218
- Hodijah, C., Solihah, R., & Octavian, R. F. (2021). Analysis of the Impact of Covid-19 on the Tourism Sector. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(3), 416-424.
- Luković, S., & Stojković, D. (2020). Covid-19 pandemic and global tourism. *Менаџмент у хотелијерству и туризму*, 8(2), 79-87.
- Kurniawan, R. A. (2022). Usaha Pemulihan Pariwisata Saat Situasi Pandemi Covid-19. *Publikasi ULM*, 216-224.
- Vărzaru, A. A., Bocean, C. G., & Cazacu, M. (2021). Rethinking tourism industri in pandemic COVID-19 period. *Sustainability*, 13(12), 6956.
- Andrew. (2022). Pengertian Revolusi Industri 4.0: Jenis, Dampak dan Contoh Penerapannya. https://www.gramedia.com/best-seller/revolusi-industri-4-0/#1_Internet_of_Things_atau_IoT. Diakses 16 Desember 2022.
- Intoniswan. (2022). Januari 2022, Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Naik 13,62 Persen. <https://www.niaga.asia/januari-2022-kunjungan-wisatawan-mancanegara-ke-indonesia-naik-1362-persen/>. Diakses 13 November 2022.
- Kartika, Mia Umi. (2021). Wujud Kembangan SDM Unggul di Sektor Pariwisata. <https://www.inilah.com/wujud-kembangkan-sdm-unggul-di-sektor-pariwisata>. Diakses 14 November 2022.
- Kominfo.go.id. (2022). Digitalisasi Jadi Solusi Berkelanjutan dalam Pengembangan Sektor Parekraf Global. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/41718/digitalisasi-jadi-solusi-berkelanjutan-dalam-pengembangan-sektor-parekraf-global/0/berita>. Diakses 10 Novermber 2022.
- Manalu, Anna S.R Ronatasari, et al. (2022). Apa Kabar Pariwisata Indonesia di Masa Pandemi Covid-19. <https://universitaspertamina.ac.id/berita/detail/apa-kabar-pariwisata-indonesia-di-mass-pandemi-covid-19>. Diakses 12 November 2022.
- Qothrunnada, Kholida. (2022). Revolusi Industri 4.0: Pengertian, Sejarah, dan Contohnya di Indonesia. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5986030/revolusi-industri-40-pengertian-sejarah-dan-contohnya-di-indonesia>. Diakses 8 Desember 2022.

