

**PERENCANAAN PEMULIHAN PEMASARAN  
KEPARIWISATAAN PASCA PENYEBARAN COVID-19 DI  
KOTA BANDUNG**

**PROYEK AKHIR**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat**

**Dalam menempuh studi pada**

**Program Diploma IV**



Oleh:

**YUS YASBIH YUSABILLAH**

**Nomor Induk : 201621102**

**PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BANDUNG  
2020**

**LEMBAR PENGESAHAN**

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

**“PERENCANAAN PEMULIHAN PEMASARAN  
KEPARIWISATAAN PASCA PENYEBARAN COVID-19 DI  
KOTA BANDUNG”**

NAMA : YUS YASBIH YUSABILLAH

NIM : 201621102

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA

JURUSAN : KEPARIWISATAAN

Pembimbing I



Nurdin Hidayah, S.ST. Par., MM

NIP. 19810102 200912 1 004

Pembimbing II



DR. Hariyadi Darmawan. MM.

NIP. 19711225 199803 1 00

Bandung,

November 2020

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan  
Kemahasiswaan,

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata  
Bandung,

Andar Danova L Goeltom, S.Sos., M.Sc.

NIP: 19710506 199803 1 001

Faisal, MM.Par., CHE.

NIP: 19730706 199503 1 001

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Yus Yasbih Yusabillah  
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 29 April 1996  
NIM : 201621102  
Program Studi : Manajemen Destinasi Pariwisata

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proyek Akhir yang berjudul:  
"Perencanaan Pemulihan Pemasaran Kepariwisataaan Pasca Penyebaran Covid-19 di Kota Bandung"  
ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, Oktober 2020

Yang membuat pernyataan,



**Yus Yasbih Yusabillah**

NIM. 201621102

## **MOTTO**

## **PERSEMBAHAN**

Proyek Akhir ini Penulis persembahkan kepada :

1. Orangtua Penulis (Almarhum Bapak Sutisna Efendi dan Ibu Enung Nuryati) yang selalu mendukung dengan memberi semangat, do'a, dan dukungan penulis tanpa kenal lelah yang membuat penulis selalu semangat mengerjakan dan tidak menyerah dalam menyusun proyek akhir ini. Proyek akhir ini merupakan sedikit tanda bakti, hormat dan pembuktian atas kepercayaan yang diberikan kepada penulis selama kegiatan dan rasa terimakasih yang tidak akan pernah cukup membalas jasa orang tua selama ini.
2. Saudara kandung penulis Eri Rahmat Al-Haidir dan Irvan Saepurrohman yang selalu memberikan nasihat dan dukungan dengan tegas sehingga penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir ini.
3. Para Dosen Manajemen Destinasi Pariwisata yang telah memotivasi dan sabar mendidik dalam memberikan limpahan ilmu kepada penulis selama menempuh pendidikan di STP NHI Bandung.
4. Teman-teman Manajemen Destinasi Pariwisata 2016 yang selalu memotivasi dan menjadi teman yang baik selama 4 tahun ini. Semoga selesainya Proyek akhir ini menjadi awal kesuksesan untuk kita semua dan tetap bersilaturahmi

## ABSTRAK

Pandemi Covid-19 masih menyebar diseluruh dunia. Indonesia merupakan salah satu negara yang masih berjuang melawan virus Covid-19. Pandemi pada saat ini berada difase tanggap darurat. Fase selanjutnya adalah fase pemulihan. Fase pemulihan memiliki tiga strategi yaitu, pemulihan sumber daya manusia dan industri pariwisata, pemulihan destinasi dan pemulihan pemasaran. Pemulihan pemasaran menjadi fokus pada penelitian ini. Pemulihan pemasaran dipilih karena krisis kesehatan yang terjadi tidak merusak 3 aspek lainnya. Perencanaan pemulihan pemasaran berfokus kepada 7 komponen (Beirman, 2016). Pesan utama, fakta, kepercayaan pasar, mengembalikan kepercayaan pasar, pencitraan ulang destinasi, insentif yang menarik, publikasi positif dan pemantauan dan pelaporan kemajuan. Lokasi penelitian berada di Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif eksploratif. Menggunakan teknik pengumpulan data berupa penyebaran angket, studi dokumentasi dan observasi. Penelitian ini menghasilkan rekomendasi berupa rencana aksi, *key performance indicator* dan contoh desain konten untuk dipublikasi.

**Kata Kunci: Covid-19, Pemulihan Pemasaran, Pemulihan Pariwisata, Pemulihan Pemasaran Pariwisata, Pasca Covid-19**

## ABSTRACT

*The Covid-19 pandemic is still spreading around the world. Indonesia is one of the countries that is still battling the Covid-19 virus. The pandemic is currently in an emergency response phase. The next phase is the recovery phase. The recovery phase has three strategies, namely, recovery of human resources and the tourism industry, recovery of destinations and restoration of marketing. Marketing recovery is the focus of this research. Marketing recovery was chosen because the health crisis did not damage the other 3 aspects. Marketing recovery planning focuses on 7 components (Beirman, 2016). Key messages, facts, market confidence, restoring market confidence, re-imagining of destinations, attractive incentives, positive publications and progress monitoring and reporting. The research location is in Bandung City, West Java Province. The research method used is qualitative exploration. Using data collection techniques in the form of distributing questionnaires, documentation study and observation. This research produces recommendations in the form of action plans, key performance indicators and examples of content design for publication.*

***Keywords: Covid-19, Marketing Recovery, Tourism Recovery, Tourism Marketing Recovery, Post-Covid-19***

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Proyek Akhir dengan judul “PERENCANAAN PEMULIHAN PEMASARAN KEPARIWISATAAN PASCA PENYEBARAN COVID-19 DI KOTA BANDUNG”. Disusun untuk memenuhi program Proyek Akhir kurikulum perkuliahan di Program Studi Manajemen Destinasi Pariwisata (MDP) Semester VIII, Jurusan Kepariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

Proyek Akhir ini membahas mengenai rencana pemulihan pemasaran kepariwisataan pasca penyebaran Covid-19 di Kota Bandung dengan cara mencari data sekunder dan data aktual melalui kegiatan observasi, studi literasi dan wawancara. Maka dengan ini, Pertama-tama, Penulis mengucapkan terima kasih kepada Tuhan yang Maha Kuasa atas segala bentuk penyertaan dan Perlindungan-Nya dalam menyelesaikan Proyek Akhir ini. Ucapan terima kasih tak terhingga dengan tulus disampaikan kepada:

1. Bapak Faisal, MM.Par.,CHE. selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom,S.Sos.,M.Sc.,selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
3. Bapak Sugeng Hermanto, S.Sos.,MM.Par.,selaku Ketua Program Studi Manajemen Destinasi Pariwisata.
4. Bapak Nurdin Hidayah, S.ST. Par., MM. selaku Dosen Pembimbing I.
5. Bapak DR. Hariyadi Darmawan. MM. selaku Dosen Pembimbing II



6. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Destinasi Pariwisata atas ilmu dan masukan yang telah diberikan kepada penulis selama mengikuti kegiatan perkuliahan.
7. Kedua orang tua yang telah memberikan doa restu, motivasi, dukungan moril maupun materil serta kasih sayang dalam menyelesaikan proyek akhir ini.
8. Rekan - rekan Manajemen Destinasi Pariwisata (MDP) angkatan 2016 yang telah berjuang bersama dan selalu menjadi penyemangat dalam penyusunan Proyek Akhir ini. Dalam penyelesaian Proyek Akhir ini, penulis menyadari masih terdapat banyaknya kekurangan, oleh karena itu penulis memerlukan adanya masukan yang dapat membangun dimasa yang akan datang.

Akhir kata, Penulis mengharapkan masukan dari pembaca berupa kritikan maupun saran mengenai isi dari Proyek Akhir ini. Selain itu penulis mengharapkan bantuan dari pembaca agar penelitian ini dapat berjalan sesuai rencana dan dapat memberikan masukan kepada pihak terkait.

Bandung, November 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR DIAGRAM .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A.    LATAR BELAKANG .....	1
B.    FOKUS PENELITIAN .....	6
C.    TUJUAN PENELITIAN .....	7
D.    MANFAAT PENELITIAN .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
A.    KAJIAN TEORI .....	9
B.    KERANGKA PEMIKIRAN .....	18
BAB III METODE PENELITIAN .....	20
A.    RANCANGAN PENELITIAN .....	20
B.    TEMPAT PENELITIAN .....	20
C.    PENGUMPULAN DATA .....	22
D.    ANALISIS DATA .....	24
E.    PENGUJIAN KEABSAHAN DATA .....	25
F.    JADWAL PENELITIAN .....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	27
A.    HASIL PENELITIAN .....	27
B.    PEMBAHASAN .....	60
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....	88
A.    KESIMPULAN .....	88
B.    REKOMENDASI .....	90
DAFTAR PUSTAKA .....	103
LAMPIRAN .....	110

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Peta Wilayah Penelitian .....	22
Gambar 2 Tahura Djuanda .....	29
Gambar 3 Babakan Siliwangi.....	30
Gambar 4 Kebun Binatang Bandung .....	30
Gambar 5 Lapangan Gasibu.....	31
Gambar 6 Museum Geologi .....	31
Gambar 7 Museum Pos Indonesia.....	32
Gambar 8 Pusat Dakwah Islam Jawa Barat .....	32
Gambar 9 Heritage The Factory Outlet.....	33
Gambar 10 Alun-alun Bandung .....	34
Gambar 11 Masjid Raya.....	34
Gambar 12 Gedung Merdeka .....	35
Gambar 13 Jalan Braga .....	36
Gambar 14 Kawasan Seni Tradisional Pasir Kunci .....	36
Gambar 15 Gelora Bandung Lautan Api .....	37
Gambar 16 Berita Penutupan Atraksi Wisata .....	40
Gambar 17 Berita Persiapan New Normal .....	41
Gambar 18 Berita Pembukaan Atraksi Wisata.....	44
Gambar 19 Website yang Paling Banyak Dikunjungi .....	74
Gambar 20 Platform Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan .....	75
Gambar 21 Aktivitas Konten Daring .....	83
Gambar 22 Waktu Terbaik Mengunggah di Youtube.....	84
Gambar 23 Waktu Terbaik Mengunggah di Instagram.....	85
Gambar 24 Waktu Terbaik Mengunggah di Facebook .....	86
Gambar 25 8 Tips Berwisata - Facebook.....	94
Gambar 26 Tips Menjadi Traveler Bertanggung Jawab - Facebook .....	95
Gambar 27 8 Tips Berwisata - Instagram .....	96
Gambar 28 Tips Menjadi Traveler Bertanggung Jawab - Instagram.....	97
Gambar 29 8 Tips Berwisata - Website .....	98
Gambar 30 Tips Menjadi Traveler Bertanggung Jawab - Website.....	99
Gambar 31 8 Tips Berwisata - Youtube.....	100
Gambar 32 Tips Menjadi Traveler Bertanggung Jawab - Youtube .....	101
Gambar 33 Podcast Calung.....	102

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Daftar Provinsi yang Menutup Destinasi Wisata.....	2
Tabel 2 Jadwal Penelitian.....	26
Tabel 3 Pesan Pemulihan Pemasaran.....	27
Tabel 4 Portal Berita Tentang Kondisi Amenitas Kota Bandung.....	37
Tabel 5 Portal Berita Tentang Kondisi Aksesibilitas Kota Bandung.....	38
Tabel 6 Portal Berita Pembukaan Atraksi Wisata Kota Bandung.....	42
Tabel 7 Konten yang Disukai.....	59
Tabel 8 Pesan Pemulihan Pemasaran.....	61
Tabel 9 Rekapitulasi Pembobotan Skor Tanggapan Responden.....	71
Tabel 10 Pencapaian Skor Tingkat Kepercayaan Wisatawan dalam Tahapan Kuartil.....	72
Tabel 11 Rekapitulasi Pilihan Ganda Pencitraan Ulang Destinasi.....	73
Tabel 12 Rekapitulasi Pilihan Ganda Penawaran Menarik.....	77
Tabel 13 Jumlah Penumpang Kereta Api Argo Parahyangan Tahun 2005-2015.....	77
Tabel 14 Jumlah Penumpang Perusahaan Travel Jenis Shuttle Service.....	78
Tabel 15 Konten yang Disukai.....	81
Tabel 16 Rencana Aksi.....	90
Tabel 17 Key Performance Indicator.....	91

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1 Pengelola Atraksi Wisata di Kota Bandung Mampu Menerapkan Protokol Kesehatan Dengan Baik dan Benar .....	45
Diagram 2 Pengelola Atraksi Wisata di Kota Bandung Mampu Menjaga Keamanan Wisatawan yang Berkunjung .....	46
Diagram 3 Pengelola Atraksi Wisata di Kota Bandung Mampu Menjaga Keselamatan Wisatawan yang Berkunjung.....	47
Diagram 4 Pengelola Atraksi Wisata di Kota Bandung Mampu Memberikan Pelayanan yang Memuaskan Sesuai Dengan Protokol Kesehatan yang Berlaku .	48
Diagram 5 Atraksi Wisata di Kota Bandung Dapat Mengobati Kelelahan Selama Masa Pandemi .....	49
Diagram 6 Atraksi Wisata di Kota Bandung Tetap Menjaga Kualitas Atraksi Wisata Setelah Pandemi Berakhir .....	50
Diagram 7 Atraksi Wisata di Kota Bandung Adalah Tempat yang Menyenangkan Untuk Dikunjungi Setelah Pandemi Berakhir.....	51
Diagram 8 Berencana Untuk Berkunjung ke Kota Bandung Setelah Pandemi Berakhir.....	52
Diagram 9 Siapa Sumber Informasi Dalam Berwisata .....	53
Diagram 10 Media Penyiaran Mana yang Sering Diakses Dalam Mencari Referensi Untuk Berwisata.....	54
Diagram 11 Media Daring Mana yang Sering Diakses Dalam Mencari Referensi Untuk Berwisata.....	55
Diagram 12 Media Cetak Mana yang Sering Diakses Dalam Mencari Referensi Untuk Berwisata.....	56
Diagram 13 Media Luar Ruang Mana yang Sering Diakses Untuk Mencari Referensi Untuk Berwisata .....	57
Diagram 14 Media Favorit Dalam Pencarian Informasi Untuk Referensi Berwisata .....	58
Diagram 15 Program Promosi Penjualan yang Disukai Oleh Pasar .....	59

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	110
Lampiran 2 Hasil Kuesioner .....	118
Lampiran 3 Surat Pernyataan Melakukan Penelitian .....	123
Lampiran 4 Similarity Index Report .....	124
Lampiran 5 Biodata Penulis .....	125

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. (1999). *Press Relations: Kiat Berhubungan dengan Media Massa*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Abdurahman, N. (2020). *Okupansi Hotel di Kota Bandung Meningkatkan Lebih 40 Persen Selama Libur Panjang 1 Muharram*. Bandung: TribunJabar.id.
- Adhey. (2020, June 1). *Satpol PP Kota Bandung Persilahkan Cafe dan Kedai Kopi Beroperasi Kembali, tapi..*. Diambil kembali dari pojoksatu.id: <https://pojoksatu.id/news/berita-nasional/2020/06/01/satpol-pp-kota-bandung-persilahkan-kafe-dan-kedai-kopi-beroperasi-kembali-tapi/>
- Aditya, N. R. (2020, Maret 15). *Cegah Penyebaran Corona, 12 Tempat Wisata di Bandung Berikut Ditutup*. Diambil kembali dari Kompas Travel: <https://travel.kompas.com/read/2020/03/15/170900227/cegah-penyebaran-corona-12-tempat-wisata-di-bandung-berikut-ditutup-?page=all>
- Ary, D., Jacobs, L. C., & Sorensen, C. K. (2010). *Introduction to Research in Education*. Wadsworth: Cengage Learning.
- Avcikurt, C. (2004). Country Image and Tourism Relationship-The Case of Turkey, tourist attractions (destinations) Marketing. *Weekend Tourism Conference*, (hal. 11-15). nevsehir.
- Azka, R. M. (2020, August 17). *Bandara Husein Sastranegara Layani Kembali Penerbangan Pesawat Jet*. Diambil kembali dari bisnis.com: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200817/98/1280115/bandara-husein-sastranegara-layani-kembali-penerbangan-pesawat-jet>
- Bandung.go.id. (t.thn.). *Selayang Pandang: Bandung.go.id*. Diambil kembali dari Portal Resmi Kota Bandung: <https://portal.bandung.go.id/storage/media/daily/2017/08/14/njnv-KONDISI%20GEOGRAFI%20KOTA%20BANDUNG.pdf>
- Bank Indonesia. (2019). *Laporan Perekonomian Indonesia*. Jakarta.
- Beirman, D. (2003). *RESTORING TOURISM DESTINATIONS IN CRISIS: A strategic marketing approach*. Cambridge: CABI Publishing.
- Beirman, D. (2016). *Tourism Risk, Crisis and Recovery Management Guide*. Australia.
- Boon, S. D., & Holmes, J. G. (1991). The Dynamics of Interpersonal Trust: Resolving Uncertainty in the Face of Risk. Dalam R. A. Hinde, & J. Groebel, *Cooperation and Prosocial Behavior* (hal. 190-211). Cambridge: Cambridge University Press.
- Bungin, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Carlsen, J. C., & Hughes, M. (2008). Tourism Market Recovery in the Maldives After the 2004 Indian Ocean Tsunami. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 139-149.

- Chandra, E. (2020, June 7). *Taman Hutan Raya Juanda Segera Dibuka, Harus Daftar via Online dan Pengunjung Dibatasi*. Diambil kembali dari tribunnews.com: <https://jabar.tribunnews.com/2020/06/07/taman-hutan-raya-juanda-segera-dibuka-harus-daftar-via-online-dan-pengunjung-dibatasi>
- Chauhan, K., & Pillai, A. (2013). Role of content strategy in social media brand communities: a case of higher education institutes in India. *Journal of Product & Brand Management*, 40-51.
- Coban, S. (2012). The Effects of the Image of Destination on Tourist Satisfaction and Loyalty: The Case of Cappadocia. *European Journal of Social Sciences*, 222-232.
- Defianti, I. (2020, Maret 18). *HEADLINE: Pemerintah Perpanjang Status Darurat Corona jadi 91 Hari, Langkah Tepat?* Diambil kembali dari Liputan 6: <https://www.liputan6.com/news/read/4204366/headline-pemerintah-perpanjang-status-darurat-corona-jadi-91-hari-langkah-tepat>
- Dj Julius, H., & Syafutra, R. (2018). Lama Tinggal Wisatawan Nusantara di Bandung. *JURNAL AKUNTANSI & EKONOMI FE. UN PGRI Kediri*, 75-86.
- Effendy, O. U. (1989). *Kamus Komunikasi*. Bandung: Mandar Maju.
- Fahmi, R. A. (2020, July 9). *Pemkot Tegaskan Pembukaan Tempat Wisata Termasuk Bioskop di Kota Bandung Dilakukan Bertahap*. Diambil kembali dari pikiran-rakyat.com: <https://prfmnews.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/pr-13590383/pemkot-tegaskan-pembukaan-tempat-wisata-termasuk-bioskop-di-kota-bandung-dilakukan-bertahap>
- Farisi, R. A. (2020, June 27). *Saung Angklung Udjo kembali menggelar pertunjukan untuk wisatawan*. Diambil kembali dari antaranews.com: [https://kalteng.antaranews.com/nasional/berita/1577250/saung-angklung-udjo-kembali-menggelar-pertunjukan-untuk-wisatawan?utm\\_source=antaranews&utm\\_medium=nasional&utm\\_campaign=antaranews](https://kalteng.antaranews.com/nasional/berita/1577250/saung-angklung-udjo-kembali-menggelar-pertunjukan-untuk-wisatawan?utm_source=antaranews&utm_medium=nasional&utm_campaign=antaranews)
- Fatimah, S. (2020, June 27). *Hari Pertama Buka, Wisatawan Mulai Kunjungi Kebun Binatang Bandung*. Diambil kembali dari detik.com: <https://travel.detik.com/travel-news/d-5070895/hari-pertama-buka-wisatawan-mulai-kunjungi-kebun-binatang-bandung>
- Fatimah, S. (2020, June 26). *Kebun Binatang Bandung Dibuka, Pengunjung Dibatasi Hanya 30%*. Diambil kembali dari detik.com: <https://travel.detik.com/travel-news/d-5069442/kebun-binatang-bandung-dibuka-pengunjung-dibatasi-hanya-30>
- Fatimah, S. (2020, June 23). *Sepekan Buka, Saung Angklung Udjo Masih Sepi Pengunjung*. Diambil kembali dari detik.com: <https://travel.detik.com/travel-news/d-5064461/sepekan-buka-saung-angklung-udjo-masih-sepi-pengunjung>
- Ferreira, N. M. (2019, July 23). *THE BEST TIME TO POST ON SOCIAL MEDIA IN 2020*. Diambil kembali dari oberlo.com: <https://www.oberlo.com/blog/best-time-post-social-media>



- Firdaus, A. M. (2017, December 5). *Disbudpar Harapkan Tingkat Kunjungan Wisatawan ke Bandung Meningkat*. Diambil kembali dari ayobandung.com: <https://ayobandung.com/read/2017/12/05/26216/disbudpar-harapkan-tingkat-kunjungan-wisatawan-ke-bandung-meningkat>
- Ghaisani, A. (2017). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN XTRANS TRAVEL BANDUNG (Survey pada konsumen Xtrans Travel Last Minute Point Bandung). Bandung, Jawa Barat, Indonesia.
- Gregory, J. (2006). Using Message Strategy to Capture Audience Attention: Readers' Reactions to Health Education Publications. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 1-23.
- Henderson, J. C. (2007). *Tourism Crises: Causes, Consequences and Management*. Oxford: Elsevier.
- Hidayah, N. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Hootsuite & we are social. (2020). *Digital 2020 Indonesia: All The Data, Trends, and Insights You Need to Help You Understand How People Use The Internet, Mobile Social Media and E-Commerce*. datareportal.com.
- Ibrahim. (2018). *Metodelogi Penelitian Kualitatif (2 ed.)*. Bandung: Alfabeta.
- Imanuddin, M. H. (2019). ANALISIS PREFERENSI WISATAWAN NUSANTARA TERHADAP WISATA KULINER DI KOTA BANDUNG. Bandung, Jawa Barat, Indonesia.
- Jarad, G. A. (2018). Application of Modern Methods of Advertising and its Suitability in Iraq. *University-Erbil Scientific Journal*, 249-263.
- KEMENTERIAN PARIWISATA. (2019). Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2019 Tentang Manajemen Krisis Kepariwisata.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). *PETA IDENTIFIKASI PENUTUPAN DESTINASI OBYEK WISATA, TEMPAT HIBURAN, TEMPAT REKREASI, INDUSTRI PARIWISATA DI WILAYAH DESTINASI REGIONAL I*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Kothari, C. R. (2004). *Research Methodology: Methods & Techniques*. New Delhi: NEW AGE INTERNATIONAL.
- KULCSÁR, E. (2012). Recovery of the Tourism Potential of the Central Development Region. Case Study. *Theoretical and Applied Economics*, 13-32.
- Kurniawan, I. (2020, May 31). *Restoran di Kota Bandung Dipersilakan Buka, PHRI Jabar: Harus Lebih Waspada*. Diambil kembali dari pikiran-rakyat.com: <https://prfmnews.pikiran-rakyat.com/mapay-kota/pr-13391929/restoran-di-kota-bandung-dipersilakan-buka-phri-jabar-harus-lebih-waspada>
- Kusumah, A. (2020, June 12). *Menuju New Normal, Yana Minta Hotel Dan Tempat Wisata Terapkan Protokol Kesehatan*. Diambil kembali dari infobdg.com: <https://www.infobdg.com/v2/menuju-new-normal-yana-minta-hotel-dan-tempat-wisata-terapkan-protokol-kesehatan/>
- Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999). Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market-Focused Management*, 341-370.

- Lubis, P. I., & Kusumanto, I. (2018). Penilaian Kinerja Karyawan Menggunakan Metode Key Performance Indicators (KPI) (Studi Kasus: Cv. Bunda Bakery Pekanbaru). *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*, 37 - 45.
- Mahmoedin, A. (2010). *Etiket Pelayanan Bank*. Jakarta: PT. Gunung Agung.
- Mardalis. (2010). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Maulana, Y. (2020, September 14). *Soal PSBB DKI, Ridwan Kamil Imbau Warga Jakarta Tak Berwisata ke Jabar*. Diambil kembali dari detik.com: <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-5172855/soal-psbb-dki-ridwan-kamil-imbau-warga-jakarta-tak-berwisata-ke-jabar>
- Merdeka.com. (2020, September 1). *Anggaran Pemulihan Turun di 2021, Pemerintah Prediksi Ekonomi Sudah Bergerak*. Diambil kembali dari Merdeka.com: <https://m.merdeka.com/uang/anggaran-pemulihan-ekonomi-turun-di-2021-pemerintah-sebut-ekonomi-sudah-bergerak.html>
- Moerdiyanto. (2009). *Teknik monitoring dan evaluasi (monev) dalam rangka memperoleh informasi untuk pengambilan keputusan manajemen*. Yogyakarta.
- Moriarty, S. (1991). *Creative advertising: Theory and practice*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Muhaemin, A. (2020, June 12). *Dishub Kota Bandung: Terminal Leuwipanjang dan Cicaheum Kembali Beroperasi*. Diambil kembali dari pikiran-rakyat.com: <https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/pr-01400704/dinas-kota-bandung-terminal-leuwipanjang-dan-cicaheum-kembali-beroperasi>
- Mutiah, D. (2020, Maret 23). *Sektor Pariwisata Nyaris Tumbang Akibat Corona Covid-19, Menparekraf Masih Siapkan Solusi*. Diambil kembali dari Liputan 6: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4209455/sektor-pariwisata-nyaris-tumbang-akibat-corona-covid-19-menparekraf-masih-siapkan-solusi>
- Najar, A. H. (2018). Recovery Marketing Activities (RMA's): A Tool to Manage Destination in Conflict Situation- Research Literature Review. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 22-32.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurulliah, N. (2020, July 1). *Mulai Hari Ini 1 Juli 2020, Kawasan Tahura Kembali Dibuka untuk Umum*. Diambil kembali dari pikiran-rakyat.com: <https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/pr-01581523/mulai-hari-ini-1-juli-2020-kawasan-tahura-kembali-dibuka-untuk-umum>
- Pemerintah Kota Bandung. (2011). *Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Bandung 2011 - 2031*. Bandung: Sekertaris Daerah Kota Bandung.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2011). PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 50 TAHUN 2011 TENTANG RENCANA INDUK PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN NASIONAL TAHUN 2010 - 2025.
- Pradana, R. S. (2020, August 4). *KA Argo Parahyangan Tujuan Bandung Kembali Beroperasi, Ini Jadwalnya*. Diambil kembali dari ekonomi.bisnis.com:

- <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200804/98/1274673/ka-argoparahyangan-tujuan-bandung-kembali-beroperasi-ini-jadwalnya>
- Pujiastuti, E. E. (2017). Pengaruh citra destinasi dan pengalaman wisatawan terhadap novelty seeking, kepuasan, kepercayaan dan niat berperilaku (Studi pada wisatawan Desa Wisata di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2016). Malang.
- Putra, W. (2020, June 18). *5 Tempat Wisata Bandung yang Buka Saat Ini*. Diambil kembali dari detik.com: <https://travel.detik.com/travel-news/d-5059060/5-tempat-wisata-bandung-yang-buka-saat-ini/1>
- Putra, W. (2020, July 9). *Hotel Kembali Buka di Masa AKB, Walkot Oded: Wajib Protokol Kesehatan!* Diambil kembali dari detik.com: <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-5086126/hotel-kembali-buka-di-masa-akb-walkot-oded-wajib-protokol-kesehatan>
- Putra, W. (2020, June 12). *Sabtu Besok, Terminal Leuwipanjang-Cicaheum Bandung Kembali Beroperasi*. Diambil kembali dari detik.com: <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-5051085/sabtu-besok-terminal-leuwipanjang-cicaheum-bandung-kembali-beroperasi>
- Putri, C. A. (2020, September 14). *PSBB Ketat, Kang Emil: Warga DKI Jangan Wisata ke Jabar Dulu*. Diambil kembali dari cnbcindonesia.com: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200914162303-4-186709/psbb-ketat-kang-emil-warga-dki-jangan-wisata-ke-jabar-dulu>
- Rafiq, M. (2008). PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA MEREK TERHADAP LOYALITAS. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 39-62.
- Ramadhan, D. I. (2020, June 1). *Resto-Kafe Bandung Batasi Jumlah Konsumen yang Makan di Tempat*. Diambil kembali dari detik.com: <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-5036114/resto-kafe-bandung-batasi-jumlah-konsumen-yang-makan-di-tempat>
- Ricco. (2020, August 26). *5 APLIKASI PODCAST TERPOPULER, APA SAJA APLIKASINYA?* Diambil kembali dari filemagz.com: <https://www.filemagz.com/aplikasi-podcast-terpopuler/>
- Riduwan, & Akdon. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Ridwan, M. F. (2020, April 8). *575 Hotel di Jawa Barat Tutup Akibat Pandemi Covid-19*. Diambil kembali dari Republika: <https://republika.co.id/berita/q8gjm6459/575-hotel-di-jawa-barat-tutup-akibat-pandemi-covid19>
- Safutra, I. (2020, September 14). *Tidak Perlu Urus SIKM Walau Jakarta Perketat PSBB*. Diambil kembali dari jawapos.com: <https://www.jawapos.com/jabodetabek/14/09/2020/tidak-perlu-urus-sikm-walau-jakarta-perketat-psbb/>
- Samparaya, C. F. (2018, September 20). *Kemenpar Tetapkan 3 Destinasi Kuliner Indonesia*. Diambil kembali dari kompas.com: <https://travel.kompas.com/read/2018/09/20/083600927/kemenpar-tetapkan-3-destinasi-kuliner-indonesia>

- Schurr, P. H., & Ozanne, J. L. (1985). Influences on Exchange Processes: Buyers' Preconceptions of a Seller's Trustworthiness and Bargaining Toughness. *Journal of Consumer Research*, 939-953.
- Scott, N., Laws, E., & Prideaux, B. (2008). Tourism Crises and Marketing Recovery Strategies. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1-13.
- Siahaan, S. (1991). *Komunikasi, Pemahaman dan Penerapan*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Silalahi, U. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sucipto, T. I. (2020, October 24). *Jokowi: 2021 Penuh Peluang Pemulihan Ekonomi Nasional*. Diambil kembali dari Medcom.id: <https://m.medcom.id/nasional/peristiwa/aNrX6qVkJ-jokowi-2021-penuh-peluang-pemulihan-ekonomi-nasional>
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, R. (2020, June 26). *Kebun Binatang Bandung Kembali Buka Mulai Sabtu, Harga Tiket Tak Naik*. Diambil kembali dari kompas.com: <https://bandung.kompas.com/read/2020/06/26/18475401/kebum-binatang-bandung-kembali-buka-mulai-sabtu-harga-tiket-tak-naik>
- Susanti, R. (2020, Juni 12). *Kereta Jarak Jauh Mulai Beroperasi, Daop 2 Bandung Layani Dua Perjalanan*. Diambil kembali dari kompas.com: <https://bandung.kompas.com/read/2020/06/12/08421501/kereta-jarak-jauh-mulai-beroperasi-daop-2-bandung-layani-dua-perjalanan?page=all>
- Suyono. (2007). *Cerdas Berpikir Bahasa dan Sastra Indonesia*. Jakarta: Ganeca Exact.
- Syakura, A. (2020, August 20). *In Picture: Bandara Husein Sastranegara Kembali Layani Penerbangan*. Diambil kembali dari republika.co.id: <https://republika.co.id/berita/qfd2fh314/bandara-husein-sastranegara-kembali-layani-penerbangan>
- Templeman, M. (2015, August 17). *Content Marketing Doesn't Work*. Diambil kembali dari Forbes.com: <https://www.forbes.com/sites/miketempleman/2015/08/17/content-marketing-doesnt-work/#607804c7502c>
- Tim Fix Indonesia. (2020, August 18). *Penerbangan Domestik di Bandara Husein Kembali Dibuka, Perekonomian Bandung Bisa Menggeliat Kembali*. Diambil kembali dari pikiran-rakyat.com: <https://fixindonesia.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/pr-36675885/penerbangan-domestik-di-bandara-husein-kembali-dibuka-perekonomian-bandung-bisa-menggeliat-kembali>
- UNESCO Creative Cities Network. (t.thn.). *About the Creative City: Bandung*. Diambil kembali dari unesco.org: <https://en.unesco.org/creative-cities/bandung>
- UNWTO. (2020, July 30). *Destination with travel restrictions*. Diambil kembali dari <https://www.instagram.com/p/CDQo1a8oXxN/?igshid=9ycx5i5hltc7>

- UNWTO. (2020, June 22). *International tourist arrivals January-May 2020*. Diambil kembali dari [https://www.instagram.com/p/CBvQBqshEW\\_/?igshid=c59n8v2oza71](https://www.instagram.com/p/CBvQBqshEW_/?igshid=c59n8v2oza71)
- Walters, G., & Mair, J. (2012). THE EFFECTIVENESS OF POST-DISASTER RECOVERY MARKETING MESSAGES—THE CASE OF THE 2009 AUSTRALIAN BUSHFIRES. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 87–103.
- Walters, G., & Mair, J. (2014). POST-DISASTER RECOVERY MARKETING MESSAGES FOR TOURIST DESTINATIONS. Dalam S. McCabe, *The Routledge Handbook of Tourism Marketing* (hal. 461-472). Abingdon: Routledge.
- Widyawati, R. (2020, April 16). *Ini Daftar 108 Hotel di Bandung yang Tutup Sementara Imbas Covid-19*. Diambil kembali dari Tribunnews: <https://www.tribunnews.com/travel/2020/04/16/ini-daftar-108-hotel-di-bandung-yang-tutup-sementara-imb-imb-covid-19>
- wisatabdg.com. (2020, June 28). *Tahura djuanda buka lagi 1 Juli 2020, ini aturan bagi pengunjung*. Diambil kembali dari wisatabdg.com: <https://www.wisatabdg.com/2020/06/tahura-djuanda-buka-lagi-1-juli-2020.html>
- WORLDOMETER. (2020, Maret 30). *COVID-19 CORONAVIRUS PANDEMIC*. Diambil kembali dari [www.worldometers.info](http://www.worldometers.info): <https://www.worldometers.info/coronavirus/#countries>
- Yanti, S. F. (2017). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN JASA ANGKUTAN KERETA API RUTE BANDUNG – JAKARTA PERIODE 2005-2016. Bandung, Jawa Barat, Indonesia.
- Yatimah, D. (2013). *Kesekretarian Modern dan Administrasi Perkantoran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Yohannes, M. (2020, January 27). *Apa Itu Staycation? Kenapa Kamu Harus Coba Konsep Liburan Ini?* Diambil kembali dari traveloka.com: <https://www.traveloka.com/id-id/explore/activities/apa-itu-staycation-acc/20037>
- Zraick, K., & Garcia, S. E. (2020, Maret 26). *A List of What's Been Canceled Because of the Coronavirus*. Diambil kembali dari The New York Times: <https://www.nytimes.com/article/cancelled-events-coronavirus.html>
- Zulhairil, A. (2020, June 12). *Terminal Leuwipanjang dan Cicaheum Bandung Mulai Beroperasi Besok*. Diambil kembali dari idntimes.com: <https://jabar.idntimes.com/news/jabar/azzis-zulhairil/terminal-leuwipanjang-dan-cicaheum-bandung-mulai-beroperasi-besok>
- Zulhairil, A. (2020, Maret 10). *Wabah Virus Corona, Pariwisata Kota Bandung Hancur!* Diambil kembali dari IDN Times Jabar: <https://jabar.idntimes.com/news/jabar/azzis-zulhairil/wabah-virus-corona-pariwisata-kota-bandung-hancur/full>