

**PENGEMBANGAN DAN PROMOSI DESTINASI WISATA DI ERA
NEW NORMAL COVID-19 DI BERASTAGI KABUPATEN
KARO TERHADAP KEDATANGAN WISATAWAN**

Oleh:

Rajin Sitompul ¹⁾

Bahagia Tondang ²⁾

Padriadi Wiharjokusumo ³⁾

Universitas Darma Agung, Medan ^{1,2,3)}

E-mail:

rajinsitompul2@gmail.com ¹⁾

dosenbahagia@gmail.com ²⁾

Knb.ministry76@gmail.com ³⁾

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has greatly affected the global economy and national and international tourism. The development of tourism in Indonesia, in line with the government's program to promote tourism, has been delayed. The method used in this research is an applied research method, namely conducting observations by participating, or with participant observation, namely researchers trying to be active in activities in which there is information needed. using a study approach. The source of information in this research consists of six officials in Berastagi. The results of the study show that Efforts to Revitalize Social and Cultural History, Revitalize Social and Cultural History, Development of Local Wisdom, Development of Environmental Conservation, Human Resource Development The Karo Regency Culture and Tourism Office Promotes Berastagi Destinations to Domestic and International Tourists in the New Normal Era of Covid-19 through Tourist Attraction, Tourist Destination, Accommodation, Transport, Souvenir shop and MICE Program. The development and promotion model of Berastagi Tourism Destinations in the New Normal Covid-19 Era is Soft and Hard Accessibility, Tourism Competition Advantage, Tourism Marketing and Promotion Efforts by the Karo Regency Tourism and Culture Office to Organize Berastagi Destinations are as follows: Installation of 5 M warnings (Prokes) , Prepare photo spots and develop human resources by carrying out socialization of Sapta Pesona to the community around Berastagi destinations, Preparing the installation of location signage, environmental improvement (planting trees), adding park benches (shelters), wifi installation, parking arrangements, building and environmental arrangements. and installation of street lights. And strengthening the network of regional tourism organizations and institutions involving elements of the government, industry, local communities, and the mass media.

Keywords: Development, Promotion, Destinations.

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 sangat berpengaruh terhadap ekonomi global dan pariwisata nasional maupun internasional. Perkembangan pariwisata di Indonesia sejalan dengan program pemerintah untuk mempromosikan pariwisata, menjadi tertunda. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian terapan, yaitu mengadakan pengamatan dengan berperan serta, atau dengan pengamatan terlibat (participant observation) yakni peneliti berusaha untuk aktif dalam kegiatan-kegiatan yang di dalamnya ada informasi yang dibutuhkan. dengan menggunakan pendekatan studi. Sumber informasi dalam hal ini

penelitian ini terdiri dari enam orang pejabat di Berastagi. Hasil penelitian menunjukkan Upaya Revitaliasasi Sejarah Sosial dan Budaya, Revitaliasasi Sejarah Sosial dan Budaya, Pengembangan Kearifan Local, Pengembangan Konservasi Lingkungan, Pengembangan Sumber Daya Manusia Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Karo Mempromosikan Destinasi Berastagi kepada Wisatawan Nusantara dan Mancanegara di Era New Normal Covid-19 melalui *Tourist Attraction, Tourist Destination, Acomodation, Transport, Souvenir shop and MICE Program*. Model Pengembangan dan Promosi Destinasi Wisata Berastagi di Era New Normal Covid -19 adalah *Soft and Hard Accessibility, Tourism Competition Advantage, Tourism Marketing and Promotion* Upaya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karo Untuk Menata Destinasi Berastagi adalah sebagai berikut: Pemasangan himbauan (Prokes) 5 M, Menyiapkan tempat berfoto dan pembinaan terhadap sumber daya manusianya dengan melaksanakan sosialisasi Sapta pesona kepada masyarakat disekitar destinasi Berastagi, Menyiapkan pemasangan papan penunjuk lokasi, perbaikan lingkungan (penanaman pohon), penambahan bangku taman (shelter) pemasangan wifi, penataan perpustakaan, penataan bangunan dan lingkungan serta pemasangan lampu jalan. Dan Pemantapan jaringan organisasi dan kelembagaan pariwisata daerah yang melibatkan unsur pemerintah, industri, masyarakat lokal, dan media massa.

Kata Kunci : Pengembangan, Promosi, Destinasi.

1. PENDAHULUAN

Corona Virus Disease 2019 atau pandemi Covid- 19, telah menular dengan cepat. Covid-19 memunculkan ketidakpastian dan perubahan yang sangat konstan, sehingga kebutuhan informasi berupa kebijakan pemerintah menjadi sangat penting untuk disampaikan kepada masyarakat. Diketahui, virus ini menyebar ke hampir semua negara termasuk negara Indonesia. Akibatnya, kepariwisataan Sumatera Utara (Sumut), tak terkecuali destinasi wisata kota Berastagi rusak porak poranda.

Pandemi Covid-19 membuat negara, memperlakukan *lockdown*, untuk mencegah penyebaran. Indonesia memberlakukan satu kebijakan yang berbeda dengan negara lain di dunia yaitu Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Ini dilakukan untuk menekan penyebaran pandemi Covid-19, sejak 17 Maret 2020 PSBB mulai dilaksanakan, selanjutnya pemerintah melakukan perubahan dengan melaksanakan new normal tanggal 15 Mei 2020. Ini dilakukan untuk membangkitkan kembali ekonomi masyarakat, di daerah dan kota kembali.

Sebenarnya, pangsa pasar *travel agency* sejak 2015 hingga rencana

pencapaian Rp 3 triliun. Di tahun 2020, sehubungan dengan penyebaran pandemi Covid-19 pangsa pasar *travel agency* rusak. Beberapa wilayah, baik secara nasional bahkan di provinsi dan kabupaten kota di Indonesia terpaksa memberlakukan *Travel Ban*. *Travel ban* ini tentu dimaksudkan untuk memperlambat atau menyetop penyebaran virus pandemi Covid-19. Di lain pihak pandemi Covid-19 menjadikan sejumlah perusahaan melakukan tindakan pemutusan kerja. Karyawan dirumahkan menunggu hingga perusahaan bisa berjalan seperti sediakala.

Kementerian pariwisata harus bekerja keras, seperti memberlakukan kebijakan, digital tourism, peningkatan objek dan daya Tarik (*touris destinasi*) atraksi wisata (*tourist object attraction*). Pengembangan kepariwisatawan, aksesibilitas, akomodasi, restoran, amenitas, usaha Biro Perjalanan Umum, transportasi, serta industri kerajinan, alam, budaya, tata cara hidup serta hal-hal yang memiliki daya tarik untuk dikunjungi atau menjadi sasaran bagi wisatawan menjadi terganggu.

Objek wisata, dalam kedudukannya yang sangat menentukan di dalam produk wisata, maka setiap produk wisata perlu penataan (arrangement) yang professional dan dapat menjadi nilai tambah bagi objek wisata itu sendiri yang didasarkan pada kondisi, potensi dan kataristik objek dan daya tarik wisata tersebut serta berdasarkan pada kriteria keunikan, keaslian, keindahan, keamanan, kenyamanan, kenangan, keramah tamahan, dan kebersihan dan juga harus dipromosikan sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung.

Promosi pariwisata meliputi semua kegiatan yang dilakukan oleh pelaku pariwisata untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produk wisata kepada pasar sasaran dengan tujuan untuk dikenal, diminati sehingga merangsang dan mendorong pasar wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata. Pelaku pariwisata terdiri dari Pemerintah (*public sector*), Dunia Usaha (*bussines world*), dan masyarakat (*society*). Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Karo. Bagaimanakah upaya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Karo untuk melakukan Pengembangan objek wisata di Kota Berastagi, sesuai dengan protokoler kesehatan di Era New Normal Covid-19 ?. Bagaimana Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Karo untuk mengembangkan mempromosikan objek wisata di Berastagi kepada wisatawan nusantara dan mancanegara di Era New Normal Covid-19 ? Bagaimanakah Model pengembangan dan promosi yang sesuai dengan objek dan daya tarik wisata di Berastagi

Kota Berastagi salah satu objek wisata yang berada di Sumatera Utara, merupakan objek wisata alam yang sangat berpotensi untuk menarik minat

wisatawan. Berastagi mempunyai udara segar yang sejuk dan panorama yang indah dimana wisatawan dapat memandang gunung Sinabung dan gunung Sibayak dari Bukit Gundaling dan kota Berastagi.

Melihat hal tersebut objek dan daya tarik wisata Berastagi perlu dilakukan upaya suatu program pengembangan yang lebih terencana dan pengelolaan yang lebih baik, baik terhadap peningkatan kualitas dan kuantitas prasarana, sarana dan fasilitas yang ada, maupun terhadap kelembagaan dan manajemen pengelolaan dengan dukungan ketersediaan sumber daya manusia yang memenuhi kualifikasi yang sesuai dengan bidang kegiatan yang ditanganinya. Selain itu Berastagi sebagai objek wisata harus dipromosikan. Berdasarkan uraian di atas dan dikaitkan dengan keinginan peneliti untuk menjadikan Berastagi sebagai objek wisata yang diminati, saya tertarik untuk meneliti apa dan bagaimana sebenarnya keadaan objek wisata Berastagi, sehingga peneliti memberi judul thesis ini dengan : "Pengembangan dan Promosi Destinasi Wisata di Era New Normal Covid-19 di Berastagi Kabupaten Karo Terhadap Kedatangan Wisatawan.

2. TINJAUAN PUSTAKA.

Berhasil tidaknya suatu daerah menjadi Daerah Tujuan Wisata (DTW) tergantung pada faktor-faktor, dengan six as Frame for analysis of tourism destination (Model Buhalis : 1) *Attractions* (atraksi), 2) *Accessibility*, 3) *Amenitas*, 4) *Availabel Package*, 5) *Activities*, 6) *Ancillary Service*. Ini menyangkut hal yang diinformasikan ke wisatawan untuk menambahkan sukses selama perjalanan. Tetapi penulis menambahkan di Era New Normal Covid-

19, perlu adanya perhatian terhadap adanya Health Institution (lembaga kesehatan) yang berfungsi untuk meneliti dan memeriksa kesehatan orang-orang yang melaksanakan perjalanan wisatawan. Apakah wisatawan dalam kondisi sehat atau tidak saat mereka melakukan kunjungan, perjalanan ke satu wilayah.

Jadi keberhasilan dari daerah tujuan wisata tergantung pada faktor *attraction, accessibility, amenities, Availabel Package, Activities Ancillary Service dan Health Institution*. Selain kelima faktor-faktor penentu di atas ada lagi beberapa hal yang juga memerlukan perhatian bahkan menjadi syarat yaitu sebagai berikut : (a) harus ada sesuatu yang menarik yang dapat dilihat di objek wisata tersebut (*something to see*), (b) harus ada kegiatan yang dapat dilakukan di tempat yang dikunjungi (*something to do*) dan (c) harus ada sesuatu yang dapat dibeli sebagai tanda mata atau kenang-kenangan (*something to buy*).

Dalam pembahasan, penulis menggunakan Undang-Undang Pariwisata No.10 Tentang Kepariwisata Tahun 2009. Sebagai landasan yang menjelaskan bagaimana, apa kemauan Pemerintah, Masyarakat dan Pengusaha (Stakeholder). Dalam melakukan penelitian, data primer dikumpulkan dari bapak-ibu yang yang berprofesi sebagai pejabat, pengusaha dan wisatawan, yang berada di objek wisata Berastagi setelah mereka mengetahui tentang, Pengembangan dan Promosi Destinasi wisata di Era New Normal Covid-19 di Berastagi untuk kedatangan wisatawan.

3. METODE PELAKSANAAN

Peneliti dapat mengeksplorasi, memahami serta mendeskripsikan tentang

Pengembangan dan Promosi Destinasi Wisata di New Normal Covid -19 di Berastagi Kabupaten Karo terhadap Kedatangan Wisatawan dengan menggunakan Penelitian Terapan. Ini merupakan penelitian yang benar-benar hanya memaparkan apa yang terdapat atau terjadi dalam sebuah kancah, lapangan atau wilayah tertentu. Data yang terkumpul diklasifikasikan atau dikelompok-kelompokkan menurut jenis, sifat, atau kondisinya. Sesudah datanya lengkap, kemudian dibuat kesimpulan.

Penelitian Terapan merupakan penelitian yang ditujukan untuk mendapatkan solusi dari suatu masalah yang ada di masyarakat, industri, pemerintahan sebagai kelanjutan dari riset dasar. Penelitian Terapan adalah model penelitian yang lebih diarahkan untuk menciptakan inovasi dan pengembangan ipteks. Penelitian ini berorientasi produk ipteks yang telah tervalidasi di lapangan atau lingkungan yang relevan. Peneliti akan menggunakan intuisi dan merumuskan pertanyaan-pertanyaan dan melakukan pengamatan secara cermat di lokasi penelitian. Dengan penelitian terapan ini, peneliti akan mengetahui makna penjelasan kepada masyarakat.

Pengembangan dan Promosi Destinasi Wisata di New Normal Covid -19 di Berastagi Kabupaten Karo Untuk Kedatangan Wisatawan, berhubungan dengan keterlibatan partisipan, mereka berperan serta, atau dengan pengamatan terlibat (*participant observation*) yakni peneliti berusaha untuk aktif dalam kegiatan-kegiatan yang di dalamnya ada informasi yang dibutuhkan.

Dalam menggunakan metode terapan, penulis memakai kantor pemerintah, fasilitas pelayanan digunakan

dalam jangka pendek, praktis tidak memakan waktu yang lama serta dapat digunakan oleh para pelaku bisnis, Kesehatan, dan institusi pendidikan. Substansi Penelitian Terapan harus mengacu pada lima Bidang Fokus Riset dimaksud yang selanjutnya diturunkan ke tema, topik, dan judul penelitian.

Keterlibatan peneliti sebagai partisipan adalah mengikuti Bogdan & Tylor terjemahan Afandi, yang mengatakan bahwa, tehnik yang digunakan untuk menghayati sistem makna (meaning system) antara lain melalui pengamatan berperan serta (participant observation)

**Data Wisatawan Ke Objek Dan Daya Tarik Wisata
Kabupaten Karo Tahun 2016 – 2020**

Tahun	Domestik	Wisman	Jumlah
2016	435,575	449	436,024
2017	552,430	5,887	558,317
2018	524,186	6,066	530,252
2019	478,951	6,066	485,017
2020	185,208		185,208

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karo Tahun 2021

Data di atas menunjukkan pada tahun 2016 kunjungan wisatawan berjumlah **436,024** orang dan terus meningkat sampai pada tahun 2017 yang berjumlah hingga **558,317**, tetapi tahun 2018 kunjungan wisatawan tetap berjalan namun berkurang dari tahun sebelumnya menjadi **530,252**, tahun 2019 jumlah kunjungan berkurang menjadi **485,017**. Tahun 2020 setelah virus corona atau Covid-19 menular di wilayah Indonesia, dan setelah New Normal Covid-19 wisatawan pengunjung menjadi **185,208**. Sebagai dampak Pandemi Covid-19 tidak ada lagi keramaian wisatawan dan penduduk di lokasi dan objek wisata.

A. Bagaimanakah Upaya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Karo Melakukan

yaitu suatu pengamatan dimana peneliti terlibat dalam kegiatan pengelolaan wisata dimaksud. Untuk memahami makna perilaku pengelola peneliti melibatkan diri secara langsung dalam situasi sosial di lingkungan wisata kota Berastagi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berastagi berada pada ketinggian 1.500 meter di atas permukaan laut. Untuk mencapai beberapa destinasi objek dikota Berastagi dapat dilakukan dengan bejalan kaki atau menggunakan kendaraan umum atau angkutan roda empat dan kendaraan khas Berastagi yaitu Sado atau Delman.

Pengembangan Destinasi Wisata Berastagi, Sesuai dengan Protokol Kesehatan di Era New Normal Covid-19.

Melalui Visi dan Misi Pemerintah Kabupaten Karo, memfokuskan Kegiatan Pengembangan Pariwisata (KPP). Pada pengembangan sub wilayah yang masing-masing terdapat Objek Daerah Tujuan Wisata yang relatif saling berdekatan, dan memiliki akses atau jalur yang dapat dikelompokkan secara keruangan dekat maupun secara tematik beragam. Strategi KPP dimaksudkan adalah sebagai arahan dalam menciptakan kondisi yang seimbang dalam pertumbuhan antara ODTW.

Undang-Undang Pariwisata No.10 Tentang Kepariwisataan tahun 2009, menjadi motor penggerak dalam pengembangan dan Promosi Kabupaten

Karo. Sehingga terdapat beberapa hal yang harus dikembangkan yakni : Pengembangan Revitalisasi Sejarah Sosial dan Budaya, Pengembangan Ekonomi Kreatif, Pengembangan Kearifan Local, Pengembangan Konservasi Lingkungan dan Pengembangan Sumber Daya manusia.

a.1. Upaya Revitalisasi Sejarah Sosial dan Budaya.

Upaya pengembangan aspek revitalisasi Sejarah Sosial budaya, untuk kepentingan pariwisata. Bertujuan untuk pemanfaatan, pelestarian dan pengembangan. Jadi untuk kepentingan pariwisata aspek sosial budaya.

a.2. Upaya Pengembangan Ekonomi Kreatif

Upaya Pengembangan **Ekonomi kreatif, ini sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama.**

a.3. Upaya Pengembangan Kearifan Local

Upaya Pengembangan kearifan lokal adalah salah satu aspek yang sangat erat kaitannya dengan kebudayaan. Kearifan lokal adalah cara hidup suatu masyarakat dan berhubungan secara spesifik dengan budaya tertentu..

a.4. Upaya Pengembangan Konservasi Lingkungan

Upaya Pengembangan konservasi Lingkungan adalah pelestarian atau perlindungan lingkungan. Secara harfiah, konservasi berasal dari bahasa Inggris, *conservation* yang artinya pelestarian atau perlindungan. Adapun menurut ilmu biologi.

a.5. Upaya Pengembangan Sumber Daya Manusia.

Upaya Pengembangan Sumber Daya Manusia secara umum adalah untuk meningkatkan kualitas para pekerja atau manusia melalui program pendidikan dan pelatihan agar menciptakan sebuah produk yang berkualitas dan mampu memajukan perusahaan atau organisasi pariwisata.

b. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Karo, untuk Mempromosikan Destinasi Berastagi kepada Wisatawan Nusantara dan Mancanegara di Era New Normal Covid-19.

Untuk mempromosikan destinasi Berastagi, Dinas Pariwisata Kabupaten Karo terlihat melakukan hal-hal, penyiapan bahan-bahan Promosi. Bahan promosi terlihat sedang dipersiapkan adalah bahan promosi seperti Nomor Telepon: 0628-91558, Webside : pariwisata.karokab.go.id, email : dinaspariwisatakaro@gmail.com dan email : dinparwisata@karokab.go.id dan facebook : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karo. Materi cetak, Media elektronik. Materi cetak terdiri dari booklet, leaflet, sedangkan Media elektronik adalah Radio Gundaling, DVD, VCD. Juga mengikuti Event Wisata daerah yaitu : Lomba Lari Lintas Alam 2021 Pesta Buah dan Bunga, Lomba Kebut Gunung, Dinas Pariwisata juga mengikuti event pariwisata seperti Pekan Raya Sumatera Utara (PRSU), Pesta Danau Toba bulan Juli di Parapat, Medan Expo/Medan Fair pada bulan September, pesta Seni Budaya di Taman Mini Indonesia Indah (TMII) Jakarta. Dalam kegiatan difokuskan tentang :

b.1. Tourist Attraction

Tourist attraction adalah merupakan atraksi wisata atau kegiatan wisata. Ini merupakan sesuatu hal yang berbeda dari hal yang biasa yang terlihat oleh

masyarakat. Di Kabupaten Karo banyak objek yang menjadi atraksi bagi wisatawan.

b.2. Tourist Destination

Bahwa Tourist Destination ini adalah merupakan tempat wisata atau objek wisata yang merupakan sebuah tempat rekreasi/tempat berwisata. Ini berupa objek wisata, dapat berupa objek wisata alam seperti gunung, danau, sungai, pantai, atau berupa objek wisata bangunan seperti museum, benteng, situs peninggalan sejarah. Tourist destination sangat banyak ditemukan di kawasan Destinasi Berastagi. Di era New Normal Covid-19, tourist destination ini banyak yang dibuka untuk umum. Mengingat lokasi ini menjadi tempat berkumpulnya masyarakat secara berkerumum.

b.3. Acomodation

Acomodation atau penginapan adalah tempat untuk istirahat saat mengadakan liburan. Di Destinasi Berastagi, Akomodasi merupakan hal penting saat mengadakan perjalanan ke kawasan destinasi Berastagi. Di era new Normal Covid-19, sejumlah penginapan di destinasi Berastagi terpaksa dihentikan operasinya karena tidak ada tamu yang menginap. Walau ada petunjuk khusus pemerintah mengenai pembatasan tersebut.

b.4. Transport

Transportasi adalah perpindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan oleh manusia atau mesin. Jarak yang hanya 66 km dari kota nomor tiga terbesar di Indonesia yaitu Medan,

Destinasi Berastagi sangat gampang ditemukan dan dicapai.

b.5 Souvenir Shop

Souvenir shop (toko kenangan) ini merupakan atraksi yang membuat wisatawan semakin lama berada di objek. Dengan demikian, wisatawan akan mencari souvenir yang menarik yang mencirikan daerah tempat mereka melaksanakan kunjungan.

b. 6. MICE

MICE merupakan akronim (bahasa Inggris) dari "Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition", dalam industri pariwisata atau pameran, adalah suatu jenis kegiatan pariwisata di mana suatu kelompok besar, biasanya direncanakan dengan matang, berangkat bersama untuk suatu tujuan tertentu. beberapa hotel di Destinasi Berastagi, cocok dan dapat mengadakan kegiatan MICE. Hanya di era New Normal Covid-19, diperkirakan tidak ada lembaga yang hendak mengadakan MICE di Destinasi Berastagi. Hanya informasi promosi dapat ditemukan melalui Internet dan media lainnya.

C. Model Pengembangan dan Promosi Destinasi Wisata Berastagi di Era New Normal Covid -19

Banyak hal yang didambakan di daerah destinasi wisata Berastagi.

.1. Soft and Hard Accessibility

Bahwa *accessibility* ke Berastagi, sangat mudah didapat melalui berbagai media. Sehingga penemuan kota tersebut lewat *soft and hard accessibility* dapat dicapai. Sehingga permasalahan adalah bagaimana masyarakat

setempat dapat menerima kedatangan tamu.

2. *Tourism Competition Advantage*

Artinya, bahwa pariwisata destinasi Berastagi tidak mempunyai saingan dalam pengembangan pariwisata daerah. Justru dengan adanya destinasi Berastagi membuat daerah lainya semakin maju.

3. *Tourism Marketing and Promotion*

Bahwa promosi merupakan salah satu cara perusahaan atau organisasi melakukan komunikasi melalui pesan-pesan yang didesain untuk menstimulasi terjadinya kesadaran (awareness), ketertarikan (interest), dan berakhir dengan tindakan pembelian (purchase).

D. Upaya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karo Untuk Menata Destinasi Berastagi

Di era new Normal Covid-19, pemerintah Kabupaten Karo secara khusus Dinas Kesehatan Kabupaten Karo, dan bekerjasama dengan Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten karo, sudah berupaya untuk menata objek dan daya tarik wisata walaupun belum maksimal, serpti melakukan :

Pemasangan himbuan (Prokes) 5 M, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Karo mempersiapkan peralatan untuk Mencuci tangan, didepan Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Karo, dan juga hampir seluruh lokasi objek wisata di Kabupaten Karo. Menyiapkan tempat berfoto dan pembinaan terhadap sumber daya manusianya dengan melaksanakan sosialisasi Sapta pesona kepada masyarakat disekitar destinasi Berastagi. Menyiapkan pemasangan papan

penunjuk lokasi, perbaikan lingkungan (penanaman pohon), penambahan bangku taman (shelter) pemasangan wifi, penataan perparkiran, penataan bangunan dan lingkungan serta pemasangan lampu jalan. . Pemantapan jaringan organisasi dan kelembagaan pariwisata daerah yang melibatkan unsur pemerintah, industri, masyarakat lokal, dan media massa.

E. Penataan Serta Promosi Destinasi Berastagi Menurut Pandangan Wisatawan dan Model Penataan Yang Sesuai Dengan Destinasi Wisata Berastagi.

Pariwisata di Kabupaten Karo harus semakin maju, Pariwisata di Kabupaten Karo harus menjadi prioritas selain sektor pertanian. Kabupaten Karo yang sangat kaya dengan keindahan alam, tanahnya yang subur serta masyarakatnya yang sangat ramah, menjadikan daerah ini semakin banyak dikunjungi wisatawan.

Di era New Normal Covid-19 Kabupaten Karo harus didukung Pemerintah, Pengusaha dan Swasta dalam penggunaan media Komunikasi, mass media secara aktif. Secara langsung harus menggunakan media massa tertulis atau media sosial lewat internet. Sehingga penyebaran informasi kepada seluruh masyarakat dapat berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Semua pihak untuk tidak berputus asa dan bersama-sama bangkit dan berusaha memajukan pariwisata agar PAD meningkat dan masyarakat bisa merasakan efek dari kunjungan wisatawan. Dengan mengikuti aturan pemerintah serta protokol Covid-19 mari kita sama-sama bergandengan

tangan agar wisatawan bisa lebih nyaman dan bahagia berkunjung ke dataran tinggi yang indah serta berhawa sejuk.

5. SIMPULAN

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Karo melakukan upaya penataan dengan Pengembangan sosial budaya, revitalisasi sejarah, pengembangan Ekonomi kreatif, pengembangan kearifan local, pengembangan, konservasi lingkungan. Ini dilakukan tanpa meninggalkan ciri khas dalam promosi melaksanakan kegiatan pengenalan, *tourist attraction, tourist destination, acomodation, transport, souvenir shop* dan MICE. Serta mempelajari *Tourism Marketing and Promotion, Tourism Competition Advantage, Soft and Hard Accessibility*. Ini dilaksanakan melalui sosialisasi, Sapta Pesona Pesona kepada warga masyarakat.

Pengembangan kelembagaan melalui pembentukan Badan Permusyawaratan Daerah (BPD). Selanjutnya dilakukan penataan lingkungan fisik, salah satunya dengan memperbaiki tempat berfoto, mengupayakan lampu penerangan jalan, pemasangan papan penunjuk arah di jalan lalu lintas, perbaikan ekosistem lingkungan seperti penanaman pohon, penambahan bangku taman (shelter), pemasangan wifi, penataan perparkiran, dan penataan bangunan dan lingkungan, membenahi tempat jualan souvenir yang kurang asri, mencukupi tempat pembuangan sampah yang masih yang diperlukan kurang dan menata kembali taman-taman yang tak terurus. Sesuai dengan RIP Kabupaten Karo yang mereka miliki pada saat ini.

Selanjutnya melakukan promosi baik dalam bentuk mencetak (booklet leaflet) media elektronik Radio Gundaling, DVD, VCD, Internat (<http://pariwisatakaro.blogspot.com>) dan seutuhnya perkembangan pariwisata

didalam kondisi di era Normal Covid-19 Kabupaten Karo harus didukung oleh keikutsertaan Pemerintah, Pengusaha dan Swasta dalam penggunaan media Komunikasi, mass media secara aktif. Secara langsung harus menggunakan media massa tertulis atau media sosial lewat internet. b. Aktivitas menyelenggarakan event pariwisata seperti; lomba lintas alam 2021, pesta buah dan bunga, lomba kebut gunung, dan Berastagi 10 km. c. Serta mengikuti event-event pariwisata, seperti PRSU, pesta Danau Tona, dan pesta seni dan budaya di Taman Mini Indonesia Indah Jakarta. . Penataan serta promosi objek dan daya tarik destinasi wisata Berastagi menurut pandangan wisatawan masih belum sepenuhnya dilaksanakan sesuai/selaras dengan kondisi maupun karakteristik dari objek destinasi wisata Berastagi. Beberapa fasilitas kebutuhan wisatawan belum tersentuh dalam program penataan, seperti kebersihan, penataan taman, shelter, vendor-vendor tempat berjualan, parkir, ,publik toilet. Kegiatan promosi belum komprehensif, banyak wisatawan mengaku sulit mendapatkan informasi atau mendapatkan promotional material tentang destinasi Berastagi. Pada umumnya wisatawan mendapatkan informasi dari teman-teman yang pernah berkunjung ke Berastagi sebelumnya. Dan pesan yang disampaikan juga belum memenuhi keinginan dan kebutuhan wisatawan. . Bahwa model penataan destinasi Berastagi sebagai objek wisata kurang sesuai dengan potensi objek dan daya tarik wisata yang dimiliki Berastagi dan tidak berwawasan lingkungan.

6. TINJAUAN PUSTAKA.

BAPPEDA, 2009, *Perencanaan Induk Pariwisata Kabupaten Karo*, Karo

Bogdan, R. & SJ. Tylor. 1992. *Pengantar Metode Penelitian Kualitatif*. (terjemahan A. Khozin

- Affandi). Surabaya : Usaha nasional.
- Bogdan, R. Biklen, S.K. 1992. *Qualitative Research for Education : An Introduction to the Theory and Methods*. Boston :Allyn and Bacon
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI. 1990. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI. 1992. *Ensiklopedi Indonesia Edisi Khusus*. Jakarta : Ichtar Baru-Van Hoeve.
- 1990. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Depertemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2008, *Direktoral Jenderal Pengembangan Destination*
- Effendy Uchjana Onong, 1984, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Fajar Marhaeni, 2009, *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik*, Praha Ilmu, Jakarta
- Gitosudarmo Indroyono, H, 1999, *Manajemen Pemasaran*, BPFE, Yogyakarta.
- Yoeti , Oka, A, 1983, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Angkasa Bandung
- , A, 1991, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Angkasa Bandung
- , A, 1997, *Perencanaan Pengembangan Pariwisata*, PT. PRADNYA PARAMITA, Jakarta
- , A, 2006, *Tuors and Marketing*, PT. PRADNYA PARAMITA, Jakarta.
- Diarta I. Ktut, I Gede Pinata, 2009, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Penerbit ANDY, Yokyakarta
- Marpaung, Happy, 2002, *Pengetahuan Kepariwisataaan*, Bandung:Alfabeta
- Mulyana dedy, 2005, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, PT. Remaja Rosdakarya, Yokyakarta
- Makens, Philip Kotler, Joh Bowen, 2002, *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisataaan*, Edisi Kedua, PT. Prenhallindo, Jakarta
- Middleton Victor T.C,1998, *Marketing in Travel & Tourism*, Professional Publishing Ltd Hally Court, Jordan Hill, Oxford, Ox2 8Ej.
- Moleong, Lexy. J. 2006, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Nasution Solahuddin, 2006, *Keterpurukan Pariwisata Perspektip Wisatawan Mancanegara*, USU Press
- Patton, M.Q. 1987, *Qualitative Evaluation Methods*, Beverly Hills, CA : Sage Publication
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung
- Spradley, James. P. 1980, *Participant Observations*. New York : Rinehart and Winston
- Wardiyatmo, 2003, *Pemasaran Pariwisata, Asistensi Pengembangan Pemasaran Pariwisata Daerah*, MENEGBUDPAR.

Undang-undang.

- Kelompok Kerja Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata, 2003, *Naskah Akademik Rancangan Undang-undang Tentang Kepariwisataaan*.

Depertemen Kebudayaan dan Pariwisata
RI, *UU No. 9 Tahun 1999, Tentang
Kepariwisataan*

Depertemen Kebudayaan dan Pariwisata
RI, *UU No. 10 Tahun 2009,
Tentang Kepariwisataan*

Journal

New Normal Policy: Promosi Kebijakan
Pariwisata Dalam Rangka

Percepatan Penanganan Dampak
Covid-19 Dyah Mutiarin
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta, Sri Utami, Universitas
Gajah Mada, Janianton Damanik
Universitas Gajah Mada.

*Public Service Promotion, Environmental
Engagement and COVID Crisis
Communication Through Social
Media, Sustainability
(Switzerland),*