

## Menilik Ulang Resiliensi: Covid-19 dan Pariwisata di Kaliurang Yogyakarta

Runavia Mulyasari

Program Studi Pariwisata, Departemen Antarbudaya, Universitas Gadjah Mada

Koresponden: runavia.mulyasari@ugm.ac.id

### ABSTRACT

*The process of recovering when experiencing disasters and crises is often considered an individualised process. The Covid-19 pandemic in the past two years has had a major impact on various sectors of the world, and the most affected is tourism. Many studies on pandemic conditions and tourism have been conducted with a focus on the impact of the pandemic. For this reason, it is necessary to look back at the resilience process carried out by tourism actors and the tourism community in dealing with the pandemic. Yogyakarta, especially Kaliurang, is the most affected area due to the pandemic. This study attempts to invite a revisit of tourism resilience in Kaliurang. Ethnography is used to capture the resilience efforts made by the community and tourism actors in Kaliurang. The research shows a change in community structure and agency development at the individual and group levels. Both structure and agency simultaneously help the process of community resilience, which is then developed into resilience in the tourism sector.*

**Keyword:** Resilience, Kaliurang, Tourism, Structure, and Agency

---

### PENDAHULUAN

Pandemi global akibat Covid-19 telah berlangsung hampir dua tahun sejak pertama kali diumumkan oleh WHO di tahun 2020. Salah satu kebijakan yang diterapkan guna mengurangi laju penyebaran Covid-19, yaitu pembatasan perjalanan (Gosling, Scott dan Hall 2020; Hall, Scott dan Gosling 2020; Rahman, Faruq dan Begum 2021). Penerapan kebijakan pembatasan perjalanan terjadi di seluruh dunia, yang berimbas pada penurunan jumlah kedatangan internasional hingga 72% di tahun 2020 dan hanya meningkat 5% di tahun 2021 (UNWTO, 2022). Jumlah penurunan kedatangan internasional ini menyebabkan kerugian finansial mencapai 2 juta triliun US dollar di tahun 2020 dan 2021 (lihat *Ibid*, 2020; UNWTO 2022). Akibatnya, industri pariwisata mengalami disrupsi yang luar biasa akibat masifnya penurunan jumlah wisatawan di seluruh dunia dan berdampak lebih jauh secara sosial dan ekonomi.

Literatur di bidang kepariwisataan menunjukkan, keterpurukan pariwisata akibat kejadian luar biasa akibat wabah dan virus bukanlah hal yang baru. Seperti yang terjadi di tahun 2003 akibat SARS, Flu burung di tahun 2009, Virus Ebola di tahun 2014, dan Mers di tahun 2015 (Hall, 2011; Scott dan Gosling, 2015). Namun, perbedaan dengan kondisi penyebaran virus Covid-19 dengan virus yang lain terletak

pada cakupan wilayah penyebaran virus tersebut. Misalnya, kasus Virus Ebola terbanyak terjadi di Afrika, sementara untuk Flu Burung yang merasakan dampak terbesar adalah Amerika, atau Mers yang terjadi di kawasan Timur Tengah. Oleh karenanya, dapat dikatakan bahwa pada jenis wabah dan virus sebelumnya terdapat batasan geografis yang membuat wabah dan virus tidak menyebar secara masif ke wilayah lain. Belum lagi, proses pengendalian penyebaran wabah dan virus pada kasus sebelumnya berhasil dilakukan dengan kebijakan isolasi terbatas. Hal yang tidak berlaku bagi virus Covid-19 yang persebarannya begitu cepat dan berdampak bagi seluruh manusia.

Kondisi tersebut, membuat aktivitas wisata di masa pandemi Covid-19 dipaksa berhenti dan membuat banyak pihak meninjau kembali desain pariwisata yang ada saat ini (lihat Yeh 2020; Rahman, Faruq dan Begum 2021; and UNWTO 2022). Kritik besar yang muncul ialah bentuk pariwisata yang seharusnya mampu bertahan di masa krisis. Hal ini mendorong banyak pemimpin dunia dan para ahli di bidang pariwisata melakukan berbagai macam evaluasi kritis untuk menentukan strategi dan mencari kesempatan untuk melakukan perubahan (OECD, 2020) pasca Covid-19. Kesempatan dan penentuan strategi yang dilakukan ini tidak hanya untuk membantu pariwisata 'pulih' pasca Covid-19, melainkan untuk melihat kembali makna resiliensi bagi masyarakat, dan melihat peranan pariwisata dalam menciptakan resiliensi sosial dan kehidupan yang berkelanjutan.

Pada konteks Indonesia, sektor pariwisata berkontribusi sebanyak 6% bagi pendapatan nasional dan sektor ini mampu mempekerjakan 10% dari angkatan kerja pada tahun 2019 (WTTC, 2020). Kemampuan industri pariwisata dan aktor-aktor pariwisata untuk melanjutkan aktivitas wisata pasca Covid 19 akan menjadi salah satu indikator terpenting dalam pemulihan ekonomi. Masyarakat yang tangguh akan lebih mampu untuk 'bertahan hidup, beradaptasi, bangkit dan bahkan mengubah dirinya sendiri' dalam menghadapi perubahan sosial yang tidak terduga dan tidak pasti (Chen et al., 2020: 606). Hal ini menunjukkan bahwa upaya resiliensi pariwisata pasca pandemi merupakan hal penting demi pemulihan ekonomi secara global, dan khususnya Indonesia.

Salah satu kawasan wisata di Indonesia yang berusaha bangkit setelah mengalami guncangan hebat akibat pandemi Covid 19 adalah kawasan Kaliurang, Yogyakarta. Secara historis, keterlibatan masyarakat Kaliurang pada sektor wisata sudah berlangsung sejak beberapa dekade yang lalu. Kondisi ini membuat mayoritas masyarakat di Kaliurang bergantung hidup sepenuhnya pada industri wisata. Secara geografis kawasan wisata Kaliurang terletak di salah satu kawasan yang rentan terhadap krisis bencana alam erupsi. Secara sosiokultural, masyarakat Kaliurang

mampu hidup berdampingan dengan bencana dan memiliki kemampuan mitigasi bencana yang baik. Nyatanya, saat menghadapi krisis akibat pandemi Covid-19 masyarakat di Kaliurang tidak siap bahkan kesulitan menghadapi kondisi pandemi akibat Covid-19. Terbukti bahwa manajemen krisis yang dimiliki oleh masyarakat di kawasan ini tidak cukup kuat untuk membantu mereka bertahan dan mereorganisasi ulang struktur sosial yang terguncang akibat pandemi covid-19.

Penelitian ini berusaha untuk memahami upaya resiliensi pariwisata yang dilakukan oleh masyarakat Kaliurang, Yogyakarta, Indonesia dengan melihat pada struktur sosial dan *agency* dari aktor-aktor pariwisata. Secara spesifik penelitian ini berusaha untuk menjawab pertanyaan: (1) Bagaimana struktur sosial dan wacana pemulihan pariwisata yang akan/sudah dilakukan oleh aktor wisata di kawasan Kaliurang? (2) Dengan cara apa para aktor-aktor pariwisata melakukan resiliensi?; dan (3) Bagaimana masyarakat Kaliurang menata ulang pariwisata yang tangguh agar mereka lebih siap menghadapi krisis lain di masa depan?

Kompleksitas dan dinamika sosial yang begitu masif dihadapi oleh masyarakat di Kaliurang, membuat kawasan ini menjadi lokasi penelitian yang tepat untuk memahami proses resiliensi akibat Covid-19.

Resiliensi sosial dan komunitas oleh Adger (2000) didefinisikan sebagai kemampuan manusia dan masyarakat untuk bertahan dari guncangan eksternal terhadap infrastruktur sosial mereka. Sumber ketahanan sosial seperti modal sosial (termasuk kepercayaan dan jaringan sosial) dan memori sosial (termasuk usia dan pengalaman menghadapi perubahan) (McIntosh, 2000) sangat penting untuk beradaptasi dengan kejutan dan perubahan yang terjadi secara tiba-tiba.

Saat ini, studi-studi yang mengkaji mengenai resiliensi sebagai sistem adaptif yang kompleks berusaha untuk menghindari istilah 'pemulihan' dan cenderung menggunakan konsep pembaruan, regenerasi, dan organisasi ulang setelah gangguan (Bellwood et al., 2004). Diskusi atas ide resiliensi ini sangat penting, apalagi dengan berefleksi pada penggunaan istilah 'kembali ke normal' pasca covid-19 yang kerap digunakan oleh pemerintah maupun masyarakat luas. Dari pandangan Bellwood et al., 2004, diketahui bahwa sistem tidak mungkin pulih ke keadaan semula. Atau dalam konteks krisis Covid-19 yaitu sebelum pandemi, oleh karena itu, perlu untuk menganalisis krisis yang muncul akibat pandemi sebagai upaya untuk melihat potensi baru dan menata ulang industri pariwisata menuju keadaan yang lebih tangguh. Proses menjadi tangguh dalam pariwisata perlu dilihat dengan menitikberatkan pada dua hal utama yaitu aspek *agency* dan aspek struktur dalam masyarakat.

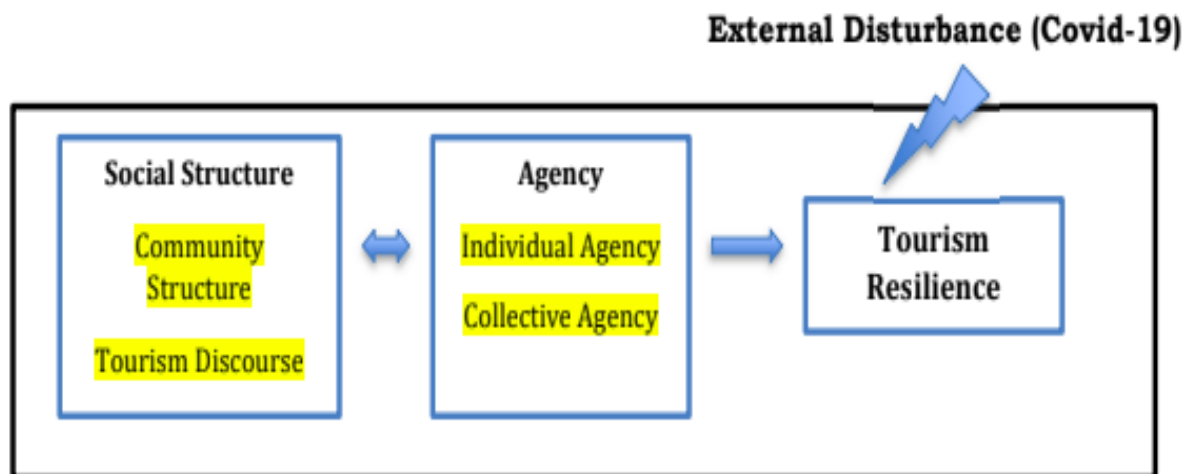
## Agency dan Struktur dasar Resiliensi

Akses masyarakat terhadap sumber penghidupan secara langsung dipengaruhi oleh faktor struktural (misalnya institusi, struktur tata kelola, sosial organisasi, dll.), dan kemampuan individu untuk membuat keputusan tentang strategi resiliensi di bawah kondisi struktur sosial tertentu (Scoones, 1998). Speranza, dkk. (2014) melihat bahwa resiliensi tercermin dari aset (individu dan kolektif) dan strategi 'pelaku' untuk memelihara dan meningkatkan aset, untuk mengatur diri sendiri dan untuk 'belajar' (hal. 111). Selanjutnya, Quandt (2018) mengembangkan pendekatan untuk memahami resiliensi, dengan fokus pada sumber daya yang dapat diakses oleh masyarakat dan komunitas sesuai dengan kemampuan dan posisi mereka dalam masyarakat. Chen dkk. (2020) melengkapi pandangan ini dengan menekankan pada bagaimana manusia sebagai *agency* berusaha untuk selalu meningkatkan resiliensi.

*Agency* dalam penelitian ini dilihat sebagai cara aktor individu memaknai, bereaksi, dan berorganisasi dalam menghadapi perubahan. Untuk itu perlu untuk mengeksplorasi struktur sosial secara menyeluruh, peran yang dimiliki oleh individu dalam masyarakat, dan cara berinteraksi individu dan kelompok yang pada ditentukan oleh struktur sosial.

Penelitian ini memodifikasi model yang diajukan oleh Chen dkk. (2020) dengan menggarisbawahi gangguan terhadap pariwisata sebagai elemen utama mata pencaharian masyarakat akan mempengaruhi *agency* maupun struktur sosial, dalam konteks Covid-19 (Figure 1.). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Chen dkk. (2020), gangguan yang dianalisis adalah pengenalan pariwisata ke dalam sistem. Namun, dalam penelitian ini, gangguan eksternal muncul akibat pandemi Covid-19 yang mempengaruhi pariwisata dan upaya mengeksplorasi interkoneksi struktur sosial dan *agency* yang dapat digunakan untuk menciptakan sistem resiliensi dalam merespons Covid-19.

Covid-19 digambarkan sebagai 'pecahan' yang dapat mempengaruhi semua komponen model secara bersamaan, daripada anggapan sebagai 'gangguan' atas mata pencaharian, mengingat sifat menyeluruh dari dampak ekonomi dan sosial yang timbul dari pandemi saat ini. Oleh karena itu, dalam Figure 1., resiliensi adalah fungsi dari bagaimana ketiga komponen berinteraksi dalam merespons gangguan yang muncul akibat Covid-19 di kawasan wisata Kaliurang. Resiliensi dalam studi ini tidak hanya berbicara tentang 'pemulihan' namun juga tentang peluang yang dibuka akibat kondisi eksternal (Covid-19) ini melalui interkoneksi dari struktur sosial dan *agency* dalam proses memperbaiki sistem untuk mendorong pengembangan pariwisata yang inovatif (Folke et al., 2005) dan berkelanjutan.



Gambar 1. Tourism resilience framework (modify from Chen et al. 2020)

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan selama empat bulan dari bulan April hingga Juli 2022 di Kaliurang, Sleman, Yogyakarta, Indonesia. Metode penelitian etnografi digunakan untuk memahami kompleksitas sosial dalam penelitian ini. Selain itu, penelitian etnografi mampu memberikan gambaran holistik mengenai struktur sosial dan *agency* di kawasan Kaliurang dan upaya-upaya reorganisasi yang dilakukan oleh masyarakat di Kaliurang.

Kelompok-kelompok sasaran yang menjadi subjek penelitian ini adalah keseluruhan pelaku wisata di Kaliurang dengan peran dan keterlibatan yang beragam, seperti: pemilik homestay, pemilik jeep, pedagang makanan, tukang parkir, pengelola wisata, dan pekerja wisata (*driver jeep* wisata, staf penginapan atau hotel, dan penjaga atraksi wisata). Penentuan latar belakang pekerjaan ini didasarkan pada beragamnya jenis wisata di Kaliurang dan beragamnya aktor yang terlibat dalam pariwisata di Kaliurang. Selain itu, pemilihan informan dengan latar belakang tersebut didasarkan pula pada kemungkinan akan muncul pola dan upaya resiliensi yang berbeda yang dilakukan oleh masing-masing kelompok.

Penelitian ini menggunakan dua metode untuk mengumpulkan data primer, yaitu melalui observasi partisipasi dan wawancara. Observasi partisipasi dilakukan untuk mengetahui secara empiris mengenai struktur sosial yang berlaku dan berjalan di kawasan Kaliurang. Seperti, struktur organisasi dalam masyarakat seperti apa, siapa yang paling berperan, dan bagaimana diskursus pariwisata direproduksi di tingkat masyarakat. Selain itu, observasi juga diperlukan untuk memberikan gambaran mengenai *agency* dari masing-masing aktor. Selama melakukan observasi partisipasi, peneliti mengikuti berbagai kegiatan yang dilakukan oleh masing-masing informan untuk bertahan dan bangkit dari krisis akibat pandemi.

Metode lain yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Wawancara dilakukan tidak hanya dilakukan dengan yang terlibat aktif dalam pariwisata seperti pemilik homestay, pemilik jeep, pedagang makanan, tukang parkir, pengelola wisata, dan pekerja wisata (*driver jeep* wisata, staf penginapan atau hotel, dan penjaga atraksi wisata), namun juga dengan masyarakat yang kurang terlibat aktif dalam aktivitas pariwisata. Selain itu, penentuan informan didasarkan pada peranan yang mereka miliki dalam masyarakat dan aktivitas wisata di Kaliurang. Total informan yang diwawancarai adalah 20 orang, beberapa dari jumlah informan tersebut diwawancarai lebih dari satu kali untuk menggali informasi lebih dalam mengenai makna resiliensi dan upaya mereka untuk bangkit dari krisis akibat pandemi.

Masing-masing metode tersebut membantu memberikan gambaran dan pemahaman mengenai bentuk struktur organisasi yang ada di masyarakat, baik struktur masyarakat Jawa dan struktur masyarakat wisata. Kemudian melalui observasi dan wawancara juga terlihat *agency* dari masing-masing informan untuk bertahan dan bangkit di masa pandemi.

Selain data primer, penelitian ini juga memanfaatkan sumber data sekunder dari dokumen-dokumen yang dimiliki oleh masyarakat maupun pengelola wisata di Kaliurang. Data sekunder utama yang digunakan ialah dokumen komunitas wisata di Kaliurang selama masa pandemi dan sebelum terjadinya pandemi. Data sekunder lain yang juga digunakan adalah dokumen dari hasil penelitian peneliti di tahun 2021, informasi yang ada di *websites* operator wisata di Kaliurang ataupun bentuk promosi material. Selain itu untuk memahami pola-pola resiliensi yang (akan) diterapkan oleh para aktor-aktor pariwisata di Kaliurang yang (akan) disesuaikan dengan kondisi eksternal (politik, ekonomi, sosial) tertentu dilakukan analisis dokumen kebijakan pemerintah daerah maupun pusat. Hal ini bisa memberikan gambaran holistik mengenai upaya resiliensi yang dilakukan sesuai dengan wacana pandemi dan kebijakan pemerintah yang penerapannya seringkali berubah mengikuti situasi dan kondisi yang berkembang.

## PEMBAHASAN

### Struktur dan *Agency* Pariwisata di Kaliurang Sebelum Pandemi

Secara historis, Kaliurang merupakan salah satu kawasan yang mengalami transformasi baik fisik maupun sosial akibat industri pariwisata sejak tahun 1920-an. Transformasi fisik yang terjadi akibat integrasi pariwisata ke wilayah ini terlihat dari banyaknya jumlah akomodasi pariwisata baru seperti lodji, vila, dan penginapan yang dibangun di kawasan ini.

Sebelum pandemi proses pembangunan dan perubahan fisik di Kaliurang terus terjadi dengan beragam desain aktivitas wisata baru maupun jenis-jenis akomodasi baru. Pengembangan aktivitas wisata yang ditawarkan, tidak lagi hanya terbatas pada jenis wisata alam, namun mulai mengembangkan atraksi buatan manusia, seperti munculnya taman wisata (seperti Tlogo Putri, Taman Wisata Kaliurang, Bukit Klangon, *The Lost World Castle*, Rumah Hobbit, Suraloka, dsb.). Jenis pengelolaan wisata juga beragam tidak lagi dimonopoli oleh pemerintah dan swasta namun masyarakat pun turut terlibat dalam pengelolaan atraksi wisata tertentu.

Seperti yang dijelaskan oleh Lawson dan Baud-Bovy (1977), dalam mendukung perkembangan pariwisata dan peningkatan kunjungan wisatawan perlu untuk melakukan perencanaan dan perubahan lingkungan fisik yang disesuaikan dengan kebijakan nasional atau daerah. Hal ini dikarenakan ada unsur-unsur standar yang perlu disiapkan dalam mengembangkan kawasan wisata. Selain itu, akomodasi, fasilitas, dan akses menuju dan di lokasi wisata akan menjadi salah satu faktor pertimbangan dari keputusan wisatawan. Oleh karenanya, dalam proses pembangunan pariwisata kerap kali yang utama dilakukan ialah perubahan lingkungan fisik (Cohen, 1978).

Tidak hanya secara fisik, pembangunan pariwisata di Kaliurang juga berdampak signifikan pada banyak dimensi yang ada di masyarakat seperti ekonomi, ekologis, sosial dan budaya. Jika ditelaah lebih jauh dari segi sosial budaya, secara umum masyarakat yang tinggal dan beraktivitas wisata di daerah Kaliurang didominasi oleh suku Jawa. Menurut Sutarto (2007:39), masyarakat Jawa memiliki nilai hidup untuk selalu hidup dalam kebenaran, kesesuaian, dan keselamatan melalui praktik hidup bijak dan selalu melakukan hal yang baik. Kesesuaian nilai hidup masyarakat Jawa ini juga seringkali digambarkan dengan karakteristik sebagai masyarakat yang mudah beradaptasi dengan perubahan, menerima (*nrimo*) dan selalu bekerja keras. Nilai-nilai kejawaan tersebutlah yang diterapkan oleh masyarakat di Kaliurang dalam kehidupan sehari-hari.

Nilai dan karakteristik kejawaan tersebut mulai terkikis secara perlahan saat industri pariwisata mulai berkembang dengan pesat di Kaliurang. Perubahan nilai karakteristik ini terjadi terus menerus sejak beberapa dekade lalu, salah satunya akibat keterlibatan masyarakat pada industri pariwisata. Seperti yang dijelaskan oleh Fajar berikut ini:

'Awalnya pariwisata itu tidak laku untuk orang-orang di Kaliurang. Orang yang bekerja di pariwisata dan menjadi penjaga vila adalah orang-orang dari Bantul atau daerah sekitar Jogja. Tapi kok lama-lama banyak orang yang datang ke Kaliurang, ada yang liburan ada yang cuma cari kamar untuk semalam. Sebagian

warga melihat bahwa pariwisata menguntungkan dan menyewakan kamar di rumah mereka.

Menyewakan kamar menjadi awal terlibat di pariwisata. Karakter warga mulai berubah, tolong menolong dan gotong royong sudah hilang timbul. Untuk hidup sehari-hari, ya mencari sendiri-sendiri. Kalau tidak mau cari sendiri ya tidak bisa makan. Sudah tidak bisa mengandalkan dari tetangga atau keluarga. Sekarang itu orang Kaliurang '*yo seneng karo duit*' (ya senang sama uang). Sudah tidak terlalu peduli dengan lingkungannya yang penting kerja di wisata dapat uang banyak. Apa saja sekarang dijual, ditawarkan ke wisatawan. Rumah bisa dijadikan penginapan ya dijadikan *villa* atau losmen. Lingkungan bagus sedikit ya jadi tempat wisata. Semua-semua sejak ada pariwisata ya semua uang, karena kalau tidak mau ikut yang lain kaya kamu tidak' (Wawancara, 20 April 2022).

Penjelasan Fajar tersebut menunjukkan bagaimana bayangan akan kemakmuran dari pariwisata membuat banyak masyarakat terdorong untuk terlibat aktif dalam pariwisata. Belum lagi, keterlibatan secara aktif ini turut menggeser nilai-nilai kejawaan yang ada. Masyarakat mulai memiliki sifat individualis, melakukan akumulasi kekayaan, dan bahkan menjadi tak acuh dengan orang lain.

Kehidupan masyarakat mulai bergantung sepenuhnya pada sektor pariwisata. Pariwisata sebelum pandemi dianggap sebagai industri yang ramah dan tahan dengan berbagai jenis bencana. Bahkan, di tahun 2010 saat wilayah Kaliurang menjadi wilayah terdampak bencana erupsi Merapi, masyarakat di Kaliurang tetap dapat hidup dan bahkan mendapatkan berkah akibat erupsi. Walaupun pada periode erupsi masyarakat diharuskan meninggalkan rumah untuk mengungsi dan tinggal di posko pengungsian, pekerjaan di sektor pariwisata terpaksa dihentikan. Berkah selama erupsi dimanifestasikan dalam bentuk bantuan dari berbagai pihak, seperti pemerintah, NGO lokal dan internasional, atau masyarakat di wilayah lain.

Berkah lain yang dirasakan akibat erupsi terjadi di tahun 2010 dimana pasca erupsi jumlah kunjungan wisatawan ke Kaliurang meningkat tajam. Eksposure media atas erupsi Merapi 2010, membuat banyak wisatawan datang untuk melihat dan mendengarkan cerita kejadian saat itu. Tidak hanya kehilangan harta benda, warga di sekitar Kaliurang terutama di Kinahrejo merasakan duka yang mendalam akibat banyaknya korban jiwa, salah satunya juru kunci Gunung Merapi, Mbah Marijan. Kondisi petaka yang tidak biasa inilah yang kemudian mendorong banyak wisatawan untuk datang dan berkunjung ke Kaliurang dan Kinahrejo. Warga Kaliurang yang sudah cukup lama terlibat dalam pariwisata melihat tingginya animo wisatawan untuk menikmati wisata bencana sebagai sebuah berkah baru. Hal ini mendorong munculnya pengembangan wisata bencana di Kaliurang.

Wisata bencana sendiri dapat didefinisikan sebagai wilayah yang berubah menjadi daerah wisata tanpa adanya kesengajaan (lihat Rucińska, 2016). Dalam diskusi



kepariwisataan, wisata bencana dikategorikan pula kedalam wisata *dark tourism* (lihat Foley dan Lennon, 1996). *Dark tourism* didefinisikan sebagai 'fenomena yang mencakup presentasi dan konsumsi (oleh pengunjung) atas kematian yang terjadi atau yang telah dikomodifikasikan, dan situs-situs bencana' (Foley dan Lennon, 1996:198). Hal ini menjelaskan bahwa kondisi kebencanaan yang terjadi di wilayah Kaliurang akibat erupsi Merapi di tahun 2010 dapat dikatakan mengalami perubahan menjadi salah satu wilayah *dark tourism* (Susanto dan Sushartami, 2020:272) akibat erupsi Merapi.

Pada perkembangannya, wisata bencana erupsi Merapi ini kemudian dimodifikasi tidak hanya dengan kunjungan ke situs-situs bencana, namun dikemas dengan bentuk yang lebih atraktif dengan menggabungkan wisata *adventure*. Jenis wisata baru ini kemudian dijadikan *branding* dengan istilah *lava tour* dan menjadi salah satu atraksi wisata baru yang populer di tahun 2010-2020an. Selama melakukan *lava tour*, wisatawan disajikan pemandangan alam dan kondisi pasca-bencana, namun juga diceritakan kondisi dan situasi saat erupsi terjadi. Jenis wisata seperti ini, pada saat itu belum terlalu dikenal oleh masyarakat di Indonesia. Daya pikat wisata bencana akibat erupsi membuat wisata di Kaliurang mengalami kejayaannya kembali.

Atraksi wisata dengan memanfaatkan situasi kebencanaan ini sempat memunculkan konflik antar masyarakat Kaliurang dan Kinahrejo. Muncul perbedaan pandangan mengenai kesempatan pariwisata akibat bencana. Menjadikan bencana sebagai sebuah wisata dianggap sebagai tindakan tidak bermoral dan tidak sesuai dengan nilai kejawaan untuk menerapkan praktik hidup bijak dan selalu melakukan hal yang baik (Sutarto, 2007). Namun, gempuran wisatawan dan tingginya permintaan atas bencana wisata ini, akhirnya membuat warga sekitar Kaliurang (termasuk Kinahrejo) merespons dengan menggeser struktur dan nilai di masyarakat dengan semakin berfokus pada prinsip dan karakteristik pariwisata.

Berkah yang luar biasa pasca-erupsi 2010, membuat masyarakat di Kaliurang semakin yakin dan menggantungkan hidup sepenuhnya kepada pariwisata. Berbagai jenis bisnis dan investasi dilakukan oleh masyarakat di Kaliurang untuk mendapatkan keuntungan lebih banyak dari pariwisata. Tidak hanya masyarakat, investor juga melihat peluang yang besar dari kebangkitan wisata di Kaliurang. Pariwisata untuk yang kedua kali dianggap sebagai sebuah berkah untuk mendapatkan uang dan kehidupan yang lebih baik. Masyarakat, investor, dan pemerintah berlomba-lomba mengambil bagian dari proses perkembangan pariwisata di Kaliurang. Perubahan dalam waktu satu dekade memunculkan karakteristik masyarakat pariwisata di Kaliurang, yaitu melihat peluang sebagai keuntungan, alam dan proses alam sebagai

hal yang dapat dijual, kreatifitas menjadi yang utama, dan individualitas semakin terbangun.

Pembangunan atraksi wisata baru di sekitar Kaliurang terus menjamur. Berbagai jenis konsep wisata coba ditawarkan sebagai respons atas tingginya angka kunjungan wisatawan ke Kaliurang, mulai dari wisata buatan dan wisata yang menjunjung nilai keberlanjutan. Hal ini merupakan bentuk *multi-flyer effect* akibat perkembangan wisata pasca erupsi. Nilai-nilai keberlanjutan dalam pariwisata menjadi hal yang dinomor duakan, upaya yang dilakukan hanya berfokus pada target angka kunjungan yang tinggi.

Perubahan kondisi ini membuat masyarakat di Kaliurang membangun ulang koneksi dan harmonisasi yang berbeda dari sebelumnya, baik dengan alam maupun manusia melalui pariwisata. Harmonisasi ini memang tidak sepenuhnya berimbang, oleh sebagian besar pelaku wisata di Kaliurang, alam dan lingkungan dianggap sebagai sumber daya yang dapat dieksploitasi terus menerus. Persepsi mengenai alam sebagai bagian dari 'kawan' dan 'sumber hidup' masyarakat di Kaliurang perlahan mengalami pergeseran makna. Dalam konteks pengembangan pariwisata di Kaliurang, alam dan lingkungan hanya merupakan bagian hidup sehari-hari masyarakat. Balasan 'kebaikan' pada alam dan lingkungan menjadi hal yang tidak perlu dilakukan. Hal ini terlihat dari bagaimana para pelaku wisata di Kaliurang tidak pernah mengaplikasikan *carrying capacity* untuk setiap daerah tujuan wisata. Belum lagi banyak wilayah-wilayah serapan dan hutan penyangga yang diubah menjadi daerah tujuan wisata baru. Hal lain yang terjadi ialah, pembangunan hotel-hotel besar di sekitar Kaliurang yang menyedot air tanah dalam jumlah besar. Hanya relasi dengan Gunung Merapi yang tidak mengalami pergeseran makna dan masih dianggap sebagai 'kakek' pemberi sumber kehidupan.

Karakteristik masyarakat yang semakin individualis dan pergeseran makna harmonisasi ini begitu terasa pada masyarakat di Kaliurang. Tidak hanya pada relasi masyarakat dan pelaku wisata dengan alam namun juga terjadinya perubahan relasi sosial. Setiap rumah tangga berusaha untuk melakukan akumulasi kekayaan melalui keterlibatan dalam pariwisata. Hal ini membuat kawasan Kaliurang sebagai lokasi wisata tidak lagi melihat pada unsur keberlanjutan alam dan sumber daya manusia di dalamnya. Berbagai aktivitas yang dilakukan terjebak dalam orientasi pasar dan industri pariwisata.

### **Struktur dan Agency Pariwisata di Kaliurang Setelah Pandemi**

Struktur masyarakat pariwisata dengan berbagai karakteristiknya yang menguat selama satu dekade belakangan kembali mengalami restrukturisasi akibat pandemi Covid-19. Kesulitan-kesulitan yang muncul pada periode pandemi ini membuat

masyarakat berpikir ulang mengenai pariwisata dan relasi mereka terhadap manusia dan alam. Masyarakat Kaliurang yang sudah terlatih dengan manajemen kebencanaan erupsi Merapi, pada kenyataannya tidak siap dalam menghadapi pandemi Covid-19. Masyarakat dan pelaku wisata di Kaliurang sendiri menilai bahwa Covid-19 bukanlah sebuah bencana. Covid-19 memberikan pengalaman yang berbeda dengan bencana erupsi yang berulang kali dihadapi oleh masyarakat dan pelaku wisata di kawasan Kaliurang.

Kondisi Covid-19 kemudian diilustrasikan oleh masyarakat dan pelaku wisata di Kaliurang sebagai 'kondisi sulit yang tidak mendatangkan keuntungan namun disisi lain membuat masyarakat kembali hidup secara bergotong royong untuk bertahan hidup'. Kondisi sulit ini diakibatkan tidak adanya aktivitas ekonomi yang dapat berjalan, khususnya dari sumber kehidupan utama mereka yaitu pariwisata. Di sisi lain, kondisi sulit ini juga merupakan bagian dari keterbatasan masyarakat dalam berinteraksi secara langsung dengan keluarga maupun tetangganya selama pandemi. Belum lagi, terbatasnya bantuan yang datang dari luar akibat terdampaknya seluruh manusia oleh Covid-19.

Akibat pandemi masyarakat menyadari bahwa selama pandemi muncul kuatnya rasa kebersamaan dan gotong royong antar anggota masyarakat. Masyarakat dan individu saling peduli dan berbagi kebutuhan (seperti makanan, kebutuhan harian, dan kebutuhan sekolah) untuk memastikan yang lain dapat hidup di masa pandemi. Hal ini dilakukan selama kurang lebih dua tahun sejak awal terjadinya pandemi. Upaya bertahan tidak hanya dilakukan dalam level individu dan keluarga, melainkan muncul dalam bentuk solidaritas dan gotong royong antar anggota masyarakat. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Dyah:

'Selama pandemi kami saling memberikan bantuan ke orang lain, karena banyak yang kondisinya lebih sulit dari kami. Pandemi ini membuat kami menjual 2 jeep yang kami punya untuk menghidupi driver-driver jeep kami. Mereka tidak punya apa-apa untuk dijual dan hanya menggantungkan hidup sebagai driver pariwisata. Saya dan suami merasa kasihan, jadi kami tetap memberikan mereka uang walaupun mereka sama sekali tidak bekerja. Ini tidak pernah terbayang oleh saya dan suami, bahwa kami akan merasa begitu terpuruk dan hanya dengan gotong royong dengan komunitas wisata dan masyarakat kami bisa melewati masa krisis ini' (Wawancara, Mei 2022).

Hal serupa juga dilakukan oleh pak Trubus, beliau mengatakan:

'Untuk bertahan kami mendapatkan bantuan dari RT karena ada sumbangan yang diberikan pemerintah, lembaga ataupun masyarakat sekitar Jogja. Semua orang tahu bahwa orang Kaliurang paling terdampak karena kami hidup murni dari pariwisata. Walaupun bantuan ini cukup banyak ternyata tidak semua warga dan pelaku wisata dapat, banyak yang tidak dapat. Akhirnya kami membagi yang kami dapat dengan tetangga sekitar. Apapun yang kami punya kami bagi ke

tetangga yang lebih sulit, misalnya kami punya beras ya kami kasih, kami punya sayur lebih juga bagi. Kami hanya berusaha supaya semua orang dapat bertahan selama pandemi. Saya juga sampai menjual dua buah jeep untuk bertahan selama satu setengah tahun ini' (Wawancara, Mei 2022).

Kedua kutipan wawancara di atas menunjukkan bahwa upaya ketahanan ini awalnya muncul pada level individu dan rumah tangga. Namun, struktur masyarakat Jawa yang penuh dengan toleransi dan gotong royong menggeser struktur pariwisata yang beberapa waktu lalu begitu dominan. Hal ini berbeda dengan kondisi bencana erupsi dimana rasa kebersamaan dan gotong royong muncul pula dari orang-orang di luar wilayah kawasan bencana. Masyarakat di Kaliurang hanya berperan sebagai penerima bantuan tanpa perlu benar-benar memikirkan kondisi dan keadaan orang lain di sekitarnya.

Perbedaan respons masyarakat di Kaliurang khususnya pada pelaku wisata terhadap kondisi pandemi ini menggarisbawahi perbedaan kondisi pandemi dengan erupsi. Erupsi dikategorikan sebagai sebuah bencana, sementara pandemi dianggap sebagai sebuah krisis. Sementara dalam konteks lokal, krisis didefinisikan sebagai ketidakmampuan individu dalam merespon situasi kritis yang memaksa mereka untuk bekerja sama dan saling membantu. Belum lagi krisis akibat pandemi ini muncul dan terjadi secara serentak yang membuat seluruh warga di Kaliurang mengalami keterpurukan dan kesulitan.

Kondisi krisis inilah yang kemudian mengguncang struktur yang sudah ajeg dan memicu proses restruktur nilai dan karakteristik masyarakat di Kaliurang. Masyarakat Kaliurang yang awalnya individualis akibat interaksi yang berkepanjangan dengan pariwisata selama beberapa dekade, menilai karakteristik tersebut tidak mampu membuat individu dan kelompok resilien terhadap pandemi. Keterbatasan individu dianggap sebagai hal yang perlu dijumpai dengan memunculkan kembali nilai-nilai kelokalan dan kejawaan berupa kebersamaan dan gotong royong. Kedua hal ini yang kemudian secara perlahan menjadi landasan kuat bagi masyarakat di Kaliurang untuk mampu menerima krisis yang terjadi dan perlahan bangkit selama pandemi.

Pergeseran struktur di masa pandemi ini terjadi dengan cepat akibat dari cepat dan serentaknya kondisi pandemi di seluruh dunia. respons atas pergeseran struktur ini tidak muncul lebih awal pada level individu. Individu sebagai pemilik *agency* memainkan peranan penting dalam menggerakkan masyarakat untuk membangkitkan *agency* komunitas. Hal inilah yang terjadi di Kaliurang, muncul beberapa aktor masyarakat dominan yang menjadi tombak dari keputusan yang dibuat selama pandemi berlangsung. Salah satu keputusan awal yang dilakukan oleh aktor tersebut dan disepakati oleh masyarakat, khususnya para pemuda, yaitu berusaha untuk

melakukan tindakan penutupan kawasan Kaliurang untuk melindungi masyarakat dari Covid-19. Kawasan wisata Kaliurang ditutup selama 3 bulan sebagai langkah awal untuk dapat segera bangkit kembali. Perhitungan tiga bulan ini berdasar pada pengetahuan mereka mengenai manajemen kebencanaan saat kondisi erupsi.

Secara bersama, kelompok masyarakat dan pelaku wisata di Kaliurang menghitung kemampuan maksimal bertahan setiap keluarga ialah tiga bulan. Keputusan ini direspons dengan berbagai macam tindakan, baik yang menentang maupun yang mendukung. Individu-individu yang memiliki *agency* kuat dan dominan di masyarakat mengambil peranan sebagai pengambil keputusan dan penanggung jawab. Hal ini yang membuat munculnya pergerakan yang begitu solid untuk menutup kawasan Kaliurang. Selain itu, ketakutan akan terinfeksi oleh virus baru juga menguatkan *agency* kolektif untuk mengisolir masyarakat Kaliurang. Selama tiga bulan ini, seluruh masyarakat hidup dengan mengandalkan simpanan individu agar mampu bertahan.

Sayangnya perhitungan berdasarkan pengetahuan masyarakat mengenai manajemen kebencanaan tidak berhasil. Banyak warga masyarakat yang tidak mampu bertahan bahkan kurang dari tiga bulan. Hal ini membuat sebagian besar individu yang vokal dan memiliki banyak relasi dengan pihak lain mulai bergerak untuk membantu individu dan anggota masyarakat yang tidak bisa bertahan. Seperti yang disampaikan oleh Pak Heri:

'Awal pandemi kami bertahan dengan simpanan yang kami punya dari hasil menjadi pelaku wisata. Tapi ternyata sama sekali tidak cukup. Saya masih punya aset berupa mobil jeep, di tengah pandemi saya menjual jeep tersebut untuk bertahan. Sayangnya tidak semua orang seberuntung saya. Banyak yang tidak punya pilihan dan harus tetap bekerja beberapa memilih menjadi kuli bangunan untuk bertahan. Informasi mengenai kerja bangunan yang saya dapatkan juga saya teruskan ke teman-teman yang butuh bekerja. Selain itu, saya juga berusaha bergerak sendiri untuk mengumpulkan bantuan buat yang tidak mampu melalui #tagar merapi. Bantuan ini membantu teman-teman pelaku wisata dan meringankan beban mereka untuk satu dua bulan' (Wawancara April, 2022).

Para aktor dengan *agency* yang kuat tidak hanya bergerak lebih dulu dan berusaha menyelamatkan dirinya, namun berusaha untuk melakukan berbagai kegiatan sosial untuk menolong yang lainnya. Peran modal sosial dalam bentuk jaringan sosial dari setiap individu menjadi penting dalam upaya bangkit dan bertahan selama masa krisis (lihat Tohani dan Wibawa, 2019).

Tentu saja proses kegiatan sosial ini perlu dilihat secara kritis. Tidak hanya sebagai bentuk representasi dari kepedulian namun juga upaya individu untuk dapat menyelamatkan diri mereka. Pergerakan kebersamaan dan gotong royong yang muncul di Kaliurang nyatanya juga dimanfaatkan untuk kepentingan beberapa

individu. Nyatanya perubahan struktur kemasyarakatan tidak sepenuhnya berubah begitu saja. Struktur individualis dan akumulatif dari pariwisata masih muncul pada saat penerimaan bantuan. Hal ini terlihat dari tidak berimbangnya jumlah bantuan yang didapatkan oleh masyarakat. Individu yang vokal dan dominan di saat pandemi mendapatkan lebih banyak bantuan dari mereka yang hanya menerima. Kondisi terpukul ini membuat masyarakat di Kaliurang kembali mengaplikasikan karakteristik utama masyarakat Jawa yaitu *nrimo* (menerima). Secara kolektif masyarakat melihat bahwa apa yang diterima sudah lebih dari cukup dan dapat membantu mereka bertahan selama pandemi. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh Weiss and Berger (2010), bahwa praktik kebudayaan kolektif memunculkan perasaan kebersamaan dengan anggota masyarakat yang lain dan membantu setiap individu untuk menerima dan bangkit dari situasi sulit.

Struktur pariwisata benar-benar goyah dan tidak mampu bertahan selama periode gelombang ke-2 pandemi Covid-19. Berbagai bentuk kegiatan wisata total diberhentikan. Wisata masal sepenuhnya hilang di Kaliurang. Individu dan kelompok pelaku wisata berusaha bertahan masing-masing dengan berbagai macam cara dan tindakan, seperti bekerja bangunan, bekerja di luar Kaliurang, menjual makanan online, dan kembali berkebun. Kebersamaan dan gotong royong semakin terasa dalam kehidupan sehari-hari. Setiap orang yang memiliki kelebihan baik itu makanan, bahan makanan, atau informasi saling berbagi untuk memastikan semua dapat bertahan selama pandemi. Secara materi, pelaku wisata di Kaliurang mengalami keterpurukan namun mereka masih bersyukur dapat bertahan dan tetap hidup selama masa pandemi.

Hanya mereka yang bergerak di bidang *Food and Beverage* (F&B) yang mampu bangkit lebih awal. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh Mas Eko:

'Selama pandemi saya tetap membuka warung makan saya. Hanya pada periode awal yang tiga bulan warung makan saya tutup. Walaupun saya buka setiap hari tidak banyak yang datang tapi saya tetap berusaha untuk bertahan. Saya mengurangi jumlah bahan baku harian untuk mengurangi angka kerugian. Saya juga melakukan promosi mandiri melalui status wa untuk membuat pelanggan saya tahu bahwa saya tetap buka. Sebelum pandemi saya tidak pernah mengandalkan media untuk promosi tapi karena pandemi saya dipaksa untuk lebih kreatif demi bisa bertahan. Lagipula untuk bisnis makanan, masih bisa memilih layanan *take away* apabila langganan saya takut tertular. Cara ini membuat saya bisa bertahan dan kelebihan yang saya punya bisa saya sumbangkan ke warga yang lain' (Wawancara, Juni 2022).

Hal serupa juga dilakukan oleh Mbak Gotri yang menggeluti bisnis makanan sejak 20 tahun yang lalu,

'Saya dapat bantuan banyak dari RT ataupun para pelaku wisata swasta yang memang memiliki modal lebih banyak. Bantuan ini tidak berhenti selama

pandemi, tapi ini sepertinya khusus RT saya karena saya tidak tahu apa yang terjadi dengan RT yang lain. Selama pandemi ini saya juga tetap membuka warung dan berusaha tetap mempekerjakan para pekerja di rumah makan ini. Mereka juga butuh hidup, saya tidak mengurangi sama sekali gaji mereka walaupun rumah makan sepi. Sementara saya, karena sudah membangun relasi kuat dengan para tamu membuat mereka tetap datang untuk makan di rumah makan saya dan terkadang memberikan tips untuk saya' (Wawancara, Juli 2022).

Kondisi pandemi ternyata lebih mudah dihadapi oleh pelaku wisata yang bekerja di sektor F&B (*Food and Beverages*). Sebab, para pelaku F&B tetap mendapatkan izin untuk menjual makanan hanya dengan cara *take away*. Secara umum, pelaku usaha makanan di Kaliurang merasakan penurunan pendapatan namun mereka masih bersyukur bahwa dapat bertahan selama pandemi. Kemampuan *agency* mereka selama sebelum dan saat pandemi menjadi salah satu modal kuat yang membuat mereka bertahan.

Hal ini cenderung berbeda dengan kondisi pelaku wisata di sektor lain yang sama sekali tidak bisa bergerak saat pandemi. Aktivitas yang dilakukan tidak lagi berfokus pada sektor pariwisata melainkan setiap individu berusaha untuk mengembangkan dirinya di luar sektor tersebut. Hal ini membuat *agency* pada pelaku wisata di luar F&B menjadi lebih kreatif. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan membuat kelompok *scooter* secara berkelompok. *Scooter* listrik ini dibeli dengan uang bersama yang dikumpulkan oleh setiap RT dan hasilnya akan dibagi sejumlah anggota RT tersebut. Atraksi *scooter* listrik ini dijadikan sebagai atraksi wisata baru, dimana memungkinkan setiap individu tetap melakukan aktivitas wisata *outdoor* dan perorangan. Harga yang ditawarkan pun cukup kompetitif, yaitu 30.000/jam atau 50.000/3 jam. Sebagai sebuah atraksi wisata yang muncul saat Covid-19 dengan konsepnya yang menikmati alam dengan cara yang ramah dan menyenangkan membuat wisatawan yang masih datang ke Kaliurang (langganan dari warung makan di Kaliurang) di masa itu tetap bisa melakukan aktivitas wisata.

Mulai paruh ketiga pandemi, seluruh masyarakat di Kaliurang bergerak bersama untuk bangkit. Individu yang memiliki kemampuan dalam merencanakan jenis wisata menjadi tombak untuk mulai membangkitkan pariwisata di Kaliurang. Atraksi dan aktivitas wisata di Kaliurang dibuat seaman mungkin melalui penerapan protokol kesehatan dan penyediaan tempat cuci tangan atau *hand sanitizer*. Kenyamanan dan keselamatan pengunjung menjadi yang utama sebagai upaya menunjukkan berwisata di Kaliurang selama pandemi tetaplah aman. Selain itu, perjalanan wisata tidak dibuat dalam waktu yang panjang namun pendek sehingga interaksi yang dibangun tidak terlalu lama.

Berbagai tindakan yang dilakukan oleh individu dan kelompok masyarakat selama pandemi berangkat dari perubahan struktur yang terjadi akibat pandemi. Selain itu,

karakteristik masyarakat secara responsif berubah sesuai dengan kebutuhan individu dan masyarakat di Kaliurang untuk bertahan dan resilien selama pandemi. Selain itu, masyarakat Kaliurang mulai kembali memberikan dan peduli dengan alamnya. Kesadaran akan pentingnya alam dan melihat alam dan gunung Merapi sebagai sebuah kehidupan membuat mereka kembali merawat daerah Kaliurang. Ide mengenai keberlanjutan mulai diterapkan dalam pengembangan beberapa atraksi baru di Kaliurang. Anak-anak muda di Kaliurang Barat dan Kaliurang Timur berusaha menjaga lingkungannya dengan tidak melakukan banyak pembangunan fisik untuk atraksi baru, seperti yang ditawarkan di Lorong Oksigen dan Nawang Jagad.

Pandemi tidak hanya mengubah cara dan nilai individu, melainkan juga mengubah bentuk relasi yang muncul baik dengan alam maupun dengan manusia. Batasan yang dimunculkan oleh pariwisata selama beberapa dekade belakangan nyatanya dianggap tidak resilien di masa pandemi oleh masyarakat di Kaliurang. Pada konteks Kaliurang, pandemi membantu restrukturisasi dan menentukan kembali apa yang dapat membuat masyarakat dan pariwisata sebagai sumber kehidupan utama lebih resilien di masa krisis.

### **Membangun Resiliensi Pariwisata melalui Resiliensi Masyarakat**

Situasi pandemi akibat Covid-19 dan berbagai kebijakan yang melekat pada situasi ini membuat pariwisata di seluruh dunia sebagai industri yang tidak resilien. Hal tersebut juga terjadi di pada pariwisata di Kaliurang. Masyarakat Kaliurang yang bergantung hidup sepenuhnya dari pariwisata mengalami kesulitan untuk bertahan dan beradaptasi selama pandemi Covid-19. Guncangan akibat Covid-19 dianggap bukan lagi sebagai sebuah bencana melainkan krisis yang berkepanjangan.

Respons cepat yang dilakukan oleh masyarakat Kaliurang sebagai bagian dari pelaku wisata nyatanya tidak berkontribusi besar dalam membuat pariwisata Kaliurang resilien di masa pandemi. Struktur pariwisata yang sudah terbangun bersama dengan struktur masyarakat yang berubah akibat pariwisata di Kaliurang tidak mampu bertahan. Karakteristik individualis, akumulatif, dan monopoli tidak dapat membuat pelaku wisata Kaliurang dapat menghadapi krisis akibat pandemi. Hal ini membuat pelaku wisata merespons dengan melakukan dua hal yaitu: mengubah struktur pariwisata dengan struktur lama masyarakat Jawa dan menerapkan prinsip dan karakteristik masyarakat Jawa pada level individu.

Baik struktur dan *agency* masyarakat yang keduanya mengalami perubahan membantu masyarakat di Kaliurang untuk dapat bertahan hidup dan bangkit selama pandemi. Melalui berbagai bentuk aktivitas sehari-hari dengan menerapkan prinsip dan nilai *gotong royong*, *nrimo*, dan menjaga keselarasan. Hal ini membuat pelaku



wisata sebagai bagian dari struktur masyarakat bertindak lebih bijaksana dan selalu berprinsip melakukan hal baik melalui berbagai cara seperti saling berbagi apa yang dipunya dengan tetangga dan keluarga seperti yang dilakukan oleh Trubus dan Dyah. Sementara yang lain, secara *agency* berusaha untuk menerapkan nilai sebagai masyarakat Jawa dengan membantu yang lain melalui keselamatan bersama, seperti yang dilakukan oleh Heru dan Parto.

Resiliensi yang dilakukan oleh masyarakat Kaliurang tidak terbatas pada kondisi 'pemulihan' namun juga tentang peluang yang dibuka akibat kondisi eksternal (Covid-19). Hal ini dilakukan melalui interkoneksi dari struktur sosial dan *agency* dalam proses memperbaiki sistem untuk mendorong pengembangan pariwisata yang inovatif (Folke et al., 2005) dan berkelanjutan. Hal ini terlihat dari munculnya ide mengenai wisata *scooter* listrik, desain pariwisata yang menyatu dengan alam dengan konsep pariwisata berbasis masyarakat dan ekowisata, dan paket wisata yang didesain untuk kepentingan seluruh masyarakat Kaliurang. Tidak terbatas pada pembuatan pariwisata yang inovatif dan resilien di semua massa, namun masyarakat Kaliurang juga melihat pentingnya melakukan restruktur pada sistem organisasi sosialnya. Salah satunya dengan menguatkan ikatan antar individu, menerapkan nilai Kejawaan pada struktur masyarakat dan pariwisata, dan membangun keterikatan dengan lingkungan (Christia dan Helleve, 2013).

Kondisi di Kaliurang menunjukkan bahwa struktur pada level masyarakat dan pariwisata serta *agency* individu dan komunal perlu untuk dipahami bersama untuk mendapatkan gambaran holistik mengenai kemampuan resiliensi di Kaliurang. Baik Pariwisata dan Masyarakat Jawa merupakan struktur yang saat ini ada dan diterapkan oleh masyarakat. Walaupun pada kesempatan yang berbeda struktur tertentu yang kemudian muncul dan menjadi dominan. Di sisi lain, *agency* perlu dilihat pula secara kritis dalam konteks individu dan konteks komunal (masyarakat). Gabungan dari dua jenis *agency* kemudian membantu masyarakat menentukan tindakan apa yang dapat membantu mereka bertahan dan bangkit di masa Pandemi.

## KESIMPULAN

Gangguan yang terjadi di Kaliurang akibat covid-19 membuat pariwisata tidak dapat bertahan. Hal ini membuat diskusi mengenai proses resiliensi masyarakat dan pelaku wisata di kawasan ini menjadi perlu untuk dipelajari. Upaya pemahaman yang dilakukan ialah dengan melihat pada struktur dan *agency* yang ada pada konteks wisata di Kaliurang. Melalui etnografi nyatanya pemahaman mengenai pariwisata di Kaliurang dapat dilihat secara lebih holistik.

Pandemi covid-19 yang dianggap sebagai sebuah krisis di Kaliurang tidak mampu dihadapi oleh masyarakat kaliurang dengan menerapkan struktur pariwisata.

Karakteristik masyarakat pariwisata tidak memberikan kemampuan untuk bertahan di tengah pandemi. Hal ini mendorong masyarakat untuk kembali pada struktur masyarakat Jawa dan menerapkan nilai-nilai kejawaan dalam merespons kondisi pandemi. Gotong royong *nrimo*, dan menjaga keselarasan adalah kunci dari struktur masyarakat Jawa yang termanifestasikan dalam *agency* setiap individu di Kaliurang selama pandemi. Namun, baik struktur yang ada ataupun *agency* ini tidak dapat berdiri sendiri dan memunculkan resiliensi. Melainkan harus diterapkan secara bersama dalam membangun resiliensi di masyarakat. Kebangkitan dan kemampuan bertahan dalam level masyarakat inilah yang membuat pariwisata bisa bertahan dan kembali memperbaiki diri selama pandemi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adger, W. N. (2000). Social and ecological resilience: Are they related? *Progress in Human Geography*, 24(3), 347–364.  
<https://doi.org/10.1191/030913200701540465>
- Bellwood, D. R., Hughes, T. P., Folke, C., & Nystrom, M. (2004). Confronting the coral reef crisis. *Nature*, 429(6994), 827–833.  
<https://doi.org/10.1038/nature02691>
- Chen, F., Xu, H., & Lew, A. A. (2020). Livelihood resilience in tourism communities: The role of human agency. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(4), 606–624.  
<https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1694029>
- Christia, M., & Helleve, A. (2013). Connectedness between individual, community and environmental factors in the process of recovery people affected Merapi eruption in 2010. In *The Asian Conference on Psychology & the Behavioral Sciences, Japan*.
- Cohen, E. (1978). The impact of tourism on the physical environment. *Annals of Tourism research*, 5(2), 215–237.
- Foley, M., & Lennon, J. J. (1996). JFK and Dark Tourism: A Fascination with Assassination. *International Journal of Heritage Studies*, 2, 198–211.
- Folke, C., Hahn, T., Olsson, P., & Norberg, J. (2005). Adaptive governance of social-ecological systems. *Annual Review of Environment and Resources*, 30(1), 441–473.  
<https://doi.org/10.1146/annurev.energy.30.050504.144511>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*,  
<https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Hall, C. M. (2011). Biosecurity, tourism and mobility: Institutional arrangements for managing tourism-related biological invasions. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 3(3), 256–280.
- Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for. *Tourism geographies*, 22(3), 577–598.

- Lawson, F., & Baud-Bovy, M. 1977. *Tourism and recreation development, a handbook of physical planning*. Architectural Press.
- McIntosh, R. J. (2000). Social memory in Mande. In R. J. McIntosh, J. A. Tainter, & S. K. McIntosh (Eds.), *The way the wind blows: Climate, history, and human action* (pp. 141–180). Columbia University Press.
- OECD. (2020). A systemic resilience approach to deal with Covid-19 and future shocks. Retrieved 5 March from <http://www.oecd.org/coronavirus/en/>
- Rahman, M. M., Faruq, M. O., & Begum, M. (2021). Tourism during COVID-19 Pandemic: Evidence from Top 20 Visited Country. Available at SSRN 3858457.
- Rucińska, D. (2016). Natural disaster tourism as a type of dark tourism. *International Journal of Humanities and Social Sciences*, 10(5), 1458-1462.
- Scott, D., & Gossling, S. (2015). What could the next 40 years hold for global tourism? *Tourism Recreation Research*, 40(3), 269–285.
- Scoones, I. (1998). Sustainable rural livelihoods: A framework for analysis. *IDS Working Paper 72*. IDS.
- Speranza, C. I., Wiesmann, U., & Rist, S. 2014. An indicator framework for assessing livelihood resilience in the context of social–ecological dynamics. *Global Environmental Change*, 28, 109–119.  
<https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2014.06.005>
- Susanto, J. A. X., & Sushartami, W. (2020). Wong Ndhuwur, Wong Ngisor: Local Community and Post-disaster Tourism in Kinahrejo. *Humaniora*, 32(3), 271-282.
- Sutarto, A. (2006). Becoming a true Javanese: A Javanese view of attempts at Javanisation. *Indonesia and the Malay world*, 34(98), 39-53.
- Tohani, E., & Wibawa, L. (2019). The role of social capital in disaster management of disaster vulnerable village community on the Merapi eruption. *Jurnal Cakrawala Pendidikan*, 38(3), 527-539
- UNWTO. (2022). Impact Assessment of The Covid-19 Outbreak of International Tourism. Retrieved 10 October from <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>
- Quandt, A. (2018). Measuring livelihood resilience: The household livelihood resilience approach (HLRA). *World Development*, 107, 253–263.  
<https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2018.02.024>
- Weiss, T., & Berger, R. (2010). *Posttraumatic growth around the globe: Research Findings and Practice Implications*. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Yeh, S. S. (2021). Tourism recovery strategy against COVID-19 pandemic. *Tourism Recreation Research*, 46(2), 188-194.
- WTTC. (2020). Economic Impact Report – March 2020. Retrieved 5 March from <https://wttc.org/Research/EconomicImpact>