

## **MEMBANGUN KEMBALI ANIMO WISATA AKIBAT PANDEMI MELALUI SIGNAGE & KATALOG WISATA DIGITAL**

**Retno Purwanti M<sup>1</sup>, Yunisa Fitri Andriani<sup>2</sup>, Zita Nadia<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Teknik dan Desain, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>2</sup>Fakultas Teknik dan Desain, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>3</sup>Fakultas Teknik dan Desain, Universitas Pembangunan Jaya

Email: [retno.purwanti@upj.ac.id](mailto:retno.purwanti@upj.ac.id)/ [yunisa.fitri@upj.ac.id](mailto:yunisa.fitri@upj.ac.id)/ [zita.nadia@upj.ac.id](mailto:zita.nadia@upj.ac.id)

### **ABSTRACT**

*The Covid19 pandemic that hit the world at the beginning of 2020 has paralyzed the economic sector. Tourism is the earliest sector affected, with the policy of large-scale social restrictions that make the Tourism Industry suspended. Hospitality and travel businesses lost more than 50% of their income to almost out of business. Breakthroughs and innovations are needed to stay afloat from covid hurricane 19. This writing aims to find alternatives to re-increase public interest to return to safe tourism activities without violating WHO health protocols. The method used is a qualitative method based on observations and observations, the outcome of this activity is in the form of a prototype signage and a tourism catalog that can be applied directly to the tourism industry. Conclusions while the tourism industry can still be run as long as it can meet safe health protocols in the new normal approach.*

**Keyword :** *Tourism, Signage, Catalog*

### **ABSTRAK**

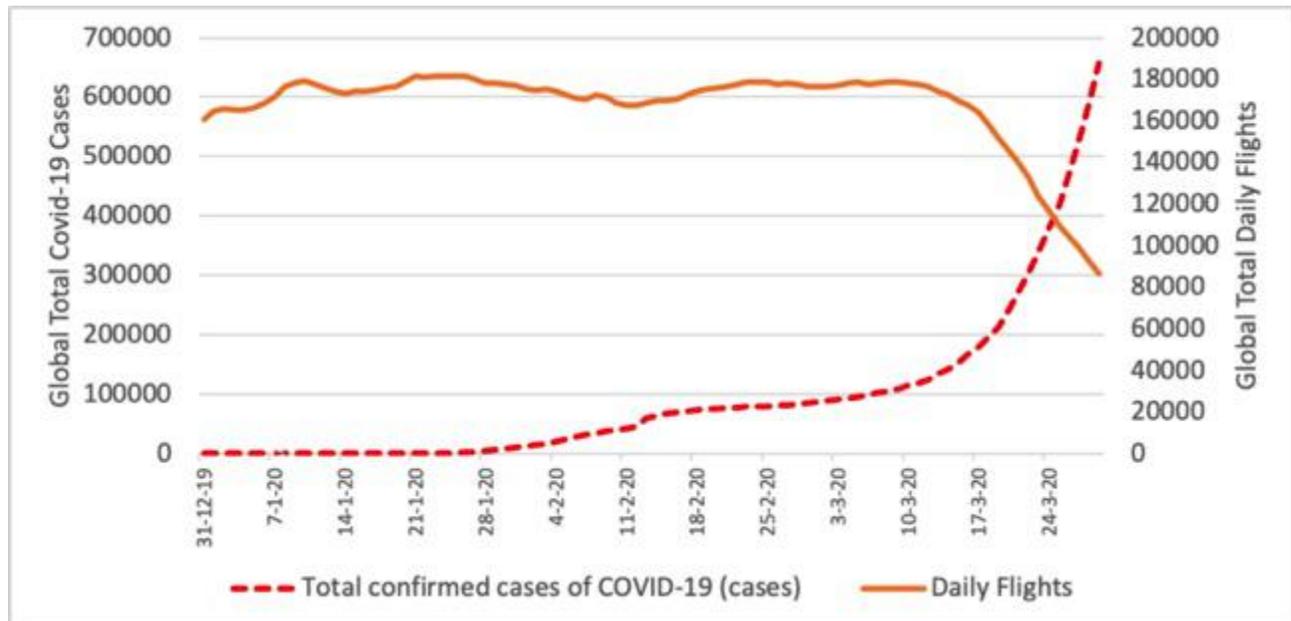
*Pandemi Covid19 yang melanda dunia diawal tahun 2020 telah melumpuhkan sektor perekonomian. Pariwisata merupakan sektor yang paling awal terkena imbasnya, adanya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar membuat Industri Pariwisata mati suri. Bisnis perhotelan maupun travel kehilangan pemasukan lebih dari 50% hingga nyaris gulung tikar. Dibutuhkan terobosan dan inovasi untuk tetap dapat bertahan dari hantaman badai covid 19. Penulisan ini bertujuan mencari alternatif solusi bagi pelaku industri pariwisata terdampak covid agar dapat bertahan ditengah pandemi. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif berdasarkan pengamatan dan observasi, hasil luaran dari kegiatan ini berupa prototype signage dan katalog wisata yang dapat diaplikasikan langsung untuk industri Pariwisata. Kesimpulan sementara industri Pariwisata tetap dapat dijalankan selama dapat memenuhi protokoler kesehatan yang aman dalam pendekatan new normal.*

**Kata Kunci:** *Pariwisata, Signage, Katalog*

### **PENDAHULUAN**

Seperti yang kita ketahui dan alami bersama bahwa pandemi covid-19 berdampak pada seluruh bidang kehidupan, dan sektor pariwisata merupakan sektor yang paling terpuruk dari dampak virus tersebut. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah kunjungan wisatawan mancanegara atau asing ke Indonesia pada April 2020 sebanyak 160.000 orang dan pada Maret 2020 jumlah wisatawan mancanegara menurun sebesar 66,02 persen secara bulanan (mom), sedangkan berdasarkan persentase tahunan (yoy) angka jumlah

wisatawan mancanegara menurun hingga 87,44 persen atau 1,27 juta orang (<https://ayobandung.com/read/2020/06/02/91288/dampak-pandemi-covid-19-indonesia-kehilangan-127-juta-orang-wisatawan-asing>, diakses 30-6-2020, pukul 15.11). Tidak hanya di Indonesia, dalam skala dunia pun pariwisata menurun drastis pada masa pandemi covid-19 ini, berikut adalah persentase kasus COVID-19 global harian dan penerbangan global.



Stefan Gössling, Daniel Scott & C. Michael Hall (2020): Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19, *Journal of Sustainable Tourism*, DOI: 10.1080/09669582.2020.1758708

Janganakan pergi keluar rumah untuk berwisata, adanya pemberlakuan aturan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan penerapan *Physical distance*/ jaga jarak antar individu tidak memungkinkan untuk dilakukannya kegiatan wisata secara fisik. Akibat situasi tersebut banyak elemen di sektor pariwisata seperti pelaku industri pariwisata, wisatawan dan organisasi pendukung seperti perdagangan, transportasi, komunikasi, kebudayaan, pendidikan hingga perbankan ikut mengalami krisis ekonomi sebagai konsekuensi dari pemberlakuan *physical distance*. Keharusan beraktivitas dari dirumah membuat sebagian masyarakat yang biasa melakukan traveling baik untuk kepentingan wisata maupun bisnis pun mengalami situasi yang penuh dengan ketidakpastian.

Pitana menyebutkan Persoalan yang muncul dalam industri pariwisata adalah bagaimana menyediakan media yang tepat sesuai dengan kebutuhan wisatawan yang nantinya akan diukur pada derajat kepuasan wisatawan(2009). Berdasarkan latar belakang tersebut perlu adanya upaya melakukan sebuah gerakan perubahan agar roda perekonomian kembali berputar khususnya dibidang pariwisata dengan tetap mengikuti protokol kesehatan yang telah ditetapkan oleh WHO dan Pemerintah.

## METODE

Sebagai sebuah industri yang dikelola oleh organisasi profesional, dunia pariwisata juga dibentengi dengan sebuah manajemen krisis. Daerah tujuan wisata sebagai objek pariwisata diandaikan sebagai sebuah organisme yang dinamis, sehingga dianggap dapat menyesuaikan diri terhadap perubahan yang terjadi, salah satu contoh yang terjadi pada pandemi covid saat ini. Beberapa teori memisahkan antara krisis dan

bencana, jika krisis lebih diakibatkan pada kegagalan dalam organisasi, maka bencana diakibatkan oleh hal di luar organisasi seperti bencana alam. Antisipasi keduanya membutuhkan perubahan dan respon. Dalam pariwisata manajemen krisis merupakan sesuatu yang esensial, tidak hanya untuk mengidentifikasi potensi krisis tapi juga untuk membatasi dan meminimalisir dampak krisis pada industri wisata (Pitana,2009). Berdasarkan objek formalnya kegiatan pariwisata meliputi jasa wisata, organisasi perjalanan serta kebijakan pembangunan pariwisata, yang keseluruhannya memiliki tujuan memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat. Mengutip dari Benjamin, 2020 dalam jurnal pariwisata geografi, bahwa sebagai tenaga akademisi, kita harus menganggap pariwisata sebagai kekuatan sosial (bukan hanya peluang pasar) dan diberdayakan oleh studi humaniora dan epistemologi kritis mereka, orang dapat melihat bagaimana pariwisata memiliki kekuatan untuk mengubah orang dan masyarakat.

Menurut mantan Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sapta Nirwandar, dalam diskusi daring bertema “Pariwisata di Era New Normal: *Install* Ulang Pariwisata Indonesia,” harus adanya *trust* atau kepercayaan antara dua belah pihak yaitu wisatawan dan pengelola tempat wisata. Salah satu caranya adalah dengan adanya tes medis yang dilakukan pada pengelola dan seluruh karyawan di tempat wisata juga pada wisatawan yang berkunjung. Informasi mengenai tes medis tersebut bisa diaplikasikan pada signage di tempat wisata agar wisatawan merasa aman. Selain itu juga untuk promosi, informasi tersebut bisa dimasukkan pada media promosi.

Banyaknya media yang dapat membantu agar pariwisata dapat terus berjalan, dan mengingat begitu pentingnya pariwisata dalam roda ekonomi, maka perlu diadakannya pelatihan tentang penyediaan media yang tepat sebagai pendukung kegiatan usaha wisata, kegiatan ini dapat dimulai disekolah-sekolah menengah kejuruan seperti SMK Pariwisata agar nantinya saat terjun sebagai pelaku di bidang usaha wisata para pelaku usaha wisata telah memahami dan menguasai keterampilan yang dibutuhkan. Kegiatan yang kami berikan berupa pelatihan pembuatan media signage dan katalog buku wisata sebagai materi pendukung laboratorium front office dan usaha wisata di sekolah tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pariwisata berdasarkan definisinya adalah aktivitas orang yang bepergian dan tinggal di luar lingkungan biasa mereka selama tidak lebih dari satu tahun untuk bisnis, liburan maupun tujuan lain (Richardson, 2004:7). Dalam sebuah kegiatan wisata khususnya wisata berskala internasional melibatkan beberapa komponen pariwisata yaitu; travel (industri transportasi), tempat tinggal sementara (hotel) dan destinasi wisata.

Salah satu tujuan berwisata adalah untuk mendapatkan kepuasan dari objek formal yang dituju. Namun kini dengan munculnya sebuah bencana non alam berupa pandemi yang mengglobal memaksa pelaku pariwisata merubah pola dan kebiasaan dalam pelaksanaan pariwisata. Dua tahapan awal pada manajemen krisis untuk menghadirkan sebuah solusi adalah Pre-Event dan prodromal yaitu diambilnya suatu tindakan untuk mencegah suatu krisis terjadi melalui perencanaan pertumbuhan dengan tujuan mengurangi dampak potensial dari sebuah krisis. Sedangkan prodromal diambil saat sebuah krisis makin terlihat dan tidak dapat dibendung lagi. (Faulkner,2001) Telah dijelaskan di atas bahwa, pariwisata harus terus berjalan di tengah pandemi karena pariwisata berpengaruh besar pada roda ekonomi. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan membangun *trust* pada wisatawan dan pengelola tempat wisata. Diadakannya tes medis saja tidak cukup memberikan informasi mengenai tempat wisata yang bebas virus, maka diperlukan media yang mampu menyampaikannya dengan baik dan tepat. Media yang dapat menyampaikan kepercayaan tersebut adalah media *signage* dan katalog.

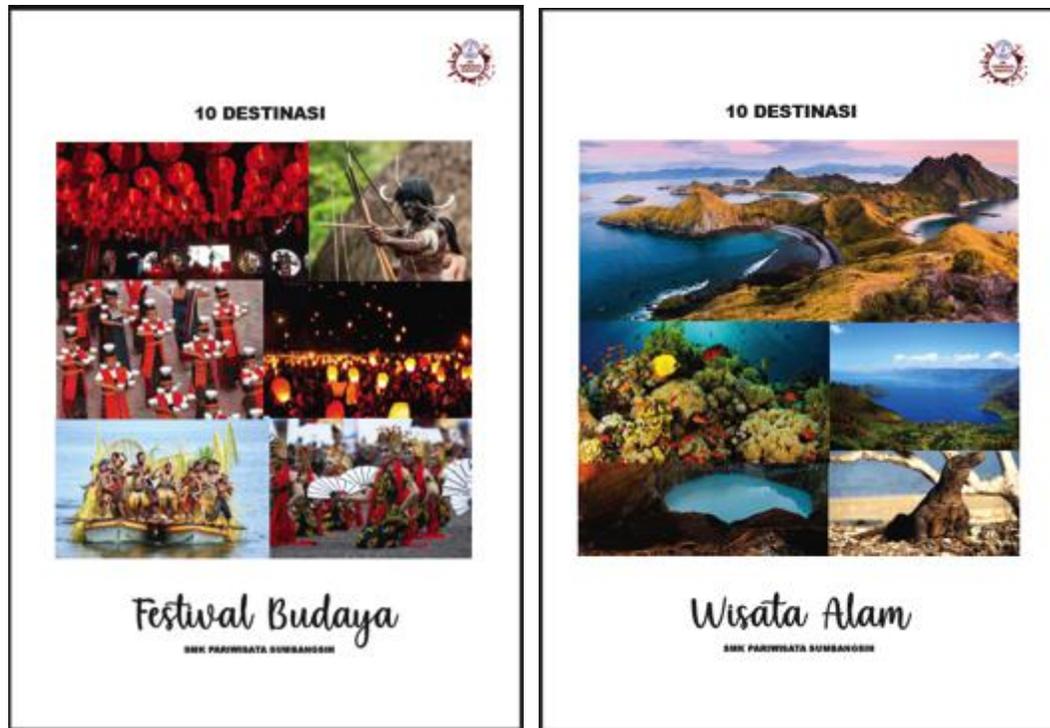
### Signage

Dalam industri pariwisata desain visual dibutuhkan untuk membantu tidak hanya secara estetika namun juga memiliki fungsi untuk membantu wisatawan, cabang desain visual yang biasa dilihat adalah signage yang termasuk ke dalam *environmental graphic design*. Environmental graphic design menurut (Ramandhita dan Indrajaya, 2012) adalah desain suasana yang tidak hanya mengandung unsur visual namun juga mengandung unsur informasi di dalamnya, environmental graphic design terbagi menjadi menjadi 3 jenis, yaitu: exhibition design, wayfinding design, dan information design. Penggunaan environmental Graphic Design biasanya dapat kita temui dalam berbagai bidang, seperti pendidikan, olahraga, transportasi public, pariwisata dan perhotelan. Dalam kasus ini implementasi yang digunakan adalah di dalam bidang pariwisata dan perhotelan. Bidang pariwisata dan perhotelan menggunakan EDG di dalam hotel, resort, kebun binatang, convention centre dan lainnya (Gibson, 2009), di dalam penelitian ini akan didesain sebagai kebutuhan simulasi bagi lab pariwisata sehingga siswa smk mendapatkan pengalaman yang nyata.

Signage adalah penanda visual yang berisikan elemen visual dan informasi untuk membantu audiens, signage bisa diletakkan di dalam ataupun di luar ruangan. Menurut Gibson (2009) berdasarkan jenis kontennya terdapat 4 jenis signage, yaitu: Identifikasi, penunjuk arah, orientasi dan aturan. Sedangkan untuk merancang sebuah signage yang baik kita tidak boleh melupakan elemen-elemen seperti; unsur kedalaman, tipografi, material, warna, kerumitan, skala dan ukuran (Hutajulu dalam Ramandhita dan Indrajaya, 2012), dengan memenuhi semua kaidah perancangan tersebut, maka dapat dihasilkan signage seperti kebutuhan di lapangan yang bisa digunakan di lab simulasi *front office* dan usaha.

### **Katalog Wisata**

Katalog wisata adalah sebuah media promosi pariwisata baik dalam bentuk online ataupun digital yang berisikan informasi untuk wisatawan, sebagai contoh katalog wisata kupang dalam penelitian oleh Kasim Et al (2017) berisikan dayatarik wisata kota Kupang, produk kuliner khas, alamat restoran dan kafe, rumah sakit dan informasi pendukung lainnya, yang didukung oleh desain dan informasi grafis dan teks. Peranan desain yang menarik dan informasi yang up to date akan menjadi pendukung bagi pariwisata untuk menarik calon wisatawan untuk datang ke kota tersebut, dimana seperti yang dilakukan dalam penelitian oleh KAsim et al (2017), katalog yang didesain kurang menarik akan menjadi kelemahan sebuah objek pariwisata, peluang lain yang bisa dimanfaatkan adalah tidak hanya menyajikan katalog secara offline namun bisa juga diunggah sehingga bisa diakses online. Sedangkan pada penelitian ini Katalog wisata diberikan menjadi item pelengkap di dalam lab *front office* dan usaha, mengingat adanya kondisi pandemi COVID 19 yang sedang melanda dunia, maka diperlukan mengenai adanya penerapan prosedur kesehatan pada objek pariwisata untuk menjaga keselamatan para wisatawan.



### UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada SMK Pariwisata Sumbangsih yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melakukan kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan pembuatan signage dan katalog pariwisata sebagai upaya pendukung kegiatan industri Pariwisata.

### REFERENSI

<https://ayobandung.com/read/2020/06/02/91288/dampak-pandemi-covid-19-indonesia-kehilangan-127-juta-orang-wisatawan-asing>

Stefan Gössling, Daniel Scott & C. Michael Hall (2020): Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19, *Journal of Sustainable Tourism*, DOI: 10.1080/09669582.2020.1758708

Stefanie Benjamin, Alana Dillette & Derek H. Alderman (2020): "We can't return to normal": committing to tourism equity in the post-pandemic age, *Tourism Geographies*, DOI: 10.1080/14616688.2020.1759130

<https://www.voaindonesia.com/a/kiat-pariwisata-bertahan-di-tengah-pandemi/5412782.html>

Gibson, D. (2009). *The wayfinding handbook: Information design for public places*. Princeton Architectural Press.

Prosiding the 1<sup>st</sup> Seminar Nasional ADPI Mengabdikan Untuk Negeri Peran Pengabdian Masyarakat dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan dan Kesejahteraan Masyarakat di Era Revolusi Industri 4.0 Volume 01 Nomor 01 Tahun 2020, 198-203

Ramandhita, D., & Indrayana, D. (2012). Perancangan Environmental Graphic Design Museum Sepuluh Nopember Surabaya Area Dalam. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 1(1), F38-F42.

Kasim, A., Besie, J. L., & Nyoko, A. E. (2017). Strategi Promosi Pariwisata Kota Kupang melalui Pembuatan Media Katalog Wisata. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 4(1).

*Pitana*, I. Gde. (2009). Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Andi

Miller, Graham A. & Brent W Ritchie. (2003). A Farming crisis of tourism disaster? An Analysis of the foot & mouth disease in UK. " *Journal of Current Issues in Tourism* 6(2).

Richardson, John & Martin Flucker. 2004. *Understanding and Managing Tourism*. Australia: Pearson Education Australia, NSW.