

WISATA BUDAYA PASCA COVID-19: SEBAGAI KAJIAN AWAL WISATA BUDAYA DI PERKOTAAN

I Gusti Ayu Melistyari Dewi

Email: melistyari@ipb-intl.ac.id

Institut Pariwisata Bisnis Dan Internasional

Abstract

Tourism is a growing industry until it was shut down by the COVID 19 pandemic. In cities, side effects are increasing in cases of severe overcrowding. COVID 19 has reached a very destructive stage, but it is also an opportunity to end the onslaught of unsustainability. This study is a critical analysis of tourism that considers the most appropriate post-pandemic perspective for urban cultural tourism, apart from pursuing profit as the ultimate goal, based on sustainability. Its main aim is to propose an alternative paradigm. This study is a theoretical study based on a literature review of 180 scientific reference books. We also access information published by the media and conduct direct observations as a field survey. Suggestions are given to limit the number of visitors to improve guided tours, sightseeing routes, adventure tours and virtual tours. It also proposes a new centralized tourism governance and regulation of private agencies. Therefore, this text is of interest to community representatives working in the field of urban tourism.

Keywords: *Post-COVID19 Tourism, Pandemic Reaction, Sustainable Tourism, Cultural Tourism, Urban Tourism*

Abstrak

Pariwisata adalah industri yang terus berkembang sampai ditutup oleh pandemi COVID 19. Di kota-kota, efek samping meningkat pada kasus kepadatan yang parah. COVID 19 telah mencapai tahap yang sangat merusak, tetapi juga merupakan peluang untuk mengakhiri gempuran ketidakberlanjutan. Kajian ini merupakan analisis kritis pariwisata yang mempertimbangkan perspektif pasca pandemi yang paling tepat untuk pariwisata budaya perkotaan, selain mengejar keuntungan sebagai tujuan akhir, berdasarkan keberlanjutan. Tujuan utamanya adalah untuk mengusulkan paradigma alternatif. Kajian ini merupakan kajian teoritis berdasarkan tinjauan pustaka terhadap 180 buku referensi ilmiah. Kami juga mengakses informasi yang dipublikasikan oleh media dan melakukan observasi langsung sebagai survei lapangan. Saran yang diberikan untuk

membatasi jumlah pengunjung untuk meningkatkan wisata berpemandu, rute jalan-jalan, wisata petualangan dan wisata virtual. Ini juga mengusulkan tata kelola pariwisata terpusat baru dan regulasi agen swasta. Oleh karena itu, teks ini menarik bagi perwakilan masyarakat yang bekerja di bidang pariwisata perkotaan.

Kata Kunci: Pariwisata Pasca COVID19, Reaksi Pandemi, Pariwisata Berkelanjutan, Pariwisata Budaya, Pariwisata Perkotaan

1. Pendahuluan

Pandemi COVID 19 adalah peristiwa bencana dan berdampak besar pada pariwisata karena intervensi non-farmasi seperti eksperimen karantina yang tak terhindarkan mempengaruhi kebebasan bergerak orang. Pandemi COVID 19 juga memberikan dampaknya bagi pariwisata, karena ada beberapa pembatasan yang hadir untuk mengurangi penyebaran virus ini (Iaquinto, 2020). Dampak krisis seperti ini belum pernah terjadi sebelumnya dan ada pula yang menyebutkan pariwisata tidak mungkin berkembang seperti sebelumnya (Castello, 2020). Sesungguhnya pariwisata adalah dimensi yang terus berkembang (Mansilla & Milano, 2018), dan dengan adanya peningkatan penawaran dan permintaan pariwisata ikut meningkatkan manfaat ekonomi selama beberapa dekade. Bahkan, tren ini dapat berlanjut selama beberapa dekade mendatang, dan pariwisata akan terus menjadi sumber pendapatan bagi ekonomi lokal dan ekonomi lokal (Kourtit et al., 2019). Namun, beberapa penelitian menunjukkan bahwa pariwisata dipertahankan melalui proses di mana investasi didasarkan pada harapan bahwa jumlah pengunjung akan meningkat tanpa batas (Cocola, 2019), namun kenyataan yang terjadi adalah yang lain.

Mendatangkan wisatawan sebanyak mungkin ke suatu destinasi memang berdampak baik bagi sektor ekonomi, namun bagaimana dengan akibat yang ditimbulkan di sektor lain. Intensifikasi pariwisata perkotaan telah secara negatif mengubah kondisi lingkungan, ekonomi dan sosial

yang diperlukan untuk keberlanjutan masa depan di semua model pembangunan (Blanco et al., 2018). Rodica (2005) menggambarkan pariwisata perkotaan sebagai hiburan perkotaan di mana orang dapat mengunjungi kerabat, bertemu teman, mengunjungi dan melakukan berbagai kegiatan seperti pertunjukan, pameran dan belanja. Unsur dan komponen pariwisata perkotaan dapat dibagi menjadi dua bagian: primer dan sekunder (Law, 2002). Faktor utama terkait dengan kombinasi atraksi yang terasa unik dan memotivasi wisatawan untuk memindahkannya ke perkotaan. Elemen sekunder menggambarkan fasilitas perkotaan yang mendukung dan melengkapi pengalaman pariwisata. Faktor ini sangat penting keberadaannya guna menciptakan produk wisata yang memuaskan pengunjung. Unsur-unsur urban tourism yang lebih detail terdapat pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Unsur-Unsur *Urban Tourism*

Elemen Primer	
Tempat Seraktivitas	Pengisi Waktu Luang dan Relaksasi
Fasilitas Budaya <ul style="list-style-type: none"> • Bioskop • Museum dan Galeri Seni • Ruang Pameran • Gedung Pertunjukan 	Karakteristik Fisik <ul style="list-style-type: none"> • Jalan Historikal • Bangunan Keagamaan • Taman dan Ruang Hijau • Sungai dan Kanal • Pelabuhan
Fasilitas Olahraga <ul style="list-style-type: none"> • Stadium • Lapangan Serbaguna 	
Fasilitas Pengisi Waktu Luang <ul style="list-style-type: none"> • Klub Malam • dll 	Karakteristik Sosial-Budaya <ul style="list-style-type: none"> • Bahasa • Kostum dan Tradisi • dll
Elemen Sekunder	
<ul style="list-style-type: none"> • Hotel, Penginapan dan Restoran • Fasilitas Komersil • Pasar 	
Elemen Tambahan	
<ul style="list-style-type: none"> • Aksesibilitas dan Fasilitas Parkir • Fasilitas Khusus Kegiatan Pariwisata • Pusat Informasi, Pemandu Wisata, dll 	

Sumber: <https://www.handalselaras.com/kota-sebagai-destinasi-wisata/>

Karakteristik sosial budaya apabila dilihat dari tabel diatas masuk ke dalam elemen primer dari pariwisata perkotaan. Hal ini juga bisa dijadikan cerminan kebutuhan untuk memajukan pariwisata sebagai pendekatan alternatif untuk mencapai keberlanjutan (Alpestanda, 2020; Andriotis, 2018; Mansilla & Milano, 2018; Sharpley, 2020). Penutupan pariwisata karena adanya pandemi COVID 19 mengakibatkan adanya

keterbatasan orang untuk melakukan perjalanan wisata. Pelayanan yang diberikan di masa pandemi tidak bisa optimal dan hal ini tentunya menimbulkan tren baru dan kesempatan untuk menata kembali pariwisata yang ramah pandemi (Ateljevic, 2020; Brouder, 2020). Krisis pandemi COVID19 mendorong dimulainya kembali pariwisata budaya perkotaan secara berkelanjutan. Tren berwisata jarak dekat namun tetap menemukan hal yang baru untuk ditonton, dinikmati atau dicoba. Hal ini juga yang dilihat oleh penulis sebagai akibat dari naiknya peminat wisata budaya di perkotaan.

Saat ini, kebudayaan menjadi salah satu hal yang menarik dan banyak diperbincangkan di masyarakat. Banyak masyarakat yang memiliki kebudayaan berbeda dan ketika mereka bertemu dan berinteraksi satu sama lain, mereka merasakan perbedaan kebudayaan dan keanekaragaman budaya yang memberikan dampak bagi hubungan mereka dalam bermasyarakat. Sadar atau pun tidak, kebudayaan memiliki peran penting dalam suatu hubungan antara suku bangsa yang berbeda. Bahkan kebudayaan juga memiliki peran penting dalam memandang realita di kalangan antar suku bangsa dengan budaya-budaya (*subculture*) yang berbeda. Sebagai contohnya ketika terdapat seseorang dengan latar belakang budaya *subculture businessman* tentu memiliki sudut pandang yang berbeda dengan seseorang yang memiliki latar belakang agraris tradisional dalam melihat fenomena perkembangan pariwisata. Pariwisata atau kegiatan wisata biasanya dilakukan oleh orang-orang yang ingin menyegarkan pikiran mereka untuk berlibur dan memanfaatkan waktu mereka bersama keluarga untuk berekreasi. Adapun beberapa alasan seseorang ingin berwisata diantaranya dikarenakan adanya dorongan keagamaan, seperti berekreasi ke tempat suci agama untuk mendalami ilmu tentang agama, kuliner seperti makanan khas, dan keindahan alam seperti pegunungan atau lautan (Spillane, 1994).

Tujuan utama dari artikel ini adalah untuk menjawab tantangan ini dengan mengajukan pendekatan dan saran untuk pengembangan berbagai jenis wisata budaya perkotaan setelah pandemi COVID 19, mempelajari dampak pandemi pada budaya perkotaan dan pariwisata/ Oleh karena itu, artikel ini menggunakan perspektif ilmiah untuk menganalisis secara kritis pariwisata, mencari jawaban atas pertanyaan, dan mengusulkan pertimbangan dan saran kedepannya. Kajian teoritis ini didasarkan pada beberapa contoh nyata dan didasarkan pada filosofis tentang perlunya model alternatif pariwisata budaya perkotaan yang berkelanjutan pasca pandemi COVID-19.

Menurut Capocchi dkk. (2019) menyatakan bahwa perlu untuk menghubungkan teori dan praktik tidak hanya melalui studi kasus tetapi juga melalui solusi yang dipaparkan secara umum. Selain itu, studi ini memberikan pendekatan kreatif untuk pembangunan berkelanjutan berbasis pariwisata budaya perkotaan dari perspektif geografi manusia, dan memberikan perspektif tentang kemungkinan pergeseran paradigma dalam pariwisata sebagai akibat dari pandemi. Artikel ini didasarkan pada penelusuran literatur dari buku referensi ilmiah. Menggunakan studi lapangan terhadap fenomena yang diteliti mengenai wisata budaya perkotaan sebelum dan sesudah merebaknya pandemi. Kajian tersebut memperhitungkan literatur sebelumnya berupa gambaran dari penelitian ilmiah dan survei dipilih dan dianalisis untuk mencapai tujuan survei (Bask dan Rajahonka, 2017). Secara khusus, langkah pertama adalah mencari literatur pariwisata budaya suatu kota, terutama berkenaan dengan masalah yang ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata di kota tertentu. Kedua, mengakses publikasi dari studi pariwisata tentang dampak pandemi. Dalam hal ini, pencarian subjek dilakukan berdasarkan asumsi utama peneliti. Adapun hal yang akan dipaparkan pada tulisan ini antara lain: pariwisata budaya di perkotaan, desain rute wisata, wisata petualangan dan

wisata virtual. Pengamatan ini kemudian dikembangkan dengan dukungan literatur ilmiah perspektif dan saran yang disajikan dalam artikel ini didasarkan pada penelitian kepustakaan, observasi, dan kesimpulan reflektif dan analisis yang bertujuan untuk membuat saran yang tepat sasaran.

2. Konsep dan Teori

2.1 Pariwisata Budaya Perkotaan

Berbagai pendekatan terhadap hubungan antara pariwisata dan budaya menunjuk pada masalah definisi. Kebudayaan mempengaruhi setiap aspek kehidupan manusia, sehingga dapat dikatakan bahwa segala sesuatu adalah kebudayaan. Dari sudut pandang ini, semua bentuk pariwisata dapat digambarkan sebagai "wisata budaya" (UNWTO). Pendekatan komprehensif ini kurang bermanfaat karena tidak dapat mengidentifikasi tanda-tanda budaya yang sangat penting bagi industri pariwisata dan sebaliknya. Pendekatan awal terhadap hubungan antara pariwisata dan budaya didasarkan pada tempat dan monumen sebagai atraksi budaya (Richards, 1996). Hubungan antara budaya dan pariwisata, termasuk seni pertunjukan, kerajinan tangan acara budaya, arsitektur dan desain, dan aktivitas kreatif yang lebih baru (Richards dan Wilson, 2006).

Tabel 2.1 Karakteristik *Heritage Tourism, Cultural Tourism And Creative Tourism*

FORM OF TOURISM	PRIMARY TIME FOCUS	PRIMARY CULTURAL FOCUS	PRIMARY FORM OF CONSUMPTION
Heritage Tourism	Past	High culture, folk culture	Products
Cultural Tourism	Past, present	High culture, popular culture	Products and processes
Creative Tourism	Past, Present and Future	High, Popular and Mass Culture	Experiences and transformations

Sumber: Richards, 2001

Pada saat yang sama, hal ini telah mendorong pergeseran dari definisi standar budaya berbasis produk dan pariwisata budaya ke definisi yang didasarkan pada "cara hidup". Semakin banyak wisatawan

mengunjungi tempat-tempat baru untuk merasakan gaya hidup dan kebiasaan sehari-hari masyarakat dari tempat tujuan mereka. Di banyak kota di seluruh dunia, hubungan penting antara industri kreatif dan industri budaya dan pariwisata dapat diidentifikasi. Sehingga wisatawan menjadi lebih terdidik dalam mengatasi minat mereka sebelumnya pada lanskap dan sumber daya alam dan menjadi lebih terlibat dalam konsumsi simbolis dan sensorik gambar dan ide yang terkait dengan tujuan tertentu. Masyarakat umumnya ingin mengunjungi kota yang terkait dengan selebritas tertentu, acara khusus, ide, atau mengalami pemandangan, suara, dan selera kota yang mereka kunjungi. Konsep konsumsi budaya wisatawan yang diperluas ini (sebagai tren luas yang tidak membedakan antara wisatawan dan pengunjung lain) membuat semakin sulit untuk mendefinisikan pariwisata budaya atau pariwisata bermotivasi budaya. Namun, peneliti akan mempertimbangkan definisi praktis pariwisata budaya yang dikembangkan oleh Organisasi Pariwisata Dunia. Wisata budaya pada dasarnya bersifat budaya, meliputi perjalanan studi, perjalanan seni dan budaya panggung, perjalanan ke festival dan acara budaya lainnya, kunjungan ke reruntuhan dan monumen, perjalanan ke alam, cerita rakyat, dan seni.

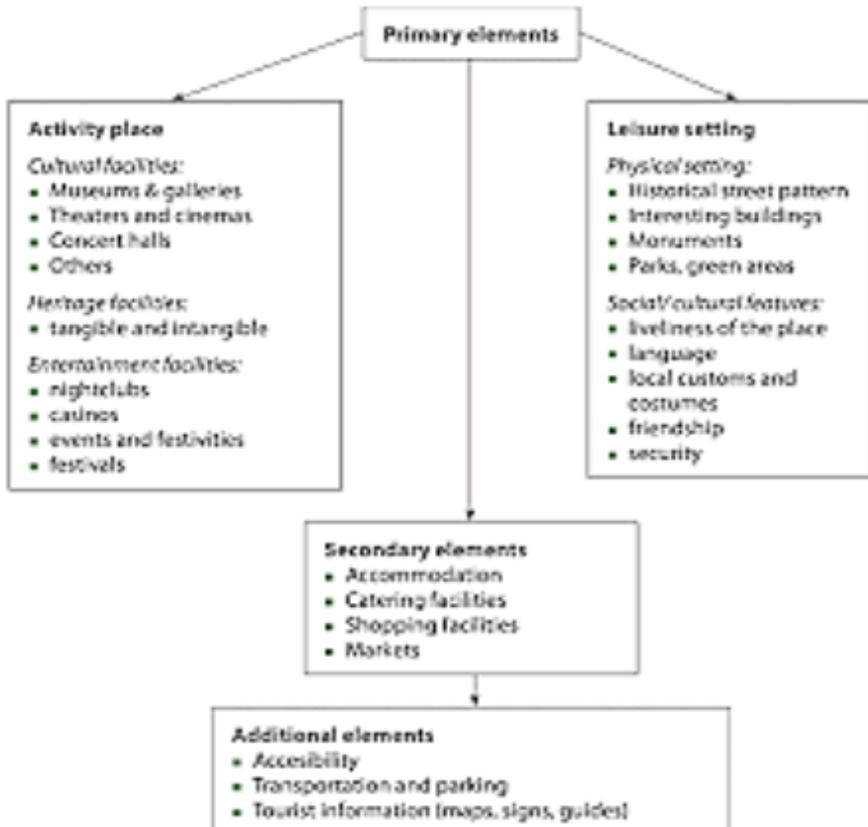
Ketika berbicara tentang wisata budaya, maka perlu ditekankan pada hubungan antara ibukota budaya kota dan perkembangan sosial ekonomi kota. Ini membutuhkan perhatian khusus pada berbagai jenis aset, nilai, dan aktor yang terlibat. Untuk industri pariwisata, "kota warisan" telah menjadi tujuan yang menyediakan pengunjung dengan lingkungan yang unik yang menggabungkan atraksi budaya dan rekreasi (Pine dan Gilmore, 1999), menawarkan "produk" untuk "layanan". Saat ini, pariwisata sedang bermain semakin berperan penting dalam kehidupan ekonomi kota, dengan kota-kota bersejarah tidak hanya saling bersaing, tetapi juga berusaha mempertahankan jumlah pengunjung dan

mengembangkan segmen pasar tertentu, juga bersaing dengan kota-kota lain. Penting juga untuk menyadari bahwa pengalaman pariwisata budaya perkotaan untuk kualitas dan daya saing bentuk-bentuk tujuan wisata tersebut tidak terbatas pada kualitas sumber daya budaya.

Sumber daya budaya harus dipertimbangkan dalam konteks sumber daya pelengkap dan dukungan infrastruktur. Tidak hanya keragaman kota, yang ditawarkan, tetapi juga fakta bahwa hal sumber daya bukan produk eksklusif untuk konsumsi wisatawan, tetapi untuk berbagai pengguna, wisata budaya kota adalah fenomena yang kompleks. Shaw dan Williams (2002) menyarankan bahwa kota itu sendiri, bersama dengan semua atributnya, adalah produk rekreasi. Produk tersebut kemudian dapat dipecah menjadi beberapa komponen dengan mengidentifikasi komponen utama pariwisata perkotaan (Law, 2002). Unsur utama merupakan unsur yang memberikan alasan bagi wisatawan untuk berkunjung ke kota tersebut. Unsur-unsur minor dan tambahan sangat penting bagi keberhasilan urban tourism, namun bukan menjadi daya tarik utama pengunjung. Oleh karena itu, semua faktor (primer, sekunder, tambahan) harus dipertimbangkan secara matang ketika merencanakan pengembangan pariwisata (budaya) di kawasan perkotaan.

Di sisi lain, bagi mereka yang memutuskan untuk memberikan kualitas yang diinginkan pengunjung mereka di kota, sementara pada saat yang sama mendukung tingkat tinggi identitas lingkungan dan perkotaan, sering kali berarti menjaga keseimbangan yang rapuh. Hal tersebut sering berubah dan masyarakat juga perlu mempertimbangkan fakta bahwa kota adalah sistem yang kompleks dengan fungsi seperti perumahan, sejarah, seni, ilmu pengetahuan, pendidikan dan ekonomi dan nilai yang berbeda ditambahkan untuk masing-masing fungsi ini. Namun, tidak selalu mudah untuk mengevaluasi nilai-nilai ini, terutama ketika mempertimbangkan kekayaan budaya yang berwujud atau tidak berwujud.

2.2 Hubungan Antara Elemen Primer, Sekunder Dan Tambahan Dari Sumber Daya Wisata Perkotaan



Gambar 2.1 Hubungan Antara Elemen Primer, Sekunder Dan Tambahan Dari Sumber Daya Wisata Perkotaan

Pentingnya wisata budaya perkotaan bagi revitalisasi ekonomi masyarakat dan daerah ditentukan oleh “limpahan” ke wilayah sosial ekonomi masyarakat lainnya. Di antaranya dapat diidentifikasi: Warisan budaya (dalam bentuk berwujud atau tidak berwujud) meningkatkan nilai wisatawan, pengembangan bisnis lokal, peningkatan penjualan dan pengurangan pengangguran, meningkatkan standar hidup, meningkatkan penerimaan pajak, meningkatkan investasi di bidang infrastruktur, fasilitas dan pelayanan. Selain itu, warisan budaya juga dapat meningkatkan daya saing, menarik penduduk baru melalui kesempatan kerja dan kualitas

hidup, meningkatkan nilai properti, memperkuat identitas dan kohesi komunitas, meningkatkan kepuasan warga, dan meningkatkan kualitas hidup. Oleh karena itu, kekayaan budaya (material atau immaterial) terbukti penting bagi industri pariwisata dan daya tarik serta daya saing kota. Dan destinasi yang paling sukses adalah destinasi yang dapat memberikan dampak positif melalui budaya, efek sinergis pariwisata.

Namun, efek sinergis ini tidak terjadi secara otomatis. Kita perlu membuat, mengelola, dan mengembangkan secara bertanggung jawab. Dari perspektif ini, OECD (2005) telah mengidentifikasi beberapa kriteria penting untuk membangun hubungan positif antara pariwisata dan budaya. Kriteria ini adalah keberlanjutan kegiatan budaya, partisipasi penduduk lokal selain wisatawan, kemampuan untuk menghasilkan semua barang dan jasa yang dibutuhkan untuk acara tersebut, dan kemampuan organisasi tempat juga merupakan faktor penting. Dari perspektif ini, kelola hubungan antara pariwisata dan budaya. sangat penting untuk dilakukan. Jika keberhasilan sebuah kota didasarkan pada keserbagunaan dan keseimbangannya, pariwisata dianggap sebagai salah satu fungsi kota dan harus diperlakukan dalam konteks ini. Ketika pariwisata budaya diperlukan untuk memantau dampaknya terhadap kota, terutama pada modal tidak berwujud (modal sosial dan simbolik). Selain itu, kunjungan wisatawan ke cagar budaya perlu dievaluasi secara ketat. Pengkajian wilayah penting bagi perekonomian dan pembangunan berkelanjutan. Bahkan, aspek keberlanjutan sering diabaikan dalam riset pasar perkotaan, terutama yang berkaitan dengan warisan budaya takbenda. Pendekatan pembangunan berkelanjutan seringkali terbatas pada isu-isu alam, bahkan jika warisan budaya juga disertakan. Dan di dunia yang terglobalisasi, tidak mengherankan bahwa semua kota perlu mempertimbangkan sumber daya lokal (terutama warisan budaya) untuk membenarkan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan dalam persaingan global.

2.3 Membatasi Pariwisata Budaya Perkotaan Pasca Covid 19 Atau Berakhirnya Pariwisata Berlebihan

Pada dasarnya, kemunculan pandemi COVID 19 memberikan dampak positif dan negatif bagi pariwisata. Jika dilihat dari kacamata ekonomi, kemunculan pandemi mengakibatkan tingkat kunjungan wisatawan menurun secara drastis sehingga tentu mengakibatkan penurunan pendapatan masyarakat. Namun, dengan adanya pandemi ini *over tourism* dapat ditekan sehingga mampu mengurangi polusi dan menjaga keseimbangan tempat wisata khususnya wisata alam. Sebagai contohnya wisata alam *Hidden Canyon Beji*, Guwang, Sukawati. Untuk mengunjungi *Hidden Canyon Beji*, para pengunjung diwajibkan mengikuti protokol CHSE, yakni dengan wajib menggunakan masker. Sebelum memasuki area, para pengunjung pun wajib mengecek suhu mereka dengan petugas. Selain itu, para wisatawan dibagi menjadi beberapa kelompok kecil dengan didampingi pemandu selama berwisata di *Hidden Canyon Beji* (Nusa Bali.com, 2021).

Membatasi jumlah pengunjung suatu objek wisata atau destinasi secara keseluruhan merupakan solusi yang berhasil jika langkah-langkah penerapannya bijaksana, transparan, dan adil (Dodds & Butler, 2019). Pembelian tiket dan paket wisata melalui internet, sebagaimana diadopsi oleh beberapa situs web wisata budaya adalah lingkungan yang paling adil bagi pengunjung untuk mengakses tempat-tempat yang ketersediaannya terbatas. Internet telah mengubah pasar pariwisata dengan mengubah hambatan masuk, meminimalkan biaya peralihan, merevolusi saluran distribusi, mempromosikan transparansi dan persaingan harga, dan pada saat yang sama meningkatkan efisiensi produksi (Buhalis & Law, 2008). Idenya adalah untuk beralih dari akses gratis ke destinasi budaya ke pariwisata berdasarkan permintaan (Corbisiero & La Rocca, 2020). Sebagai warisan budaya, pengelolaan kota adalah kompleks, tetapi dengan

tren pariwisata yang meningkat, menjadi penting untuk mengembangkan kontrol yang harus dilakukan hanya sekali di era destruktif ini pada saat transformasi bersejarah ini (Higgins Desbiolles, 2020). Untuk itu, konsep keberlanjutan menjadi fokus pembahasan. Ini untuk membantu mengelola jumlah pengunjung dan mematuhi langkah-langkah biosekuriti dan pemeliharaan yang dibuat oleh COVID19 (#TurismoRESET, 2020).

United Nations World Tourism Organization (UNWTO) menyatakan bahwa daya dukung adalah “yang terbesar yang dapat secara bersamaan mengunjungi suatu destinasi tanpa merusak lingkungan fisik, ekonomi dan sosial budaya dan secara tidak wajar menurunkan kualitas pengunjung”. Sejak tahun 1970-an, aspek teoritis dan praktis dari konsep ini telah banyak dijelaskan dalam literatur ilmiah. Namun, sebagian besar destinasi budaya tidak menentukan daya dukung dan tidak dipantau secara teratur, yang menyebabkan kepadatan turis yang dramatis (Steck & Hartmann, 2019).



Gambar 2.2 Kunjungan Wisatawan Dengan Jumlah Terbatas Di *Hidden Canyon Beji*, Guwang, Sukawati Dengan Menaati Prokes Sebelum Memasuki Area Wisata

Sumber: nusabali.com, 2021

Dampak COVID-19 memaksa wisatawan untuk terbiasa dengan tatanan baru seperti menjaga jarak antar pengunjung atau lebih mengoptimalkan *internet* untuk berkomunikasi. Selain *Hidden Canyon Beji*, Daya Tarik Wisata (DTW) Uluwatu yang berlokasi di Desa Adat Pecatu, Kuta Selatan, Badung juga siap menyambut new normal pariwisata, salah satunya dengan menggelar pementasan Tari Kecak kolosal yang mengacu pada protokol kesehatan (prokes) untuk mencegah penularan Covid-19 (Patria, 2020). DTW Uluwatu merupakan salah satu warisan budaya Bali. Selain keindahan pantai dan pura, tari kecak merupakan salah satu andalan daya tarik DTW Uluwatu. Tari Kecak yang sebelum pandemi digelar rutin setiap hari mulai pukul 18.00 atau saat sunset tersebut, dalam era new normal ini mewajibkan pengunjung untuk memakai masker, jaga jarak dan tahapan lainnya. Open stage dengan kapasitas 1.200 penonton tersebut hanya diisi setengahnya saja. Pihak pengelola juga menyiapkan klinik dengan standar minimal, plus ambulance lengkap dengan petugas kesehatan untuk mengantisipasi terjadinya masalah medis. Berkaitan dengan hal tersebut, pada Sabtu (22/8/20) digelar peluncuran Kecak new normal dan digitalisasi pembayaran berbasis QRIS oleh Bank Indonesia, bertempat di DTW Uluwatu. Bupati Badung dalam sambutannya yang dibacakan Wakil Bupati I Ketut Suiasa mengatakan dalam era new normal ini, untuk menjamin kesehatan dan keselamatan bersama, semua sektor harus mengikuti standar dan prosedur protokol kesehatan. Demikian pula halnya dengan sektor pariwisata, untuk menjamin kenyamanan dan kesehatan para wisatawan, destinasi wisata dengan berbagai sarana dan prasarannya harus mengikuti dan menerapkan protokol kesehatan (Patria, 2020).



Gambar 2.3 Standar Prokes Tari Kecak Di Uluwatu Saat Normal Baru Dengan Menaati Prokes Sebelum Memasuki Area Wisata
Sumber: Patria, 2020



Gambar 2.4 Para Wisatawan Mengisi Form *Pedulilindungi* Sebelum Memasuki Areal Dtw Uluwatu
Sumber: Wibowo, 2021

Sejak diwajibkannya penggunaan aplikasi *PeduliLindungi* oleh pemerintah pusat, pengaturan proses di DTW Uluwatu pun bertambah. Saat ini, petugas DTW Uluwatu juga mewajibkan para wisatawan untuk melakukan scan QR Code sertifikat vaksin COVID-19 melalui aplikasi *PeduliLindungi*. Objek wisata yang baru dibuka pada Senin (13/9/2021) tersebut menerapkan protokol kesehatan dan menggunakan aplikasi *PeduliLindungi* saat memasuki kawasan wisata itu untuk mencegah penyebaran COVID-19 sekaligus mengantisipasi terjadinya kluster baru. (Wibowo, 2021).

Wisata budaya perkotaan yang berkelanjutan membutuhkan batasan yang terencana dengan baik untuk tempat wisata. Ini adalah masalah mengurangi kunjungan kelompok, dengan menyesuaikannya dengan kapasitas yang dihasilkan dari penghitungan daya dukung setiap lokasi dan penerapan kebijakan pembatasan untuk mencapainya. Seperti yang diusulkan oleh Castello (2020), perlu membatasi jumlah pengunjung per hari di tempat-tempat wisata, yang akibatnya akan menimbulkan penurunan jumlah wisatawan secara keseluruhan mengunjungi sebuah kota. Apalagi, pada fase pertama pasca-COVID-19, sangat masuk akal jika jumlah wisatawan mencari wisata budaya perkotaan akan lebih rendah, seperti yang telah dikuatkan di lapangan, baik karena ketakutan akan pandemi yang menyebabkan rendahnya permintaan pariwisata, ketakutan bepergian sebagai bekas luka sosial (Florida et al., 2020). COVID-19 tidak hanya meninggalkan ekonomi efek samping tetapi juga sosial dan psikologis, baik itu karena pembatasan mobilitas akibat pandemi atau rendahnya tingkat konsumsi akibat krisis ekonomi yang dipicu oleh pandemi (Guerra, 2020). Hal ini juga dapat diasumsikan, seperti yang memang terjadi, bahwa jumlah penerbangan, terutama yang berbiaya rendah, akan turun untuk sementara waktu, dan, akibatnya, juga jumlah wisatawan internasional, bahkan nasional (Pimentel, 2020). Pengurangan

pertama ini dan pengalaman yang mengganggu dari COVID-19, harus dimanfaatkan untuk meningkatkan kesadaran di antara masyarakat, melalui pendidikan dan informasi, tentang perlunya pembatasan wisata budaya perkotaan.

Selain itu, batasan kapasitas pada acara olahraga dan pementasan telah diterima, dan dengan demikian menerapkan proses yang sama ke situs warisan mungkin juga dianggap tepat (Dodds & Butler, 2019). Kesadaran harus ditingkatkan di kalangan wisatawan, melalui pendidikan dan kepekaan, sehingga mereka sadar akan dampak budaya dan lingkungan dari pariwisata massal yang berlebihan pada destinasi (#TurismoRESET, 2020). Sangat penting bahwa pengambil keputusan politik dalam fokus pariwisata pada proses mendidik wisatawan (Papathanassis, 2017). Wisatawan dapat diberikan informasi dan pendidikan, yang agar efektif, harus dikoordinasikan dengan cermat dan dirancang khusus untuk masalah nyata (Dodds & Butler, 2019). Misalnya dengan cara teknik untuk mempromosikan pariwisata, dapat dijelaskan bahwa pembatasan jumlah wisatawan tidak hanya menguntungkan keberlanjutan tetapi juga memberikan pengunjung suasana yang tidak padat dan hampir eksklusif. Tujuan. Ide-ide seperti itu telah diterapkan dalam mempromosikan pembukaan kembali DTW Uluwatu, Bali. Meskipun dengan tujuan tunggal untuk menarik pengunjung, secara keseluruhan, otoritas perlu meningkatkan kesadaran akan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan (Stecker & Hartmann, 2019). Singkatnya, tujuannya adalah untuk beralih dari membuat teori model pariwisata berkelanjutan menjadi menerapkannya, di mana membatasi jumlah pengunjung adalah prinsip panduan. Ruang dan waktu, bagaimanapun, mencegah model ini diterapkan dengan cara yang sama di semua destinasi wisata budaya. Karena mengembangkan pariwisata berkelanjutan tergantung pada jumlah awal wisatawan dan keadaan pariwisata kualitas

(Schubert & Schamel, 2020). Karena evolusi pandemi akan menghasilkan skenario dan kemungkinan yang sangat beragam untuk menerapkan novel paradigma.

Dalam skenario tanpa COVID-19, pembatasan dapat diterapkan secara bertahap dan dalam terorganisir, sedangkan dalam keadaan sekarang, pembatasan diwajibkan oleh pandemi. Ini adalah situasi yang berbeda, misalnya, dalam skenario di mana pandemi dan pembatasan pergerakan diperpanjang dari waktu ke waktu, dan, seperti yang terlihat arus situasi bukan karena perubahan dalam waktu dekat, membatasi jumlah pemesanan atau tiket masuk ke situs warisan di tujuan perkotaan, serta menerapkan langkah-langkah dan tes kesehatan, mungkin 'paspor' untuk perjalanan, terutama dalam hal pergerakan internasional (Castello, 2020). Itu akan sangat diperlukan untuk menerapkan sistem elektronik untuk mengizinkan perjalanan, seperti yang diwajibkan. Memang, selama pandemi, untuk bepergian antara tertentu negara, itu adalah persyaratan untuk mengisi formulir, baik di atas kertas, atau lebih disukai online, untuk mendapatkan kode QR (respon cepat). Dalam kasus lain, perlu diuji untuk infeksi COVID-19 sebelum bepergian. Dalam hal ini, Pimentel (2020) mengusulkan untuk membuat yang diakui secara internasional keselamatan dan keamanan kartu turis dengan informasi tentang turis terkait dengan infeksi, kekebalan atau vaksinasi untuk COVID-19 dan penyakit lainnya.

2.4 Kunjungan Wisata Berkualitas Tinggi Atau Akhir Dari Wisata Budaya Massal

Untuk mengunjungi daerah wisata di masa Pandemi, wisatawan diharapkan memesan tiket secara *online*. Selain itu, akses keluar masuk wisatawan ke tempat wisata juga dibatasi menjadi beberapa kelompok kecil (Cenacolo Vinciano, 2020). Organisasi Pendidikan, Ilmu

Pengetahuan, dan Kebudayaan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNESCO) merekomendasikan pusat kota untuk mengembangkan praktik pariwisata berkelanjutan, termasuk mengganti pariwisata massal dengan pariwisata berkualitas tinggi pariwisata (UNESCO, 2016). Meskipun, secara tegas, pariwisata massal mengacu hanya pada sejumlah besar orang dan belum tentu pariwisata berkualitas buruk, bukti empiris dalam literatur mendukung hubungan antara dua konsep: pariwisata massal dan pengalaman pengunjung yang buruk (Mendez dkk., 2020). Terlebih lagi, pariwisata massal memiliki beberapa dampak negatif pada tujuan perkotaan yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung dan kualitas hidup penduduk lokal yang meningkatkan konflik (Stecker & Hartman, 2019).

Dengan strategi dan inisiatif untuk mendorong penawaran pariwisata yang berkualitas, tidak diragukan lagi agar melibatkan biaya yang lebih tinggi bagi wisatawan yang hasilnya akan menjadi akhir dari massa superfisial harga rendah pariwisata (Montanari, 2020). Permintaan yang tidak menarik telah mengakibatkan banalisasi penawaran budaya, baik material dan immaterial yang menimbulkan kepadatan penduduk dan pariwisata berlebihan. Selain itu, wisatawan di masa pasca-COVID-19 cenderung bersedia membayar harga yang lebih tinggi (Carvalho, 2020).

Strategi optimal untuk pariwisata berkelanjutan adalah meningkatkan kualitas dan mengurangi jumlah pengunjung (Schubert & Schamel, 2020). Pembatasan jumlah pengunjung bertujuan untuk memenuhi keinginan wisatawan dalam menikmati destinasi yang tidak ramai dalam lingkungan pariwisata yang berkualitas. Karena keterbatasan penulis, artikel ini tidak akan mengeksplorasi semua pendekatan yang mungkin, melainkan, menyajikan beberapa usulan yang harus diterapkan pada wisata budaya perkotaan untuk meningkatkan kualitas kunjungan.

2.5 Wisata Eksperimental

Menurut UNWTO, telah muncul jenis baru pengalaman mencari turis yang terfokus pada relaksasi, penemuan, kenikmatan dan pengetahuan (UNWTO, 2015). Pada kenyataannya, sebagian besar wisatawan mengejar pengalaman liburan yang menghibur, menyenangkan dan berkesan (Timothy & Boyd, 2006). Dalam merancang rute wisata dan pelayanan wisata budaya perkotaan secara umum, untuk mencapai kreativitas dan inovasi yang diperlukan dan banyak dicari, tawaran pengalaman adalah mendasar. Menciptakan nilai pengalaman dalam pariwisata sangat penting (Prebensen et al., 2014). Sektor pariwisata COVID-19 juga harus mengambil pendekatan *experiential tourism* dengan *supply* secara bertahap bergeser dari 'produk' ke 'layanan' dan kemudian ke 'pengalaman' (Istoc, 2012). Pada masa pra-pariwisata COVID-19, terdapat kekurangan pengalaman yang sangat signifikan, mendalam, dan memuaskan (Song & Tan, 2012). Ada kebutuhan untuk mengubah pengalaman dalam wisata warisan, yang saat ini terfragmentasi dan dangkal, membuatnya lebih mendalam, lebih kaya dan bermakna bagi wisatawan (Song & Tan, 2012). Selain itu, perlu untuk mengembangkan kemungkinan memasok dipesan lebih dahulu pengalaman dan untuk mencari keaslian dalam persediaan (Montanari, 2020). Destinasi budaya membutuhkan untuk menciptakan pengalaman wisata yang tak terlupakan (Jelinči & Mansfeld, 2019), karena ini berdampak positif pada niat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali dan merekomendasikan tujuan budaya (Chen & Rahman, 2018).

Kombinasi warisan berwujud dan tidak berwujud adalah kunci dalam merancang kunjungan. Dalam budaya pariwisata, wisatawan menghargai elemen budaya baik berwujud dan tidak berwujud (Yamashita, 2016) dan, secara keseluruhan, budaya telah muncul sebagai salah satu penyedia konten utama untuk pariwisata pengalaman (Richards, 2019). Ini

bukan hanya tentang mengunjungi dan berinteraksi di monumen dan situs arsitektur, tetapi juga tentang mengunjungi bengkel pengrajin, mempelajari legenda tentang kota, menikmati panorama lanskap budaya perkotaan, mencoba gastronomi lokal, dan lain sebagainya. Selain itu, atraksi wisata budaya harus dikombinasikan dengan akomodasi, lokal perdagangan, restoran dan jasa pariwisata lainnya.

Destinasi wisata budaya harus menciptakan lebih banyak interaksi orang-ke-orang, pameran dan kegiatan partisipatif dan pendidikan yang memberikan pengalaman bagi pengunjungnya (Chen & Rahman, 2018). Singkatnya, idenya adalah untuk menawarkan pengalaman lengkap tentang rasa tempat tujuan wisata tertentu (Opačić, 2019), untuk membenamkan wisatawan dalam budayanya melalui lebih keterkaitan (Chen & Rahman, 2018), di mana kunjungan terpandu akan menjadi pusat hub dan rute wisata sebagai jalur penghubung. Tujuannya adalah untuk membangun rasa kenikmatan dalam wisata budaya perkotaan, dipahami sebagai pengalaman emosi seperti inspirasi, rasa ingin tahu dan sensasi tenggelam dalam situs bersejarah dan merasakan ikatan dengan lokasi (Kuo et al., 2015). Produk wisata budaya dirancang dengan fokus pada partisipasi, hedonisme, pengetahuan, lokal budaya dan nostalgia adalah bahan yang dibutuhkan untuk menyajikan kunjungan yang memuaskan dan penuh emosi pengalaman (Crespí, 2020). Meskipun demikian, seperti yang disebutkan dalam kasus rute wisata, pengalaman ini harus merupakan usulan yang masuk akal. Harapan yang tidak realistis tidak boleh muncul di antara calon pengunjung untuk menghindari perasaan *frustrasi* mereka dengan pengalaman dan emosi yang mereka rasakan (Vareiro et al., 2018), sedangkan wisatawan akan puas jika pengalaman yang mereka rasakan melampaui harapan mereka (Chiu dkk., 2016).

2.6 Wisata *Virtual*

Teknologi imersif, termasuk virtual dan *augmented reality*, telah memunculkan virtualisasi realitas. Dengan memanfaatkan kekuatan realitas campuran, situs warisan dapat muncul sebagai tempat yang menawarkan pengalaman baru produk eksperimental untuk pendidikan dan hiburan. Misalnya, metode baru dari *augmented reality* dapat memberikan pengalaman yang lebih mendalam dan interaktif detail sejarah, budaya dan dan menambah nilai bagi pengunjung pengalaman dan kepuasan (Tsai, 2019). Selain itu, interaktif teknologi, yang membutuhkan partisipasi aktif pengunjung, memberikan kesempatan untuk komunikasi verbal dan interaksi fisik dengan orang lain (Ponsignon & Derbaix, 2020).

Pariwisata dan warisan telah dipengaruhi secara signifikan oleh realitas virtual dan potensinya untuk memfasilitasi akses ke situs budaya dan sumber daya dan untuk meningkatkan pengunjung di dalam dan luar lokasi pengalaman (Gavalas et al., 2020). Memang, destinasi dan atraksi budaya telah bermodalkan pada *augmented* dan *virtual reality* untuk mengoptimalkan pengalaman budaya yang mereka tawarkan (Richards, 2019). Banyak museum yang sudah menggunakan teknologi digital untuk memperkaya pengalaman berkunjung (Siang et al., 2019). Pasca-COVID-19 perlu mendukung digitalisasi, tetapi, seperti yang ditunjukkan oleh Hausmann dan Schuhbauer (2020) teknologi baru, seperti *augmented reality* yang terus kurang digunakan dan sampai batas tertentu, bahkan sedikit diketahui.

Ada berbagai kemungkinan dalam hubungan antara pariwisata budaya dan digital masa depan (Arnold & Kaminski, 2014). Transformasi digital pengelolaan supply and demand perlu terus maju (Montanari, 2020). Selain itu, banyak perubahan setelah pandemi akan didorong oleh teknologi baru yang dapat mengantarkan era pariwisata siber dan pariwisata virtual, yang dipahami sebagai kombinasi dari yang nyata dan

virtual, sejenis pariwisata hibrida. Reproduksi teknis dapat membantu membatasi *tour* dan kunjungan melalui reproduksi tiga dimensi total atau sebagian seperti yang disarankan oleh Choay (2018), meskipun dalam bentuk model fisik yang sekarang dapat diproduksi oleh virtual realitas, sehingga mengurangi kepadatan dan memfasilitasi jarak sosial selama kunjungan. Dalam arti ini, Frey dan Briviba (2020) memprediksi *over tourism* budaya akan kembali terjadi setelah pandemi mereda berakhir dan mengusulkan pendekatan konseptual baru yang mereka sebut "*Revived Originals*", berdasarkan reproduksi identik dari situs bersejarah yang paling banyak dikunjungi di lokasi yang sesuai, dengan dukungan teknologi digital paling mutakhir, seperti hologram. Terlebih lagi, jika masyarakat terus-menerus melihat *smartphone* dalam kehidupan sehari-hari dan saat bepergian (Wang et al., 2016), Oleh karena itu, penggunaan *smartphone* dalam wisata cagar budaya harus diperhatikan secara matang (Garau, 2014).

Eksperimen telah dilakukan menggunakan *smartphone* untuk memindai kode QR untuk bantuan virtual di bangunan bersejarah dan di situs warisan di kota-kota seperti Pura Uluwatu dan Tanah Lot (Ramadhian, 2020). Eksperimen dan aplikasi lain juga sedang beroperasi, seperti pengalaman "Melampaui Kastil" di Kastil Sforzesco di Milan, yang menciptakan kembali peristiwa bersejarah dari Renaisans dan menunjukkan bagaimana kastil terlihat di zaman itu, atau aplikasi VR Pilgrim, yang memungkinkan wisatawan untuk menggabungkan adegan realitas virtual saat mengunjungi bangunan warisan budaya Kristen di seluruh dunia. Dalam kasus VR Pilgrim, aplikasi tersedia di biara-biara spektakuler di Meteora, di Yunani tengah, dinyatakan sebagai Situs Warisan Dunia UNESCO. Namun, keberadaannya diumumkan dengan poster dan selebaran di beberapa biara, setidaknya selama kunjungan penulis ini, kehadiran staf untuk secara pribadi mempromosikan produk

dan memberikan informasi pada aplikasi. Sangat penting untuk mengomunikasikan penawaran individu spesifik dari jenis teknologi ini dan ketersediaannya, terutama kepada pengunjung pertama kali ke sebuah budaya. daya tarik, karena mereka pasti kurang menyadari apa yang ditawarkan dan memiliki kebutuhan orientasi yang lebih besar (Hausmann & Schuhbauer, 2020).

Informasi tentang aplikasi seperti VR Pilgrim tidak boleh dibatasi hanya untuk menunjukkan keberadaannya, tetapi tujuannya juga harus dijelaskan dan bagaimana menggunakannya dalam konteks kunjungan dan berbagai tahap pengalaman. Pengamatan di Meteora menunjukkan bahwa aplikasi menarik ini tidak digunakan oleh salah satu pengunjung. Penggunaan *augmented reality* dalam pengaturan pariwisata masih dalam masa pertumbuhan (Siang et al., 2019). Meskipun realitas virtual membuka wilayah baru dan belum dijelajahi untuk menyajikan dan menyebarkan warisan budaya, itu terus menjadi tantangan (Pybus, 2019). Namun, potensi yang sangat besar untuk membuat pengalaman wisata lebih menyenangkan, mengasyikkan, dan interaktif (tom Dieck & Jung, 2018). Lompatan kualitatif ini membutuhkan perancangan dan pengembangan aplikasi yang lebih mudah diakses dan intuitif (Pybus, 2019), yang sangat penting untuk mempromosikan, menjelaskan, dan melengkapi penggunaannya secara efektif di antara pengunjung. Dengan demikian, *smartphone* akan memudahkan pembelajaran aktif melalui visualisasi ilustrasi grafis yang dapat melibatkan wisatawan dalam berinteraksi. Partisipasi penulis dan pengisi suara profesional dalam merancang aplikasi akan memberikan interpretasi yang kreatif dan hasil yang sangat berkesan (Pybus, 2019). Ini akan memicu hubungan simbiosis dengan sektor budaya, yang juga sangat rusak oleh pandemi, seperti telah disarankan.



Gambar 2.5 Wisata Virtual di DTW Uluwatu, Bali
Sumber: Ramadhian, 2020

Dampak jangka panjang dari pengalaman pariwisata dapat ditingkatkan secara signifikan melalui penggunaan teknologi dan media sosial untuk menjaga kontak dengan pengunjung setelah mereka meninggalkan situs (Packer & Ballantyne, 2016). Para wisatawan menggunakan teknologi untuk berbagi pengalaman dan kesan mereka secara luas tentang tempat-tempat yang telah mereka kunjungi, dengan pengaruh besar pada proses pengambilan keputusan lainnya (McKercher & Cros, 2002). Media sosial sangat penting dalam mempromosikan wisata budaya tujuan, menjadi platform yang sangat baik untuk mempromosikan produk-produk seperti berkualitas tinggi, dipandu, rute wisata pengalaman yang harus menjadi ciri wisata budaya masa depan.

Namun, penggunaan media sosial berbeda-beda. Tujuan membuka akun di *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *YouTube*, dan lainnya hanyalah langkah pertama yang harus diikuti oleh professional pengelolaan jaringan ini dan lain-lain. Manajemen strategis kehadiran di media sosial adalah penting (Pascoal et al., 2020).

Kesulitan bergerak selama pandemi yang sedang berlangsung dan kendala yang diperlukan pada jumlah pengunjung tujuan wisata budaya berarti, dan akan terus berarti, bahwa tidak semua calon wisatawan akan

segera dapat melakukan perjalanan ke tujuan yang diinginkan dan dapat resor untuk kunjungan virtual online.

Dalam hal ini, penting untuk pertumbuhan pariwisata budaya virtual (E-Pariwisata) ke melanjutkan, menawarkan kualitas, pluralitas dan kreativitas (Gretzel et al., 2020). Ketersediaan konten online, baik dalam bentuk arsip, transmisi langsung, atau penggunaan virtual reality, merupakan faktor dalam mempromosikan destinasi dan pelengkap kunjungan di lokasi (Alpestana, 2020). Krisis kesehatan telah memaksa entitas pariwisata budaya untuk berkembang pesat, dengan cara improvisasi yang berlebihan dan tidak lengkap, dengan penciptaan atau peningkatan kunjungan virtual ke berbagai atraksi (Haywood, 2020). Dengan demikian, pariwisata budaya pasca-COVID-19 harus terus membuat kemajuan dalam E-Tourism, mengembangkan teknologi untuk mendukung pariwisata budaya berbasis web (Chanchí et al., 2020).

3. Metode

Artikel ini merupakan studi teoretis yang menggambarkan sejumlah contoh spesifik, berdasarkan kebutuhan filosofis premis model pariwisata budaya perkotaan alternatif yang berkelanjutan setelah Pandemi Covid-19. Mengikuti Capocchi et al. (2019), yang menganggap pentingnya menghubungkan teori dengan praktek, tidak hanya melalui studi kasus, tetapi juga dengan membuat proposal umum yang menyarankan solusi. Selain itu, sejalan dengan D'Auria (2009), karya ini mengadopsi pendekatan kreatif untuk pembangunan berkelanjutan berbasis pariwisata budaya perkotaan. Studi ini memberikan visi, dari sudut pandang geografi manusia, tentang kemungkinan perubahan paradigma pariwisata sebagai akibat dari pandemi. Artikel ini mengacu pada tinjauan literatur dari beberapa karya referensi ilmiah. Sebagai pelengkap, informasi yang dipublikasikan oleh media dan online dan dilakukan pengamatan langsung,

menggunakan kerja lapangan pada fenomena yang diteliti, yaitu wisata budaya perkotaan dari sebelum dan sesudah timbulnya pandemi. Seperti di Hall et al. (2020), artikel ini memperhitungkan literatur sebelumnya berupa review dari pilihan studi akademik.

Mengikuti Bask dan Rajahonka (2017), studi dipilih dan dianalisis untuk memenuhi tujuan artikel. Secara khusus, pertama, literatur tentang wisata budaya perkotaan diulas, terutama yang terkait dengan masalah yang ditimbulkan oleh *overtourism* di kota-kota tertentu. Kedua, semua upaya dilakukan untuk mengakses publikasi yang muncul dalam studi pariwisata tentang efek pandemi. Ini melibatkan pencarian terus menerus selama artikel yang didukung oleh platform *Google* dan database *Scopus*. Saat masyarakat berhadapan dengan fenomena hebat yang sedang berlangsung signifikan, publikasi ilmiah baru terus muncul. Semua referensi literatur ini membentuk kerangka kerja yang diperlukan untuk mengembangkan pendahuluan dan selanjutnya menjadi sumber yang digunakan untuk membangun bagian diskusi. Tinjauan literatur juga penting untuk mendapatkan hasil. Dalam hal ini, pencarian tematik adalah dilakukan berdasarkan premis utama penyidik. Kunci utamanya yaitu memperoleh artikel akademik terkait kunjungan terpandu dalam wisata budaya perkotaan, desain rute wisata, pengalaman pariwisata dan pariwisata virtual. Studi ilmiah ini memberikan konsistensi pada temuan.

Sumber data dari artikel ini juga didapatkan dari berita di media dan sumber daya online yang beragam. *A Desk research* dilakukan dengan cara kerja lapangan dengan observasi langsung. Memahami pariwisata budaya perkotaan sebelum dan sesudah COVID-19 dan mencari model alternatif membutuhkan pengetahuan langsung tentang pertanyaan tersebut yang didasarkan pada pengalaman penulis sebelumnya dan kerja lapangan yang dilakukan. Pengamatan ini berfungsi sebagai sumber inspirasi untuk ide-ide yang kemudian dikembangkan dengan dukungan

literatur ilmiah dan adalah kunci untuk menguraikan bagian diskusi. Perspektif dan proposal yang disajikan dalam karya ini dibangun, oleh karena itu, pada tinjauan literatur, observasi dan deduksi reflektif dan analitis dengan tujuan menyarankan sengaja. Meskipun memiliki komponen empiris, teks pada dasarnya konseptual. Itu tujuannya adalah untuk menggabungkan yang universal dan yang khusus dalam metode dialektika di mana teori dan analisis situasi tertentu saling mengisi (Escudero Gómez, 2021).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Pandangan Baru Dan Usulan Model Alternatif

Sebagai yang disarankan oleh Albert & Benach (2012), artikel ini mencoba menerapkan beberapa strategi imajinatif untuk merombak ide-ide kuno dan membuka jalan bagi bentuk-bentuk pemikiran baru. Senada dengan Fletcher dkk. (2020), masalah pariwisata perkotaan yang berkelanjutan tidak dapat diatasi tanpa transformasi radikal dalam mencari solusi. Dengan demikian, bertepatan dengan Jones & Comfort (2020), penelitian ini menyarankan solusi radikal untuk tantangan keberlanjutan pariwisata, mempertanyakan secara khusus, seperti yang dilakukan Corbisiero dan La Rocca (2020), logika bahwa lebih banyak kedatangan berarti keuntungan yang lebih tinggi dan inilah yang seharusnya mendorong manajemen dan perencanaan pariwisata. Dengan ini penulis sependapat dengan Marsiglio (2017) yang menyarankan bahwa otoritas publik harus memikirkan kembali kebijakan menarik meningkatnya jumlah wisatawan. Meskipun Haywood (2020) mengklaim bahwa, setelah pandemi, pengaktifan kembali ekonomi tradisional harus menjadi prioritas, namun artikel ini sejalan dengan Fletcher dkk. (2019), yang membela penerapan alternatif pasca-kapitalis dan pertumbuhan pariwisata untuk menyelesaikan dilema reaktivasi dan wisata (Guerra, 2020).

Bagaimanapun mempertahankan sikap anti-pariwisata, tetapi seperti yang disarankan oleh Castello (2020), tujuan utamanya adalah pengurangan arus dan konsentrasi wisata yang direncanakan yang memungkinkan untuk memaksimalkan manfaat bagi masyarakat setempat dan lingkungan.

Proposal yang disajikan dalam artikel ini juga memberikan kemungkinan keuntungan yang lebih besar bagi pengunjung yang akan menikmati kualitas yang lebih tinggi dan perkotaan yang tidak padat wisata budaya. Beberapa proposal yang dibuat di sini bertentangan dengan kapitalisme pasar bebas dan hak-hak individu, seperti kebebasan berwirausaha dan kebebasan untuk memberikan layanan. Delgado (2018) menyarankan bahwa dalam kaitannya dengan wisata pusaka, Negara menganggap kegiatan utamanya adalah penyelenggaraan pasar bebas dan reproduksi kapital. Artikel ini mengusulkan agar pergantian pemerintahan prioritasnya terhadap keberlanjutan pariwisata budaya perkotaan. Pandangan baru tentang undang-undang dan kekuasaan akan memungkinkan langkah-langkah yang diperlukan untuk diambil. COVID-19 telah menunjukkan bahwa intervensi negara sistemik dimungkinkan, sedemikian rupa sehingga populasi seluruh negara dapat dibatasi atau perusahaan dapat diwajibkan untuk memproduksi produk kesehatan, misalnya. Pandemi telah menunjukkan, seperti dicatat oleh Latour (2020), bahwa tatanan dunia, yang tampaknya tidak dapat diubah, ternyata sangat mudah dibentuk, dan dapat diubah oleh umat manusia ketika bekerja sebagai sebuah komunitas.

Jika instrumen yang ada dimodifikasi secara substansial dan alat baru digunakan, kebijakan apa pun dapat diubah dan nilai-nilai lama dapat diubah ditumbangkan. Ini mewakili kekuatan diskresi seperti yang lainnya, seperti yang ditunjukkan oleh Arana (2018), harus dilindungi dengan pembenaran menyeluruh tentang mengapa tindakan itu diperlukan. Penulis merasa gagasan pariwisata budaya perkotaan yang berkelanjutan pasca-

COVID-19 sudah cukup menjamin. Otoritas publik yang memungkinkan perubahan seperti itu sekarang menjadi penting. Apalagi jika sebelum pandemi, seperti yang dikemukakan oleh Timothy (2011), diversifikasi ekonomi kota wisata itu penting. Monokultur dan stagnasi pariwisata budaya di berbagai kota harus diakhiri. Menurut Santos dan Lois (2005), pariwisata di kota-kota bersejarah seharusnya tidak pernah dikonfigurasi sebagai kegiatan inti, melainkan sebagai bagian dari kerangka pluralistik dan multifungsi. Pariwisata harus dilihat sebagai pelengkap lainnya sektor, bukan sumber utama sumber daya kota, pendapatan dan lapangan kerja. Sekarang saatnya untuk menerapkan proses untuk membangun kembali pariwisata. Jika wisata budaya merupakan kegiatan ekonomi yang menggantikan pekerjaan industri yang hilang karena restrukturisasi ekonomi yang dimulai dalam 25 tahun terakhir abad ke-20 (Richards, 2005), sekarang saatnya kegiatan lain mengambil alih dan pariwisata yang akan dibangun kembali. Seperti yang dikemukakan oleh Yescas (2018), variasi dalam pariwisata adalah tanda dari kerapuhannya ketika menghadapi peristiwa yang mengganggu seperti pandemi saat ini, dan dengan demikian setiap kepentingan pemerintah dalam mendukung sektor ini untuk memosisikannya sebagai mesin pertumbuhan harus dipertanyakan.

Seperti yang dikemukakan oleh Fletcher et al. (2020), upaya ini akan membuat destinasi pariwisata berkurang rentan terhadap fluktuasi pasar yang disebabkan, misalnya, oleh pandemi di masa depan. Artikel ini memberikan perspektif untuk masa depan pariwisata budaya setelah COVID-19 pandemi. Beberapa proposal yang disajikan telah diimplementasikan di beberapa tujuan, meskipun tentatif dan sebagai akibat dari keadaan, tetapi ada kekurangan pandangan dan kepemimpinan politik untuk adopsi paradigma baru. Sebaliknya, tindakan pemerintah telah difokuskan pada pengamanan aspek keuangan sektor dan dalam

mencapai pemulihan secara luas dan secepat mungkin (Hall et al., 2020). Meskipun demikian, dan sebagaimana dinyatakan oleh Montanari (2020) bahwa pariwisata menawarkan kontribusi ekonomi dan sosial yang penting bagi warisan budaya Eropa, jadi sangat bagus untuk dapat menerima dukungan ekonomi yang luar biasa untuk membantunya mengatasi krisis saat ini. Namun, akan merugikan jika kontribusi ekonomi yang besar ditujukan untuk mendorong kembalinya kesalahan masa lalu. Destinasi pariwisata saat ini sedang melakukan upaya untuk beradaptasi dengan langkah-langkah kesehatan COVID-19 dan khususnya, untuk mempromosikan diri mereka sendiri untuk menarik pengunjung sebanyak mungkin. Meskipun debat akademis mencerminkan keprihatinan serius tentang perubahan iklim dan ketidakpastian masa depan model pariwisata pra-COVID-19, masalah ini sebenarnya ditangani dengan kurangnya kedalaman ketika penting bagi pariwisata untuk mengatasi tantangan ekologis planet kita (Higgins- Desbioles, 2020). Bagian dari komunitas bisnis dan politik menyerukan ekonomi, termasuk pariwisata, untuk dibuka sesegera mungkin untuk kembali normal, tanpa harus mempertimbangkan persyaratan keberlanjutan atau mitigasi perubahan iklim (Corbisiero & La Rocca, 2020; Hall dkk., 2020). Selain itu, seperti yang disarankan oleh Gössling et al. (2020), segera setelah virus terkendali banyak yang akan merasakan dorongan untuk mengkompensasi kerugian berlebihan yang diderita selama pandemi, memilih untuk pertumbuhan agresif. Meskipun demikian, seperti yang dinyatakan oleh Montanari (2020), pergi kembali normal bukanlah nilai positif dan mengubah sistem pariwisata adalah tugas yang sangat kompleks (Hall et al., 2020). Namun, pertanyaannya apakah ini momen bersejarah untuk memperkuat paradigma pariwisata lama atau memikirkan yang baru.

Artikel ini lebih memilih opsi kedua dan penulis ini percaya, seperti yang dilakukan Corbisiero dan La Rocca (2020), bahwa kelahiran

kembali pariwisata budaya perkotaan membutuhkan dramatis perubahan pada industri dan untuk menghindari konsumsi berlebihan dan keserakahan yang menentukan sebagian besar sektor sebelum COVID-19. Hall (2011) menyarankan bahwa perspektif untuk paradigma baru, dengan bentuk pariwisata yang lebih berkelanjutan, semakin tidak mungkin. Blanchar (2020) menyatakan bahwa sekali masyarakat memiliki vaksin, semuanya akan kembali normal. Corbisiero dan La Rocca (2020) menambahkan harapan untuk kembali ke pola pariwisata pra-COVID-19 harus dipertanyakan jika kita ingin memikirkan kembali sistem pariwisata yang lebih berkelanjutan dan tangguh serta menanggapi guncangan di masa depan.

5. Simpulan dan Rekomendasi

Wisata budaya perkotaan harus berkontribusi pada program global terpadu untuk pembangunan berkelanjutan (Istoc, 2012). Pandemi COVID-19 telah menandai krisis yang belum pernah terjadi sebelumnya di sektor pariwisata, tetapi, seperti yang dikemukakan dalam artikel ini, hal ini merupakan peluang bagi paradigma baru keberlanjutan yang membatasi pengembangan pariwisata di kota-kota, menghormati perubahan iklim dan salah satunya adalah berkelanjutan. Analisis yang dilakukan di sini membela kebutuhan akan model alternatif yang berkelanjutan untuk pasca-wisata budaya perkotaan COVID-19. Daya tahan dan jangkauan perubahan akan tergantung pada skala waktu pandemi (Florida et al., 2020) dan pada kedalaman dan cakupan resesi yang ditimbulkannya (Prideaux et al., 2020).

Bagaimanapun, memikirkan kembali yang lebih berkelanjutan dan tangguh sistem pariwisata sangat penting. Berkaitan dengan hal tersebut, artikel ini mengajukan pandangan tentang pariwisata budaya perkotaan yang berkelanjutan dengan proposal untuk membatasi pariwisata dan

meningkatkan kualitas kunjungan. Batasan jumlah pengunjung akan ditetapkan tergantung pada daya dukung dan dengan tujuan mengakhiri *over-tourism* dan dampak negatifnya. Selain itu, kualitas wisata kunjungan harus dikembangkan yang kontras dengan model pariwisata massal. Kunjungan terpandu, merancang rute wisata, wisata pengalaman, dan kemungkinan yang ditawarkan oleh wisata virtual adalah usulan yang disarankan untuk mencapai tujuan ini. Lebih jauh lagi, pencapaian pariwisata budaya perkotaan yang berkelanjutan pasca-COVID-19 sangat membutuhkan perencanaan inovatif, manajemen dan organisasi di destinasi perkotaan dan regulasi sistem pariwisata.

Adapun langkah-langkah yang diusulkan memerlukan bentuk baru tata kelola budaya perkotaan pariwisata berdasarkan manajemen dan perencanaan pariwisata yang terpusat. Institusi publik permanen harus diatur untuk mengambil tugas ini. Hal ini juga penting untuk membuat observatorium pariwisata dengan ahli dan teknisi untuk pengawasan konstan tentang bagaimana kegiatan pariwisata dikembangkan di kota-kota, siap untuk mengusulkan tindakan pencegahan atau perbaikan yang diperlukan. Proposal yang diajukan dalam artikel ini menarik bagi pembuat kebijakan publik di kota-kota dan dapat meningkatkan ketahanan dan keberlanjutan pariwisata budaya perkotaan, dan dengan demikian menghentikan pariwisata massal dan pariwisata berlebih jika dipraktikkan dengan memperhatikan konteks setiap kasus. Model manajemen yang baru dapat bervariasi dari satu tempat ke tempat lain tetapi harus berdasarkan kebijakan umum yang mampu berkontribusi pada pertumbuhan manusia dan budaya penduduk dan pengunjung kota (Montanari, 2020). Skenario alternatif telah diajukan, membutuhkan kebijakan yang berkomitmen, proaktif dan optimis. Artikel ini menyajikan pendekatan teoritis yang dapat menjadi kerangka kerja bagi paradigma baru pariwisata budaya perkotaan yang berkelanjutan setelah COVID-19. Dengan perjuangan yang keras.

terhadap perubahan iklim menjadi inti dari perkembangannya. Ini adalah visi masa depan di mana kota-kota tidak terlalu bergantung pada pariwisata, dengan batas eksploitasinya, tetapi dengan manfaat bagi penduduknya, siapa yang akan ambil kembali kota mereka, bagi pengunjung, yang akan menikmati lebih eksklusif jenis yang tidak ramai, pariwisata budaya perkotaan berkualitas lebih tinggi, dan bagi pekerja di sektor ini, yang akan dibayar lebih baik, pekerjaan yang lebih stabil. Artikel ini memiliki keterbatasan logis sebagai penelitian tentang perspektif masa depan, yaitu dengan definisi tidak pasti dan pada proposal yang tergolong diskusi. Model yang diusulkan ternyata memiliki kendala dan kesulitan dalam pelaksanaan praktis kunjungan terpadu, jalur wisata, wisata pengalaman dan wisata virtual, sesuai dengan karakteristik masing-masing kasus yang sebenarnya.

Selanjutnya, ambisi tujuan artikel harus disesuaikan dengan batasan ruang. Realitas pariwisata budaya perkotaan sangat kompleks (pelaku, manajemen mobilitas perkotaan, bisnis model, tata kelola, perencanaan dan lainnya), dan tidak mungkin membahas semua aspek seperti itu secara rinci. Di pengertian ini, salah satu kekurangannya adalah tidak menggali lebih dalam teori dan kerangka konseptual, dengan referensi yang lebih luas untuk definisi pariwisata budaya perkotaan dan gagasan keberlanjutan pariwisata. Meskipun demikian, tubuh literatur akademis sudah cukup luas bagi pembaca untuk mencari informasi lebih lanjut tentang teori ini dalam penelitian lain (Ashworth & Page, 2011; Frank & Medarić, 2018; Sharpley, 2020). Selain itu, berbagai aspek yang telah disebutkan harus dikembangkan lebih lanjut, dibahas secara rinci dan dikuatkan oleh studi kasus. Jalan telah dibuka untuk segudang karya masa depan pada pertanyaan seperti penerapan daya dukung dan pembatasan jumlah pengunjung, peran dan pengaturan pemandu wisata, desain rute wisata, penciptaan pengalaman yang tak terlupakan, kemajuan dalam

imersif teknologi, tata kelola pariwisata, dan lainnya. Untuk masa depan yang benar-benar berkelanjutan, akan menarik untuk secara empiris dan praktis menerapkan proposal yang disajikan dalam penelitian ini di kota-kota wisata budaya.

Daftar Pustaka

- TurismoRESET. (2020). *Manifiesto para la regeneración del sector turístico a través de un modelo socialmente equitativo, ambientalmente respetuoso y económicamente sostenible*. <https://www.turismoreset.org/>
- Albert, A., & Benach, N. (Eds.) (2012). *Doreen Massey*. Un sentido global del lugar. Icaria.
- Alpeñana, D. (2020). *Os novos desafios do turismo urbano*. *Finisterra*, LV(115), 217-221. <https://doi.org/10.18055/Finis20342>
- Ashworth, G., & Page, S. J. (2011). *Urban Tourism research: Recent progress and current paradoxes*. *Tourism Management*, 32(1), 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.002>
- Ateljevic, I. (2020). *Transforming the (tourism) world for good and (re)generating the potential 'new normal'*. *Tourism Geographies*, 22(3), 467-475. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759134>
- Andriotis, K. (2018). *Degrowth in Tourism. Conceptual, Theoretical and Philosophical Issues*. CABI.
- Arana García, E. (2018). *La intervención local en las viviendas de uso turístico a través de la zonificación urbanística: requisitos y consecuencias*. *Revista de Estudios de la Administración Local y Autonómica*, 10, 6-21. <https://doi.org/10.24965/reala.v0i10.10545>
- Arnold, D., & Kaminski, J (2014). *Cultural heritage tourism and the digital future*. In J. Kaminski, A. M. Benson & D. Arnold (Eds.), *Contemporary Issues in Cultural Heritage Tourism* (pp. 259-282). Routledge.
- Bask, A., & Rajahonka, M. (2017). *The role of environmental sustainability in the freight transport mode choice: a systematic literature review with focus on the EU*. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 47(7), 560-602. <https://doi.org/10.1108/ijpdlm-03-2017-0127>
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). *Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—the state of eTourism research*. *Tourism Management*, 29(4), 609-623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Blanco-Romero, A., Blázquez-Salom, M., & Cànoves, G. (2018). *Barcelona, housing rent bubble in a tourist city: Social responses*

- and local policies.* Sustainability, 10(6), 2043.
<https://doi.org/10.3390/su10062043>
- Blanchar, C. (2020). *Los niños reconquistan la Barcelona turística.* El País (p. 23).
- Brouder, P. (2020). *Reset redux: possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world.* Tourism Geographies, 22(3), 484-490.
<https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1760928>
- Capocchi, A., Vallone, C., Pierotti, M., & Amaduzzi, A. (2019). *Overtourism: A literature review to assess implications and future perspectives.* Sustainability, 11, 3303.
<https://doi.org/10.3390/su11123303>
- Carvalho, I. (2020). *A profissão de guia-intérprete e o impacto da COVID-19.* Journal of Tourism & Development, 34, 209-222.
<https://doi.org/10.34624/rtd.v0i34.22414>
- Castello, V. (2020). *Desafíos y oportunidades para el turismo en el marco de la pandemia COVID-19.* Cuadernos de Política Exterior Argentina, 131, 115-118.
<https://rephip.unr.edu.ar/handle/2133/18384>
- Cenacolo Vinciano (2020). Info. <https://cenacolovinciano.org/en/info/>
- Cocola-Gant, A. (2019). *Gentrificación turística.* In E. Cañada & I. Murray (Eds.), *Turistificación global.* Perspectivas críticas en turismo (pp. 291-308). Icaria.
- Corbisiero, F., & La Rocca, R. A. (2020). *Tourism on demand. A new form of urban and social demand of use after the pandemic event.* TeMa. Journal of Land Use, Mobility, and Environment, 91-104.
<http://dx.doi.org/10.6092/1970-9870/6916>
- Chanchí, G., Saba, M., & Monroy, M. E. (2020). *Propuesta de una arquitectura software basada en realidad virtual para el desarrollo de aplicaciones de turismo cultural.* Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação, 36, 157-170.
<https://search.proquest.com/docview/2462684638?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true>
- Chiu, W., Zeng, S., & Cheng, P. (2016). *The influence of destination image and tourist satisfaction on tourist loyalty: A case study of Chinese tourists in Korea.* International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 10(2), 223-234.
<https://doi.org/10.1108/IJCTHR-07-2015-0080>
- Chen, H., & Rahman, I. (2018). *Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty.* Tourism Management Perspectives, 26, 153-163. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.10.006>

- Choay, F. (2018). *Alegoría del patrimonio* (Trans. By M^aB. Suazo). Gustavo Gili.
- Crespí-Vallbona, M. (2020). *Satisfying experiences: Guided tours at cultural heritage sites*. *Journal of Heritage Tourism*, 16(2), 201-17. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2020.1771345>
- Delgado, V. (2018). *Turismo y patrimonio. Cincuenta años de «rescate» del Centro Histórico de la Ciudad de México*. *Estudios Críticos del Desarrollo*, VIII(14), 141-170. https://www.academia.edu/39133022/Turismo_y_patrimonio_Cincuenta_a%C3%B1os_de_rescate_del_Centro_Hist%C3%B3rico_de_la_Ciudad_de_M%C3%A9xico
- Dodds, R., & Butler, R. W. (2019). *Conclusion*. In R. Dodds & R. W. Butler (Eds.), *Overtourism. Issues, Realities and Solutions* (pp. 262-276). De Gruyter.
- D'Auria, A. (2009). *Urban cultural tourism: Creative approaches for heritage-based sustainable development*. *International Journal of Sustainable Development*, 12(2/3/4), 275-289. <https://doi.org/10.1504/ijds.2009.032782>
- Escudero Gómez, L.A. (2021). *Cultural tourism in cities post-COVID-19: a perspective and proposals for an alternative model*. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (91). <https://doi.org/10.21138/bage.3138>
- Florida, R., Rodríguez-Pose, A., & Storper, M. (2020). *Cities in a Post-COVID World*. *Papers in Evolutionary Economic Geography*, 20.41. <http://econ.geo.uu.nl/peeg/peeg2041.pdf>
- Fletcher, R., Murray Mas, I., Blanco Romero, A., & Blázquez Salom, M. (2019). *Tourism and degrowth: An emerging for research and praxis*. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1745-1763. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1679822>
- Frank, T. O., & Medarić, Z. (2018). *Cultural tourism from an academic perspective*. *Academica Turistica*, 11(2), 101-110. <http://academica.turistica.si/index.php/AT-TIJ/article/view/141>
- Frey, B. S., & Briviba, A. (2020). *Revived Originals – A proposal to deal with cultural overtourism*. *Tourism Economics*, 27(6), 1221-1236. <https://doi.org/10.1177/1354816620945407>
- Garau, C. (2014). *From territory to smartphone: Smart fruiton of cultural heritage for dynamic tourism development*. *Planning Practice & Research*, 29(3), 238-255. <https://doi.org/10.1080/02697459.2014.929837>
- Gavalas, D., Sylaiou, S., Kasapakis, V., & Dzardanova, E. (2020). *Special issue on virtual and mixed reality in culture and heritage*. *Personal and Ubiquitous Computing*, 1-2. <https://doi.org/10.1007/s00779-020-01377-4>

- Guerra Luzuriaga, P. (2020). *Reactivación vs turistificación: los retos de las ciudades frente al turismo post pandemia*. *INNOVA Research Journal*, 5(3.2.), 134-150. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2.2020.1564>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). *Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19*. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Gretzel, U., Fuchs, M., Baggio, R., Hoepken, W., Law, R., Neidhardt, J., Pesonen, J., Zanker, M., & Xiang, Z. (2020). *E-Tourism beyond COVID 19: A call for transformative research*. *Information Technology & Tourism*. *Information Technology & Tourism*, 22, 187-203. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00181-3>
- Hall, C.M. (2011). *Policy learning and policy failure in sustainable tourism governance: From first-and second-order to third-order change?* *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 649-671. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.555555>
- Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). *Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for*. *Tourism Geographies*. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>
- Hausmann, A., & Schuhbauer, S. (2020). *The role of information and communication technologies in cultural tourists' journeys: the case of a World Heritage Site*. *Journal of Heritage Tourism*. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2020.1819300>
- Haywood, K.M. (2020). *A post-COVID future: Tourism community re-imagined and enabled*. *Tourism Geographies*, 22(3), 599-609. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762120>
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). *Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19*. *Tourism Geographies*, 22(3), 610-623. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757748>
- Istoc, E.M. (2012). *Urban culture tourism and sustainable development*. *International Journal for Responsible Tourism*, 1(1), 38-56. <https://ideas.repec.org/a/amf/ijrtfa/v1y2012i1p38-57.html>
- Jelinčić, D. A., & Mansfeld, Y. (2019). *Applying cultural tourism in the revitalization and enhancement of cultural heritage: An integrative approach*. In M. Obad Šćitaroci, B. B. Obad Šćitaroci & A. Mrđa (Eds.), *Cultural Urban Heritage. Development, Learning and Landscape Strategies* (pp. 35-43). Springer.
- Jones, P., & Comfort, D. (2020). *The COVID-19 crisis, tourism and sustainable development*. *Athens Journal of Tourism*, 7(2), 75-86. <https://doi.org/10.30958/ajt.7-2-1>
- Kuo, N. T., Chang, K. C., Cheng, Y. S., & Lin, J. C. (2015). *Effects of tour guide and tourist satisfaction on destination loyalty in Taiwan's*

- Kinmen battlefield tourism: Perceived playfulness and perceived flow as moderators.* *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(1), 103-122. <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1008670>
- Kourtit, K., Nijkamp, P., & Romão, J. (2019). *Cultural heritage appraisal by visitors to global cities: The use of social media and urban analytics in urban buzz research.* *Sustainability*, 11(12), 3470. <https://doi.org/10.3390/su11123470>
- Law, C. (2002). *Urban Tourism. The Visitor Economy and the Growth of Large Cities*, Continuum, London, UK
- Mansilla, J.A., & Milano, C. (2018). *Introducción a la Ciudad de Vacaciones. Apuntes sobre turismo y malestar social en Barcelona.* In C. Milano & J.A. Mansilla (Coords.), *Ciudad de Vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos* (pp. 19-80). Pol.len.
- Marsiglio, S. (2017). *On the carrying capacity and the optimal number of visitors in tourism destinations.* *Tourism Economics*, 23(3), 632-646. <https://doi.org/10.5367/te.2015.0535>
- McKercher, B., & du Cros, H. (2003). *Testing a cultural tourism typology.* *International Journal of Tourism Research*, 5(1), 45-58. <https://doi.org/10.1002/jtr.417>
- Méndez Ravina, L. M., Aviña Solares, M. G. A., & Solís Martínez, H. (2020). *Tourism in Mexico and the use of cultural heritage as a commodifications's product.* In A. Kavoura et al. (Eds.), *Strategic Innovative Marketing and Tourism*. 8th ICSIMAT, Northern Aegean, Greece, 2019 (pp. 265-272). Springer.
- Montanari, A. (2020). *Covid-19 as an opportunity to tackle the phenomenon of overtourism in European historic centre: The case of Rome.* *Supplementi*, 11, 285-305. <https://doi.org/10.13138/2039-2362/2542>
- Nusa Bali.com. (2021). *Hidden Canyon Guwang, Surga Tersembunyi bagi Penyuka Keindahan dan Tantangan.* Link: <https://www.nusabali.com/berita/95437/hidden-canyon-guwang-surga-tersembunyi-bagi-penyuka-keindahan-dan-tantangan>. Diakses Pada Kamis 16 Desember 2021 Pukul 16:00 Wita.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2009). *The Impact of Culture on Tourism*. OECD Publications.
- Opačić, V.T. (2019). *Tourism valorisation of cultural heritage.* In M. Obad Šćitaroci, B. B. Obad Šćitaroci & A. Mrđa (Eds.), *Cultural Urban Heritage. Development, Learning and Landscape Strategies* (pp. 181-196). Springer.
- Papathanassis, A. (2017). *Over-tourism and anti-tourist sentiment: An exploratory analysis and discussion.* "Ovidius" University

- Annals, Economic Sciences Series*, XVII(2), 288-293.
<https://ideas.repec.org/a/ovi/oviste/vxviiy2017i2p288-293.html>
- Patria, R. I.K. (2020). *Begini Standar Prokes Tari Kecak di Uluwatu Saat Normal Baru*.
Link:<https://www.news.beritabali.com/read/2020/08/23/202008230012/begini-standar-prokes-tari-kecak-di-uluwatu-saat-normal-baru>. Diakses Pada Kamis 16 Desember 2021 Pukul 14:00 Wita.
- Packer, J., & Ballantyne, R. (2016). *Conceptualizing the visitor experience: A review of literature and development of a multifaceted model*. *Visitor Studies*, 19(2), 128-143.
<https://doi.org/10.1080/10645578.2016.1144023>
- Pascoal, S., Tallone, L., & Furtado, M. (2020). *The impact of COVID-19 on cultural tourism: Virtual exhibitions, technology and innovation*. In A. Abreu et al. (Eds.), *Advances in Tourism, Technology and Systems*. ICOTTS 2020. Smart Innovation, Systems and Technologies. Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-33-4260-6_16
- Pimentel de Oliveira, D. (2020). *Tarjeta turística Safety and Security: el pasaporte para turistas y destinos seguros*. *Cuadernos de Turismo*, 46, 489-504. <https://doi.org/10.6018/turismo.451931>
- Pine, B.J.& Gilmore, J.H. (1999). *The Experience Economy*, Harvard University Press, Boston
- Ponsignon, F., & Derbaix, M. (2020). *The impact of interactive technologies on the social experience: An empirical study in a cultural tourism context*. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100723. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100723>
- Prideaux, B., Thompson, M., & Pabel, A. (2020). *Lessons from COVID-19 can prepare global tourism for the economic transformation needed to combat climate change*. *Tourism Geographies*, 22(3), 667/678. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762117>
- Prebensen, N. K., Chen, J. S., & Uysal, M. (2014). *Creating Experience Value in Tourism*. CABI.
- Pybus, C. (2019). *New tools for cultural heritage tourism: Accessible virtual reality for Milan's basilica Sant'Ambrogio*. GEORES 2019 – 2nd International Conference of Geomatic and Restoration. <https://doi.org/10.5194/isprs-archives-XLII-2-W11-1003-2019>
- Ramadhian, N. (2020). *Kangen Jalan-jalan ke Bali? Tur Virtual di 8 Tempat Wisata Bali*. Link:
<https://travel.kompas.com/read/2020/05/15/200837727/kangen-jalan-jalan-ke-bali-tur-virtual-di-8-tempat-wisata-bali?page=all> .
Diakses Pada Kamis 16 Desember 2021 Pukul 20:00 Wita.
- Richards, G. (ed.) (1996). *Cultural Tourism in Europe*, CAB International, Wallingford, UK

- Richards, G. (ed.). (2001). *Cultural Attractions and European Tourism*, CAB International, Wallingford, UK
- Richards, G. (ed.) (2001). *Cultural Attractions and European Tourism*, CAB International, Wallingford, UK
- Richards, G. & Wilson, J. (2006). *Developing creativity in tourist experiences: a solution to the serial reproduction of culture?*, *Tourism Management*, v.27, pp. 1209-1223
- Rodica, C. (2005). *The Influence of Fiscal Policy on Income Inequality in European Union's Member States. Business System and Economic*, 1 (1), 1-5
- Santos Solla, X.M., & Lois González, R.C. (Coords.) (2005). *Desarrollo turístico sostenible en ciudades históricas*. Ayuntamiento de Lugo.
- Siang, F.G., Ahmad, Z.B., Aziz, K.B.A., & Suhaifi, S.B. (2019). *Augmented reality mobile application for museum: A technology acceptance study*. 6th International Conference on Research and Innovation in Information Systems (ICRIIS), 1-6. <https://doi.org/10.1109/ICRIIS48246.2019.9073457>
- Song, L., & Tan, S. (2012). *A path analysis of the development of tourism products concerning compound-type cultural heritage*. *Tourism Tribune*, 27, 93-101. http://caod.oriprobe.com/articles/31339392/A_Path_Analysis_of_the_Development_of_Tourism_Products_Concerning_Comp.htm
- Schubert, S.F., & Schamel, G. (2020). Sustainable tourism development: A dynamic model incorporating resident spillovers. *Tourism Economies*. <https://doi.org/10.1177/1354816620934552>
- Sharpley, R. (2020). *Tourism, sustainable development and the theoretical divide: 20 years on*. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(11), 1932-1946. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1779732>
- Shaw, G. & Williams, A.M. (2002). *Critical Issues in Tourism. A Geographical Perspective*, Blackwell Publishers Ltd., Oxford, UK.
- Stecker, B., & Hartmann, R. (2019). *Case study: Balancing the sustainability of tourism in city destinations—The case of Dubrovnik*. In D. Lund-Durlacher et al. (Eds.), *Corporate Sustainability and Responsibility in Tourism* (pp. 373-382). Springer.
- Spillane, J. 1994. *Pariwisata Indonesia, Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Kanisius. Yogyakarta.
- Timothy, D.J., & Boyd, S.W. (2006). *Heritage Tourism in the 21st Century: Valued traditions and new perspectives*. *Journal of*

- Heritage Tourism, 1(1), 1-16.
<https://doi.org/10.1080/17438730608668462>
- tom Dieck, M.C., & Jung, T. (2018). *A theoretical model of mobile augmented reality acceptance in urban heritage tourism*. *Currents Issues in Tourism*, 21(2), 154-174.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1070801>
- Tsai, S.P. (2019). *Augmented reality enhancing place satisfaction for heritage tourism marketing*. *Current Issues in Tourism*, 23(9), 1078-1083. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1598950>
- UNESCO (2016). *Culture: Urban Future. Global Report for on Culture for Sustainable Urban Development*.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000245999>
- UNWTO (2015). *Affiliate Members Global Reports, Volume Twelve– Cultural Routes and Itineraries*. UNWTO. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284417704>
- UNWTO (2020a). *Barómetro OMT del Turismo Mundial*. UNWTO. <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometeresp.2020.18.1.1>
- UNWTO (2020b). *COVID-19: anteponiendo a las personas*. UNWTO. <https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19>
- Vareiro, L., Ribeiro, J. C., & Remoaldo, P. C. (2018). *What influences a tourist to return to a cultural destination?*. *International Journal of Tourism*
- Wang, D., Xiang, Z., & Fesenmaier (2014). *Smartphone use in everyday life and travel*. *Journal of Travel Research*, 55(1), 52-63.
<https://doi.org/10.1177/0047287514535847> *Research*, 21(2), 280-290. <https://doi.org/10.1002/jtr.2260>
- Wibowo, H.N. (2021). *Wisata Uluwatu Bali Dibuka, Wisatawan Wajib Patuhi Prokes Ketat*. Link:
<https://foto.okezone.com/view/2021/09/13/5/76177/wisata-uluwatu-bali-dibuka-wisatawan-wajib-patuhi-prokes-ketat> .
Diakses Pada Kamis 16 Desember 2021 Pukul 18:00 Wita.
- Yamashita, S. (2016). *Cultural Tourism*. In *Encyclopedia of Tourism* (pp. 212-224). Springer.
- Yescas Sánchez, M. (2018). *La turistificación en el Centro Histórico de Oaxaca*. *Estudios Críticos del Desarrollo*, VIII(14), 75-111.
<https://estudiosdeldesarrollo.mx/estudioscriticosdeldesarrollo/wp-content/uploads/2019/01/ECD14-3.pdf>

