

## **Model Komunikasi Untuk Edukasi Publik Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kebun Raya Bali**

**(Studi Kasus Implementasi Protokol Adaptasi Kebiasaan Baru Bagi Pengunjung Pasca Reopening Kebun Raya Bali)**

**Muntadliroh<sup>1)</sup>**

<sup>1)</sup>Humas Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia  
[muntadlirohlatief@gmail.com](mailto:muntadlirohlatief@gmail.com), [munt001@lipi.go.id](mailto:munt001@lipi.go.id)

### **ABSTRAK**

Kebun Raya Eka Karya Bali adalah salah satu kebun raya yang berada di bawah pengelolaan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) pernah ditutup untuk kunjungan umum dari bulan Maret-Juli 2020. Ini dilakukan untuk mengantisipasi penyebaran virus Covid-19. Hingga dibuka kembali pada 22 Juli 2020 lalu. Tantangan yang dihadapi pengelola pada masa reopening Kebun Raya Bali adalah mengomunikasikan pentingnya adaptasi kebiasaan baru bagi pengunjung dan menjaga agar Kebun Raya Bali tidak menjadi cluster baru penyebaran pandemi. Karenanya, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi model komunikasi yang digunakan oleh pengelola dalam melakukan edukasi publik terkait penerapan adaptasi kebiasaan baru di tempat wisata tersebut. Peneliti menggunakan metode studi kasus deskriptif dalam mengelaborasi fenomena ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelola mengadopsi model kontekstual untuk mengomunikasikan pesan adaptasi kebiasaan baru bagi pengunjung melalui himbuan lisan oleh petugas pelayanan dan menggunakan media informasi online maupun offline. Kesimpulannya adalah implementasi model komunikasi kontekstual ini memiliki kelebihan yaitu dapat digunakan untuk menyampaikan informasi berdasarkan konteks tertentu, termasuk pesan menjaga kesehatan di masa pandemi; relevan diaplikasikan untuk bidang komunikasi kesehatan. Di sisi lain, model komunikasi ini memiliki kelemahan bahwa kepatuhan pengunjung untuk mengimplementasikan protokol kesehatan selama berada di Kebun Raya Bali tergantung aspek psikologis pribadi dan relasi sosialnya.

Kata Kunci: model kontekstual, edukasi publik, kebun raya bali

### **ABSTRACT**

*Bali Botanic Garden is one of the botanical gardens managed by the Indonesian Institute of Sciences (LIPI). It was closed for public from March-July 2020. This is to anticipate the spread of the Covid-19 virus. Until it reopened on 22<sup>nd</sup> of July, 2020. The organizer face challenges during the reopening of the Bali Botanic Gardens to communicate the importance of new normal habits for visitors, to keep the Bali Botanical Gardens from becoming a new cluster of the pandemic. Therefore, this study aims to identify the communication model used by organizer to educate the public regarding new normal adaptations at this destination. Researchers used descriptive case study methods to elaborate the phenomenon. The results showed that the implementation of a contextual model to communicate new adaptation messages for visitors are conveyed through verbal appeals by the officers and using online and offline information media. The conclusion is the implementation of this model has the advantage that it can be used to convey information based on a*

*certain context, including messages to maintain health during a pandemic; relevant to the health communication field. On the other hand, this model has the weakness that the visitor's compliance to implement health protocols while in Bali Botanic Gardens depends on their personal psychological aspects and social relationships.*

Keywords: *contextual model, public education, bali botanic garden*

## **PENDAHULUAN**

Pandemi Covid-19 bukan hanya menjadi pemicu krisis di Indonesia, melainkan telah menjadi krisis skala global. Sejak Maret 2020 Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) resmi mengumumkan penyebaran virus Covid-19 ini sebagai pandemi dunia. Karenanya, WHO menghimbau negara-negara di dunia untuk melakukan langkah cepat penanggulangan penyebaran virus Covid-19 melalui berbagai cara, termasuk desakan terhadap pemerintah Indonesia.

Pemerintah secara resmi mengumumkan temuan kasus positif Covid-19 pertama di Indonesia sejak 2 Maret 2020. Pascapengumuman tersebut, lonjakan penyebaran pandemi Covid-19 terjadi secara massif di berbagai wilayah Indonesia. Hingga pada 14 Maret 2020 pemerintah menetapkan pandemi Covid-19 ini sebagai bencana nasional nonalam. Pemerintah Indonesia tidak mengambil langkah *lockdown* seperti yang dilakukan banyak negara lain, tetapi memilih antisipasi melalui mekanisme Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan himbauan menjaga jarak sosial. Pandemi Covid-19 di Indonesia ini berdampak signifikan di berbagai bidang termasuk ekonomi, sosial, kesehatan, hingga pariwisata.

Kebun Raya Eka Karya Bali sebagai salah satu destinasi wisata alam pun turut terdampak karena pandemi ini. Kebun Raya Bali merupakan lembaga konservasi tumbuhan, penelitian, dan wisata yang pengelolaannya berada di bawah Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) mendukung upaya pemerintah untuk menekan penyebaran pandemi Covid-19. Karenanya, LIPI melakukan penutupan sementara empat kebun raya yang dikelolanya, yaitu Kebun Raya Bogor, Kebun Raya Cibodas, kebun

Raya Purwodadi, dan Kebun Raya Bali terhitung sejak tanggal 19 Maret 2020 (LIPI, 2020).

Penutupan Kebun Raya Bali ini otomatis menghentikan kunjungan wisatawan domestik dan asing pada destinasi ini. Pengelola layanan wisata di Kebun Raya Bali memperkirakan total kerugian mencapai ratusan juta rupiah jika dikalkulasi berdasarkan jumlah kunjungan pada situasi normal dengan rata-rata kunjungan 500-600 orang per hari saat *weekdays* dan 1000-1500 orang per hari saat *weekend* (Wawancara pengelola, 2020). Dalam skala makro, himbauan pembatasan jarak sosial ini telah menurunkan pendapatan pariwisata Bali selama pandemi dengan total perkiraan kerugian sebesar Rp. 138,5 triliun atau senilai US\$9 miliar (cnnindonesia.com, 2020). Meskipun demikian, keselamatan masyarakat tetap harus menjadi prioritas bersama.

Penutupan Kebun Raya Bali ini berlangsung dari 19 Maret 2020 hingga 22 Juli 2020. Untuk mendapatkan izin reopening, Kebun Raya Bali perlu memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh Dinas Pariwisata Provinsi/Kabupaten serta Pemerintah Kabupaten Tabanan antara lain memiliki dan menjalankan protokol kesehatan, memiliki fasilitas penunjang layanan kesehatan pengunjung (fasilitas cuci tangan, ruang perawatan darurat bagi pengunjung, perangkat untuk mengecek suhu tubuh pengunjung, dll). Dengan dipenuhinya berbagai persyaratan tersebut, maka pada tanggal 21 Juli 2020 Kebun Raya Bali dinilai layak memperoleh Sertifikat Tatanan Kehidupan Era Baru Bidang Pariwisata Menuju Tabanan Aman dan Produktif Nomor 556/2353/DISPAR sebagai syarat pembukaan kembali Kebun Raya Bali.

Sejak reopening pada 22 Juli 2020 tersebut, Kebun Raya Bali tetap dievaluasi secara berkala agar dapat memenuhi fase layanan wisata di masa adaptasi kebiasaan baru. Disamping itu, juga untuk memonitor implementasi protokol kesehatan seperti layanan

pembelian tiket masuk Kebun Raya Bali secara online, penyemprotan desinfektan ke fasilitas publik, dan penyampaian informasi mengenai protokol kunjungan di kawasan Kebun Raya Bali. Pada masa ini juga masih dilakukan pembatasan jumlah pengunjung untuk menghindari terjadinya kerumunan.

Salah satu tantangan yang dihadapi pengelola jasa wisata Kebun Raya Bali pada masa reopening ini adalah mengomunikasikan informasi mengenai adaptasi kebiasaan baru bagi pengunjung Kebun Raya Bali. Mengingat hal ini wajib dilakukan oleh destinasi wisata yang sudah memperoleh izin beroperasi kembali. Proses komunikasi ini sangat penting untuk menjaga agar destinasi wisata Kebun Raya Bali tidak menjadi klaster baru penyebaran pandemi Covid-19. Pengelola tidak boleh abai, sebab jumlah kasus pasien positif Covid-19 di Bali per 2 Oktober 2020 masih tinggi yaitu 9.147 orang (baliprov.go.id, 2020).

Merujuk pada pentingnya upaya komunikasi kesehatan di masa adaptasi kebiasaan baru bagi pengunjung Kebun Raya Bali, hal ini bukan hanya untuk mencegah agar Kebun Raya Bali tidak menjadi klaster baru penyebaran virus Covid-19, tetapi juga sebagai upaya edukasi publik agar tetap mematuhi protokol kesehatan selama berada di Kebun Raya Bali. Karenanya, penelitian ini bertujuan untuk mengelaborasi model komunikasi yang digunakan oleh pengelola jasa wisata Kebun Raya Bali dalam mengomunikasikan pesan kesehatan bagi pengunjung di masa adaptasi kebiasaan baru pascapembukaan kembali Kebun Raya Bali.

Secara umum, terdapat empat model komunikasi yang lazim digunakan untuk mengomunikasikan pesan kepada publik. Pertama, *The deficit model* berasumsi bahwa adanya deficit pengetahuan perlu diisi dengan informasi agar menjadi lebih baik (Ziman, 1992). Tetapi penerapan model ini terkadang tidak menyesuaikan dengan

konteks yang sedang terjadi (Wynne, 1995). Kedua, *The contextual model* mengakui bahwa individu tidak sesederhana wadah kosong dalam merespon informasi. Mereka merespon informasi sesuai dengan skema sosial dan psikologis tertentu yang dibentuk oleh pengalaman, konteks budaya, dan kondisi pribadi tertentu (Lewenstein, 2003). Ketiga, *The lay expertise model* mengasumsikan bahwa pengetahuan lokal dianggap relevan menyelesaikan masalah, sebagian besar berdasarkan analisis studi kasus yang pernah dilakukan (Irwin & Wynne, 1996). Keempat, *The public participation model* fokus pada serangkaian kegiatan untuk meningkatkan partisipasi publik melalui berbagai bentuk pemberdayaan dan keterlibatan politik (Sclove, 1995).

Studi mengenai komunikasi untuk edukasi publik di masa pandemi Covid-19 telah dilakukan oleh para peneliti dari berbagai perspektif keilmuan. Penggunaan media sosial dapat menjadi media alternatif untuk mengedukasi masyarakat di masa pandemi (Sampurno, et al., 2020: 529). Disamping itu, akurasi pesan (Vraga & Jacobsen, 2020) dan penggunaan informasi secara online menjadi dominan bagi upaya komunikasi dan pengawasan terhadap masyarakat saat terjadi pandemi Covid-19 (Wang, et al., 2020). Riset yang dilakukan Mheidly dan Fares (2020) bahkan mengusulkan dibuatnya sistem "*Infodemic Response Checklist*" sebagai upaya untuk menyaring informasi yang kompresensif bagi publik ditengah terjadinya infodemik saat pandemi terjadi. Komunikasi mengenai edukasi informasi, komunikasi bagi perubahan sosial, serta pemasaran sosial berbasis teknologi informasi juga bisa diterapkan untuk edukasi publik di masa pandemi (Reddy & Gupta, 2020: 3793).

Terkait isu tersebut, riset mengenai komunikasi publik di sektor pariwisata selama terjadinya pandemi Covid-19 di Indonesia masih terbatas. Karenanya, penelitian ini berupaya melengkapi referensi penelitian komunikasi pariwisata di masa pandemi Covid-19

di Indonesia, sekaligus menjadi evaluasi bagi implementasi komunikasi pariwisata yang dilakukan oleh pengelola jasa wisata di Kebun Raya Bali. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi panduan untuk memberikan edukasi publik yang efektif pada destinasi wisata di masa pandemi.

## **METODE**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, sebab bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan model komunikasi yang digunakan oleh pengelola jasa wisata di Kebun Raya Bali dalam mengomunikasikan informasi kesehatan dan adaptasi kebiasaan baru bagi pengunjung pascapembukaan kembali Kebun Raya Bali. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Peneliti tertarik untuk mengelaborasi fenomena ini sebab aktivitas komunikasi pesan kesehatan bagi pengunjung Kebun Raya Bali baru dilakukan pertama kali pada situasi pandemi Covid-19 ini dan belum ada presedennya.

Penelitian dilakukan dalam kurun waktu reopening Kebun Raya Bali yaitu sejak 22 Juli hingga Oktober 2020. Objek penelitian ini adalah pengelola jasa wisata di Kebun Raya Bali selaku pelaksana komunikasi pesan kesehatan bagi pengunjung. Limitasi penelitian ini meliputi tempat dan waktu pelaksanaan yang hanya dibatasi di Kebun Raya Bali saja, dalam kurun waktu masa awal penerapan komunikasi pesan kesehatan kepada pengunjung.

Data dikumpulkan melalui observasi, studi pustaka dan wawancara mendalam. Peneliti menggunakan teknik wawancara *guided interview* pada informan inti dan *snowball* untuk menggali data melalui wawancara lanjutan ke informan lainnya. Informan primer dalam penelitian ini adalah pengelola jasa dan fasilitas wisata di Kebun Raya Bali yang dilakukan oleh PT. Mitra Natura Raya sebagai komunikator pesan kesehatan dalam adaptasi kebiasaan

baru. Sedangkan informan sekundernya adalah pengunjung Kebun Raya Bali sebagai komunikasikan pesan protokol kesehatan dalam adaptasi kebiasaan baru di Kebun Raya Bali.

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini meliputi *data reduction*, *data display*, dan *verification* (Miles & Huberman, 2014: 16). Validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan triangulasi, yaitu menguji kebenaran data dari beberapa sumber informasi berbeda. Peneliti memanfaatkan data hasil wawancara mendalam, dokumen resmi, dan berita dalam proses triangulasi.

## HASIL

Sejak Kebun Raya Bali memperoleh lisensi untuk *reopening* tanggal 22 Juli 2020, tanggung jawab utama pengelola jasa pariwisata di Kebun Raya Bali adalah memastikan pengunjung mendapatkan pelayanan sesuai dengan protokol kesehatan yang berlaku di Kebun Raya Bali. Disamping itu, pengelola juga berkewajiban untuk menginformasikan kepada pengunjung agar mematuhi protokol kesehatan di masa adaptasi kebiasaan baru yang ada di Kebun Raya Bali. Kedua hal tersebut sama pentingnya untuk mencegah munculnya *cluster* baru penyebaran pandemi Covid-19.

Untuk itu, pengelola berupaya melakukan edukasi publik untuk mengomunikasikan pesan protokol kesehatan yang berlaku di Kebun Raya Bali bagi pengunjung melalui:

1. Memanfaatkan media social

Tidak dapat dipungkiri bahwa Kebun Raya Bali menjadi destinasi wisata favorit bagi keluarga, juga generasi milenial, Z dan Alpha. Pada saat diumumkan *reopening* Kebun Raya Bali pada 22 Juli 2020 lalu, terjadi *revenge tourism* yang ditandai dengan terjadinya lonjakan minat pengunjung ke Kebun Raya Bali pada masa awal pembukaan. Hal ini terjadi karena masyarakat mulai jenuh

karena sudah tiga bulan berada di rumah saja. Meskipun demikian, tidak semua pengunjung dapat masuk ke dalam Kebun Raya Bali, sebab pengelola masih harus menjalankan fase nol (0) reopening dengan membatasi kuota jumlah pengunjung maksimal 1.500 orang per sekali waktu sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Pembatasan jumlah pengunjung saja tidak cukup untuk meminimalisir penyebaran pandemi Covid-19. Pengelola perlu melakukan edukasi publik khususnya bagi pengunjung yang akan berwisata ke Kebun Raya Bali atau pun bagi pengunjung yang sudah berhasil masuk ke Kebun Raya Bali. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan media sosial Instagram untuk mengomunikasikan protokol kesehatan yang perlu dipatuhi pengunjung saat berkunjung ke Kebun Raya Bali.

Pemilihan Instagram sebagai media komunikasi publik ini berdasarkan pertimbangan bahwa *follower* Kebun Raya Bali lebih aktif berkomunikasi melalui media ini. Bahkan pada saat Kebun Raya Bali masih ditutup untuk kunjungan umum, banyak *follower* Kebun Raya Bali yang mengirim pesan langsung melalui Instagram Kebun Raya guna menanyakan kapan waktu Kebun Raya Bali akan dibuka kembali. Karenanya Instagram berpeluang menjadi media komunikasi bagi Kebun Raya Bali untuk menginformasikan pesan protokol kesehatan bagi pengunjung.

Adapun pesan protokol kesehatan bagi pengunjung Kebun Raya Bali di Instagram dikemas dalam bentuk konten kreatif berisi informasi himbauan protokol kesehatan secara umum yang berlaku bagi pengunjung Kebun Raya Bali. Pesan ini diunggah di Instagram



menjelang *reopening* Kebun Raya Bali. Ini bertujuan untuk memberi informasi awal kepada *follower* bahwa sudah ada kepastian waktu *reopening* Kebun Raya Bali. Selain itu, dalam narasi konten tersebut juga disisipkan himbauan untuk menjaga jarak, memakai masker, dan membawa *hand sanitizer* sebagai aturan baru bagi pengunjung Kebun Raya Bali di era adaptasi kebiasaan baru ini.



Gambar 1. Tampilan Konten Pesan Protokol Kesehatan Bagi Pengunjung Kebun Raya Bali di Instagram. *Source:* Instagram kebunraya\_id, 2020.

Pesan protokol kesehatan bagi pengunjung Kebun Raya Bali dikomunikasikan secara bertahap melalui Instagram. Pada waktu yang berbeda, pesan himbauan membeli tiket masuk Kebun Raya Bali secara online juga penting untuk diinformasikan kepada pengunjung. Hal ini relevan untuk mendukung kebijakan pemerintah dalam mengurangi penyebaran pandemi Covid-19. Karenanya, salah satu syarat yang tertuang dalam protokol kesehatan pengunjung Kebun Raya Bali adalah pengelola wajib menyediakan platform pembelian tiket secara online untuk mengurangi terjadinya transaksi tunai oleh pengunjung.



Gambar 2. Tampilan Konten Pesan Pemesanan Tiket Kebun Raya Bali Secara Online. *Source:* Instagram kebunraya\_id, 2020.

Konten Instagram Kebun Raya juga menginformasikan himbauan mencuci tangan bagi pengunjung. Sebelum *reopening*, pengelola telah berupaya menyediakan fasilitas cuci tangan di area pengunjung termasuk yang ada di Kebun Raya Bali. Informasi mengenai jumlah fasilitas cuci tangan sebanyak 8 unit dan titik lokasi cuci tangan bagi pengunjung Kebun Raya Bali dikomunikasikan secara terperinci di Instagram. Melalui pesan ini, pengelola berharap agar pengunjung mengetahui lokasi untuk mencuci tangan saat berada di dalam Kebun Raya Bali.

## 2. Memanfaatkan media luar ruang

Selain berkomunikasi melalui media sosial Instagram, pengelola juga mengedukasi publik dengan memanfaatkan media luar ruang berupa baliho dan spanduk. Media tersebut dipasang pada titik-titik strategis yang biasa dilewati pengunjung. Berisi pesan kesehatan yang disusun lebih terperinci dibandingkan dengan konten di media sosial. Spanduk dan baliho ini dipasang pada

pintu masuk Kebun Raya Bali, di kawasan parkir dan loket tiket pengunjung, di sekitar Patung Kumbakarna Laga dan Petak Cemara sebagai titik berkumpul sebagian besar pengunjung Kebun Raya Bali.

Pada Baliho yang dipasang di sekitar Patung Kumbakarna Laga berisi rincian protokol kesehatan pengunjung di Kebun Raya Bali yang dirangkum dari buku panduan protokol kesehatan pengunjung Kebun Raya LIPI. Adapun protokol kesehatan pengunjung tersebut meliputi himbauan penerapan *physical distancing*, tidak menyentuh wajah, menutup mulut dan hidung saat batuk atau bersin, menggunakan masker, mencuci tangan, tidak berjabat tangan, dan membawa perlengkapan ibadah sendiri. Pesan protokol kesehatan yang terpampang di Baliho tidak hanya berlaku bagi pengunjung, tetapi juga petugas pelayanan, sebab prosedur pengecekan suhu tubuh pengunjung dan mekanisme pengaturan antrian pengunjung menjadi tanggung jawab pengelola. Karenanya, jika ada pelayanan yang tidak sesuai protokol tersebut, baik petugas maupun pengunjung dapat saling mengingatkan.



Gambar 3. Tampilan Konten Pesan Protokol Kesehatan Pengunjung Kebun Raya di Media Baliho. Source: Dokumentasi Humas LIPI, 2020.

Untuk memperjelas detail pesan protokol kesehatan pengunjung yang ditampilkan dalam baliho tersebut, dibuat pula pesan turunan mengenai langkah-langkah mencuci tangan yang benar. Pesan ini dikomunikasikan menggunakan selebaran ukuran A4 yang dipasang di setiap instalasi cuci tangan yang berada di beberapa titik strategis bagi pengunjung. Ketika pengunjung sedang mencuci tangan di instalasi yang telah disediakan, mereka dapat membaca pesan tata cara mencuci tangan tersebut yang tepat berada di hadapannya.



Gambar 4. Tampilan Konten Pesan Langkah-langkah Mencuci Tangan di Kebun Raya Bali. *Source: Dokumentasi Humas LIPI, 2020.*

### 3. Penyampaian secara verbal oleh petugas pelayanan

Pesan kesehatan pengunjung di Kebun Raya Bali juga dikomunikasikan secara verbal oleh petugas pelayanan. Sejak pengunjung memasuki area Kebun Raya Bali, pertama kali mereka akan dilayani oleh petugas keamanan yang berkewajiban mengecek suhu tubuh pengunjung, memeriksa pemakaian masker dan mengarahkan pengunjung untuk mengantri tiket masuk

sesuai prosedur yang ditetapkan. Pada lapis kedua, pengunjung akan berhadapan dengan petugas pelayanan tiket. Selain bertanggung jawab melayani pembelian tiket, petugas di bagian penjualan tiket juga bertugas mengatur jarak antrian pengunjung. Petugas dapat menghimbau dan menegur pengunjung yang tidak mematuhi jarak antrian.

Di bagian *customer services*, ada petugas yang melayani penyewaan fasilitas *shuttle bus*, sepeda, serta keperluan lainnya yang dibutuhkan pengunjung. Pascapembukaan kembali Kebun Raya Bali, petugas pada bagian ini memiliki tugas tambahan untuk menginformasikan kepada pengunjung yang singgah di bagian *customer services* agar tetap mematuhi protokol kesehatan selama berkunjung ke Kebun Raya Bali. Petugas pada bagian inilah yang bersiaga menindaklanjuti bila ada laporan terkait masalah kesehatan pengunjung Kebun Raya Bali.

Layanan *customer services* selain ada di kantor utama, juga dapat ditemukan di titik sekitar Patung Kumbakarna Laga. Ini bertujuan untuk memberikan layanan keperluan pengunjung di lapangan. Disamping itu, petugas ini juga dapat memantau aktivitas pengunjung agar tetap mematuhi protokol kesehatan yang berlaku di Kebun Raya Bali.

#### 4. Publisitas di media online

Menjelang *reopening* Kebun Raya Bali, pengelola juga berupaya menciptakan publisitas dengan memanfaatkan liputan media online. Hal ini dilakukan dengan membuat *press release* (siaran pers) yang dikirimkan ke jaringan media online. Inti pesan yang

tertuang dalam siaran pers ini adalah terkait kesiapan Kebun Raya Bali untuk buka kembali. Kepala Balai Konservasi tumbuhan Kebun Raya Eka Karya Bali selaku narasumber menekankan langkah penyiapan fasilitas pendukung protokol kesehatan bagi pengunjung Kebun Raya Bali, konsistensi pengelola dalam menekan penyebaran pandemi Covid-19 pada destinasi tersebut, serta persiapan yang perlu dilakukan pengunjung yang akan datang ke Kebun Raya Bali seperti memakai masker; menjaga jarak fisik; rajin mencuci tangan; serta membawa *hand sanitizer*.

*Press release reopening* Kebun Raya Bali ini menjadi peluang komunikasi yang baik bagi pengelola, sebab memiliki nilai berita tinggi bagi media. Tidak heran, banyak media yang kemudian memberitakan *reopening* Kebun Raya Bali per tanggal 22 Juli 2020. Media yang memuat pemberitaan tersebut antara lain: [tribunnews.com](http://tribunnews.com), [detik.com](http://detik.com), [bisnisbali.com](http://bisnisbali.com), [tempo.co](http://tempo.co), [cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com), [kompas.com](http://kompas.com), [mediaindonesia.com](http://mediaindonesia.com), [republika.co.id](http://republika.co.id), [antaranews.com](http://antaranews.com), [baliprawara.com](http://baliprawara.com).

Dengan bantuan publisitas dari media online tersebut, pesan protokol kesehatan yang perlu dipatuhi calon pengunjung Kebun Raya Bali telah terkomunikasikan pada publik dengan jangkauan yang lebih luas. Pengunjung yang akan berkunjung ke Kebun Raya Bali dapat mengetahui prosedur umum yang berlaku di destinasi wisata tersebut dengan membaca berita mengenai *reopening* Kebun Raya Bali. Publikasi melalui media online yang kredibel dapat membantu mendongkrak kepercayaan publik sekaligus edukasi bagi mereka yang akan berkunjung ke Kebun Raya Bali.

## PEMBAHASAN

Merujuk pada hasil penelitian di atas, pada prinsipnya pengelola telah berupaya memanfaatkan peluang berbagai media untuk mengomunikasikan pesan protokol kesehatan bagi pengunjung Kebun Raya Bali. Masing-masing media tersebut memiliki tujuan dan sasaran yang berbeda-beda. Komunikasi melalui liputan media online memiliki kelebihan daya jangkauan yang lebih luas, disampaikan oleh lembaga media yang memiliki kredibilitas baik. Hal ini bisa menambah tingkat kepercayaan pembaca terkait kredibilitas pesan protokol kesehatan bagi pengunjung Kebun Raya Bali yang diberitakan oleh media online tersebut. Publisitas melalui media online bisa dibaca oleh publik sebelum mereka berkunjung ke Kebun Raya Bali, sehingga publik tahu prosedur kunjungan yang berlaku saat ini di Kebun Raya Bali. Dalam konteks ini, media online telah berkembang menjadi gerai komunikasi bagi pengguna, pesannya juga telah menjadi rujukan bagi berbagai pemangku kepentingan (Biemnowiez, et al., 2011: 17). Karenanya, publisitas dari media online yang kredibel akan membantu Kebun Raya Bali dalam melakukan komunikasi dan edukasi publik.

Di sisi lain, pengelola jasa wisata di Kebun Raya Bali juga melakukan komunikasi pesan protokol kesehatan bagi pengunjung melalui platform media sosial Instagram. Langkah ini memiliki kelebihan diantaranya kemasan pesan kesehatan yang dikomunikasikan di Instagram lebih singkat, padat, jelas, menggunakan bahasa yang dinamis dan kekinian, didukung dengan gambar visual yang kontekstual. Tetapi, cara ini juga memiliki keterbatasan sebab hanya dapat diakses oleh netizen yang memiliki akun Instagram atau pun yang sudah menjadi *follower* Instagram Kebun Raya. Meskipun demikian, pemanfaatan media Instagram memberikan peluang yang menjanjikan bagi penggunaannya. Apalagi pada masa pandemi Covid-19, pengguna Instagram di Indonesia

mencapai 69,2 juta pengguna, didominasi generasi milenial, dengan pengguna terbanyak adalah perempuan (goodnewsfromindonesia.id, 2020). Pemanfaatan platform Instagram oleh institusi pemerintah bukanlah sebuah kemustahilan, sebab sosial media telah menjadi alternatif model komunikasi antara pemerintah dan publik (Oginni, 2015).

Upaya mengomunikasikan pesan protokol kesehatan bagi pengunjung Kebun Raya Bali dilakukan secara berkesinambungan, sehingga pengunjung mendapatkan informasi yang lengkap dari sumber yang kredibel. Sebelum pengunjung datang ke Kebun Raya Bali, mereka bisa mengakses informasi mengenai protokol kesehatan yang berlaku di destinasi wisata tersebut dari media online dan media sosial. Sedangkan pada saat pengunjung sudah berada di Kebun Raya Bali, mereka akan tetap memperoleh informasi penerapan protokol kesehatan dari media luar ruang yang dipasang pada titik-titik strategis pengunjung dan himbauan langsung dari petugas.

Secara makro, pengelola jasa wisata Kebun Raya Bali menerapkan model komunikasi kontekstual (*The contextual model*) dalam mengomunikasikan pesan protokol kesehatan bagi pengunjung Kebun Raya Bali. Hal ini diperkuat dengan fakta bahwa munculnya aktivitas komunikasi mengenai protokol kesehatan di Kebun Raya Bali ini terjadi karena adanya konteks pandemi Covid-19. Padahal dalam situasi normal, pengelola tidak pernah memberlakukan aturan protokol kesehatan bagi pengunjung Kebun Raya Bali.

Dalam praktiknya, *the contextual model* banyak digunakan dalam komunikasi kesehatan. Umumnya model ini diterapkan untuk mengomunikasikan informasi kompleks antara tenaga kesehatan dengan pasien dalam konteks individu, atau kampanye kesehatan dalam skala yang lebih luas (Atkin & Wallack, 1990; Kreps &



Thornton, 1992). Maka dari itu, penggunaan *the contextual model* oleh pengelola jasa wisata di Kebun Raya Bali untuk mengomunikasikan pesan protokol kesehatan bagi pengunjung di masa pandemi Covid-19 ini relevan sebab masih berkaitan dengan isu kesehatan publik.

Pemilihan media dalam *the contextual model* juga menjadi faktor penting yang menentukan efektivitas komunikasi yang dilakukan. Model ini mengakui kemampuan sistem sosial dan representasi media dapat meredam atau memperkuat perhatian publik terhadap isu tertentu (Kasperson, et al., 1988). Demikian halnya dengan pemilihan berbagai media komunikasi protokol kesehatan pengunjung di Kebun Raya Bali diharapkan dapat mengedukasi publik akan pentingnya menjaga kesehatan di masa pandemi.

Dilihat dari perspektif pengunjung sebagai penerima pesan protokol kesehatan di Kebun Raya Bali, pemahaman mereka terhadap pesan kesehatan tersebut sangat tergantung pada konteks individu dan sosial pengunjung. Model komunikasi kontekstual mengakui bahwa faktor psikologis pribadi dan konteks sosial (lingkaran pertemanan, budaya, dll) turun mempengaruhi cara individu merespon informasi (Lewenstein, 2003). Merujuk pada hasil wawancara terhadap pengunjung, mereka menyadari ada banyak informasi mengenai aturan protokol kesehatan tersedia di Kebun Raya Bali. Pesan tersebut dikomunikasikan melalui berbagai platform media online, media sosial, media luar ruang, hingga komunikasi lisan para petugas. Namun dalam praktiknya, tingkat kepatuhan pengunjung berbeda-beda, tergantung pada cara mereka merespon informasi tersebut. Ada pengunjung yang disiplin mengikuti aturan yang berlaku di Kebun Raya Bali sebab memiliki pengalaman pribadi ada anggota keluarganya yang pernah menjadi pasien positif Covid-19. Disisi lain, masih ada pengunjung yang

berani melepas masker, duduk berdekatan dengan rekannya. Alasan mereka karena mengikuti perilaku rekan sejawat yang merasa lebih aman sebab berada di lingkungan alam yang terbuka dan bebas polusi. Fakta ini menguatkan asumsi dalam dalam *the contextual model* bahwa faktor psikologis individu dan konteks sosial turut mempengaruhi cara individu merespon pesan kesehatan.

Meskipun pengelola telah berupaya memanfaatkan berbagai media untuk mengomunikasikan pesan protokol kesehatan bagi pengunjung Kebun Raya Bali, hal ini tidak menjamin semua pengunjung akan mematuhi protokol tersebut. Salah satu kelemahan dari pendekatan ini adalah karena pesan tersebut hanya berupa himbauan sehingga tidak memiliki kekuatan memaksa (koersif). Akibatnya, jika petugas sedang tidak mengontrol di kawasan tempat pengunjung tersebut berada, mereka berani melepas masker, duduk berdekatan, dan beraktivitas seperti layaknya kehidupan normal sebelum pandemi terjadi.

Meskipun *the contextual model* telah lama dicetuskan, namun praktik model ini masih relevan dengan situasi di masa pandemi Covid-19 saat ini. Media komunikasi dapat berubah mengikuti perkembangan zaman, tetapi cara individu merespon pesan kontekstual tetap sama. Penelitian ini memiliki keterbatasan hanya fokus mengidentifikasi model komunikasi yang digunakan pengelola wisata Kebun Raya Bali dalam menyampaikan pesan protokol kesehatan untuk edukasi publik. Penelitian terhadap efektivitas media yang digunakan dan respon publik terhadap informasi perlu diperdalam melalui riset-riset lanjutan.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Pascapenutupan Kebun Raya Bali selama tiga bulan karena pandemi Covid-19, pada tanggal 22 Juli 2020 Kebun Raya Bali beroperasi kembali. Hal ini membawa tantangan bagi pengelola

untuk menjaga agar Kebun Raya Bali tidak menjadi kluster baru penyebaran pandemi Covid-19. Untuk itu, pengelola berupaya memaksimalkan komunikasi pesan protokol kesehatan pengunjung Kebun Raya Bali guna edukasi publik. Komunikasi ini dilakukan dengan memanfaatkan berbagai media antara lain: liputan media online, media sosial Instagram Kebun Raya, media luar ruang, dan komunikasi verbal oleh petugas.

Dalam praktiknya, pengelola jasa wisata di Kebun Raya Bali menerapkan model komunikasi kontekstual (*The contextual model*) untuk mengomunikasikan pesan protokol kesehatan bagi pengunjung Kebun Raya Bali. Upaya ini dilakukan dalam konteks adanya pandemi Covid-19. *The contextual model* masih relevan untuk diimplementasikan dalam situasi pandemi Covid-19 saat ini. Penerapan model komunikasi ini membawa implikasi positif sebab informasi mengenai protokol kesehatan dapat dikomunikasikan secara berkesinambungan pada publik. Disisi lain, implementasi model ini memiliki kelemahan yaitu tidak menjamin semua pengunjung memiliki kepatuhan yang sama terhadap protokol kesehatan di Kebun Raya Bali. Sebab kemampuan pengunjung dalam merespon informasi protokol kesehatan di Kebun Raya Bali sangat tergantung pada faktor psikologis pribadi dan konteks sosial mereka.

Merujuk pada hasil penelitian ini, beberapa rekomendasi yang dapat dirumuskan untuk meningkatkan aktivitas komunikasi protokol kesehatan pengunjung Kebun Raya Bali antara lain:

1. Petugas pelayanan perlu konsisten memberikan himbauan verbal kepada pengunjung di lokasi dan menginformasikan pesan protokol kesehatan pengunjung melalui media sosial agar pengunjung tetap mendapatkan informasi yang lengkap.
2. Meskipun informasi mengenai protokol kesehatan pengunjung Kebun Raya Bali hanya berupa himbauan, perlu

dibuat mekanisme *reward and punishment* untuk mengapresiasi pengunjung yang disiplin menjalankan protokol kesehatan di Kebun Raya Bali dan sebaliknya memberikan edukasi lebih tegas bagi pengunjung yang meremehkan aturan protokol kesehatan di Kebun Raya Bali. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan pengunjung terhadap protokol kesehatan di Kebun Raya Bali.

## REFERENSI

### ***Pustaka Primer (Jurnal):***

- Biemnowiez, C., Harrison, G., & Crandall, W. R. (2011). The New Normal: How Social Media is Changing the Way Organizations Manage a Crisis. *Central Business Review*, Vol. XXX, No. 1-2, p. 17-24.
- Kasperson, R. E., Renn, O., Slovic, P., Brown, H. S., Emel, J., Goble, R., Kasperson, J. X., & Ratick, S. (1988). The Social Amplification of Risk: A Conceptual Framework. *Risk Analysis*, Vol. 8, No. 2, p. 177-187, <https://doi.org/10.1111/j.1539-6924.1988.tb01168.x>.
- Lewenstein, B. V. (2003). Model of Public Communication of Science and Technology. *Journal of Geoscience Education*, 16 June, p. 1-11.
- Mheidly, N., & Fares, J. (2020). Leveraging Media and Health Communication Strategies to Overcome the COVID - 19 Infodemic. *Journal of Public Health Policy*, published online August 21, <https://doi.org/10.1057/s41271-020-00247-w>.
- Oginni, O. S. (2015). Social Media and Public Policy Process in Africa: Enhanced Policy Process in Digital Age. *The Journal of Sustainable Development*, Vol. 14 No. 2, p. 158-172.
- Reddy B.V., & Gupta, A. (2020). Importance of Effective Communication During COVID-19 Infodemic. *Journal of Family Medicine and Primary Care*, 9:3793-6.
- Sampurno, M. B., Kusumandyoko, T. C., & Islam, M. A. (2020). Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat dan Pandemi Covid-19. *Jurnal Sosial & Budaya Syar'i*, Vol. 7, No. 6, pp. 529-542. DOI: 10.15408/sjsbs.v7i5.15210.
- Vraga, E. K., & Jacobsen, H. (2020). Strategies for Effective Health Communication during the Coronavirus Pandemic and Future Emerging Infectious Disease Events. *World Medical and Health Policy*, DOI: 10.1002/wmh3.359.

Wang, H., Cleary, P. D., Little, J., & Auffray, C. (2020). Communicating in a Public Health Crisis. *Lancet Public Health*, published online Aug 10. [https://doi.org/10.1016/S2468-2667\(20\)30187-0](https://doi.org/10.1016/S2468-2667(20)30187-0).

**Buku Teks:**

- Atkin, C & Wallack, L. (1990). *Mass Communication and Public Health: Complexities and Conflicts*. California: Sage.
- Irwin, A., & Wynne, B. (1996). *Misunderstanding Science? The Public Reconstruction of Science and Technology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kreps, G. L. & Thornton, B. C. (1992). *Health Communication: Theory & Practice*. 2<sup>nd</sup> ed. Prospect Heights, Ill.: Waveland Press. x, 233.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Analisis Data Kualitatif*. Edisi Pertama. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).
- Sclove, R. (1995). *Democracy and Technology*. New York: Guilford.
- Wynne, B. (1995). *Public Understanding of Science, in Handbook of Science and Technology Studies*, S. Jasanoff, et al., Editors, p. 361-388. California: Sage.
- Ziman, J. (1992). *Not Knowing, Needing to Know, and Wanting to Know, in When Science Meets the Public*, B.V. Lewenstein, Editor, p. 13-20. Washington: American Association for the Advancement of Science.

**Artikel Online:**

- Baliprov.go.id. (2020, 2 Oktober). Data Sebaran Kasus Covid-19 Bali. Diakses melalui: <<https://pendataan.baliprov.go.id/>> pada 2 Oktober 2020.
- Cnnindonesia.com. (2020, 24 Maret). Pariwisata Bali Rugi Rp. 138 T Karena Corona. Diakses melalui: <<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200424184540-92-497101/pariwisata-bali-rugi-rp138-t-karena-corona>> pada 30 September 2020.
- Goodnewsfromindonesia.id. (2020). *Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial*. Diakses dari: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>, pada 20 September 2020.
- LIPI. (2020, 18 Maret). Penutupan Sementara Kebun Raya LIPI. Diakses melalui: <<http://lipi.go.id/berita/penutupan-sementara-kebun-raya-lipi/21976>> pada 3 Oktober 2020.