

Gegar Budaya, Adaptasi, dan Konsep Diri Sumber Daya Manusia Pariwisata dalam Menyongsong Era *New Normal*

Diana Simanjuntak^{1,*}  dan Rina Fitriana² 

¹ Program Studi Perhotelan, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI, 40152, Bandung, Provinsi Jawa Barat, Indonesia

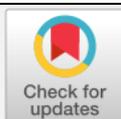
² Program Studi Perhotelan, Politeknik Sahid, 10220, Jakarta, Indonesia

* Korespondensi: simanjuntak_dn@yahoo.com

INFO ARTIKEL

Info Publikasi:

Artikel Hasil Penelitian



Sitasi Cantuman:

Simanjuntak, D., & Fitriana, R. (2020). *Culture Shock, Adaptation, and Self-Concept of Tourism Human Resources in Welcoming the New Normal Era*. *Society*, 8(2), 403-418.

DOI: [10.33019/society.v8i2.200](https://doi.org/10.33019/society.v8i2.200)

Hak Cipta © 2020. Dimiliki oleh Penulis, dipublikasi oleh Society



Artikel dengan akses terbuka.

Lisensi: Atribusi-

NonKomersial-BerbagiSerupa (CC BY-NC-SA)

Dikirim: 15 Juni, 2020;

Diterima: 18 Agustus, 2020;

Dipublikasi: 30 September, 2020;

ABSTRAK

Sebagai bisnis yang bertumpu pada mobilitas manusia, sektor pariwisata terbukti sangat terpengaruh oleh pandemi Coronavirus disease (COVID-19). Lumpuhnya pariwisata baik nasional maupun global akibat kebijakan lockdown di berbagai negara dan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Indonesia jelas mempengaruhi operasional bisnis pariwisata. Hal ini menimbulkan kekhawatiran yang tinggi bagi SDM Pariwisata tentang masa depan bisnis pariwisata. Penelitian ini membahas tentang gegar budaya, adaptasi, dan konsep diri SDM Pariwisata dalam menyongsong era new normal dari perspektif komunikasi, baik yang terkait dengan komunikasi antarbudaya, komunikasi interpersonal maupun konsep diri sebagai bagian dari psikologi komunikasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi lapangan, dan studi dokumen melalui pesan WhatsApp di beberapa grup asosiasi profesi, webinar, dan media massa. Informan kunci dalam penelitian ini sebanyak 14 orang sebagai data primer dan lebih dari 200 anggota grup WhatsApp "Housekeepers Jabar" sebagai data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sumber Daya Manusia Pariwisata mengalami gegar budaya dan mencapai titik terendah pada bulan Maret hingga pertengahan April, namun meningkat secara perlahan dari akhir April hingga Juni. Ada tiga aspek kehidupan yang sangat menekan mereka, yaitu aspek budaya, sosial dan ekonomi. Aspek budaya dan sosial relatif lebih mudah diatasi, tetapi aspek ekonomi paling berdampak karena menyangkut keberlangsungan hidup mereka dan keluarganya. Masa

kesadaran dalam proses adaptasi merupakan masa perjuangan, kreativitas, dan tindakan, sehingga banyak dari mereka yang beralih profesi menjalankan bisnis online. Periode ini masih berlangsung dan tidak diketahui berapa lama akan berakhir. Konsep diri yang positif berperan penting dalam keberhasilan seseorang dalam beradaptasi untuk bertahan hidup karena membantu seseorang untuk menjadi tangguh, sabar, berani, dan kreatif dalam mencari solusi dalam menghadapi tantangan sehingga membuka peluang yang lebih besar untuk berhasil menyelesaikan masalah.

Kata Kunci: Adaptasi; COVID-19; Gegar Budaya; New Normal; SDM Pariwisata; Survival

1. Pendahuluan

Pada akhir tahun 2019, muncul sebuah virus yang dengan cepat mewabah ke seluruh dunia. Virus korona, yang kemudian dikenal dengan nama *Coronavirus disease 2019* (COVID-19), tersebut diberitakan telah merenggut nyawa ribuan orang di Wuhan, Cina hanya dalam hitungan minggu. Virus ini dianggap jauh lebih berbahaya dari virus pendahulunya, yaitu *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS), karena seringkali, mereka yang terinfeksi tidak merasakan apapun sampai virus tersebut merusak sistem organ-organ dalamnya, terutama paru-paru dan jantung.

Di awal bulan Maret 2020, secara resmi pemerintah Indonesia mengumumkan kasus pertama infeksi COVID-19 di Indonesia, beberapa hari berikutnya dinyatakan bahwa kasus bertambah dengan cepat setiap harinya. Pemerintah Indonesia secara seksama mengevaluasi pandemi tersebut untuk mencegah penularan infeksi (Brahma, 2020; Djalante *et al.*, 2020). Sementara itu, World Health Organization (WHO) menerbitkan protokol kesehatan untuk mencegah wabah dan menghambat penyebaran ke seluruh dunia (Homecare24.id, 2020). Informasi tentang penyebaran infeksi dengan cepat membuat masyarakat panik, cemas dan ketakutan yang mengakibatkan maraknya *panic buying* masker wajah, makanan dan kebutuhan, obat-obatan dan vitamin, jamu, dan obat-obatan herbal lainnya.

Presiden Indonesia, Joko Widodo, dalam konferensi pers di Istana Bogor (Istana Kepresidenan Indonesia), pada 16 Maret 2020, menyampaikan kebijakan untuk beraktivitas produktif di rumah perlu dilakukan untuk menekan penyebaran COVID-19. "Kebijakan belajar dari rumah, bekerja dari rumah, dan ibadah di rumah perlu terus digencarkan untuk mengurangi penyebaran COVID-19" (Kompas.com, 2020a).

Pakar kesehatan publik dan Ketua Tim Pakar Gugus Tugas Nasional Percepatan Penanganan COVID-19, Prof. drh. Wiku Adisasmito, M.Sc., Ph.D. seorang Guru Besar pada Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia, mengatakan bahwa kedisiplinan dalam menerapkan *social distancing* sangat diperlukan karena vaksin virus tersebut sampai saat ini belum tersedia. Masyarakat harus mengikuti protokol kesehatan untuk mencegah penyebaran infeksi atau wabah (Tribunnews, 2020).

Saat himbauan *social distancing* belum mampu menghentikan penyebaran virus yang semakin meluas, pemerintah pada akhirnya mengambil kebijakan untuk menerapkan pemberlakuan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di berbagai kabupaten/kota di

Indonesia. PSBB juga diterapkan dengan menghentikan layanan penerbangan mulai 24 Mei 2020 hingga 1 Juni 2020 untuk mencegah penyebaran virus (Suara.com, 2020).

Akibatnya, pergerakan manusia menjadi sangat terbatas; kegiatan di semua tempat menjadi sangat terbatas bahkan ada yang terpaksa ditutup. COVID-19 tidak hanya mengganggu kehidupan sosial dan budaya, tetapi secara ekonomi mempengaruhi hampir semua jenis bisnis. Tidak dapat disangkal bahwa pandemi COVID-19 telah menimbulkan dampak yang sangat besar bagi perekonomian dunia, termasuk perekonomian Indonesia (McKibbin & Fernando, 2020).

Salah satu sektor usaha yang paling terkena dampak adalah industri pariwisata (Riadil, 2020), padahal sebelumnya industri pariwisata diperkirakan menghasilkan devisa terbesar di Indonesia (iNews.id, 2019).

Pandemi COVID-19 sangat besar pengaruhnya terhadap sektor industri pariwisata, yang saat ini merupakan penyumbang devisa terbesar kedua di Indonesia (iNews.id, 2019). Penghentian layanan penerbangan dan penutupan berbagai destinasi wisata menyebabkan runtuhnya bisnis hotel dan restoran di seluruh daerah di Indonesia, walaupun yang paling awal adalah di Bali, Yogyakarta, Jakarta, dan Jawa Barat.

Ketua Umum Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), Hariyadi B. Sukamdani, memaparkan bahwa tingkat okupansi hotel di Jakarta hanya 30%. Artinya, 70% kamar hotel tidak terisi atau kosong. Dalam perkembangannya hingga akhir bulan April 2020, lebih dari 2.000 hotel di Indonesia sudah tidak beroperasi karena tingkat okupansi terus menurun hingga 10%, sehingga tidak lagi memadai untuk menjalankan operasional hotel (Medcom.id, 2020).

Keadaan yang sulit dan terbatasnya ruang gerak, mendorong masyarakat maupun SDM Pariwisata berinovasi. Ide-ide usaha baru dengan memanfaatkan teknologi, diantaranya jasa kurir *online*, penjualan produk kuliner *online*, serta *virtual tour* yang digagas banyak biro perjalanan yang saat ini tidak dapat beroperasi dengan normal. Hotel-hotel di beberapa negara maju juga telah menggunakan layanan robot berupa robot Bellboy, robot Room Service, dan robot Runner. Walaupun pada awalnya layanan robot ini bertujuan pada pemanfaatan teknologi dan efisiensi tenaga kerja, ternyata juga dapat digunakan untuk meminimalisir kontak fisik langsung dengan tamu hotel.

Konsekuensi dari pemberlakuan *social distancing* dan *physical distancing* adalah adanya pembatasan kapasitas, jarak antri menjadi lebih panjang, kapasitas menjadi lebih sedikit, dan sebagainya. Kehidupan masyarakat, secara psikologis dan sosial ekonomi, mengalami perubahan sebagai adaptasi terhadap adanya pandemi ini. Kaum dewasa muda merupakan kelompok usia yang paling siap mengubah gaya hidup dan kebiasaan sehari-hari mereka serta bersedia melakukan protokol kesehatan agar hidup aman dan nyaman mungkin di dalam kondisi pandemi ini (Buzzi *et al.*, 2020). Kaum dewasa muda lebih memahami perkembangan teknologi yang berperan penting dalam setiap segi kehidupan selama pandemi ini, selain karena kaum dewasa muda memang sedang berada pada tahapan yang kreatif dan semangat dalam kehidupannya.

Hingga kini, masih banyak ketidakpastian tentang kapan berakhirnya pandemi COVID-19, ada yang mengatakan secara alamiah virus akan terurai walaupun memerlukan waktu relatif lama. Namun, Prof. Drs. Sutiman Bambang Sumitro, SU, D.Sc, Guru Besar Biologi Universitas Brawijaya mengatakan bahwa Covid-19 ini akan tetap ada sepanjang masa, sama halnya dengan HIV, Demam Berdarah, TBC, dan yang lainnya. Dengan demikian kesehatan dan imunitas masyarakat harus dijaga (Hukum Ekonomi Islam Universitas Darussalam Gontor, 2020).

Hasil penelitian yang dilakukan [Thevarajan et al, \(2020\)](#), yang dipublikasikan di Nature Medicine, “*Breadth of concomitant immune responses prior to patient recovery: a case report of non-severe COVID-19*”, menyatakan bahwa sistem imun yang sehat memiliki kemungkinan untuk mengalahkan SARS-CoV-2 ([Putra, 2020](#)).

Direktur kedaruratan WHO, dr Mike Ryan menyatakan bahwa COVID-19 tidak akan pernah hilang, artinya virus akan tetap ada dalam kehidupan manusia meskipun vaksin virusnya sudah ditemukan. Untuk menghentikan pandemi ini, peningkatan imunitas tubuh dan penerapan protokol kesehatan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari sangat penting dilakukan ([Kompas.com, 2020b](#)).

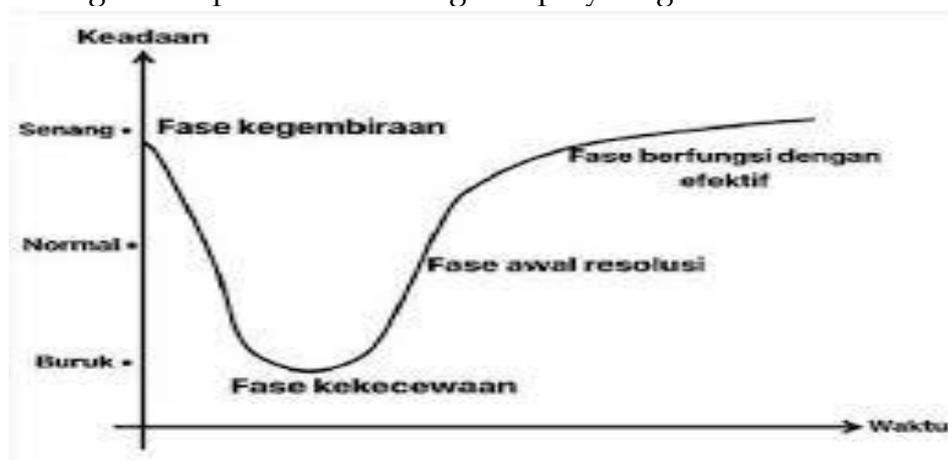
Karena ketidakpastian ini masih terus berlanjut, kita harus meningkatkan kewaspadaan terhadap segala kemungkinan terburuk dan berharap pandemi ini berakhir. Namun, bagaimana jika pandemi COVID-19 berakhir dan manusia harus mulai beradaptasi untuk terus hidup pada kondisi yang demikian? Apakah akan muncul gegar budaya kedua setelah gegar budaya pertama di awal pandemi COVID-19? Adakah yang dapat dilakukan untuk menjalani kehidupan normal kembali seperti semula? Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai pemahaman tentang gegar budaya sebagai realitas kehidupan sosial, dan kemampuan SDM Pariwisata beradaptasi dengan lingkungan yang berbeda, serta pengaruh konsep diri positif terhadap kemampuan *survival*.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Gegar Budaya

Dalam konteks komunikasi antarbudaya yaitu penyampaian pesan diantara mereka yang berasal dari budaya berlainan ([Samovar et al., 2014](#)), *culture shock* kerap terjadi walaupun tingkat keparahannya berbeda antara satu orang dengan lainnya ([Sekeon, 2013](#)). Hal ini menunjukkan bahwa manusia mengalami guncangan, ketidaknyamanan, dan perasaan negatif tertentu apabila berada pada suatu budaya yang baru baginya.

Istilah “*Culture Shock*” pertama kali diperkenalkan oleh antropolog Kalervo Oberg pada tahun 1960 untuk menggambarkan respon negatif mendalam yang berkaitan dengan depresi, frustrasi, dan disorientasi, yang dialami oleh seseorang yang hidup dalam suatu lingkungan budaya yang baru ([Dayakisni & Yuniardi, 2008](#)). Istilah ini menyatakan ketiadaan arah, merasa tidak mengetahui harus berbuat apa, atau bagaimana mengerjakan segala sesuatu di lingkungan yang baru, serta tidak mengetahui apa yang sesuai atau tidak sesuai. Gegar budaya dan proses seseorang beradaptasi dalam menghadapinya digambarkan dalam kurva berikut:



Gambar 1. Fase Gegar Budaya

Sumber: [Samovar et al, \(2017\)](#) sebagaimana dikutip dalam [Khoirunnisa & Soemantri \(2019\)](#)

Ada empat tahap atau fase gegar budaya yang dijabarkan dalam bentuk kurva-U pada **Gambar 1**. Pertama, Fase Kegembiraan (*Honeymoon*), fase yang berisi kegembiraan, rasa penuh harapan, dan euforia sebagai antisipasi seseorang sebelum memasuki budaya baru. Kedua, Fase Kekecewaan (*Crisis/Frustration*), yaitu masa krisis yang dialami seseorang karena lingkungan baru serta permasalahan awal yang mulai terjadi. Ketiga, Fase Awal Resolusi (*Adjustment*), fase yang menempatkan seseorang yang mulai memahami budaya barunya. Tahap terakhir, Fase Berfungsi dengan Efektif (*Mastery*) adalah fase saat seseorang telah mengerti elemen kunci dari budaya baru yang dialami (Khoirunnisa & Soemantri, 2019).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya gegar budaya yang terdiri dari faktor interpersonal yang meliputi keterampilan (keterampilan komunikasi), pengalaman sebelumnya (dalam konteks lintas budaya), karakter personal (mandiri atau toleransi), dan akses ke sumber daya. Faktor fisik juga mempengaruhi seperti penampilan, umur, kesehatan, dan kemampuan sosialisasi (Parrillo, 2011). Reaksi terhadap gegar budaya bervariasi antara seseorang dengan orang lain, dari reaksi yang kompleks hingga reaksi yang ringan. Demikian juga dengan dampak gegar budaya terhadap diri seseorang, ada yang muncul secara cepat namun ada juga yang relatif lambat (Andani, 2018).

2.2. Adaptasi

Adaptasi diartikan sebagai sebuah penyesuaian diri sekaligus sebagai bentuk mengubah diri sesuai dengan kondisi lingkungan (Gerungan, 2010). Dalam konteks komunikasi antar budaya, adaptasi dibedakan menjadi dua kategori, yaitu adaptasi budaya dan adaptasi sosial. Adaptasi budaya adalah proses perubahan unsur-unsur dalam budaya seseorang yang menyebabkan unsur-unsur tersebut berfungsi lebih baik untuk orang-orang di sekitarnya dan untuk diri mereka sendiri. Sedangkan adaptasi sosial merupakan proses perubahan yang dilakukan oleh seseorang dalam suatu kelompok sosial baru agar orang tersebut dapat berinteraksi lebih baik dalam lingkungan tersebut.

Individu yang tergolong mampu melakukan penyesuaian diri secara positif ditandai dengan tidak menunjukkan adanya ketegangan emosional yang berlebihan, tidak menunjukkan mekanisme pertahanan yang salah, tidak menunjukkan adanya frustrasi pribadi, memiliki pertimbangan yang rasional dalam pengarahan diri, mampu belajar dari pengalaman, dan bersikap realistis dan objektif (Fatimah, 2010). Individu dapat dikategorikan menyesuaikan diri dengan baik apabila mampu melakukan respon-respon yang matang, efisien, memuaskan, dan sehat (Schneiders, 1984, sebagaimana dikutip dalam Ali & Asrori, 2015).

Adaptasi/penyesuaian diri adalah suatu usaha individu dalam mencapai kesetaraan diri dan lingkungan. Individu akan mampu melakukan penyesuaian diri secara positif dengan situasi yang berbeda apabila dirinya berusaha mengatasi perbedaan tersebut, tidak menghindari, ataupun meninggalkan (Siregar & Kustanti, 2018).

2.3. Konsep Diri

Perspektif psikologi komunikasi berusaha menguraikan, meramalkan, dan mengendalikan peristiwa mental dan perilaku dalam komunikasi seperti dikemukakan Khairani (2015) sebagaimana dikutip dalam Putri (2019). Demikian juga, melihat respon yang terjadi pada masa lalu dapat meramalkan respon yang akan datang. Dengan demikian, hal itu dapat menjadi wawasan dalam membahas perubahan sikap mental SDM Pariwisata terhadap situasi yang terjadi di masa pandemic COVID-19 dan menyongsong era *new normal*.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sunnah (2014) menunjukkan bahwa konsep diri memiliki hubungan yang kuat dan positif dengan kemampuan memecahkan masalah. Hal ini

berarti apabila semakin positif konsep diri seseorang, maka semakin tinggi pula kemampuannya dalam memecahkan masalah. Atas dasar pemikiran tersebut maka konsep diri seseorang dapat diandalkan dalam pemecahan masalah gegar budaya para SDM Pariwisata.

Konsep diri adalah bagaimana seseorang menilai dirinya sendiri, memandang dirinya sendiri, dan menjadi diri yang diinginkan orang lain, yang seseorang tersebut mau atau tidak mau, itu harus dipenuhinya. Diri seperti apa yang diinginkan oleh dirinya sendiri, dan diri yang diinginkan oleh lingkungan seperti yang diinginkan oleh orang tua, saudara, dan teman. Contoh lain, seseorang menginginkan dirinya sebagai diri yang sukses, pintar, kaya, atau hebat. Walaupun pada dasarnya semua ingin menjadi orang baik, namun kenyataannya tidak semua orang itu baik.

Konsep diri adalah persepsi fisik, sosial, dan psikologis mengenai diri sendiri, yang diperoleh berdasarkan pengalaman dan interaksi diri dengan orang lain (Brooks sebagaimana dikutip dalam Rakhmat, 2018). Konsep diri adalah pandangan, penilaian, dan perasaan seseorang tentang dirinya. Persepsi tentang diri ini dapat bersifat psikologis, sosial, dan fisik. Konsep diri adalah semua yang dipikirkan dan dirasakan serta serangkaian kepercayaan dan perilaku yang dipercayai mengenai diri sendiri (Taylor sebagaimana dikutip dalam Rakhmat, 2018).

Ada kalanya, orang mengatakan bahwa seseorang itu “tidak tahu diri”, maksudnya adalah seseorang itu tidak mengenali dirinya sendiri padahal sebenarnya mengenali diri sendiri itu baik, apalagi kalau kemudian hal itu dapat membentuk dirinya menjadi positif. Terdapat dua macam konsep diri yaitu konsep diri positif dan konsep diri negatif (Brooks sebagaimana dikutip dalam Rakhmat, 2018). Ciri seseorang yang memiliki konsep diri positif adalah memiliki keyakinan atas kemampuannya mengatasi masalah, merasa setara dengan orang lain, menerima pujian tanpa rasa malu, serta menyadari bahwa setiap orang mempunyai perasaan, keinginan, dan perilaku yang belum tentu disetujui masyarakat. Orang yang mampu memperbaiki dan mengembangkan dirinya. Sedangkan orang yang memiliki konsep diri negatif ditandai dengan kepekaan terhadap kritik, responsif terhadap pujian, cenderung merasa tidak disukai orang lain, tidak percaya diri, dan pesimis terhadap kompetisi. Mereka yang memiliki konsep diri positif berusaha mengenali dirinya dengan baik, akan semakin percaya diri akan potensi yang ada dalam dirinya, dan jika ada kelemahan pada dirinya, mereka akan melakukan introspeksi diri dan berubah menjadi seseorang yang lebih baik dengan tujuan agar dirinya semakin berkembang. Orang yang memiliki konsep diri positif umumnya mau membuka diri dan menerima pengalaman dan gagasan baru. Keyakinan diri yang kuat, yang merupakan bagian dari konsep diri yang positif, sangat membantu dalam proses individu beradaptasi dengan lingkungan dan keadaan yang baru (Irfan & Suprapti, 2014).

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Gunawan (2013, p. 143) penelitian kualitatif sebagai jenis penelitian yang temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Walaupun, dalam penelitian ini melibatkan data statistik dan survei dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengenai usaha pariwisata di masa pandemi.

Penelitian dengan pendekatan studi kasus menurut Prihatsanti *et al*, (2018) banyak digunakan dalam ilmu sosial, dengan tujuan memberikan pemahaman akan sesuatu yang menarik perhatian, fenomenal, proses sosial yang terjadi, serta peristiwa konkret. Sebuah studi

kasus diharapkan dapat menangkap kompleksitas suatu kasus seperti halnya dampak pandemi COVID-19 dalam industri pariwisata dan SDM Pariwisata.

Ini merupakan penelitian deskriptif, yang menggambarkan data informasi yang berdasarkan atas fakta yang diperoleh di lapangan untuk menggambarkan fenomena yang ada. Nazir (2003) menyebutkan langkahnya sebagai berikut: 1) Mengidentifikasi permasalahan; 2) Merumuskan permasalahan secara jelas; 3) Menentukan tujuan dan manfaat penelitian; 4) Melakukan studi pustaka yang berkaitan dengan permasalahan; 5) Menentukan kerangka berpikir dan pertanyaan penelitian dan atau hipotesis penelitian; 6) Merancang metode penelitian; 7) Mengumpulkan, mengorganisasi, dan menganalisis data yang relevan; dan 8) Membuat laporan penelitian.

Metode deskriptif kualitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengembangkan teori yang dibangun dari data yang diperoleh melalui studi pustaka, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan SDM Pariwisata yang terdiri dari manajer umum hotel, manajer, petugas operasional hotel, pemilik hotel, dan karyawan bisnis pariwisata yang terkena dampak. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh gambaran yang mendalam tentang gegar budaya, adaptasi dan *survival* SDM Pariwisata dalam menyongsong era *new normal*.

Informan yang diwawancara sebagai data primer berjumlah 14 orang yang terdiri dari 2 Manajer Umum, 4 Kepala Departemen, 6 Petugas Operasional di berbagai hotel di Bandung dan Jakarta serta 2 Operator Wisata. Selain itu, wawancara kolektif juga dilakukan melalui grup WhatsApp "Housekeepers Jabar" yang beranggotakan lebih dari 200 orang sebagai data sekunder. Dasar pemilihan informan adalah untuk mendapatkan informasi secara komprehensif di tingkat manajerial puncak, menengah, dan petugas operasional.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1. Gegar Budaya sebagai Suatu Realitas Sosial

Realitas kehidupan sosial masyarakat begitu terganggu dengan pandemi COVID-19. Dari keadaan kehidupan yang normal, tiba-tiba dikejutkan dengan penyebaran COVID-19 beserta resiko dan pembatasan dalam upaya pencegahannya, mengakibatkan masyarakat mengalami kekacauan, ketidakpastian dan ketakutan. Rumah sakit sebagai tempat pengobatan penyakit dikhawatirkan menjadi sumber penyakit. Ada batasan sosial, batasan jarak, perubahan penggunaan atribut tertentu dalam berinteraksi dengan orang lain. Kebiasaan dalam kehidupan normal dibatasi, seperti bersentuhan, berjabat tangan, dan berpelukan untuk mencegah penyebaran COVID-19.

Demikian juga halnya dalam kegiatan kepariwisataan. Interaksi sosial yang sangat khas dengan keramahtamahan tidak lagi terlihat karena tertutup oleh masker wajah. *Facial expression* atau gerak wajah yang menarik dari para petugas di berbagai bisnis pariwisata tidak lagi tampak. Ekspresi wajah melalui sorot mata dan gerak bibir yang disebut ramah atau sombong tidak lagi begitu dominan. Proksemika (semiotika ruang) atau jarak fisik yang berkisar 60 hingga 75 cm, sudah semakin jauh dengan minimal 1,5 meter. Jarak spasial yang digunakan manusia ketika berkomunikasi dengan orang lain tergantung pada transaksi, hubungan individu yang berinteraksi, serta bagaimana perasaan mereka dan apa yang akan mereka lakukan.

Hall sebagaimana dikutip dalam Rakhmat (2018) menjelaskan hubungan antarmanusia berdasarkan empat jenis jarak, yaitu 1) jarak intim, 2) jarak personal, 3) jarak sosial, dan 4) jarak publik. Dalam jasa pariwisata penentuan jarak sangat bervariasi, di *front office* hotel misalnya dibatasi oleh jarak tetap dengan meja *counter* petugas hotel yang kurang lebih 75 cm.

Berbeda dengan jarak yang ditentukan pada restoran yang variatif, jarak petugas hotel ketika melayani tamu hotel berbeda dengan jarak mengantarkan makanan yang hampir tidak berjarak. Pastinya, orientasi petugas dalam melaksanakan pekerjaannya adalah kelancaran dalam pelayanan dengan mempertimbangkan kesopansantunan. Jarak pramugari dengan penumpang juga demikian, pada waktu mengantarkan makanan, baik dalam membantu penumpang dalam mengakses fasilitas penumpang, hingga membantu penumpang yang sakit dengan jarak yang sangat dekat. Ternyata, dalam situasi pandemi, jarak tidak hanya berpengaruh secara sosial tetapi juga secara ekonomi, dimana luas ruang menjadi lebih terbatas karena *carrying capacity* dibatasi, seperti kapasitas lift, kapasitas restoran, kapasitas penerbangan, dan kapasitas *ballroom*. Sementara di sisi lain, tingkat operasional hotel, penerbangan, dan transportasi lainnya masih rendah. Menjaga kebersihan area dan personal menjadi sangat penting bahkan yang terpenting saat ini. Peraturan mencuci tangan bagi tamu serta petugas hotel dan restoran menjadi sangat penting untuk dilaksanakan.

Pembicara utama, Drs. Parlindungan Marpaung, P.Si., M.T., M.A., seorang motivator, *inspiring trainer*, dan penulis buku, pada *webinar via Zoom Conference* dengan topik “WOW SERVICE IN CRISIS”, yang diselenggarakan oleh PT Fortuna Indonesia, pada hari Jumat, 15 Mei 2020, mengatakan bahwa manajemen restoran terkemuka memberikan jaminan kualitas produk dan kebersihan pribadi karyawan, protokol kesehatan diperbarui dan disesuaikan dengan kondisi krisis saat ini. Dikatakan pula bahwa karyawan yang melakukan pelanggaran seperti tidak mencuci tangan saat masuk dan keluar dapur akan dikenakan sanksi berupa peringatan hingga pemotongan gaji. Komunikasi langsung di meja resepsionis kini telah dipasang dengan kaca pembatas. Pelayanan untuk kedatangan tamu dilengkapi dengan alat pengukur suhu tubuh, *hand sanitizer*, dan sarung tangan (PT Fortuna Indonesia, 2020a).

Daya tarik fisik terhalang oleh atribut lain, hubungan persahabatan tersamarkan jarak, tidak boleh bersentuhan dan ditutupi sarung tangan dan masker. Para tamu merasa semakin tidak aman dengan situasi ini, serta pegawai hotel. Ada banyak kekhawatiran dan bahkan prasangka di antara orang-orang, apakah seseorang bebas virus, pembawa virus (*carrier*), atau bahkan positif terinfeksi COVID-19.

Interaksi manusia dalam berbagai kepentingan dan kegiatan membuat pergerakan manusia demikian dinamis. Bisa jadi seseorang yang melakukan kegiatan bisnis berada di beberapa kota bahkan beberapa negara dalam sehari. Bisa jadi seseorang di Indonesia di pagi hari, di Singapura di siang hari, dan malam harinya sudah berada di Jepang. Hal ini merupakan gambaran realitas kehidupan sosial manusia yang sudah mendunia, namun gambaran interaksi yang mendunia seperti ini tidak selalu berdampak positif, dapat juga membawa dampak negatif seperti menjadi *carrier* penyebaran COVID-19.

Hasil wawancara dengan beberapa manajer umum hotel, praktisi perhotelan, dan asosiasi profesi bidang pariwisata menyatakan bahwa proses adaptasi ini benar mereka alami, dan bukan hanya sebatas adaptasi budaya dan adaptasi sosial melainkan juga adaptasi ekonomi, dimana tiba-tiba mereka tidak lagi mendapat penghasilan karena kondisi hotel dan bisnis pariwisata lain yang terdampak COVID-19 menimbulkan kondisi-kondisi sebagai berikut ini:

- 1) Cuti diluar tanggungan perusahaan;
- 2) Memberhentikan pekerja harian;
- 3) Memberlakukan sistem pergiliran jam kerja dan pemotongan gaji rata-rata sebesar 50% bahkan sebagian ada yang menca pai 75%;
- 4) Tidak adanya uang servis;
- 5) Sama sekali kehilangan penghasilan bagi beberapa hotel yang total ditutup.

Banyak SDM Pariwisata yang sudah kehilangan pekerjaan dan penghasilan karena terdampak oleh pandemi COVID-19. Adanya perubahan realitas kehidupan sosial manusia sebagai dampak wabah COVID-19 yang demikian dahsyat telah mempengaruhi pikiran dan perasaan mereka menjadi takut dan khawatir sehingga membuat tertekan. Dampak pandemi begitu besar terhadap kepariwisataan. Usaha pariwisata, SDM Pariwisata maupun wisatawan itu sendiri terpengaruh dan menimbulkan kelumpuhan bisnis pariwisata. SDM Pariwisata berpotensi kehilangan pekerjaan, perubahan budaya kerja, terutama kelangsungan hidupnya sehingga menimbulkan ketidakpastian dan menyebabkan mereka mengalami gegar budaya.

Reaksi yang mungkin terjadi pada orang yang mengalami gegar budaya adalah sebagai berikut:

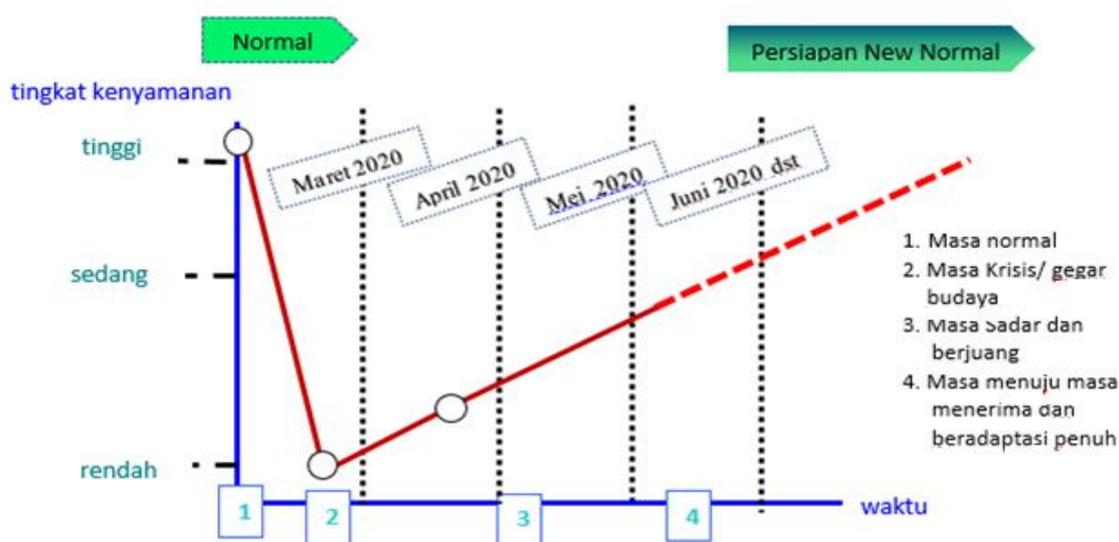
- 1) Antagonis atau memusuhi lingkungan baru.
Hampir semua orang sulit menerima situasi tidak menyenangkan yang memutuskan hubungan kekerabatan, persaudaraan, persahabatan, dan hubungan kerja. Putusnya relasi sosial menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan terhadap keadaan tersebut, khususnya bagi masyarakat Indonesia yang merupakan masyarakat kolektif, yaitu relasi sosial yang tinggi antar anggota masyarakat sesuai dengan sistem tradisi dan identitas bersama. Orang Indonesia pada umumnya suka berkumpul, sehingga ada slogan "*mangan ora mangan, sing penting kumpul*", artinya makan tidak makan yang penting tetap bersama. Budaya kolektif ini runtuh karena adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), masyarakat merasa ada bagian dari dunianya yang hilang, seperti yang dirasakan oleh SDM Pariwisata.
- 2) Rasa kehilangan arah
Dengan dirumahnya SDM Pariwisata, mereka merasakan kehilangan arah karena rutinitas kerjanya sudah terputus yang menyebabkan ketidakpastian hari demi hari.
- 3) Rasa penolakan
Munculnya kekecewaan, penentangan terhadap situasi ini merupakan gambaran penolakan terhadap situasi yang terjadi. SDM Pariwisata yang aktif atau tidak aktif tentunya merasa penolakan dengan keadaan ini namun ini merupakan kenyataan yang terjadi dan harus dihadapi.
- 4) Gangguan lambung dan sakit kepala
Tidak semua orang yang mengalami gegar budaya akan mengalami gangguan lambung, namun sakit kepala/pusing hampir dirasakan semua orang.
- 5) Merindukan teman dan kerabat
Kerinduan karyawan untuk bertemu, berinteraksi, dan beraktivitas bersama merupakan cerminan bahwa manusia adalah makhluk sosial yang sangat membutuhkan orang lain.
- 6) Merasa kehilangan status
Dalam kondisi khusus ada yang merasa telah kehilangan statusnya, karena budaya sebelumnya telah berubah, misalnya protokol kesehatan baru, penampilan baru, jarak sosial baru, sehingga merasa kehilangan atau mengalami perubahan identitas atau status.
- 7) Penarikan diri
Orang yang mengalami gegar budaya juga mungkin mengalami penarikan diri dari lingkungan baru mereka, merasa tidak cocok atau tidak memadai yang disebut penarikan diri.

Informan yang tergabung dalam asosiasi profesi, dalam grup WhatsApp "Housekeepers Jabar", menyatakan bahwa secara umum selama satu bulan pertama pandemi COVID-19 mereka mengalami perasaan negatif seperti marah, kecewa, khawatir, takut kehilangan

pekerjaan, kerinduan kepada kerabat dan teman tetapi tidak bisa bertemu, pusing, dan sebagainya. Hampir semua pemberitaan tentang bisnis pariwisata dalam 2 bulan berikutnya banyak menggunakan kata-kata negatif seperti jatuh, lumpuh, tidak mampu bertahan, bangkrut, dan sejenisnya, tentunya kata-kata tersebut menggambarkan situasi negatif yang sedang terjadi dan sedang dialami.

4.2. Beradaptasi Menghadapi Perubahan

COVID-19 yang sedang merubah tatanan di sektor pariwisata, suka atau tidak suka, kondisi ini menuntut individu melakukan penyesuaian untuk bisa bertahan hidup (*survival*).



Gambar 2. Proses adaptasi SDM Pariwisata pada masa pandemi COVID-19

Sumber: Data Primer (2020)

Adapun tahapan adaptasi SDM Pariwisata dalam perubahan budaya adalah sebagai berikut:

- 1) *Honeymoon period* atau *initial euphoria stage*, merupakan masa awal memasuki lingkungan baru dimana seseorang memasuki masa bahagia dan mengagumi lingkungan barunya. Namun dalam hal ini tahapan ini merupakan masa euforia dalam keadaan normal, nyaman dan stabil dimana pariwisata Indonesia dalam kondisi stabil, usaha pariwisata berjalan normal, individu dalam komunitas pariwisata bekerja dalam situasi normal, demikian juga dengan perilaku wisatawan.
- 2) *Crisis period* atau *frustration stage* adalah munculnya perasaan yang tidak menyenangkan dalam situasi barunya sebagai akibat dari pemberitaan media massa mengenai COVID-19 yang sangat menakutkan. Selain itu, kesulitan beradaptasi terhadap dampak wabah tersebut seperti pembatasan sosial mengakibatkan dinamika perjalanan menurun sangat drastis menyebabkan anjloknya bisnis pariwisata. Kondisi ini berdampak langsung kepada karyawan yang terpaksa untuk sementara dirumahkan, cuti di luar tanggungan perusahaan, bekerja dari rumah, bahkan ada yang diberhentikan. Belum lagi terjadinya perubahan SOP karena harus berorientasi pada pencegahan penyebaran COVID-19 dengan menyediakan banyak fasilitas seperti thermo gun, hand sanitizer, pencuci tangan, face shield/tutup wajah dan masker. Kondisi ini berdampak langsung kepada karyawan yang terpaksa untuk sementara dirumahkan, cuti di luar tanggungan perusahaan, bekerja dari

rumah, bahkan pemecatan karyawan. Disamping itu, terjadi perubahan Standar Operasional Prosedur (SOP) karena harus berorientasi pada pencegahan penyebaran COVID-19 dengan menyediakan banyak fasilitas seperti *thermo gun*, *hand sanitizer*, pencuci tangan, *face shield*/tutup wajah dan masker. Terjadi perubahan pada prinsip bisnis pariwisata yang semula adalah "*hospitality and grooming first*" menjadi "*safety and health first*". Keadaan ketidaknyamanan yang ditimbulkan dampak pandemi COVID-19 ini secara keseluruhan yang disebut gegar budaya.

- 3) *Adjustment period* merupakan masa dimana sumber daya manusia pariwisata memasuki masa sadar dimana mereka mulai terbuka dan memahami bahwa mereka telah memasuki lingkungan baru dan menghadapi permasalahan yang dialaminya dengan sikap yang positif. Situasi ini membuat banyak orang berubah, ada semangat untuk bangkit dari situasi krisis dan menyesuaikan diri dengan lingkungan barunya. Banyak pelatihan bisnis pariwisata *online* dan gratis yang diadakan dimana-mana yang bertujuan untuk memotivasi individu-individu di komunitas pariwisata untuk menghadapi situasi yang terus berubah ini. Ada solusi untuk bisnis *travel* yang sudah *offline* menjadi *online*, misalnya maraknya *virtual tour* sebagai solusi untuk mengatasi pembatasan sosial tersebut. Negara-negara maju seperti Jepang dan Singapura menciptakan robot dalam pelayanan hotel untuk mengurangi kontak langsung dengan tamu, meski hal ini bisa mengakibatkan pengurangan jumlah karyawan. Individu dalam komunitas pariwisata mulai melakukan inovasi produk baru di hampir semua jenis bisnis pariwisata. Ini termasuk inovasi perlindungan diri yang berorientasi pada keselamatan dan kesehatan karyawan dan tamu. Rencana relaksasi PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di beberapa daerah juga menjadi gambaran bahwa akan ada kondisi yang lebih baik pasca pandemi COVID-19. Ini adalah gambaran kebangkitan pariwisata Indonesia.
- 4) *Biculturalism period/Mastery period* merupakan masa adaptasi penuh yang dialami seseorang, walaupun mungkin masih terdapat ketegangan diri, namun individu dalam komunitas pariwisata berusaha untuk mengendalikan perasaannya, yang lama kelamaan ketegangan tersebut akan hilang. Baik pengusaha pariwisata, individu dalam komunitas pariwisata maupun wisatawan yang sebelumnya tidak nyaman menerima perubahan yang disebabkan oleh protokol kesehatan di tempat-tempat seperti hotel, sarana transportasi, bandara dan tempat wisata yang memaksakan jarak fisik, tidak menyentuh, memakai masker, dan bertemu dengan waktu yang terbatas serta layanan robot. Namun, perubahan pola pikir dari periode normal yang mengutamakan keramahan ke periode normal baru (*new normal*) yang mengutamakan keselamatan dan kesehatan membuat semua pihak dalam pariwisata mengarah pada adaptasi penuh. Mereka tidak hanya memahami dan menerima kebiasaan, nilai-nilai dan unsur budaya lainnya, tetapi mulai menikmati, meniru, bahkan mencoba menjadikannya sebagai pengalaman hidup baru dan pengendalian diri di saat tidak nyaman.

Ada tiga aspek yang diadaptasi selama masa adaptasi ini, yaitu 1) adaptasi budaya, misalnya budaya kerja, budaya organisasi, dan budaya masyarakat telah berubah; 2) adaptasi sosial, banyak orang kurang berbicara dan mengurangi kontak, tidak lagi saling mengunjungi antara orang tua dengan anak dan kerabat; 3) adaptasi ekonomi, dari mana segala sesuatu semula berjalan normal ke arah yang tidak pasti.

Khoirunnisa & Soemantri (2019) menggambarkan proses adaptasi dengan kurva U yang menghubungkan waktu dan kenyamanan, dimana perubahan kenyamanan tidak terlalu drastis dan membutuhkan waktu yang relatif lama. Sedikit berbeda dengan gambaran tersebut, proses

adaptasi individu saat ini dalam masyarakat pariwisata menggambarkan suatu kenyamanan yang tiba-tiba turun drastis dan hanya dalam waktu yang singkat. Perubahan drastis terjadi pada Maret 2020 pasca diberlakukannya kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dimana tidak ada lagi perjalanan wisata dan aktivitas hotel, yang mengakibatkan lumpuhnya operasional hotel dan bisnis travel. Itu digambarkan dengan garis yang turun dengan tajam dan jauh ke bawah. Begitu pula dengan kesadaran SDM Pariwisata untuk bangkit dari situasi ketidaknyamanan yang digambarkan dengan garis dengan kemiringan yang tidak simetris dengan penurunan kenyamanan mereka.

Kesadaran untuk bangkit untuk bertahan hidup tidaklah mudah karena dibatasi oleh kondisi pandemi yang sedang berlangsung. Kekhawatiran tentang penularan virus yang masih tinggi menyebabkan kurangnya fleksibilitas dalam melakukan perubahan pada kondisi barunya. Dalam situasi ini, mereka baru mencapai 3 tahapan proses adaptasi karena prosesnya masih berlangsung dan masih dalam tahap kesadaran dan berjuang menuju adaptasi penuh. Jadi, jika digambar menjadi kurva, maka kurva tersebut akan berbentuk seperti V asimetris, dengan detail sebagai berikut:

- 1) Pada akhir Maret 2020, kenyamanan individu dalam komunitas pariwisata menunjukkan penurunan hingga titik terendah karena seruan pemerintah untuk melakukan *social distancing* dan *physical distancing* dinilai tidak efektif dalam mengatasi penyebaran COVID-19. Pemerintah kemudian memutuskan untuk menerapkan PSBB, di mana mobilitas warga sangat dibatasi bahkan dihentikan. Pada tahap ini hampir semua jenis usaha pariwisata terkena imbasnya, bahkan banyak yang harus berhenti beroperasi, mulai dari maskapai penerbangan, biro perjalanan, hotel, usaha kuliner, dan lain sebagainya.
- 2) Sejak akhir Maret 2020 hingga akhir April 2020, individu mengalami masa krisis atau gegar budaya di mana aturan, prosedur, dan kebiasaan baru dianggap sebagai kondisi yang menyebabkan tekanan psikologis meskipun pada tahap ini pandemi telah diterima sebagai a realitas. Tingkat kenyamanan tidak serendah tahap sebelumnya.
- 3) Dari akhir April 2020 hingga Juni 2020, individu dalam masyarakat pariwisata yang terdampak kondisi pandemi COVID-19 sudah mulai bangun dan sadar dan mencoba berjuang menghadapi dan bertahan dengan kenyataan. Beberapa dari mereka yang kehilangan pekerjaan mulai melirik dan membangun usaha yang mampu mereka lakukan pada saat terjadi krisis. Tahapan ini merupakan tahapan yang sedang terjadi dan memerlukan waktu lama agar semua kondisi *new normal* ini dianggap sebagai sesuatu yang sepenuhnya normal dan menjadi bagian dari kehidupan individu dalam masyarakat pariwisata.

4.3. Konsep Diri dan *Survival*

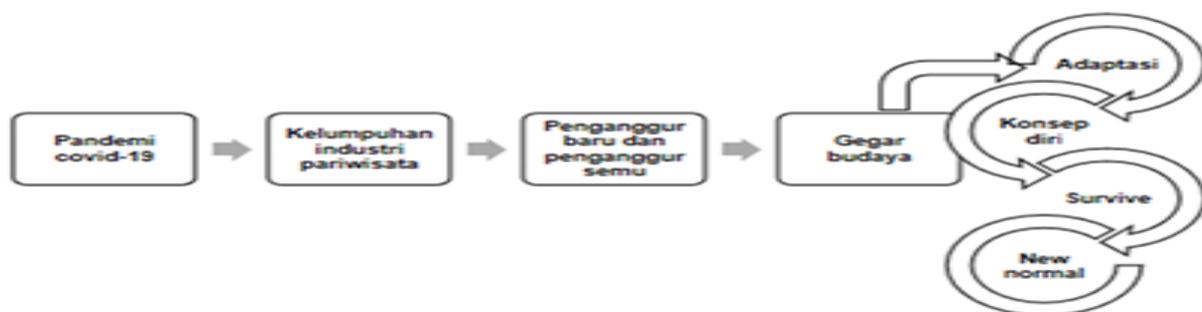
Terkait dengan keberhasilan individu dalam bertahan hidup (*survival*), upaya bertahan hidup adalah kemampuan untuk berjuang untuk bertahan hidup dalam kondisi atau keadaan yang tidak nyaman atau terancam. Begitu pula, dampak krisis pandemi COVID-19 sangat dipengaruhi oleh konsep diri yang positif. Oleh karena itu, pekerja di sektor pariwisata harus membangun konsep diri yang positif agar tergerak untuk meningkatkan kemampuannya dalam memecahkan masalah, mampu mengembangkan diri, dan bertindak melakukan sesuatu yang menghasilkan sesuatu yang produktif dan meningkatkan kompetensinya serta selalu bersemangat dalam pengembangan diri. Konsep diri yang positif ini akan membawa mereka pada *mastery period*, dimana individu telah menerima sepenuhnya perubahan budaya akibat pandemi COVID-19 dan telah keluar dari masa *culture shock*. Namun kenyataannya masih banyak pekerja pariwisata yang masih tertekan atau stres.

Dalam *webinar* via *Zoom Conference* dengan topik “*Smart Coping Stress*” dalam rangka penanganan dampak pandemi COVID-19, pada Sabtu, 16 Mei 2020, yang diselenggarakan oleh PT Fortuna Indonesia, Drs. Parlindungan Marpaung, P.Si., M.T., M.A., seorang motivator, *inspiring trainer*, penulis buku, dan juga merupakan seorang psikolog, sebagai pembicara kesatu pada *webinar* tersebut mengatakan bahwa stres yang tidak terkelola dapat mengganggu kejiwaan (PT Fortuna Indonesia, 2020b). Ketidaknyamanan di saat krisis atau gegar budaya yang dialami seseorang harus diatasi. Ada 6 hal yang harus dilakukan terkait pengendalian stres, yaitu:

- 1) Harapan. Masih banyak harapan yang ingin dicapai dalam hidup ini.
- 2) Kuasai pikiran. Gunakan pikiran positif daripada perasaan negatif.
- 3) Berkomunikasi dan terus menjalin hubungan dengan kerabat dan teman, mematuhi protokol kesehatan, serta menjalin dan membangun hubungan sosial.
- 4) Jangan mencari alasan atau menyalahkan, tetapi tergerak untuk melakukan hal-hal yang baik dan bermakna bagi orang lain.
- 5) Ubah Stressed menjadi Desserts, ubah sesuatu yang tidak menyenangkan ini menjadi sesuatu yang menyenangkan, buat sesuatu yang bermanfaat dan bagikan dengan orang lain.
- 6) Lakukan aktivitas menyenangkan seperti berolahraga, mendengarkan musik dan hal-hal yang disukai.

Pembicara kedua, dr. Indra Muhtadi (*health influencer*) mengatakan bahwa stres adalah hal biasa, manusia tidak “*stress-free*”, yang tidak stres adalah orang yang mati rasa, orang gila, dan orang mati. Juga dikatakan bahwa stres dapat memiliki efek positif dan negatif. Stres konstruktif disebut sebagai *neustress*, dan stres yang merupakan ancaman disebut *distress*. Stres merupakan bagian dari realitas kehidupan manusia. Yang penting adalah bagaimana stres dikelola. Oleh karena itu diperlukan untuk menyesuaikan diri dengan kondisi perubahan, yaitu tahapan dalam teori adaptasi: “sadar dan berjuang”, berusaha untuk terus berlanjut hingga tahap keempat, dapat menyesuaikan dan tidak lagi merasakan perubahan budaya lama sebagai masalah karena telah mampu mengatasinya (PT Fortuna Indonesia, 2020b)

Pembicara ketiga, Ir. Asep Suhada, seorang aktivis seni (ahli musik angklung tradisional) dari Bandung, Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Ia mengatakan bahwa sinyal musik yang didengar oleh telinga akan disalurkan ke seluruh tubuh yang dapat mengurangi ketegangan pikiran. Dengan demikian, seseorang yang sedang dalam keadaan lelah, perlu mendengarkan musik untuk mengurangi ketegangan. Tetapi untuk mencapai hal ini, setiap individu perlu memilih musik favoritnya sendiri (PT Fortuna Indonesia, 2020b).



Gambar 3. Proses SDM Pariwisata dalam menghadapi gegar budaya karena COVID-19 hingga masa *new normal*

Sumber: Data Primer (2020)

Jelas bahwa pandemi COVID-19 telah memicu perubahan yang tiba-tiba dan membuat banyak orang, dalam hal ini khususnya SDM Pariwisata, menjadi tersentak dan lumpuh sesaat, baik secara budaya, sosial, maupun ekonomi. Ketidaksiapan dan keterkejutan inilah yang disebut dengan gegar budaya akan mampu dihadapi dengan proses adaptasi yang dalam prosesnya dipengaruhi oleh konsep diri yang positif. Semakin positif konsep diri yang dimiliki SDM Pariwisata maka akan semakin mudah dan cepat proses adaptasi yang akan dijalani karena konsep ini berpengaruh pada tingginya kemampuan bertahan hidup dalam menghadapi kondisi baru.

Bagi SDM Pariwisata, konsep diri yang positif merupakan modal awal untuk berkecimpung di industri pariwisata. SDM Pariwisata dalam kesehariannya, melakukan aktivitas pekerjaan di ruang lingkup usaha jasa yang mengutamakan pelayanan. Untuk dapat menampilkan diri dan memberikan pelayanan prima yang menghibur dan memuaskan konsumen, SDM Pariwisata harus dapat terlebih dahulu memberikan kenyamanan untuk diri sendiri. Kenyamanan diri berkaitan erat dengan cara kita memandang diri sendiri; Jika kita menilai diri kita sendiri secara positif, maka ada kepercayaan pada diri kita yang membuat kita mampu menampilkan diri kita secara positif dan menarik di depan konsumen begitu juga sebaliknya. Dengan melihat hal tersebut, tidak mengherankan bila SDM Pariwisata yang terpukul sangat keras oleh pandemi secara sosial, budaya, terutama ekonomi, dapat langsung mengatasi gegar budaya melalui proses adaptasi yang tergolong pendek dan bangkit dari keterpurukan.

5. Kesimpulan

COVID-19 telah mengakibatkan kelumpuhan dalam industri pariwisata yang diikuti dengan peningkatan pengangguran baru dan pengangguran semu di SDM Pariwisata. Hal ini menyebabkan gegar budaya yang merupakan bagian dari realitas kehidupan sosial manusia sebagai akibat dari interaksinya dengan lingkungannya. Begitu pula dengan SDM pariwisata yang mengalami gegar budaya sebagai akibat dari perubahan tiba-tiba akibat pandemi COVID-19, sehingga melumpuhkan aktivitas pariwisata yang secara langsung berdampak pada lapangan pekerjaan, pendapatan, dan sistem relasi. Akibatnya, masyarakat pariwisata menjadi tertekan, frustrasi dan bingung menghadapi masa depannya. Namun, gegar budaya yang terjadi dapat diatasi melalui proses adaptasi karena pada dasarnya setiap individu secara alamiah dikaruniai kemampuan untuk beradaptasi dengan lingkungannya. Untuk berhasil dalam proses adaptasi ini dan bertahan di era normal baru, konsep diri yang positif pada setiap individu dalam masyarakat mutlak diperlukan untuk menghadapi setiap tantangan.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada waktu yang relatif singkat. Penelitian tentang proses adaptasi budaya ini dilakukan selama empat bulan. Namun, periode gegar budaya dan adaptasi ke periode *new normal* dapat dijelaskan secara menyeluruh. Karena dampak COVID-19 masih mungkin terjadi untuk waktu yang tidak pasti, masih diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai perkembangan periode *new normal* dan kaitannya dengan perubahan perilaku SDM pariwisata.

6. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Indonesian Housekeepers Association (IHKA) Provinsi Jawa Barat dan alumni Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI yang bekerja di industri pariwisata yang telah bersedia memberikan data dalam penelitian ini. Terima kasih juga diberikan kepada pembicara *webinar* yang menginspirasi, serta PT Fortuna Indonesia sebagai penyelenggara *webinar*.

7. Pernyataan *Conflicts of Interest*

Penulis menyatakan tidak ada potensi konflik kepentingan sehubungan dengan penelitian, kepengarangan, dan/atau publikasi dari artikel ini.

Daftar Pustaka

- Ali, M., & Asrori, M. (2015). *Psikologi Remaja (Perkembangan Peserta Didik)*. Jakarta, Indonesia: PT. Bumi Aksara.
- Andani, D. (2018). *Penyesuaian Diri Mahasiswa Terhadap Culture Shock (Studi Deskriptif Kualitatif Penyesuaian Diri Mahasiswa Sulawesi Selatan di Yogyakarta)* (Thesis). Universitas Muhammadiyah Surakarta. Retrieved from <http://eprints.ums.ac.id/57900/>
- Brahma, B. (2020). Oncologists and COVID-19 in Indonesia: What can we learn and must do? *Indonesian Journal of Cancer*, 14(1), 1-2. <https://doi.org/10.33371/ijoc.v14i1.728>
- Buzzi, C., Tucci, M., Ciprandi, R., Brambilla, I., Caimmi, S., Ciprandi, G., & Marseglia, G. L. (2020). The psycho-social effects of COVID-19 on Italian adolescents' attitudes and behaviors. *Italian Journal of Pediatrics*, 46(1). <https://doi.org/10.1186/s13052-020-00833-4>
- Dayakisni, T., & Yuniardi, S. (2004). *Psikologi Lintas Budaya*. Malang, Indonesia: UMM Press.
- Djalante, R., Lassa, J., Setiamarga, D., Sudjatma, A., Indrawan, M., Haryanto, B., ... Warsilah, H. (2020). Review and analysis of current responses to COVID-19 in Indonesia: Period of January to March 2020. *Progress in Disaster Science*, 6, 100091. <https://doi.org/10.1016/j.pdisas.2020.100091>
- Fatimah, E. (2010). *Psikologi Perkembangan (Perkembangan Peserta Didik)*. Bandung, Indonesia: Pustaka Setia.
- Gerungan, W. A. (2010). *Psikologi Sosial*. Bandung, Indonesia: Refika Aditama.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta, Indonesia: PT. Bumi Aksara.
- Homecare24.id. (2020, July 20). Ini Dia Protokol Kesehatan Covid-19 yang Baru! Akibat Penularan Melalui Udara. Retrieved from <https://medium.com/@homecare24.blog/ini-dia-protokol-kesehatan-covid-19-yang-baru-akibat-penularan-melalui-udara-733ab2a2fca>
- Hukum Ekonomi Islam Universitas Darussalam Gontor. (2020, May 17). Bagaimana Cara Hidup Damai dengan Covid-19 (Corona Virus) - Islamic Economics of Law Department. Retrieved from <http://hes.unida.gontor.ac.id/bagaimana-cara-hidup-damai-dengan-covid-19-corona-virus/>
- Irfan, M., & Suprpti, V. (2014). Hubungan self-efficacy dengan penyesuaian diri terhadap perguruan tinggi pada mahasiswa baru Fakultas Psikologi Universitas Airlangga. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan*, 3(3), 172-178. Retrieved from <http://www.journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jppp47cf73fd802full.pdf>
- iNews.id. (2019, September 9). Sektor Utama Ekonomi Nasional, Pariwisata Akan Menjadi Penghasil Devisa Terbesar. Retrieved from <https://www.inews.id/travel/destinasi/sektor-utama-ekonomi-nasional-pariwisata-akan-menjadi-penghasil-devisa-terbesar>
- Khoirunnisa, Y., & Soemantri, N. P. (2019). Fenomena Gegar Budaya pada Warga Negara Perancis yang Bekerja di Jakarta. *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 21(2), 254-261. <https://doi.org/10.25077/jantro.v21.n2.p254-261.2019>
- Kompas.com. (2020a, March 16). Jokowi: Kerja dari Rumah, Belajar dari Rumah, Ibadah di Rumah Perlu Digencarkan. Retrieved from <https://nasional.kompas.com/read/2020/03/16/15454571/jokowi-kerja-dari-rumah-belajar-dari-rumah-ibadah-di-rumah-perlu-digencarkan?>

- Kompas.com. (2020b, May 14). WHO Peringatkan, Virus Corona Tidak Akan Hilang Meski Ada Vaksin. Retrieved from <https://www.kompas.com/sains/read/2020/05/14/123200923/who-peringatan-virus-corona-tidak-akan-hilang-meski-ada-vaksin?>
- McKibbin, W., & Fernando, R. (2020). The economic impact of COVID-19. In R. Baldwin & B. Weder di Mauro (Eds.), *Economics in the Time of COVID-19* (pp. 45–52). Retrieved from <https://cepr.org/sites/default/files/news/COVID-19.pdf>
- Medcom.id. (2020, March 12). PHRI: Imbas Korona, Okupansi Hotel hanya 30% - Medcom.id. Retrieved from <https://m.medcom.id/ekonomi/bisnis/4bamrzZb-phri-imbas-korona-okupansi-hotel-hanya-30>
- Nazir, M. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta, Indonesia: Ghalia Indonesia.
- Parrillo, V. N. (2011). *Strangers to these shores: Race and ethnic relations in the United States* (10th ed.). Upper Saddle River, NJ, United States: Prentice-Hall.
- Prihatsanti, U., Suryanto, S., & Hendriani, W. (2018). Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikologi. *Buletin Psikologi*, 26(2), 126-136. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.38895>
- PT Fortuna Indonesia (2020a, May). *WOW SERVICE IN CRISIS: Teknik memberikan pelayanan unggul di masa-masa sulit*. Presented at Webinar via Zoom Conference: PT Fortuna Indonesia.
- PT Fortuna Indonesia (2020b, May). *SMART COPING STRESS: Bagaimana kita bisa menangani dan bersahabat dengan stress/kejenuhan/kekhawatiran akibat Pandemic Covid-19 ini?*. Presented at Webinar via Zoom Conference: PT Fortuna Indonesia.
- Putra, A. (2020, September 20). 8 Cara Menjaga Imun Tubuh untuk Lawan Virus Corona. Retrieved June 12, 2020, from <https://www.sehatq.com/artikel/cara-menjaga-imun-tetap-sehat-untuk-lawan-virus-corona-covid-19>
- Putri, N. W. E. (2019). Peran Psikologi Komunikasi dalam Mengatasi Permasalahan Peserta Didik: Studi Kasus Proses Bimbingan Konseling di SMK Kesehatan Widya Dharma Bali. *CALATHU: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 52–67. Retrieved from <https://journal.uc.ac.id/index.php/calathu/article/view/776>
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi* (Revisi ed.). Bandung, Indonesia: PT. Remaja Rosdakarya.
- Riadil, I. G. (2020). Tourism Industry Crisis and its Impacts: Investigating the Indonesian Tourism Employees Perspectives' in the Pandemic of COVID-19. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4(2), 98–108. <https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.54>
- Samovar, L. A., Porter, R. E., McDaniel, E. R., & Roy, C. S. (2014). *Intercultural communication: A reader*. Boston, United States of America: Cengage Learning.
- Sekeon, K. (2013). Komunikasi Antar Budaya Pada Mahasiswa FISIP Unsrat (Studi pada Mahasiswa Angkatan 2011). *Acta Diurna Komunikasi*, 2(3), 1-14. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/1918>
- Siregar, A. O. A., & Kustanti, E. R. (2018). Hubungan antara gegar budaya dengan penyesuaian diri pada mahasiswa bersuku minang di universitas Diponegoro. *Empati*, 7(2), 474-490. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/empati/article/view/21668>
- Suara.com. (2020, April 23). Indonesia Stop Penerbangan Internasional dan Domestik 24 April - 1 Juni. Retrieved June 6, 2020, from <https://www.suara.com/news/2020/04/23/201610/indonesia-stop-penerbangan-internasional-dan-domestik-24-mei-1-juni>

- Sunnah, A. M. (2014). Hubungan Antara Konsep Diri dengan Kemampuan Pemecahan Masalah pada Wirausahawan di Surabaya. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(2), 1-5. Retrieved from <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/10989>
- Tribunnews.com. (2020, June 10). Prof Wiku Adisasmito Paparkan Perkembangan Covid-19 di Depan Jokowi. Retrieved June 13, 2020, from <https://www.tribunnews.com/metropolitan/2020/06/10/prof-wiku-adisasmito-paparkan-perkembangan-covid-19-di-depan-jokowi>

Tentang Penulis

1. **Diana Simanjuntak**, memperoleh gelar Doktor dari Universitas Padjadjaran, Indonesia, pada tahun 2010. Penulis adalah dosen pada Program Studi Perhotelan, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI, Indonesia.
E-Mail: simanjuntak_dn@yahoo.com
2. **Rina Fitriana**, memperoleh gelar Magister dari Universitas Mercu Buana, Indonesia, pada tahun 2017. Penulis adalah dosen pada Program Studi Perhotelan, Politeknik Sahid, Indonesia.
E-Mail: rinafitriana@polteksahid.ac.id