

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Corona Virus Disease (Covid-19) memberikan dampak pada berbagai sektor kehidupan manusia. Sektor paling terdampak dari kehadiran situasi pandemik Covid-19 adalah pariwisata. Indonesia yang menjadi negara ke-14 tertinggi dengan jumlah kasus 4.250.855 hingga saat ini masih terus bertambah urutan ini dibandingkan dengan 224 Negara di Dunia, dan negara asal dari munculnya covid-19 yaitu China berada di urutan 113 dengan jumlah total kasus 98,263 dikutip dalam (Worldometer, 2021). Maka dari tingginya kasus yang ada di Indonesia, pemerintah membuat kebijakan untuk menanggulangi penyebarannya melalui peraturan pada aktivitas sosial. Hadirnya Ketetapan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dibuat untuk mengupayakan cepatnya penanganan Covid-19. Informasi ini tertulis dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2020 yang memiliki cakupan libur sekolah, dan tempat kerja, fasilitas umum, kerumunan orang, pertemuan politik, dan pariwisata yang melibatkan banyak kerumunan orang di dalamnya. (Syafriada & Hartati, 2020:496-499)

Kedua peraturan tersebut berlaku bagi semua sektor termasuk pariwisata di Bali. Pariwisata Bali perlu melaksanakan peraturan guna mengurangi penyebaran Covid-19. Bali merupakan destinasi wisata populer dunia yang mengandalkan sektor komoditas pariwisata. Kerumunan wisatawan menunjukkan berjalannya bisnis di Bali. Kehadiran pandemik membuat sektor pariwisata mengalami penurunan yang drastis. Produk pariwisata seperti alam dan budaya menjadi daya tarik Bali mengalami keterpurukan akibat pandemik karena tidak adanya pengunjung. Pembatasan pariwisata menjadikan perekonomian masyarakat di Bali terpuruk. (Udayana, 2020:59-62)

Sektor pariwisata Bali memberikan sumbangsih devisa bagi Indonesia namun covid-19 membuat turbulensi dalam hal pendapatan pada bisnis ini khususnya Bali. Bali menawarkan atraksi wisata alam, spiritual, seni dan budaya yang sangat bergantung pada kehadiran wisatawan. Daya tarik tersebut menjadi alasan bagi wisatawan untuk datang ke Bali. Bali Bisnis.com menyatakan hampir 98% objek

wisata, spa, hotel, restoran, dan fasilitas pariwisata lainnya tidak diperbolehkan untuk umum. Kondisi ini merupakan keterpurukan terbesar bagi perekonomian masyarakat Bali. (Udayana, 2020:62).

Jumlah wisatawan mancanegara mengalami perubahan drastis selama pandemik. Badan Data Statistik (BPS) menunjukkan penurunan hampir 100 % dan tepatnya angka penurunannya hingga 99,998 %. Data ini merupakan angka kedatangan wisatawan dari dua pintu masuk utama di Bali yaitu bandara dan pelabuhan. Data BPS menunjukkan angka yang terjadi selama kurun waktu satu tahun bersamaan dengan pandemik berlangsung. Peneliti menghadirkan data kunjungan tabel wisatawan mancanegara berdasarkan pintu masuk dalam tabel 1.1. berikut ini.

Tabel 1. 1 Kedatangan Wisman Langsung Ke Bali Menurut Pintu Masuk Januari 2020, Desember 2020 dan Januari 2021

No	Pintu Masuk	Januari 2020 (Kunjungan)	Desember 2020 (Kunjungan)	Januari 2021 (Kunjungan)	Perubahan (%)		Peran Thd Total
					Jan 2021 Thd Des 2020 (%)	Jan 2021 Thd Jan 2020 (%)	
1	Bandara	533.392	127	2	-98,43	-100,000	20,00
2	Pelabuhan	3.219	23	8	-65,22	-99,751	80,00
Total		536.611	150	10	-93,33	-99,998	100,00

(Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2021:2)

Tabel 1.1. menunjukkan pintu masuk ke Bali dapat diakses melalui jalur darat dan laut. Bandara yang merupakan tempat pintu masuk tamu asing dan juga lokal melalui jalur udara sangat mengalami penurunan drastis. Kunjungan pada tahun 2020 menunjukkan angka 533.392 namun mengalami penurunan 100% hingga menyentuh hanya 2 kunjungan saja. Pintu masuk pelabuhan mendapati angka 3.219 kunjungan pada awal Januari 2020 dan mengalami penurunan hingga 8 kunjungan wisatawan. Angka kunjungan dari dua akses tersebut membuat penurunan pendapatan disektor bisnis Bali. (Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2021:2).

Penurunan kunjungan wisatawan ke Bali bukan hanya berdampak pada sektor wisata saja. Sektor industri sandang dan pangan juga mengalami dampak hadirnya

covid-19 dan salah satunya adalah bisnis pariwisata oleh-oleh khas Bali. Oleh-oleh merupakan terminologi yang identik dengan kegiatan berwisata. Wisatawan membeli barang, pakaian dan makanan khas dari suatu tempat untuk dibagikan ketika mereka kembali ke tempat asal. Usaha oleh-oleh sangat bergantung pada kehadiran wisatawan baik turis mancanegara maupun lokal. Salah satu pelaku bisnis oleh-oleh yang merasakan dampak hadirnya covid-19 ini adalah Krisna Oleh-Oleh.

Krisna Oleh-Oleh merupakan penyedia buah tangan terbesar dan terlengkap yang ada di Bali. Usaha ini tercatat sebagai bisnis oleh-oleh terbesar dan terlengkap di Asia Tenggara. Meskipun menjadi bisnis buah tangan terbesar, Krisna Oleh-oleh tidak luput terkena dampak covid-19. Bisnis ini tidak dapat menghindari penutupan sebagian besar *outlet*nya. Krisna Oleh-Oleh menjadi bisnis pilihan wisatawan untuk dikunjungi dan hal ini ditandai dengan padatnya bis pariwisata yang parkir dalam setiap menitnya. Kondisi yang dialami oleh Krisna Oleh-Oleh sejalan dengan data dari BPS terkait pintu masuk wisatawan yang diaplikasikan melalui sektor bisnis dengan angka penurunan drastis (nusabali.com, 2019:1).

Kondisi pandemik mengharuskan Krisna Oleh-Oleh merumahkan karyawan - karyawannya karena perputaran bisnis yang mengalami kemacetan. Bisnis ini memiliki beberapa *outlet* di dalam dan luar pulau Bali. Penutupan *outlet* diharuskan karena bisnis tidak berjalan. Hal ini diungkapkan oleh pemilik Krisna Oleh-Oleh Ajik Krisna yang dilansir dari Merdeka.com. Pemilik Krisna Oleh-Oleh mengatakan *"Masalah pandemi mungkin semua kaget ya. Dan yang paling meresahkan, Bali ini 80 persen hidupnya dari pariwisata. Semua bisnis tutup. Termasuk Krisna, 32 outlet, dengan jumlah 2500 karyawan. Akhirnya kami rumahkan,"* (merdeka.com, 2021:2). Ini sesuai dengan hasil pra-penelitian yang dilakukan peneliti kepada Owner Krisna Oleh-Oleh.

Berdasarkan hasil wawancara pra-riset tanggal 28 Februari 2021 pukul 15.23 peneliti lakukan kepada Gusti Ngurah Anom atau biasa dipanggil Ajik Krisna selaku Owner dari Krisna Oleh-Oleh mengatakan bahwa kondisi pandemi covid-19 seperti ini bukan hanya Bali, Indonesia saja tapi seluruh dunia pun juga mengalami kondisi terpuruk, apalagi dilihat dari Bali sendiri 80% perekonomiannya sangat bergantung pada sektor pariwisata, dan dengan dilihat pandemi ini sudah hampir satu tahun, yang paling terdampak adalah ekonominya, seperti yang kita liat. Pada saat masa pandemi

ini pariwisata sangat tertekan seperti yang kita tahu bahwa pariwisata butuh wisatawan yang ramai sedangkan berbanding terbalik dengan peraturan protokol kesehatan yang membutuhkan jaga jarak sesuai dengan aturan pemerintah.

Ini yang harusnya disadarkan tentang SOP protokol kesehatan yang harus dilakukan oleh seluruh masyarakat, karena berawal dari kesadaran diri sendiri seperti menjalankan protokol kesehatan 3M saya yakin bertahap kondisinya akan pulih kembali. Namun dari pandemi tahun 2019, 2020, sampai saat ini masih belum ada tanda-tanda pandemi berakhir bahkan penularan pandemi semakin tinggi di Bali. Pada bulan Januari 2021 diberlakukannya PSBB. Dan pada masa PSBB bisnis sektor pariwisata sangat terdampak termasuk Krisna Oleh-Oleh.

Syukurnya Krisna Oleh-Oleh sampai saat ini masih bisa bertahan dibandingkan dengan teman-teman lainnya yang sampai saat ini sudah tutup total atau *lockdown*. Namun seiring berjalannya waktu kondisi saat ini menjadi lebih baik, tetapi tetap dengan melakukan protokol kesehatan seperti pengunjung dibatasi, jaga jarak, dan otomatis karyawan jadi berkurang, disamping itu karena perekonomian pariwisatanya juga lumpuh mau tidak mau kita yang punya karyawan 2500 sekarang kondisi yang sudah lumayan membaik sudah diperkerjakan 1500 karyawan dan 1000 lainnya masih dirumahkan. Maka dari itu perlunya melakukan protokol kesehatan dari internal Krisna Oleh-Oleh untuk dapat mengembalikan perekonomian di bidang pariwisata. Kondisi juga semakin terpuruk dengan kebijakan Gubernur Bali terkait aturan kunjungan ke Bali.

Wayan Koster selaku Gubernur Bali menerbitkan Surat Edaran (SE) no 2021 tahun 2020 mengenai Pelaksanaan Kegiatan Masyarakat Selama Libur Hari Raya Natal dan menyambut Tahun 2021 dalam Tatanan Kehidupan Era Baru di Provinsi Bali. SE ini menjadi pemicu kegalauan masyarakat Bali melalui kebijakan yang dihadirkan guna penanggulangan penyebaran virus tersebut. Surat Edaran berisikan peraturan yang mengharuskan penunjukan hasil dari keterangan uji *Swab PCR* negatif paling lama 2 x 24 jam sebelum keberangkatan, serta mendata *e-HAC* Indonesia. Kondisi ini membuat wisatawan membutuhkan waktu 7 X 24 jam untuk mendapatkan hasil *Swab PCR* sehingga hal ini terlalu memberatkan bagi mereka. Disisi lain, Tidak semua klinik kesehatan mampu mengakomodir tuntutan tersebut (Khairunnisa, 2020),

Perjalanan menggunakan jalur perairan harus memperlihatkan hasil uji *rapid test* negatif paling lama 3 x 24 jam sebelum keberangkatan. Hadirnya peraturan membuat angka pengajuan pengembalian uang (*refund*) pada penyedia transportasi meningkat. Berdasarkan data, peningkatan pengajuan *refund* membuat kerugian hingga sepuluh kali lipat dibandingkan hari normal. Dengan kerugian mencapai Rp. 317 miliar dan berimbas pada perekonomian di seluruh Bali mencapai Rp. 967 miliar, Kondisi ini berlangsung sejak SE dikeluarkan hingga 8 Januari 2021 (Rhismawati, 2020:1).

Kondisi yang semakin buruk membuat Gubernur Bali melakukan perubahan surat edaran terkait kunjungan ke Bali. Perubahan dari SE Gubernur Bali Nomor 2021 Tahun 2020 menjadi Surat Edaran (SE) nomor 1 tahun 2021. SE terbaru mengumumkan persyaratan melalui jalur udara menuju Pulau Bali hari memperlihatkan RT-PCR negatif atau *rapid test* antigen yang berlaku paling lambat 7 x 24 jam sebelum keberangkatan dan mendata *e-HAC* Indonesia. Perubahan peraturan dari semula 3 x 24 memberikan dampak pada jumlah kunjungan wisatawan untuk datang ke Bali. Peringatan pengecekan yang dilakukan oleh Provinsi Bali membuat wisatawan mulai berdatangan namun tetap dengan menggunakan protokol kesehatan yang dianjurkan oleh pemerintah (Khairunnisa, 2021:1).

Perubahan peraturan memberikan peluang untuk kembalinya wisatawan berkunjung ke Bali. Protokol kesehatan masih harus terus dilakukan karena belum berakhirnya pandemi Covid-19. Pelaku bisnis perlu menjalankan protokol kesehatan yang berlaku bukan hanya untuk wisatawan namun juga bagi pelaku bisnisnya. Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) memohon kepada pemerintah agar dalam melakukan protokol kesehatan semakin ditekankan kepada pekerja atau masyarakat untuk mengurangi virus Covid-19. Protokol kesehatan dilakukan secara ketat sesuai dengan anjuran dari pemerintah dan menerapkan sistem kontrol setiap waktu kepada karyawannya yang difokuskan kepada pelaku bisnis (Audriene, 2021:1).

Upaya pencegahan penyebaran virus covid-19 perlu dilakukan apabila kondisi wisatawan mulai kembali meningkat. Protokol kesehatan harus dimulai oleh pelaku bisnis melalui karyawan atau pekerja yang terlibat di dalam aktivitasnya. Karyawan perlu mengenakan masker, menjaga jarak dan juga mencuci tangan secara berkala. Peraturan mengenai operasional untuk mencegah kerumunan dilingkungan bisnis

menjadi perhatian bagi para pelaku bisnis. Karyawan diharuskan mandi dan cuci atau membuang masker setelah pulang dari tempat kerja (covid19.go.id, 2020:1).

Persiapan penanggulangan penyebaran virus covid-19 ini dilakukan oleh objek dalam penelitian ini yaitu Krisna Oleh-Oleh. Perusahaan ini melakukan persiapan dengan ketat untuk protokol kesehatan dengan melakukan komunikasi internal pada karyawannya. Komunikasi internal ini perlu dilakukan untuk penyampaian persepsi dalam penanggulangan penyebaran virus dilingkungan bisnis. Penyamaan persepsi juga digunakan untuk menerapkan standar operasional prosedur (SOP) dalam menegakkan protokol kesehatan. Hal ini menjadi perhatian dari pihak Krisna Oleh-Oleh untuk segera dilakukan.

Krisna Oleh-Oleh telah menyediakan tempat cuci tangan yang dapat digunakan wisatawan sebelum masuk ke area belanja. Penggunaan *thermogun* untuk memastikan suhu tubuh yang ideal untuk memasuki *outlet*. Pengaturan lalu lintas konsumen selama beraktivitas di lokasi menjadi perhatian. Pemastian jarak aman diatur mulai dari jalur pembayaran, masuk dan keluar area lokasi. Standarisasi jarak untuk karyawan Krisna Oleh-Oleh dalam melakukan kontak antar karyawan menjadi perhatian. Jadwal cek rutin kondisi karyawan dilakukan secara berkala karena sering kontakannya mereka dengan wisatawan yang bergantian hadir dilokasi, seperti gambar 1.1 dibawah ini menunjukkan protokol kesehatan yang dilakukan Krisna Oleh-Oleh.



Gambar 1. 1 Standar Protokol Kesehatan Krisna Oleh-Oleh

(krisnaoleholehbal, 2020)

Untuk mendapatkan data penelitian, peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif. Peneliti akan menggunakan wawancara mendalam pada pemilik dan manajemen Krisna Oleh-Oleh sebagai informan utama. Dalam penelitian ini informan

utamanya adalah mereka yang bertanggung jawab dalam penyampaian sosialisasi protokol kesehatan selama pandemik covid. Peneliti akan melakukan wawancara pada karyawan Krisna Oleh-Oleh sebagai informan pendukung untuk mengkonfirmasi apakah komunikasi internal dapat terlaksana dengan baik atau tidak. Peneliti juga akan menghadirkan pakar komunikasi organisasi sebagai informan ahli dari pihak akademisi.

State of art diperlukan untuk menghindari kesamaan penelitian dan menghindari *plagiarism*. Peneliti melakukan telaah pustaka melalui kata kunci komunikasi, komunikasi internal, penyuluhan, Covid-19, bisnis, dan pariwisata untuk diterapkan dalam mesin pencarian. Peneliti mendapatkan hasil telaah dari penelitian terdahulu pada tahun 2018 yang berjudul “*Pengaruh Komunikasi Internal dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja TVRI Jawa Timur*”. Penelitian ini menjadi referensi bagi peneliti dan menjadi jurnal rujukan dalam proses penyelidikan. Persamaan penelitian terletak pada penggunaan metode penelitian kualitatif dan pada konteks komunikasi internal. Kebaruan dari penelitian ini adalah melihat komunikasi internal dari bisnis pariwisata dikarenakan adanya pandemik covid-19 yang membutuhkan sosialisasi penyuluhannya.

Konteks penelitian ini merupakan proses komunikasi pada internal Krisna Oleh-Oleh. Komunikasi internal pada di Krisna Oleh-Oleh menjadi objek dalam penelitian ini. Penelitian ini akan melihat dari sudut pandang komunikator ketika melakukan proses komunikasi. Proses komunikasi akan dilihat mulai dari proses komunikator menyampaikan pesan, penggunaan proses transformasi pesan, pesan yang berisi informasi ,sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan, proses dimana karyawan sebagai penerima pesan, reaksi yang ditimbulkan oleh karyawan dan umpan balik yang telah diberikan kepada penyampai pesan. Dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Proses Komunikasi Internal Krisna Oleh-Oleh Dalam Penyuluhan Protokol Kesehatan Covid-19”

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus kepada bagaimana proses komunikasi internal pada Krisna Oleh-Oleh dalam penyuluhan protokol kesehatan Covid-19.

1.3 Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka rumusan masalahnya yaitu:

1. Bagaimana komunikasi internal yang dilakukan Krisna Oleh-Oleh dalam mengkomunikasikan protokol kesehatan selama pandemi Covid-19?
2. Bagaimana komunikasi internal dapat diterima oleh karyawan Krisna Oleh-Oleh terkait komunikasi protokol kesehatan selama pandemi Covid 19?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan penelitian ini, adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana komunikasi internal yang dilakukan Krisna Oleh-Oleh dalam mengkomunikasikan protokol kesehatan di era pandemi Covid-19
2. Untuk mengetahui komunikasi internal dapat diterima oleh karyawan Krisna Oleh-Oleh terkait komunikasi protokol kesehatan selama pandemi Covid-19

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

- Memberikan gagasan untuk memperluas pengetahuan Ilmu Komunikasi serta dapat menambah literatur ilmiah yang berhubungan dengan komunikasi internal dalam perusahaan dibidang pariwisata dimasa pandemi Covid-19
- Menjadi bahan rujukan dan referensi dalam melakukan pengajaran maupun penelitian pada komunikasi internal

1.5.2 Manfaat Praktis

- Bagi peneliti, penelitian ini memberikan pengetahuan serta gambaran lebih jauh dan mendalam sehubungan dengan komunikasi internal Krisna Oleh-Oleh dalam meningkatkan pariwisata di Bali pada era pandemi Covid-19

- Bagi pemilik usaha, penelitian ini dapat dijadikan pedoman dan diterapkan dalam penyampaian komunikasi internal mengenai penyuluhan protokol kesehatan di masa pandemi Covid-19.

1.6 Waktu dan Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam rentangan waktu bulan Maret hingga Desember 2021. Berikut merupakan tabel 1.2 periode penelitian

Tabel 1. 2 Periode Penelitian

No	Keterangan	Bulan								
		Feb 2021	Mar 2021	Apr 2021	Mei 2021	Sep 2021	Okt 2021	Nov 2021	Des 2021	Jan 2021
1	Mencari topik dan informasi awal hal yang ingin dibahas									
2	Pencarian data dan informasi untuk penelitian									
3	Penyusunan proposal skripsi									
4	Desk Evaluation									
5	Revisi seminar proposal									
6	Pengumpulan data, menyusun hasil dan pembahasan penelitian									
7	Penarikan kesimpulan dan saran penelitian									
8	Sidang skripsi									
9	Revisi skripsi									