

PELATIHAN SADAR WISATA BERBASIS GERAKAN 5M PROTOKOL KESEHATAN COVID-19 BAGI KELOMPOK PEDAGANG KULINER DI WILAYAH PESISIR KELURAHAN WATU-WATU

Harnina Ridwan¹, Jamaluddin Hos², Megawati A. Tawulo³, Sarpin⁴, Muh Arsyad⁵, Suharty Roslan⁶, Sirajuddin⁷, Bakri Yusuf⁸, Muhammad Ihsan Sarita⁹, Ratna Supiyah¹⁰

1234568910 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UHO

Email: megawatiasrultawulo@gmail.com

RINGKASAN

Kegiatan berwisata adalah salah satu kegiatan yang mencirikan kegiatan jala-jalan pertemuan orang-orang tidak bisa dihindari, namun demikian perlu adanya sebuah konsep yang matang agar kegiatan berwisata di masa pandemi Covid-19 ini tetap bisa dilaksanakan, salah satunya adalah dengan memperhatikan protokol kesehatan. Selain itu kepariwisataan juga menjadi salah satu ujung tombak pendapatan asli daerah atau PAD yang mana telah berpengaruh besar selama adanya pandemi covid 19 ini. berbasis gerakan 5M. Penentuan permasalahan ini ditentukan atas dasar bahwa kepariwisataan menjadi salah satu ujung tombak pendapatan asli daerah atau PAD yang mana telah berpengaruh besar selama adanya pandemi covid 19. Olehnya dibutuhkan sebuah pemahaman dari pelaku wisata yang salah satunya para pedagang wisata kuliner untuk dapat menerapkan sadar wisata berbasis gerakan 5M protokol kesehatan covid-19. Pelatihan sadar wisata berbasis gerakan 5M protokol kesehatan covid-19 bagi kelompok pedagang kuliner di wilayah pesisir Kelurahan Watu-Watu dapat berkontribusi dalam mengembangkan bidang pariwisata baik ditingkat lokal, nasional maupun internasional terutama pada era pandemi sekarang ini. Target luaran yang akan dicapai dari kegiatan ini meliputi: Publikasi Jurnal Nasional Terakreditasi.

Kata Kunci: Sadar Wisata , Gerakan 5m Protokol Kesehatan Covid-19, Wilayah Pesisir

A. Analisis Situasi

Pemerintah Indonesia secara resmi menetapkan wabah virus corona (Covid-19) sebagai Bencana Nasional melalui Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020 Penetapan Bencana Nasional Penyebaran Covid-19 Sebagai Bencana Nasional. Sejumlah himbauan pemerintah telah dikeluarkan berkaitan dengan penanganan pandemi covid-19 ini, tujuannya adalah untuk memutuskan mata rantai penyebaran virus ini agar tidak menyebar luas. Himbauan diantaranya adalah physical distancing, yang sebelumnya adalah social distancing atau menjaga jarak dengan orang lain. Upaya itu antara lain dilakukan dengan bekerja, belajar, dan beribadah dari rumah. Kemudian tidak berkumpul

dengan jumlah orang banyak. Kegiatan berwisata adalah salah satu kegiatan yang mencirikan kegiatan jala-jalan pertemuan orang –orang tidak bisa dihindari, namun demikian perlu adanya sebuah konsep yang matang agar kegiatan berwisata ini tetap bisa dilaksanakan, salah satunya adalah dengan memperhatikan protokol kesehatan. Selain itu kepariwisataan juga menjadi salah satu ujung tombak pendapatan asli daerah atau PAD yang mana telah berpengaruh besar selama adanya pandemi covid 19 ini. Berdasarkan uraian di atas, maka kami berinisiatif untuk memberikan,

Pelatihan sadar wisata berbasis gerakan 5M protokol kesehatan covid-19 bagi kelompok pedagang kuliner di wilayah pesisir Kelurahan Watu-Watu dapat berkontribusi dalam mengembangkan bidang pariwisata baik ditingkat lokal, nasional maupun internasional terutama pada era pandemi sekarang ini. Industri pariwisata menjadi sektor terbesar kedua penyumbang devisa sebanyak Rp 280 triliun pada 2019, setelah industri minyak sawit atau crude palm oil (CPO). Dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mencapai 16,11 juta kunjungan atau naik 1,88 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada periode sama pada 2018 yang berjumlah 15,81 juta kunjungan. (BPS, 2019).

Indstri pariwisata di wilayah mitra adalah salah satu penopang bagi kehidupan masyarakat sekitar, industri pariwisata menggandeng beragam bisnis, mulai dari transportasi, resor, hotel, restoran, hingga UMKM. Namun munculnya pandemi covid - 19 menjadikan industri pariwisata ini memiliki potensi terganggu dan menghambat segala aktivitas kepariwistaan. Hal tersebut juga dialami oleh para pedagang kuliner wilayah pesisir Kelurahan Watu-Watu dengan indikator kurangnya wisatawan yang berkunjung kemudian berbelanja. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat yakni peserta dapat mengetahui tantangan atau masalah yang dihadapi. Pelatihan sadar wisata berbasis gerakan 5M protokol kesehatan covid-19 bagi kelompok pedagang kuliner di wilayah pesisir Kelurahan Watu-Watu dapat berkontribusi dalam mengembangkan bidang pariwisata baik ditingkat lokal, nasional maupun internasional terutama pada era pandemi sekarang ini.

B. METODE PELAKSANAAN

Pelatihan dilaksanakan dalam dua tahap yakni teori dan praktek atau penerapannya dengan tahapan :

- a. Melakukan koordinasi dengan pihak Pemerintah tingkat kelurahan yang menjadi mitra kerja
- b. Menyajikan materi
- c. Melakukan diskusi dan tanya jawab.
- d. Melakukan evaluasi kegiatan.

Khalayak sasaran dari kegiatan ini adalah 40 pedagang kuliner di wilayah mitra kerja Metode kegiatan pengabdian yang dilakukan dalam kegiatan penyuluhan ini adalah metode pelatihan dan bimbingan langsung kepada peserta, pelatihan melalui ceramah dan diskusi. Ceramah digunakan untuk menjelaskan tentang inti permasalahan. melibatkan beberapa institusi terkait yaitu pemerintah yang terkait dan para pelaku usaha kuliner di wilayah mitra

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dengan judul pelatihan sadar wisata berbasis gerakan 5M protokol kesehatan covid-19 bagi kelompok pedagang kuliner di wilayah pesisir Kelurahan Watu-Watu selama 1 hari pada tanggal 27 September 2021. Peserta yang mengikuti kegiatan ini berjumlah 40 orang yang terdiri dari para pedagang kuliner. Kegiatan pada sesi pertama diawali dengan memberikan ceramah kepada para peserta pelatihan untuk menjelaskan tentang sadar wisata berbasis gerakan 5M protokol kesehatan covid-19. Dilanjutkan dengan sesi kedua yang merupakan sesi tanya-jawab/ diskusi dimana para peserta terlihat antusias untuk saling bertukar pikiran dan mengutarakan masalahnya masing-masing serta saling memberikan solusi atas permasalahan yang disampaikan.

Hasil kegiatan memberikan gambaran bahwa dalam segala dimensi kehidupan virus covid-19 telah memberikan dampak besar sekaligus menjadi problematika dalam masyarakat hampir di seluruh dunia, sehingga WHO sebagai organisasi dunia terkait

menetapkan sebagai pandemi. Selani pada dimensi kesehatan masyarakat dan dimensi psikologi masyarakat, dimensi lainnya yang sangat terpengaruh adalah pada dimensi ekonomi masyarakat. Pada sector ekonomi kreatif dan pariwisata mengalami kesulitan dengan adanya pembatasan masa pandemi ini. Sebagai upaya dalam negosiasi hal tersebut maka dibutuhkan suatu strategi khusus guna membangkitkan kembali sistem perekonomian bagi pelaku usaha yang bergerak dibidang ekonomi termasuk para pedagang kuliner yang terkait langsung dengan kegiatan kepariwisataan untuk dapat menerapkan protokol kesehatan covid- 19 berbasis 5 M.

Pemahaman masyarakat terhadap kegiatan sadar wisata berbasis gerakan 5M hanya dapat dicapai melalui proses komunikasi. Keseluruhan tujuan komunikasi yang dikemukakan dapat terwujud bilamana pelaku komunikasi (komunikator-komunikan) memiliki pemahaman dan interpretasi yang sama tentang suatu informasi atau pesan. Pemahaman dan interpretasi yang sama bisa terjadi apabila antara pemberi pesan dan penerima pesan memiliki *frame of reference* dan *field of experience* yang tidak memiliki perbedaan yang terlalu jauh. Terjadi pemahaman yang sama para pelaku komunikasi manakala saling memahami kepribadian. Olehnya itu seseorang dalam membangun komunikasi dengan orang lain sekaligus juga saling mempelajari kepribadian antar mereka yang terlibat komunikasi. Mempelajari kepribadian akan memberikan manfaat besar ketika manusia membangun hubungan (*building relationship/rapport*) dengan manusia yang lain. Bila sudah mengenal tipe kepribadian yang dimiliki seseorang, maka manfaat yang dirasakan adalah :

- a. Manusia dapat berkomunikasi secara lebih baik dengan melakukan pendekatan yang tepat berdasarkan kepribadian lawan bicara
- b. Membantu manusia untuk lebih persuasif dalam memilih gaya komunikasi.
- c. Meningkatkan kemampuan komunikator dalam menyampaikan gagasan/ide dengan tepat sesuai kepribadian lawan komunikan.
- d. Membantu meningkatkan karier dan mengembangkan bisnis dan
- e. Membuat seseorang lebih disukai/disayangi orang lain

Kegiatan pelatihan sadar wisata berbasis gerakan 5 M protokol kesehatan covid-19 bagi kelompok pedagang kuliner di wilayah pesisir Kelurahan Watu-Watu menggunakan komunikasi sebagai alat untuk memberikan pemahaman kepada sasaran untuk menjalankan elemen komunikasi yang sesuai diantaranya :

1. Komunikasi Persuasif Secara umum persuasif dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk mengubah sikap melalui penggunaan pesan, berfokus terutama pada karakteristik komunikator dan pendengar. Sehingga komunikasi persuasif lebih jelasnya merupakan komunikasi yang berusaha untuk mengubah sikap receiver melalui penggunaan pesan yang dilakukan sender. Kejelasan tujuan. Tujuan komunikasi persuasif adalah untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku. Apabila bertujuan untuk mengubah sikap maka berkaitan dengan aspek afektif, mengubah pendapat maka berkaitan dengan aspek kognitif, sedangkan mengubah perilaku maka berkaitan dengan aspek motorik.

2. Komunikasi Massa. Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada khalayak tersebar, heterogen dan menimbulkan media alat - alat elektronik sehingga pesan yang sama dapat diartikan secara serempak dan sesaat. Maka komunikasi yang ditujukan kepada massa dengan menggunakan media elektronik khususnya televisi merupakan komunikasi massa (Rakhmat, 1991: 189). Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai suatu jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah audien yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media massa cetak ataupun elektronik sehingga pesan yang diterima secara serentak dan sesaat. Konteks komunikasi massa dikaitkan dengan komunikasi publik. Komunikasi publik adalah komunikasi antara komunikasi antara seorang pembicara dengan khalayak, yang tidak dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah, atau kuliah (umum). Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Ardianto, 2004 :3) dengan definisi "*mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*" artinya, komunikasi massa

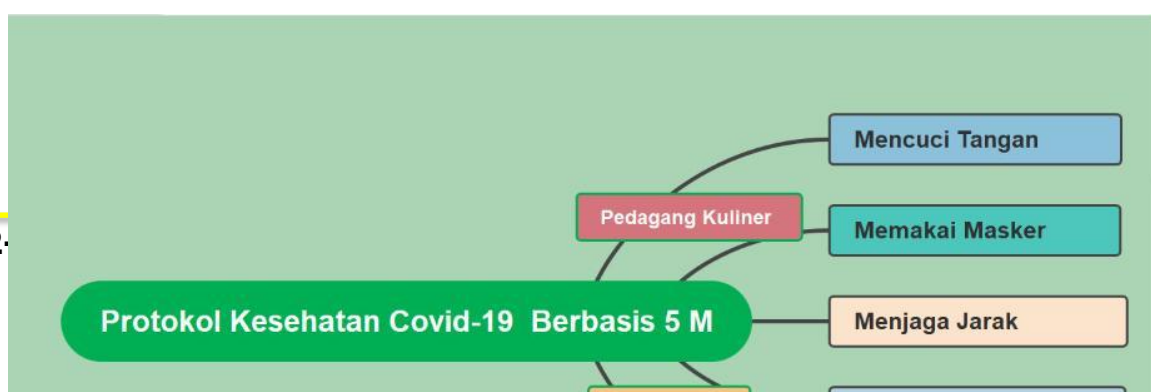
adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.

3. Komunikasi Interpersonal, komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera.

Penerapan protokol kesehatan covid- 19 berbasis 5 M adalah salah satu strategi atau Langkah untuk dapat menyelamatkan perekonomian masyarakat melalui proses sadar wisata bagi aktor-aktor kepariwisataan yang salah satunya adalah mereka yang berkecimpung pada dunia wisata kuliner yakni kelompok pedagang kuliner.

Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memiliki upaya untuk penyelamatan kepariwisataan Indonesia melaui tiga tahapan yakni:

1. Tanggap Darurat yang memfokuskan kepada kesehatan dengan metode isisasi terhadap program perlindungan sosial secara umum, memberikan dorongan terhadap program kreativitas dan memproduksi saat diberlakukannya *Work From Home (WFH)*
2. Pemulihan yakni melakukan berbagai hal yang berkaitan dengan koordinasi krisis dengan daerah yang paling berdampak covid-19 sambil melakukan persiapan pemulihan dengan penguatan tanggap darurat pada fase sebelumnya
3. Normalisasi, fase ini adalah fase pembangkitan sektor pariwisata dengan membuka kembali seluruh bidang kepariwisataan yang tentu saja secara bertahap mengedepankan gerakan 5 M protokol kesehatan covid-19 sebagai berikut:



Kegiatan pelatihan sadar wisata berbasis gerakan 5 M protokol kesehatan covid-19 bagi kelompok pedagang kuliner di wilayah pesisir Kelurahan Watu-Watu menekankan pada fase normalisasi tersebut. Pada fase normalisasi ini, merupakan sebuah persiapan yang sangat matang terutama pada pemahaman masyarakat dan para pelaku usaha pendukung berputarnya roda kepariwisataan untuk dapat bekerja sama dan bertanggungjawab menerapkan protokol kesehatan CHSE: Cleanliness, Healthy, safety, and Environmental sustainability di wilayah masing-masing berbasis gerakan 5M protokol kesehatan covid-19. Selanjutnya melalui pemahaman masyarakat terhadap kegiatan sadar wisata diharapkan dapat meningkatkan kembali minat kepariwisataan melalui wisata kuliner.

D. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian pelatihan sadar wisata berbasis gerakan 5M protokol kesehatan covid-19 bagi kelompok pedagang kuliner di wilayah pesisir Kelurahan Watu-Watu telah mampu meningkatkan pengetahuan, pemahaman peserta. Keberhasilan kegiatan ini juga terlihat dari sesi kedua yang merupakan sesi tanya-jawab/ diskusi dimana para peserta terlihat antusias untuk saling bertukar pikiran dan mengutarakan masalahnya masing-masing serta saling memberikan solusi atas permasalahan yang disampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alna Hanana, Novi Elia & Revi Marta, Tahun 2017 Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menciptakan Masyarakat Sadar Wisata Di Kawasan <http://ejournal.stkip-pgri-sumbar.ac.id/index.php/jurnal-mamangan/article/download/1886/pdf>
- Ardianto, Elvinaro. (2004). Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, A. (1984). Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas. Bandung: Penerbit Armico.
- Berger, Peter, dan Luckmann, Thomas. (2013). Tafsir Sosial atas Kenyataan : Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan. Terj. Hasan Basari. Jakarta: LP3ES.
- Cangara, Hafied. (2014). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Elfie Mingkid. 2015 Penggunaan Media Komunikasi Promosi Pariwisata Oleh Pemerintah Kota Manado <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/download/8334/6609>
- Florentina Ratih Wulandari, M.Si, 2015. Penelitian ini berjudul Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pantai Dalam Pengembangan Pariwisata Dan Kelestarian Lingkungan Hayati Daerah Pantai <http://repository.ut.ac.id/2581/1/fisip201237.pdf>
- FX Ari Agung Prastowo, Heru Ryanto Budiana, Tahun 2016 berjudul Pengembangan Pola Komunikasi Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/3641/3541>
- Hakim, Fitri 2017 Konsep Pengembangan Kawasan Wisata di Teluk Kota Kendari. http://repository.its.ac.id/46619/1/3213205006-Master_Thesis.pdf
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2007). Manajemen Pemasaran. Ed12. Jilid 2. Jakarta : Penerbit PT Indeks.
- Kuswarno, Engkus. (2009). Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi : Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya. Bandung : Widya Padjadjaran.
- Litlejohn, Stephen W., Karen A.Foss. (2009). Teori Komunikasi. Jakarta: Salemba
- Marhaeni, F. (2009). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mubaddilah Rafa'al. 2017. Gaya Komunikasi Pemasaran Di Pemerintah: Promotion Mix Destinasi Tujuan Wisata Kabupaten Raja Ampat <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jsk/article/view/63/21>
- Muhammad Naufal Fallah. 2017. Konstruksi Sosial Pelaku Bisnis Destinasi Wisata Puncak Bogor atas City Branding " A Land Of Harmony " <https://fdokumen.com/document/1-konstruksi-sosial-pelaku-bisnis-destinasi-wisata-puncak-bogor-atas-city-branding.html>
- Mulyana, Deddy. (2005). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Prastowo, Andi. (2011). Metodologi Penelitian Kualitatif : dalam perpektif Rancangan Penelitian. Yogyakarta : Arruzz Media.
- Rahmawati, Ani. 2009. Studi Pengelolaan Kawasan Pesisir Untuk Kegiatan Wisata Pantai (Kasus Pantai Teleng Ria Kabupaten Pacitan, Jawa Timur). Departemen

- Manajemen Sumberdaya Perairan. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. IPB. Bogor.
- Rakhmat, Jalaludin. (2012). Psikologi Komunikasi. Bandung : Rosdakarya.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Bandung: Penerbit Alfabeta. Cetakan kesepuluh..
- Yoeti, O. A. (1983). Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa.