

BAB 2

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Geografi Pariwisata

Menurut Ikatan Geografi atau IGI (1988) bahwa geografi adalah ilmu yang mempelajari persamaan, dan perbedaan fenomena geosfer dengan sudut pandang kewilayahan, dan lingkungan konteks keruangan (Maryani, 2019). Geografi pariwisata lebih mengedepankan adanya perpaduan antara fisik dan manusia yang dapat memunculkan daya tarik secara afektif, kreatif, imajinatif, edukasi dan religius. Dengan demikian yang menjadi salah satu ciri dalam studi geografi pariwisata adalah lokasi, *site* atau *situation* suatu objek terdapatnya relasi antar objek dengan manusia dalam suatu *region* maupun dengan *region* lainnya. Hal ini menggambarkan keunikan dan kekhasan studi geografi.

Geografi pariwisata termasuk kedalam geografi sistematis sebagai ekspresi keruangan dari kepariwisataan (Maryani, 2019). Leszezyeky (1976) dalam (Maryani, 2019) menyatakan bahwa geografi pariwisata adalah suatu kegiatan mengadakan kajian tentang lingkungan fisik yang bernilai bagi perkembangan rekreasi dan perjalanan wisata, mengkaji tentang aspek-aspek manusia yang bernilai untuk rekreasi dan suatu perjalanan wisata, serta mengkaji mengenai permasalahan sosial dan ekonomi yang ditimbulkan oleh adanya objek wisata dan perjalanan wisata. Geografi pariwisata adalah studi yang menganalisis dan mendeskripsikan berbagai fenomena sosiografis (unsur-unsur lingkungan manusia atau sosial dan budayanya) yang memiliki keunikan. Keindahan dan nilai, menarik untuk dikunjungi sehingga berkembang menjadi destinasi wisata (Arjana, 2019).

2.1.2 Geografi Budaya

Geografi budaya (*culture geographie*) merupakan ilmu pengetahuan yang mempelajari persebaran dan karagaman kerja budaya

manusia yang telah menentukan aspek-aspek dan inti lanskap. Budaya yaitu dengan memperhatikan unsur-unsur kerohanian (menyelidiki organisasi keagamaan), ekonomi, politik dan sosial. Menurut Hassienger (Suharyono dan Moch Amien. 1994: 108) dalam (Warsito, 2015) geografi budaya meliputi kerapatan mobilitas penduduk, perumahan penduduk, dan bentuk-bentuk lahan yang dipakai sebagai kebutuhan primer (sebagai pencakupan kebutuhan hidup sehari-hari).

Mengembangkan faham *possibilisme*, yaitu dengan melihat alam sebagai suatu pemberian kemungkinan-kemungkinan, sedangkan manusia dengan kebudayaannya yaitu untuk membuat pilihan dan menghasilkan corak kehidupan yang berbeda-beda di permukaan bumi. Bahwa geografi budaya merupakan ilmu pengetahuan yang mempelajari lokasi dan persebaran keragaman sikap, nilai, keyakinan, dan perilaku yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya oleh sekelompok manusia yang ditentukan oleh aspek-aspek dan inti lanskap atau lingkungannya.

2.1.3 Geografi Sosial

Geografi sosial menjadi salah satu ilmu sosial yang memandang manusia objek yang akan ditelaahnya, yang berarti menempatkan manusia menjadi pusat telaahnya. Bahwa dalam kajian geografi sosial merupakan suatu identifikasi daerah (*region*) yang berdasarkan himpunan gejala sosial dalam hubungannya dengan lingkungan secara keseluruhan. Penekannya terletak pada gagasan karakteristik unik masing-masing wilayah hasil eksplorasi manusia setempat. Dikatakannya geografi sosial adanya hubungan dan pengaruh timbal balik antara penduduk dengan keadaan alam demi kemakmuran dan kesejahteraan sehingga terdapat aspek keruangan dari karakteristik penduduk, sosial, unsur kebudayaan dan kemasyarakatan (Banowati, 2018).

Geografi memiliki peranan baik sebagai ilmu maupun alat untuk memecahkan masalah manusia. Peranan geografi tersebut selain mampu

memecahkan masalah manusia, ilmu geografi digunakan sebagai alat untuk membantu dan membuat suatu keputusan dan kebijakan dari konsep-konsep geografi sehingga dapat dimanfaatkan bagi kehidupan manusia.

Sebagai salah satu ilmu sosial, geografi tidak dapat berdiri sendiri dalam menjalankan keilmuan maupun untuk menyelesaikan terutama menyelesaikan masalah sosial. Untuk memecahkan masalah-masalah sosial manusia geografi sosial membutuhkan dari sisi ilmu-ilmu lain, antara ilmu sosial sering digunakan bersama-sama. Misalnya terjadinya bencana alam pada suatu daerah, tidak bisa hanya diselesaikan dari satu bidang saja, bahkan dari agama dan ilmu alam maupun humaniora sangat dibutuhkan untuk membantu dalam menyelesaikan suatu permasalahan tersebut (Supardi, 2015).

2.1.4 Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta *pari* yaitu sempurna, lengkap, tertinggi, *wisata* yaitu perjalanan, sehingga pariwisata berarti perjalanan yang lengkap atau sempurna (Arjana, 2019). Dalam Kepariwisataan Indonesia tertuang dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan Republik Indonesia. Pariwisata merupakan macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Pariwisata telah menjadi kebutuhan bagi manusia mengingat banyaknya aktivitas yang dijalani membuat manusia jenuh sehingga ingin mencari tempat yang dapat menyegarkan pikiran yang tentunya dengan suasana yang berbeda dari daerah asalnya.

Pariwisata merupakan sektor yang menjadi andalan untuk tahun-tahun mendatang dan juga persiapan yang dapat dilakukan untuk aktivitas (Maryani, 2019). Jadi secara umum pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Adapun wisatawan menurut definisi Internasional sebagai berikut:

- 1) *Visitor* atau pengunjung adalah seseorang yang melakukan perjalanan ke suatu negara yang bukan tempat negara mereka tinggal, karena suatu alasan yang bukan pekerjaan sehari-hari.
- 2) *Tourism* atau wisatawan adalah pengunjung yang tinggal sementara di suatu tempat paling sedikit 24 jam di negara yang dikunjungi dengan motivasi dalam perjalanan yang tentunya berhubungan dengan berlibur, berdagang dan kunjungan keluarga.
- 3) *Excursionis* atau pelancong adalah pengunjung sementara di suatu negara tanpa menginap.

2.1.5 Jenis-jenis Pariwisata

Menurut Dirjen Pariwisata (1980) dalam (Arjana, 2019) mengemukakan berbagai jenis pariwisata dilihat dari berbagai aspek, sesuai sifat dan dimensi pariwisata sebagai berikut:

- 1) Jenis Pariwisata Menurut Letak
 - a) Pariwisata lokal (*local tourism*), perjalanan wisata jarak dekat seperti piknik keluar kota atau tempat wisata yang dapat ditempuh beberapa jam dengan kendaraan mobil.
 - b) Pariwisata nasional (*national tourism/domestic tourism*) adalah dinamika perjalanan wisata dalam suatu negara.
 - c) Pariwisata mancanegara (*world tourism/foreign tourism*) meliputi wisatawan yang masuk dari luar negeri (*inbound tourism*) dan wisatawan yang berwisata ke luar negeri (*outgoing tourism*).
- 2) Jenis Pariwisata Menurut Dampak pada Devisa
 - a) Pariwisata aktif (*in tourism*), wisatawan yang masuk ke suatu negara. Jenis ini dikembangkan untuk meraup devisa.
 - b) Pariwisata pasif (*outgoing tourism*), warga negara sendiri sebagai wisatawan melakukan perjalanan ke luar negeri. Jenis ini tidak dikembangkan atau tidak dikampanyekan. Jika kondisi ekonomi ditandai dengan *income* per kapita yang baik tentu memiliki kemampuan sebagai wisatawan ke luar negeri.

- 3) Jenis Pariwisata Menurut Waktu Kunjungan
 - a) Pariwisata musiman (*seasonal tourism*), seperti wisata musim dingin yang bersalju, wisata musim panas untuk mandi matahari atau wisata musim petik buah dan sebagainya.
 - b) Pariwisata okasional (*occasional tourism*), orang-orang melakukan perjalanan wisata karena adanya daya tarik penyelenggaraan suatu kegiatan (*event*) tertentu atau pariwisata/kejadian (*occasion*) tertentu.
- 4) Jenis Pariwisata Menurut Tujuan
 - a) Pariwisata bisnis (*business tourism*), perjalanan yang bertujuan menyelesaikan urusan bisnis seperti melakukan *meeting* pameran atau *expo* dan lain-lain.
 - b) Pariwisata liburan (*vacancy tourism*).
 - c) Pariwisata pendidikan (*educarional tourism*) seperti *study tour* atau widya wisata.
 - d) Pariwisata spiritual atau keagamaan (*pilgrim tourism*).
- 5) Jenis Pariwisata Menurut Jumlah Wisatawan
 - a) Pariwisata individual (*individual tourism*), seperti wisatawan yang menggendong ransel (*backpacker*).
 - b) Pariwisata berombongan (*group tourism*), seperti dilakukan oleh rombongan pelajar, karyawan melalui biro perjalanan dan agen perjalanan.
- 6) Jenis Pariwisata Menurut Biaya
 - a) Pariwisata mewah (*deluxe tourism*) fasilitas transportasi berupa pesawat dan kapal pesiar, biaya akomodasi yang dibayar dengan biaya tinggi pada hotel-hotel berbintang empat, lima atau lima berlian.
 - b) Pariwisata yang berbiaya sedang (*middle class tourism*).
 - c) Pariwisata berbiaya murah (*sosial tourism*), jenis ini memang memilih alternatif transportasi dan akomodasi yang serba murah tetapi aman dan sehat dan tujuan wisata tercapai.

7) Jenis Pariwisata Menurut Obyek Wisata

- a) Pariwisata budaya (*cultural tourism*), merupakan jenis pariwisata yang menonjolkan atraksi-atraksi budaya yang unik dan menarik telah menjadi ikon pariwisata suatu daerah.
- b) Pariwisata kesehatan (*reccuperational tourism*), seperti mandi susu di Eropa, mandi kopi di Jepang, mandi air panas di beberapa tempat Indonesia.
- c) Pariwisata perdagangan (*commercial tourism*), jenis ini berkembang seiring terbukanya era perdagangan bebas (*free trade area*) yang ditandai dengan makin banyaknya *event* menyangkut promosi dan pertemuan-pertemuan seperti kegiatan perdagangan sehingga menimbulkan kegiatan pariwisata yang dinamis.
- d) Pariwisata olahraga (*sport tourism*), jenis pariwisata yang satu ini mampu menyedot pengunjung *event* olahraga tertentu seperti Olimpiade, pesta olahraga regional, *Sea Games*, *Asian Games*, serta kejuaraan dunia sepak bola tentunya yang paling akbar. Disamping itu ada kejuaraan tinju profesional, kejuaraan tenis, bulu tangkis dan sebagainya.
- e) Pariwisata politik (*political tourism*), seperti parade tanggal 1 Mei di Beijing memperingati hari buruh dan Parade tanggal 1 Oktober di Rusia memperingati Revolusi *Bolsjevic*.
- f) Pariwisata spiritual/keagamaan (*pilgrim tourism*) seperti perjalanan perjalanan naik haji ke Mekkah bagi umat Islam, mengunjungi Betlehem atau Israel bagi umat Kristen dan berkunjung dan mandi-mandi di sungai Gangga India bagi umat Hindu dan wisatawan mancanegara mengunjungi Borobudur bagi umat Budha. Di Larantuka Flores Timur setiap perayaan paskah yang dikenal sebagai Jumat Agung sejak beberapa tahun terakhir telah menarik banyak wisatawan untuk berkunjung ke daerah ini. Pariwisata ini terkait dengan perjalanan yang bertujuan untuk melakukan

peribadatan atau pemujaan terhadap tuhan sebagai acara keagamaan.

- g) Pariwisata alam (*natural tourism*). Adalah obyek wisata yang menyuguhkan atraksi asli dari alam atau lingkungan pulau, pegunungan, laut, pantai, kekayaan fauna dan flora.
- h) Pariwisata syariah
Wisata syariah tidak berbeda dengan rekreasi jenis lainnya. Yang membedakannya yaitu produk serta sasaran pendukungnya seperti hotel dan restoran tidak bertentangan dengan syariah.
- i) Wisata laut/pantai yang dikembangkan
Kreativitas berbagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa wisata sehingga ekspansi bisnisnya merambah berbagai kegiatan yang atraktif dan eksotik. Semua jenis aktivitas yang dikembangkan tetap berbasis pada keindahan dan keunggulan yang ada pada media pasir pantai dan laut yang lengkap dengan segala peralatan yang dimanfaatkan.
- j) Wisata ruang angkasa sebagai wisata masa depan
Wujud dari obyek wisata ruang angkasa yang dirilis oleh media laboratorium antariksa adalah berupa hotel melayang.

2.1.6 Komponen Pariwisata

Komponen pariwisata menurut (Arjana, 2019) ada empat, diantaranya:

1) Wisatawan (*Tourist*)

Wisatawan merupakan orang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan atau berwisata yang memiliki tujuan tertentu dalam melakukan suatu perjalanan.

2) Sarana wisata

Sarana diartikan sebagai alat, yang wujudnya adalah hasil dari rekayasa manusia untuk menunjang atau memudahkan manusia dalam meraih tujuan yang akan dicapainya. Seperti sarana moda transportasi,

sarana restoran, sarana obyek wisata, sarana teknologi informasi dan komunikasi, antara sarana kepabeanan, keimigrasian dan karantina.

3) Daya tarik wisata

Daya tarik wisata pada suatu daerah ataupun suatu negara ditimbulkan oleh unsur-unsur geografi yang timbul karena proses alami dan budayawi. Seperti adanya daya tarik wisata budaya, daya tarik wisata buatan, dan daya tarik wisata yang ditimbulkan oleh *event* atau peristiwa tertentu. Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

4) Jasa wisata

Usaha jasa wisata yang dapat menggerakkan ekonomi masyarakat sangat beragam baik langsung maupun tidak langsung. Keterlibatan pelaku penjual jasa akan muncul sebuah peluang mendapatkan penghasilan dan bisa menjadi mata pencaharian.

2.1.7 Sarana dan Prasarana Pariwisata

Sarana adalah segala sesuatu yang melengkapi dan bertujuan untuk memudahkan proses kegiatan pariwisata dapat berjalan lancar (Ghani, 2017). Prasarana (*infrastructure*) adalah segala segala fasilitas yang dapat memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan untuk sementara waktu ke tempat atau daerah yang sama sekali masih asing baginya.

Menurut Yoeti, 2012 dalam (Ghani, 2017). Beberapa hal yang harus diketahui wisatawan sebelum melakukan perjalanan wisata antara lain:

- 1) Fasilitas transportasi yang akan membawanya ke daerah tujuan wisata yang ingin dikunjunginya.
- 2) Fasilitas akomodasi, yang merupakan tempat tinggal sementara di tempat atau di daerah tujuan yang akan dikunjunginya.
- 3) Fasilitas *catering service*, yang dapat memberikan pelayanan mengenai makanan dan minuman sesuai dengan selera masing-masing.
- 4) Objek dan atraksi wisata yang ada di daerah tujuan yang akan dikunjunginya.
- 5) Aktivitas rekreasi yang dapat dilakukan di tempat yang akan dikunjungi tersebut.
- 6) Fasilitas perbelanjaan, dimana dapat membeli barang-barang pada umumnya ada souvenir pada khususnya.
- 7) Tempat atau toko, dimana dapat membeli atau reparansi kamera dan mencuci serta mencetak film hasil pemotretannya.

2.1.8 Kajian Sapta Pesona Pariwisata

Pengertian sapta pesona berdasarkan keputusan Menteri Pariwisata Nomor KM.5/UM.209/MPPT-89 dalam (Rahmawati & Hakim, 2017) adalah kondisi yang harus diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah dalam mengembangkan suatu objek wisata. Sapta pesona terdiri dari unsur yaitu:

- 1) Aman

Lokasi yang aman, tenang dan tidak menakutkan akan membuat daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu lokasi wisata.

- 2) Tertib

Kondisi lokasi wisata yang tertib merupakan salah satu hal yang diinginkan atau disukai oleh wisatawan, kondisi tersebut dapat tercermin dari suasana yang teratur, rapi dan lancar dan menunjukkan disiplin yang tinggi dalam segi kehidupan masyarakat.

- 3) Bersih

Suatu kondisi lingkungan serta kualitas produk dan pelayanan di destinasi pariwisata yang mencerminkan keadaan yang sehat dan higienis.

4) Sejuk

Kondisi lingkungan yang hijau, segar dan rapih dapat memberi kesan sejuk, nyaman, tentram, kesejukan tersebut bukan hanya terletak diluar ruangan saja tapi juga di dalam ruangan.

5) Indah

Indah dapat dilihat dari berbagai segi, seperti dari segi tata warna, letak, bentuk maupun gaya dan gerak yang serasi dan selaras dan memberi kesan yang enak dipandang.

6) Ramah Tamah

Ramah tamah adalah suatu bentuk sikap dari seseorang yang menunjukkan kesopanan, keakraban, murah senyum dan dapat menarik hati.

7) Kenangan

Kenangan adalah kesan yang melekat kuat pada seseorang atau pengunjung yang disebabkan oleh pengalaman yang diperolehnya.

2.1.9 Syarat-syarat dalam Pengembangan Pariwisata

Menurut Cooper dkk (1995:81) dalam (Setiawan, 2015) bahwa terdapat konsep 3A. Konsep ini merupakan suatu aspek utama yang harus dipenuhi oleh pariwisata yang meliputi:

1) *Attraction*

Merupakan atraksi segala sesuat yang dapat dipertunjukkan di suatu objek wisata dengan daya tariknya sendiri. Atraksi tersebut merupakan utama yang berkaitan dengan apa yang dilihat dan apa yang dilakukan pada suatu objek pariwisata baik itu berupa daya tarik alam, daya tarik buatan dan daya tarik budaya.

2) *Accessibility*

Aksesibilitas merupakan faktor-faktor yang mendukung dalam kemudahan wisatawan untuk mencapai destinasi. Aksesibilitas merupakan sarana dan prasaran yang dapat mendukung adanya pariwisata sebagai suatu akses yang dapat menempuh kawasan wisata.

Sarana dan prasarana tersebut meliputi jalan, sarana transportasi dan sebagainya untuk menuju tempat wisata.

3) *Amenity*

Amenity adalah sumber daya yang khusus dibuat karena dibutuhkan oleh wisatawan pada aktivitasnya di suatu destinasi pariwisata. Amenitas berkaitan dengan sarana yang dapat mendukung dalam kegiatan wisata seperti restoran, warung makan dan minum, toilet, *rest area*, tempat parkir dan tempat ibadah.

Dalam pengembangan wisata tidak hanya sekedar untuk mengembangkan saja akan tetapi harus ada beberapa persyaratan yang harus diperhatikan dalam melakukan pengembangan suatu objek pariwisata (Yoeti, 2008).

Syarat-syarat pengembangan wisata dibagi menjadi beberapa diantaranya:

- 1) *Something to see?* Artinya tempat tersebut harus ada objek wisata yang dapat ditampilkan dan dapat dilihat oleh wisatawan dari atraksi wisata yang berbeda dengan daerah lain.
- 2) *Something to do?* Artinya tempat tersebut dari apa yang dilihat sehingga disaksikan harus ada fasilitas rekreasi yang dapat dilakukan oleh wisatawan agar wisatawan juga dapat lebih lama di daerah tersebut
- 3) *Something to buy?* Artinya di tempat tersebut harus terdapat fasilitas dan aktivitas berbelanja yang dapat dibeli oleh wisata terutama souvenir-souvenir dan ciri khas di masyarakat sekitar.
- 4) *Something to eat?* Artinya tempat tersebut harus tersedia apa yang dapat di beli atau dapat dimakan dengan kata lain yaitu harus tersedia makanan yang bersih dan bergizi, sehingga untuk pemenuhan kebutuhan waktu untuk melakukan kegiatan di daerah objek wisata tersebut.

2.1.10 Publikasi dan Promosi

Salah satu faktor penting yang menjadikan suatu kawasan atau produk wisata semakin berkembang adalah dengan adanya publikasi dan promosi. Melalui publikasi dan promosi, suatu objek wisata mampu menarik pengunjung atau wisatawan untuk mendatangi obyek wisata tersebut. Publikasi ditujukan kepada pembeli potensi yang belum diketahui, sedangkan promosi yaitu ditujukan kepada pembeli yang telah diketahui identitasnya, menurut (Yoeti, 2008) tujuan dari publikasi dan promosi antara lain:

- 1) Memperkenalkan jasa-jasa produk yang dapat dihasilkan suatu industri pariwisata seluas mungkin.
- 2) Memberi suatu daya tarik dengan harapan agar orang akan banyak untuk berkunjung.
- 3) Menyampaikan pendapat menarik dan jujur untuk menciptakan suatu harapan yang tinggi.

Dalam suatu kegiatan promosi dan publikasi harus mempertimbangkan berbagai hal yang diantaranya harus membuat anggaran (*budget*) sebagai pedoman yang menjadi pengarah dalam kegiatan operasional terutama dalam bidang distribusi pengeluaran terhadap unsur-unsur terpadu. Terdapat unsur-unsur diantaranya:

- 1) Dalam Bidang Promosi
 - a) *Advertensi*, maksud tujuannya adalah untuk memberitahu pembeli mengenai potensi yang belum dikenal. Jenisnya yaitu seperti majalah, jurnal radio dan TV, *slide* dan film poster, *window display*, dan *tracle press*.
 - b) *Direct mailing*. Pengiriman dapat dilakukan pada suatu alamat yang terpilih dapat berupa pembeli potensial yang dikenal ataupun tidak. Jenisnya yaitu antara lain surat menyurat, *brochures* dan *catalogues*.
 - c) *Publicity items*, person dapat disampaikan secara seleksi pada perananata yang banyak mengetahui pembeli potensial sedangkan *brochures* hanya diberikan kepada langganan yang

mempunyai minat saja. Jenisnya yaitu *brochures*, majalah rumah tangga, dan barang-barang *souvenirs*.

2) Dalam Bidang Publikasi

- a) *Promotional events*, pesan yang disampaikan melalui *hospitality* dengan tujuan untuk dapat menciptakan opini publik. Jenis yaitu promosi di tempat-tempat penjualan, mengundang kelompok-kelompok tertentu untuk dalam suatu *tour* tertentu, kegiatan tertentu yaitu seperti bazar dan festival.
- b) *Kegiatan media*, pesan yang disampaikan yaitu melalui media masa yang sudah punya reputasi baik untuk menyebar lukisan dan menawarkan kepada konsumen yang tidak dikenal. Jenisnya yaitu *press releases*, *pressonference*, *clipping* dan *photo servives*.
- c) *Public realitas*, pesan disampaikan berdasarkan *personal persuasion* yaitu yang bertujuan untuk mengenal individu-individu. Jenisnya antara lain kontak-kontak pribadi (perantara masa-media dan pembaca, mengundang *travel writer* dan wartawan luar negeri) dan *personal gift*.

2.1.11 Karakteristik Masyarakat Adat

Karakteristik adalah merupakan ciri-ciri, sifat-sifat, maupun semua keterangan pada elemen ataupun hal apa saja yang dimiliki elemen. Masyarakat adalah kelompok manusia terbesar yang mempunyai kebiasaan, tradisi, sikap dan perasaan persatuan yang sama (Warsito, 2015). Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa karakteristik masyarakat merupakan ciri-ciri atau semua keterangan mengenai kebiasaan, tradisi, sikap dan perasaan persatuan dari kelompok manusia.

Menurut (Arizona, 2010) menjelaskan beberapa karakteristik masyarakat adat dalam Undang-undang Republik Indonesia sebagai berikut:

- 1) Undang-undang Pemerintah Daerah No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah bahwa kesatuan masyarakat hukum adat memenuhi yaitu:
 - a) Sepanjang masih hidup
 - b) Sesuai dengan perkembangan masyarakat
 - c) Sesuai dengan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia
 - d) Diatur dalam undang-undang
- 2) Undang-undang No. 41 Tahun 1999 tentang Kehutanan yaitu:
 - a) Masyarakatnya masih dalam bentuk paguyuban (*rechsgemeenschap*)
 - b) Ada kelembagaan dalam bentuk perangkat penguasa adat
 - c) Ada wilayah hukum adat yang jelas
 - d) Ada pranata hukum, khususnya peradilan adat, yang masih ditaati
 - e) Masih memanfaatkan hasil hutan di wilayah hutan sekitarnya untuk pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari
- 3) Undang-undang Nomor 7 Tahun 2004 tentang Sumber Daya Air bahwa masyarakat adat adalah sekelompok orang yang terikat oleh tatanan hukum adatnya sebagai warga bersama suatu persekutuan hukum adat yang didasarkan atas kesamaan tempat tinggal atau atas dasar keturunan.

2.1.12 Pandemi Covid-19

Pandemi *Covid-19* adalah peristiwa menyebarnya virus *Corona 2019* (*Corona Virus Disease 2019*, singkatan dari *Covid-19*) di seluruh dunia. Penyakit ini disebabkan oleh virus *Corona* jenis baru yang diberi nama SARS-CoV-2. Virus ini dapat ditularkan dari manusia ke manusia dan telah menyebar secara luas di China dan lebih dari 190 negara dan teritori lainnya. Wabah *Covid-19* pertama kali dideteksi di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok pada tanggal 1 Desember 2019, dan ditetapkan sebagai pandemi oleh Organisasi Kesehatan

Dunia (WHO) pada tanggal 11 Maret 2020. Hingga tanggal 17 September 2020, lebih dari 29.864.555 orang kasus telah dilaporkan lebih dari 210 negara dan wilayah seluruh dunia, mengakibatkan lebih dari 940.651 orang meninggal dunia dan lebih dari 20.317.519 orang sembuh.

Penyebaran virus *Covid-19* dari manusia ke manusia menjadi sumber transmisi utama sehingga penyebarannya lebih agresif. Transmisi virus *Covid-19* dari pasien simtomatik melalui *droplet* (percikan pernafasan) yang keluar saat batuk atau bersin. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa virus *Covid-19* dapat viabel pada aerosol (dihasilkan melalui *nebulizer*) selama 3 jam. WHO memperkirakan *reproductive number* (R_0) *Covid-19* sebesar 1,4 hingga 2,5, Namun, studi lain memperkirakan R_0 sebesar 3,28 (Susilo et al., 2020).

Terkait pandemi *Covid-19* di Indonesia, pandemi *Covid-19* ditetapkan sebagai bencana nasional. Penetapan itu dinyatakan melalui Keputusan Presiden (Kepres) Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan Bencana Non-Alam Penyebaran *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)* Sebagai Bencana Nasional (Wibowo, 2020).

2.1.13 Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB)

Adaptasi merupakan suatu upaya penyesuaian pribadi terhadap lingkungannya, penyesuaian ini dapat merubah diri pribadi dengan keadaan dan lingkungan yang ada. Berkaitan dengan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) pada masa pandemi *Covid-19* atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah *New Normal*, Presiden RI Bapak Ir. Joko Widodo dalam pidato resminya di Istana Merdeka (15 Mei 2020) menyatakan bahwa, “Kehidupan kita sudah pasti berubah untuk mengatasi risiko wabah ini. Itu keniscayaan. Itulah yang oleh banyak orang disebut sebagai *New Normal* atau tatanan kehidupan baru”. Kemudian, istilah *New Normal* dinarasikan menjadi Adaptasi

Kebiasaan Baru (AKB) yang mempunyai maksud agar kita bisa bekerja, belajar, dan beraktivitas dengan produktif di masa pandemi *Covid-19* (Irawati, 2020).

Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) merupakan tatanan hidup baru selama masa pandemi *Covid-19* guna untuk mempertahankan kesejahteraan masyarakat Indonesia dengan tetap untuk berpatokan pada protokol kesehatan (Handayani et al., 2020). Pemerintah menerapkan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) agar aspek kesehatan sosial dan ekonomi dapat berjalan beriringan dan saling mendukung sehingga tetap mempertahankan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Selain itu, tujuan dari Adaptasi Kebiasaan Baru ini adalah supaya masyarakat tetap produktif dan aman dari *Covid-19* di masa pandemi (Irawati, 2020).

2.1.14 Gerakan 3M (Memakai Masker, Mencuci Tangan, dan Menjaga Jarak)

Masyarakat memiliki peran penting dalam memutus mata rantai penularan *Covid-19* supaya tidak menimbulkan sumber penularan baru atau *cluster* baru pada tempat-tempat dimana terjadinya pergerakan dan berkumpulnya banyak orang serta interaksi antar manusia. Masyarakat harus dapat beraktivitas kembali dalam situasi pandemi *Covid-19* dengan beradaptasi pada kebiasaan baru yang lebih sehat, lebih bersih, dan lebih taat. Dimana hal ini dilaksanakan oleh seluruh komponen yang ada di masyarakat serta memberdayakan semua sumber daya yang ada.

Peran masyarakat untuk dapat memutus mata rantai penularan *Covid-19* (risiko tertular dan menularkan) harus dilakukan dengan menerapkan protokol kesehatan. Penerapan protokol kesehatan dijalankan oleh seluruh masyarakat dengan berpedoman pada regulasi pemerintah dalam hal ini Menteri Kesehatan Republik Indonesia

dengan Gerakan 3M (Memakai masker, Mencuci tangan, dan Menjaga jarak) (KEMENKES, 2020).

- 1) Menggunakan alat pelindung diri berupa masker yang menutupi hidung dan mulut hingga dagu, jika harus keluar rumah atau berinteraksi dengan orang lain yang tidak diketahui status kesehatannya (yang mungkin dapat menularkan *Covid-19*). Apabila menggunakan masker kain, sebaiknya gunakan masker kain 3 lapis.
- 2) Membersihkan tangan secara teratur dengan cuci tangan pakai sabun dengan air mengalir atau menggunakan cairan antiseptik berbasis alkohol dan *handsanitizer*. Selalu menghindari menyentuh mata, hidung, dan mulut dengan tangan yang tidak bersih (yang mungkin terkontaminasi *droplet* yang mengandung virus).
- 3) Menjaga jarak minimal 1 meter dengan orang lain untuk menghindari terkena *droplet* dari orang yang bicara, batuk, atau bersin, serta menghindari kerumunan, keramaian, dan berdesakan. Jika tidak memungkinkan melakukan jaga jarak maka dapat dilakukan berbagai rekayasa administrasi dan teknis lainnya. Rekayasa administrasi dapat berupa pembatasan jumlah orang, pengaturan jadwal, dan sebagainya. Sedangkan rekayasa teknis antara lain dapat berupa pembuatan partisi, pengaturan jalur masuk dan keluar, dan lain sebagainya.

Selain Gerakan 3M di atas, terdapat juga pedoman dari Pemerintah untuk meningkatkan daya tahan tubuh dengan menerapkan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) seperti mengonsumsi gizi seimbang, aktivitas fisik minimal 30 menit sehari dan istirahat yang cukup (minimal 7 jam), serta menghindari faktor risiko penyakit. Orang yang memiliki penyakit penyerta atau dalam kondisi rentan penyakit seperti diabetes, hipertensi, gangguan paru, gangguan jantung, gangguan ginjal, kondisi *immunocompromised* atau penyakit

autoimun, kehamilan, lanjut usia, anak-anak, dan lain lain, harus lebih berhati-hati dalam beraktivitas di tempat dan fasilitas umum.

2.1.15 Regulasi Tentang Pola Adaptasi Kebiasaan Baru Pandemi Covid-19

Upaya yang dilakukan pemerintah pusat dan daerah untuk meminimalisir persebaran *Covid-19* di Indonesia salah satunya dengan cara membuat kebijakan berkaitan dengan pola Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) pandemi *Covid-19*:

- 1) Keputusan Presiden Nomor 11 Tahun 2020 tentang Penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*.
- 2) Keputusan Presiden Nomor 9 Tahun 2020 tentang Perubahan Atas Keputusan Presiden Nomor 7 Tahun 2020 Tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*.
- 3) Surat Edaran Nomor 443/90/HUKHAM tentang Persiapan Pelaksanaan Adaptasi Kebiasaan Baru Untuk Pencegahan dan Pengendalian *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*.
- 4) Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*.
- 5) Peraturan MenKes No 9 Tahun 2020 tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*.
- 6) Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor HK.01.07/MENKES/382/2020 tentang Protokol Kesehatan Bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum Dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian *Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)*.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian relevan digunakan peneliti didapatkan dari referensi skripsi penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya. Penelitian tersebut dianggap relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terutama yang berkaitan dengan karakteristik masyarakat Kampung Naga dalam menghadapi kunjungan wisatawan pada saat Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB). Hasil penelitian yang relevan tersebut sebagai berikut:

Tabel 2.1
Hasil Peneletian yang Relevan

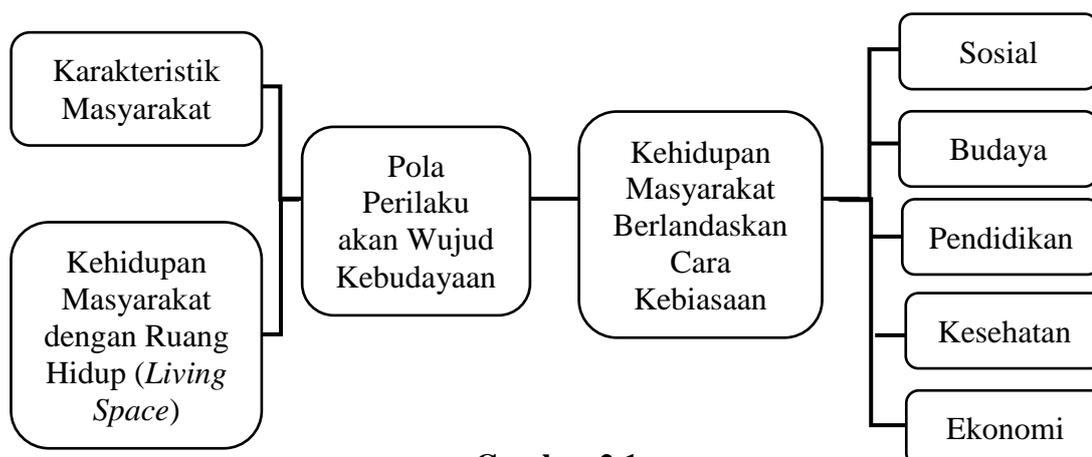
No	Aspek	Hasil Peneletian yang Relevan			
		Tasha Melinda Rahayu (2018)	Mohamad Tusam (2019)	Nunie Laela Nuraenie (2021)	Pipit Pitria (2022)
1.	Judul	Penerapan Mitigasi Bencana Berbasis Kearifan Lokal pada Masyarakat Adat Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya dan Kampung Kuta Kabupaten Ciamis	Nilai-nilai Kearifan Lokal Masyarakat Kampung Naga dalam Pengelolaan Sumberdaya Air di Desa Neglasari Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya	Nilsi-nilai Kearifan Lokal dalam Tradisi Hajat Sasih di Kampung Naga Sebagai Sumber Belajar Sejarah	Karakteristik Masyarakat Kampung Naga dalam Menghadapi Kunjungan Wisatawan pada Kondisi Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) di Desa Neglasari Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya
2.	Tempat/ Lokasi	Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya dan Kampung Kuta Kabupaten Ciamis	Kampung Naga Desa Neglasari Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya	Kampung Naga Desa Neglasari Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya	Kampung Naga Desa Neglasari Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya.
3	Rumusan Masalah	1. Kearifan lokal apa sajakah yang terdapat pada masyarakat adat Kampung Naga dan Kampung Kuta dalam mitigasi bencana? 2. Bagaimana kondisi	1. Bagaimanakah pola penggunaan ruang kawasan masyarakat Kampung Naga dalam pengelolaan sumberdaya air di Desa Neglasari Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya	1. Apa saja nilai-nilai kearifan lokal dalam tradisi Hajat Sasih di Kampung Naga? 2. Bagaimana proses dan aktivitas masyarakat Kampung Naga dalam tradisi Hajat Sasih?	1. Bagaimanakah karakteristik masyarakat Kampung Naga dalam menghadapi Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) di Desa Neglasari Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya

		faktual dari penerapan mitigasi bencana berbasis kearifan lokal pada masyarakat adat Kampung Naga dan Kampung Kuta?	? 2. Nilai-nilai kearifan lokal apa sajakah yang terdapat pada masyarakat Kampung Naga dalam pengelolaan sumberdaya air di Desa Neglasari Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya ?	3. Bagaimana nilai-nilai kearifan lokal tradisi Hajat Sasih dalam sumber belajar sejarah?	? 2. Bagaimanakah kondisi kunjungan wisatawan Kampung Naga pada saat Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) di Desa Neglasari Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya ?
--	--	---	---	---	--

2.3 Kerangka Konseptual

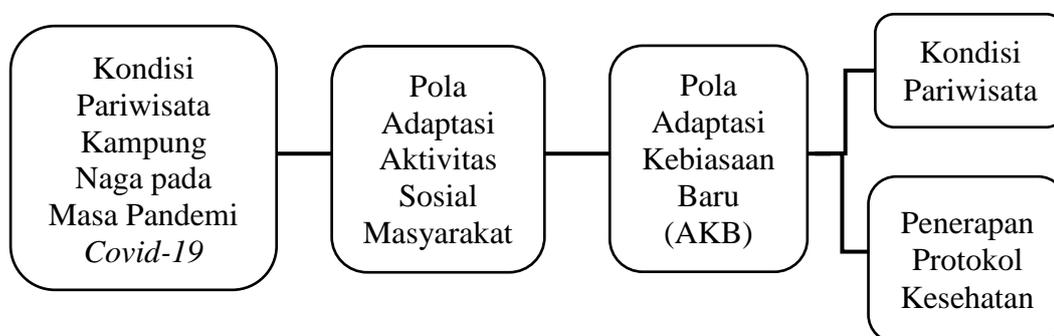
Kerangka konseptual merupakan suatu hubungan atau keterkaitan antara konsep yang satu dengan konsep lainnya, dimulai dengan adanya permasalahan sehingga dapat memunculkan variabel-variabel. Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah serta tujuan yang telah dipaparkan dengan dukungan kajian teoritis dan tinjauan dari penelitian yang relevan, maka secara skematis kerangka konseptual dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Karakteristik masyarakat dapat dilihat dari kehidupannya dengan ruang hidup (*living space*) dan waktu. Karakteristik tersebut membentuk suatu pola perilaku masyarakat tentang wujud kebudayaan dimana kehidupan bermasyarakat berlandaskan pada cara kebiasaan, nilai, dan norma yang bersifat terus-menerus dan terikat oleh suatu rasa identitas bersama sehingga terbentuk suatu kebudayaan dan adat istiadat. Kehidupan budaya dan adat tersebut mempengaruhi aspek sosial, budaya, pendidikan, kesehatan dan ekonomi yang berkembang di masyarakat, terutama kehidupan budaya dan masyarakat di Kampung Naga.



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual 1

- 2) Kondisi pariwisata Kampung Naga pada masa pandemi *Covid-19* ditandai dengan adanya aktivitas sosial masyarakat baru atau tatanan hidup baru yang dikenal dengan istilah Pola Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB). Pola Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) ini merupakan suatu adaptasi dan aktivitas sosial masyarakat baru dengan mengedepankan aspek kesehatan supaya dapat menjaga kondisi pariwisata Kampung Naga agar tetap berjalan dan adanya kebijakan untuk menerapkan protokol kesehatan.



Gambar 2.2
Kerangka Konseptual 2

2.4 Hipotesis

Menurut (Sugiyono, 2013) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Kata sementara tersebut dikatakan karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori yang relevan, dan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Maka dengan demikian hipotesis dapat dibuktikan kebenarannya. Adapun hipotesis dari penelitian diantaranya:

- 1) Karakteristik masyarakat Kampung Naga di Desa Neglasari Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya di bidang sosial mempunyai jiwa sosial yang tinggi, hidup dalam kerukunan, dan hidup tradisional. Pada bidang budaya, masyarakat Kampung Naga masih mempertahankan adat-istiadat warisan nenek moyang, menghormati para leluhur, mempunyai bentuk rumah yang unik, serta mempunyai aturan dan upacara adat atau *hajat sasih* yang masih tradisional. Dalam bidang pendidikan, masyarakat Kampung Naga memperhatikan pendidikan anak-anaknya dengan menanamkan pendidikan adat dan pendidikan formal maupun non-formal. Bidang kesehatan masyarakat Kampung Naga masih mengutamakan pengobatan tradisional. Pada bidang ekonomi, masyarakat Kampung Naga mayoritas bermatapencarian sebagai petani dan banyak juga yang menjadi pengrajin.
- 2) Kondisi kunjungan wisatawan Kampung Naga pada saat Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) mengalami penurunan jumlah dan penerapan protokol kesehatan. Pada kondisi Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) masyarakat Kampung Naga ikut berpartisipasi dalam mengikuti sosialisasi mengenai pandemi *Covid-19*, mengikuti program vaksinasi dan melaksanakan protokol kesehatan.