



Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Pada Pasca Pandemi Covid-19 di Taman Mini Indonesia Indah (TMII)

Febrian Gabe Tampubolon¹, Jamalialia Sowakil², Kameda Delen³, Tomas Jorgi⁴

Universitas Nasional, Jakarta, Indonesia

Abstract

Received: 9 Februari 2023

Revised: 26 Februari 2023

Accepted: 11 Maret 2023

The existence of the Covid-19 pandemic has had a big impact on various sectors of people's lives. The government issued various policies to reduce the spread of Covid-19, one of which was the policy of closing tourist attractions which resulted in a decrease in tourist visits, economic growth and local revenue. During the post-Covid 19 pandemic, tourism began to open and increase again, one of which was the Taman Mini Indonesia Indah (TMII) tourist destination. After transferring ownership and then being renovated by the Central Government, TMII with this new nuance has been re-opened and promoted. This study aims to identify and analyze the development of TMII tourist destinations, supporting factors and tourism development strategies in the post-Covid-19 pandemic at TMII. Descriptive qualitative research method with data collection techniques of research literature, observation, and documentation. Then analyzed using data triangulation and Analytical Hierarchy Process (AHP). The results of the discussion obtained by the authors in this study are tourism development strategies in the post-Covid-19 pandemic, namely promotion on social media, carrying out branding, and increasing tourist attractiveness. TMII Tourism Development in the post-Covid-19 Pandemic period in East Jakarta has been quite optimal, as can be seen from the facilities and infrastructure that are well managed and road access to tourist attractions that are already available and the accessibility is quite smooth. Supporting factors in the development of TMII tourist destinations, namely: Varied rides and the charm of beautiful land arrangement, varied choices of recreational tourism activities, facilities for selling souvenirs and food and drink, easy and available internet access and communication networks, and the spirit of the Pokdarwis of the community around the TMII location.

Keywords: Potential, Development, Strategy, Taman Mini Indonesia Indah (TMII)

(*) Corresponding Author: febrian@gmail.com

How to Cite: Tampubolon, F., Sowakil, J., Delen, K., & Jorgi, T. (2023). Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Pada Pasca Pandemi Covid-19 di Taman Mini Indonesia Indah (TMII). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(10), 250-259. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7984524>

PENDAHULUAN

Potensi pariwisata di Indonesia begitu besar dan didukung oleh kondisi geografis yang tersebar luas di berbagai daerah bahkan memiliki ciri khas tersendiri dan memiliki pesona sehingga dapat menjadi tourism capital baik wisata alam atau wisata budayanya. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang menjanjikan dan dapat menjadi strategi bagi suatu negara untuk dikembangkan sehingga menambah pajak dan pendapatan bagi negara. Tidak hanya itu pariwisata juga penggerak mesin pertumbuhan dan pembangunan bangsa. Akhir Tahun 2019 telah ditemukan adanya coronavirus disease (Covid-19) di China kemudian masuk ke



negara Indonesia pada bulan Maret 2020. Akibat pandemi Covid-19 yang dihadapi Indonesia membawa pengaruh yang besar di berbagai sektor kehidupan masyarakat.

Pariwisata menjadi salah satu sektor paling terdampak dengan adanya pembatasan dari berbagai negara. Hal ini berdampak terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) dan Devisa Pariwisata, terutama pada Tahun 2020 PDB Indonesia turun dari 5,5% menjadi 4% dan Devisa Pariwisata turun dari 16,91 menjadi 3,244 (BPS, 2022). Penyebaran Covid-19 mendorong pemerintah untuk mengeluarkan berbagai kebijakan untuk mengurangi penularan virus Covid-19 dan kerumunan di masyarakat. Salah satunya dengan adanya kebijakan penutupan obyek wisata di seluruh Indonesia yang berdampak bagi para pelaku usaha pariwisata. Hal ini menyebabkan penurunan jumlah wisatawan di Indonesia. Setelah pandemi mulai berakhir dan memasuki era New Normal pasca pandemi, obyek wisata mulai dibuka lagi walaupun tetap dengan protokol kesehatan New Normal.

Salah satu obyek wisata yang juga selesai direvovasi adalah Taman Mini Indonesia Indah (TMII) di Jakarta Timur. Alih kelola dari Cendana ke negara, setidaknya bakal memberikan kenaikan ekonomi. Pemerintah tengah gencar menjual citra pariwisata dan fokus guna memulihkan kondisi ekonomi pariwisata di pasca pandemi. Serangkaian program ekonomi pariwisata tersebut, akan turut serta membawa TMII ke pengembangan wisata. Sehingga kawasan TMII termasuk dalam daftar pengembangan pariwisata yang diprioritaskan, mengingat TMII merupakan kawasan wisata yang lengkap. Wajah Baru TMII Setelah Pandemi adalah TMII memiliki beragam atraksi wisata, yang menjadi ciri khas adalah anjungan daerah yang merupakan replika Indonesia. Anjungan daerah terdiri dari 33 bangunan yang masing-masingnya menyerupai rumah adat dari setiap provinsi yang ada di Indonesia. Arsitektur bangunan dibuat sangat mirip dengan rumah adat dari masing-masing provinsi.

TMII di sektor pariwisata memiliki program pembukaan objek wisata yang terbagi menjadi dua masa. Yang pertama adalah periode Juni–Oktober dimana pada periode ini dilakukan persiapan dan penyesuaian lokasi (revitalisasi) dengan menyiapkan protokol kesehatan CHS (cleanliness, health, and safety) termasuk memberikan bantuan bagi pelaku wisata. Tahap ini disebut sebagai *gaining confidence*. Tahap selanjutnya yakni pada Oktober 2020 disebut sebagai *appealing*, yakni diperbolehkannya pembukaan destinasi pariwisata secara bertahap namun dengan mengikuti protokol kesehatan yang ketat. TMII juga menerapkan protokol kesehatan seperti penyemprotan desinfektan pada saat masuk pintu masuk TMII, menggunakan masker, disediakan area cuci tangan di beberapa spot di area TMII dan diberikannya hand sanitizer kepada pengunjung. Pengecekan kesehatan dilakukan pula pada setiap akan memasuki area di setiap anjungan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengembangan pariwisata TMII pada masa pasca pandemi Covid-19 mengetahui dan menganalisis faktor pendukung pengembangan pariwisata TMII pada masa pasca Covid-19 dan mengetahui dan menganalisis strategi pengembangan pariwisata TMII pada masa pasca pandemi Covid-19.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Pariwisata

Dalam penjelasan Undang-Undang Kepariwisata Republik Indonesia No.10 Tahun 2009, pariwisata didefinisikan sebagai kumpulan kegiatan pariwisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan pelayanan yang disediakan oleh masyarakat, pemilik usaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata mencakup semua kegiatan pemerintah, bisnis, dan sosial dalam mengatur, mengelola, dan melayani kebutuhan wisatawan. Pariwisata juga dapat diartikan dengan kegiatan yang dilakukan untuk membantu memperkenalkan daya tarik yang ada di setiap kawasan yang dikunjungi tersebut dalam jurnal (Oktaviarni, 2018). Pariwisata ialah ekspedisi yang dicoba oleh seorang dari salah satu lokasi ke lokasi lainnya dengan selang waktu yang mempunyai tujuan untuk menikmati aktivitas serta rekreasi. Pariwisata aslinya berperan dalam bidang jasa dan mencakup atraksi, aksesibilitas, dan fasilitas yang terdapat pada sesuatu destinasi pariwisata dalam jurnal.

Pengertian Daya Tarik

Daya Tarik atau Atraksi merupakan segala sesuatu yang di dapat pada daerah atau objek yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke salah satu daerah. Suatu yang dapat membuat pengunjung tertarik untuk datang meliputi tata cara hidup masyarakat dalam jurnal (Maryasari, 2017). Daya tarik merupakan suatu yang bisa berupa keunikan, keaslian, cuaca/iklim, serta keindahan. Atraksi ataupun daya tarik merupakan seluruh sesuatu yang ada pada sesuatu objek yang jadi daya tarik sehingga wisatawan dapat mendatangi obyek tersebut. Daya tarik ialah faktor terutama dalam mengembangkan pembangunan pariwisata yang keberadaannya hendak menekan para turis guna mengunjunginya, tidak hanya daya tarik pula mengsucceskan kegiatan pemerintah untuk melestraikan adat serta budaya bangsa selaku peninggalan yang diberikan kepada turis. Aktivitas wisata di sesuatu daerah tidak lengkap jika terdapatnya daya tarik wisata, daya tarik ialah fokus utama perubah pariwisata di suatu destinasi (Nuansya, 2017).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang mencakup pada berbagai peran dan merefleksikan diri serta tipe spesifiknya pada strategi penelitian yang digunakan (Cresswell, 2018). Peneliti menggunakan berbagai teknik pengumpulan data, yaitu literatur research, pengamatan, dokumentasi. Dalam penelitian ini Peneliti sebagai human instrument dalam mengolah berbagai data yang telah dikumpulkan. Kemudian dianalisis menggunakan Triangulasi Data dan Analytical Hierarchy Process (AHP) oleh Saaty (2018). Adapun analisisnya menggunakan teori pengembangan pariwisata oleh Suryadana (2015) yang mneyatakan bahwa terdapat komponen dasar dalam pengembangan pariwisata terdapat 4 dimensi, yaitu Daya Tarik Wisata (*Attraction*), Aksesibilitas (*Accessibilities*), Fasilitas (*Amenities*) dan Lembaga Pengelola (*Institutions*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan Pariwisata pada Masa Pasca Pandemi Covid-19

Wajah baru TMII setelah pandemi adalah Renovasi di Taman Mini Indonesia Indah (TMII) ini meliputi pekerjaan penataan area gerbang utama, renovasi gedung

serba guna Sasono Utomo, Langen Budoyo, dan Sasono Adiguno dengan total luas bangunan 59.907 m². Proyek penataan dan renovasi area di TMII ditargetkan dapat diselesaikan pada akhir tahun 2022 dengan masa pemeliharaan selama 180 hari kalender. Taman Mini Indonesia Indah (TMII) ini berlokasi di Kelurahan Ceger, kecamatan Cipayang, Jakarta Timur, provinsi DKI Jakarta.



Gambar 1. Revitalisasi TMII

Sumber : Dokumentasi penulis, 2023



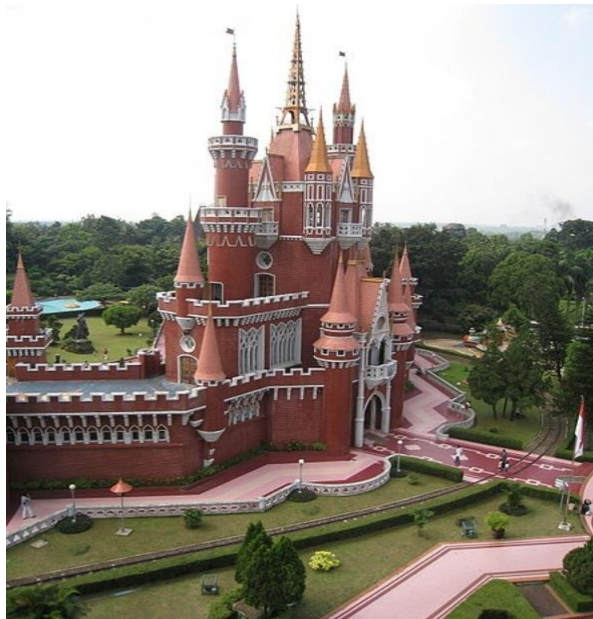
Gambar 2. Revitalisasi TMII

Sumber : Dokumentasi penulis, 2023

Taman Mini Indonesia Indah (TMII) kembali dibuka setelah melakukan revitalisasi selama 10 bulan. TMII resmi beroperasi kembali pada 20 November 2022 secara terbatas dengan wajah dan nuansa baru yang lebih menarik. TMII menawarkan ruang terbuka dan lahan hijau yang luas. Tidak hanya itu, nuansa baru yang diberikan TMII juga mengusung konsep ramah lingkungan dan ramah untuk pejalan kaki hingga disediakannya lajur untuk sepeda, hal ini dikarenakan penataan lahan parkir yang lebih terarah dan sistematis. Banyaknya ruang terbuka yang diberikan TMII menarik minat pengunjung untuk sekadar berolahraga atau hanya piknik bersama keluarga di waktu libur. TMII memfasilitasi bus listrik yang akan mengantar pengunjung berkeliling. Hal tersebut bertujuan untuk mengubah kebiasaan masyarakat untuk lebih menggunakan transportasi umum dan menciptakan lingkungan sehat yang bebas dari emisi. Nuansa baru yang lebih bagus membuat takjub pengunjung akan hasil dari revitalisasi yang dilaksanakan selama 10 bulan. Selain nuansanya yang menarik, pemberitahuan melalui radio juga sangat membantu pengunjung.

TMII termasuk dalam daftar pengembangan pariwisata yang diprioritaskan, mengingat TMII merupakan kawasan wisata yang lengkap. TMII memiliki beragam atraksi wisata, yang menjadi ciri khas adalah anjungan daerah yang merupakan replika Indonesia. Anjungan daerah terdiri dari 33 bangunan yang masing-masingnya menyerupai rumah adat dari setiap provinsi yang ada di Indonesia. Arsitektur bangunan dibuat sangat mirip dengan rumah adat dari masing-masing provinsi. Selanjutnya ada istana anak Indonesia. Istana ini memang diperuntukan untuk anak. Di dalamnya terdapat berbagai wahana permainan yang seru dan mengasyikan. Seperti, mandi bola, kereta api kelinci, komedi putar, rollercoaster dan wahana permainan anak seru lainnya. Selain anjungan daerah dan istana anak, lalu ada snowbay water park. Taman air ini sungguh memanjakan pengunjung khususnya anak-anak. terdapat atraksi tambahan seperti ombak buatan, kolam arus, perang air, kolam busa dan lainnya. Bahkan terdapat juga fasilitas pendukung seperti restoran, gazebo dan masih banyak lagi.

Wahana lainnya Theater Keong Mas yang merupakan bioskop IMAX yang diperuntukan sebagai wahana edukasi bagi anak-anak sekolah yang sedang study tour. Berikutnya Wahana Sky World, wahana edukasi ini fokus memberikan wawasan mengenai astronomi. Di dalamnya terdapat 3 ruangan, yakni exhibition room, planetarium dan photo 3D. Selanjutnya masih banyak lagi wahana yang ada di Taman Mini Indonesia Indah, meliputi aneka museum, akuarium, hingga taman legenda dan budaya.





Gambar 4. Wahana rekreasi di TMII
Sumber : Dokumentasi penulis, 2023

Pengembangan pariwisata di TMII memiliki berbagai potensi yang perlu dikembangkan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan teori pariwisata oleh Suryadana (2015) dalam mengembangkan pariwisata di Kabupaten Wonosobo dapat dilihat melalui komponen berikut :

1. Daya Tarik Wisata (Attraction)

Daya Tarik wisata menjadi salah satu komponen penting untuk menarik wisatawan, oleh karena itu tujuan wisata harus unik dan menjadi ciri khas suatu daerah.

a. Something to see

Sesuatu yang dapat menjadi sebuah ketertarikan tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung karena memiliki keunikannya tersendiri. Pariwisata di Taman Mini Indonesia Indah (TMII) ini berlokasi di Kelurahan Ceger, kecamatan Cipayung, Jakarta Timur, provinsi DKI Jakarta ini didominasi wahana dan atraksi yang menjadi ketertarikan tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung.

b. Something to do

TMII memiliki berbagai pilihan kegiatan untuk dilakukan di tempat wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan sehingga tidak bosan. Berbagai pilihan spot permainan, food fair, wahana, replika rumah adat, hingga olahraga seluruhnya tersebar di seluruh lokasi wisata ini.

c. Something to buy

TMII memiliki berbagai Kerajinan tangan yang terdapat di gerai ataupun toko-toko di areal TMII, di antaranya tas mungil yang dibuat dari batok kelapa ataupun berbahan dasar rotan, angklung, topi, aksesoris gelang dan kalung bermotif manik-manik, dompet, sepatu, serta spanduk kaligrafi. Varian makanan dan minuman khas yaitu Bir Pletok dan roti buaya yang menjadi incaran banyak wisatawan Ketika berkunjung ke TMII untuk dibawa ke daerah masing-masing.

2. Aksesibilitas (Accessibilities)

Kemudahan akses wisatawan menuju tempat wisata agar tidak sulit dan dapat dijangkau dengan berbagai transportasi yang ada dalam menunjang kenyamanan wisata.

• Transportasi

Transportasi umum untuk didaerah perkotaan sudah banyak, namun

Ketika mulai masuk ke TMII utamanya jalan menuju tempat wisata harus menggunakan jasa transportasi atau menggunakan kendaraan pribadi agar lebih efektif dan efisien.

- **Kondisi Jalan**

Kondisi jalan menuju tempat wisata dalam kondisi cukup bagus dan memadai, aksesibilitas juga mudah dan lancar.

- **Fasilitas (Amenities)**

Salah satu komponen penting sebagai pendukung yang ditawarkan dalam berbagai bentuk fasilitas kepada wisatawan. Setiap tempat wisata memiliki kebutuhan fasilitas yang berbeda untuk melayani kebutuhan wisatawan yang berkunjung sesuai dengan karakteristiknya masing-masing.

- **Sarana dan Prasarana**

Sarana dan prasarana merupakan salah satu hal utama yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan dalam pengembangan wisata. Sarana dan prasarana obyek wisata TMII dalam melengkapi kebutuhan wisatawan sudah ada dan representatif.

- **Jaringan Telepon dan Internet**

Dalam pemenuhan kebutuhan wisatawan, jaringan telepon dan internet di TMII telah diperbaiki dan menambah Menara telekomunikasi. Sehingga di keseluruhan area di TMII terjangkau akses internetnya.

3. Lembaga Pengelola (Institutions)

a. Melakukan kegiatan secara virtual dan berbasis online

TMII menginformasikan bahwa selain informasi yang diberikan secara daring, beberapa kegiatan yang dilakukan TMII berbasis online. Hal ini dikarenakan pembatasan jumlah pengunjung serta guna memutuskan mata rantai virus COVID-19. Kegiatan yang dilakukan TMII untuk kunjungan ada berbagai hal misalnya virtual tour.

b. Media Relations dan Media Sosial/Humas TMII

Media relations yang dilakukan humas TMII antara lain melaksanakan publikasi atau menyebarluaskan informasi serta menjalin hubungan yang baik dengan berbagai media massa antara lain melalui press release, penyelenggaraan konferensi pers ataupun wawancara dgn media.

c. Pemerintah

Pemerintah dalam pengelolaan wisata di suatu daerah menjadi faktor penting sebagai penentu sukses atau tidaknya suatu pengembangan pariwisata di suatu daerah. Pariwisata tidak hanya didorong oleh pemerintah pusat saja tapi juga pemerintah daerah. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah bahwasanya pariwisata merupakan urusan pilihan pemerintah kabupaten/kota dan provinsi. Oleh karena itu hal ini menjadi salah satu tanggung jawab Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dan nomenklatur lain yang mengikuti menyesuaikan dengan masing-masing daerah.

Pada masa pasca pandemi Covid-19 Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jakarta Timur sebagai pemerintah berperan dalam mengeluarkan berbagai kebijakan untuk melindungi masyarakat dan tetap berusaha semaksimal mungkin dalam

mengembangkan pariwisata TMII dengan tetap mengacu pada Peraturan Daerah Provinsi DKI Jakarta.

Faktor Pendukung Pengembangan Pariwisata pada Masa Pasca Pandemi Covid-19

- **Lahan TMII yang luas dan asri**
Kondisi geografis di TMII yang menunjang potensi pariwisata yang ada sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat di daerah tempat wisata. Apalagi di masa pasca pandemi Covid-19 banyak wisatawan yang memilih berkunjung ke tempat wisata yang berada di ruang terbuka daripada ruangan tertutup.
- **Pilihan Kegiatan Rekreasi Wisata yang Bervariatif**
Obyek wisata TMII memiliki berbagai pilihan kegiatan yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk berlibur mulai dari wisata edukasi, permainan hingga wisata air, bahkan terdapat beberapa pilihan rekreasi yang dapat dilakukan oleh wisatawan.
- **Makanan dan Minuman Khas yang bervariasi**
Kerajinan tangan yang terdapat di gerai ataupun toko-toko di areal TMII, di antaranya tas mungil yang dibuat dari batok kelapa ataupun berbahan dasar rotan, angklung, topi, aksesoris gelang dan kalung bermotif manik-manik, dompet, sepatu, serta spanduk kaligrafi. Varian makanan dan minuman khas yaitu Bir Pletok dan roti buaya yang menjadi incaran banyak wisatawan. Ketika berkunjung ke TMII untuk dibawa ke daerah masing-masing, yang disuguhkan oleh para ekonomi kreatif yang ada di TMII.
- **Semangat Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS)**
Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) sebagai perubahan dan motor penggerak masyarakat apabila terdapat potensi pariwisata di daerah terkait. Sehingga hal ini dapat meningkatkan perekonomian di daerah tersebut. Penjualan souvenir dan oleh-oleh pariwisata di TMII dalam pengelolaannya didominasi oleh POKDARWIS.

Strategi Pengembangan Pariwisata pada Masa Pasca Pandemi Covid-19

1. **Melakukan Branding**
Meningkatkan perekonomian masyarakat dengan pengemasan yang lebih baik sehingga dapat menarik minat wisatawan. Adanya kebijakan revitalisasi TMII sehingga dapat mendatangkan wisatawan yang lebih banyak. Hal ini dilakukan untuk memecah kerumunan masyarakat di masa pasca pandemi Covid-19 dimana kebijakan di era new normal dari pemerintah untuk kalangan masyarakat. Tidak hanya itu agar manajemen traffic dapat terbagi dalam waktu yang sama namun dengan rute yang berbeda.
2. **Promosi di Media Sosial**
Media menjadi salah satu penghubung informasi antara pemerintah dengan masyarakat, termasuk informasi mengenai berbagai perkembangan di sektor pariwisata. Kegiatan promosi dengan memperkenalkan berbagai potensi wisata untuk memperkenalkan produk-produk wisata beserta keunikannya kepada calon wisatawan. Media sosial merupakan media yang paling

banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia terutama di kalangan anak muda. Sehingga diperlukan perubahan inovasi untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke TMII. Kegiatan TMII di masa pasca pandemi COVID-19 juga diinformasikan melalui media social Instagram “ilovetamanmini” dan twitter di “tamanmini_indo”. Selain informasi di media sosial yang dikelola Humas TMII tersebut menampilkan foto-foto yang bertujuan untuk menjadi daya tarik sendiri bagi pengunjungnya, sehingga menumbuhkan minat untuk berkunjung. Selain itu Humas TMII melakukan live streaming dan video pertunjukkan kesenian di Youtube “TMII official”. TMII juga mempublikasikan di website resmi TMII www.tamanmini.com yang terdapat daftar kunjungan virtual, pembelian tiket online, berita, artikel terbaru, event, harga tiket, informasi dan pelayanan marketing.

3. Meningkatkan Daya Tarik Wisata

Peningkatan dengan revitalisasi obyek wisata dan penyelenggaraan Event sebagai salah satu bentuk dalam membangun industri pariwisata sesuai dengan penyelenggaraan protokol kesehatan yang telah dipersyaratkan oleh pemerintah

Seluruh langkah strategi ini diharapkan dapat meningkatkan promosi TMII dan membantu peningkatan perekonomian masyarakat sekitar sehingga sektor pariwisata dapat bangkit kembali dan dapat membantu para pelaku usaha pariwisata untuk menata kembali kestabilan ekonominya. Oleh karena itu diperlukan kerja sama dan koordinasi antara berbagai stakeholder untuk mempercepat dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa : Pengembangan Pariwisata TMII pada masa pasca Pandemi Covid-19 di Jakarta Timur sudah cukup optimal, tampak dari sarana dan prasarana yang dikelola dengan baik dan akses jalan menuju tempat wisata ruas jalan yang telah tersedia dan aksesibilitasnya cukup lancar. Faktor pendukung dalam pengembangan pariwisata yaitu :

- a. Wahana yang variatif dan pesona penataan lahan yang indah
- b. Pilihan kegiatan rekreasi wisata yang bervariasi
- c. Olahan makanan dan minuman yang bervariasi
- d. Akses internet dan jaringan komunikasi yang mudah dan tersedia.
- e. Semangat POKDARWIS

Strategi pengembangan pariwisata pada masa pasca pandemi Covid-19 berdasarkan pengolahan data Peraturan Daerah tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi DKI Jakarta dan strategi pengembangan pariwisata yang menjadi prioritas yaitu Promosi di Media Sosial, melakukan *Branding*, dan Meningkatkan Daya Tarik Wisata.

DAFTAR PUSTAKA

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (5 ed.). SAGE Publications.

- Kabupaten Wonosobo Dalam Angka 2022 Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2020
- Lei, Z. dan W. Ying. (2021). Countermeasures Analysis of Tourism Development in Hubei Province in Post, <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125102011>
- Masduki, dkk. (2020). Strategi Pengembangan Potensi Wisata Pantai Anyer Provinsi Banten Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 15(2).
- Nuansya, A. (2017). Daya Tarik Wisata Budaya Festival Cian Cuidi Kota Selat Panjang Provinsi Riau. *Jom Fisip*.
- Oshkordina, A. A. & C. T. Yu. (2020). Problems and Prospects of Tourism Development in the Conditions of a Pandemi. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 486
- Peraturan Daerah Kabupaten Wonosobo Nomor 8 Tahun 2017 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Kabupaten Wonosobo Tahun 2017-2032
- Rafsanjani, F.Z. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember*
- Saaty, Thomas L. (2008). *The Analytic Hierarchy And Analytic Network Measurement Processes: Applications To Decisions Under Risk*. *European Journal of Pure and Applied Mathematics*. 1(1)
- Suryadana, M. L. & V. Octavia. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Alfabeta.
- Tobias, B.C. & T. W. Kristianto. (2021). Strategi Pengembangan Pariwisata di Wilayah Provinsi Kalimantan Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 8(1)