

KOMUNIKASI KRISIS DINAS PARIWISATA DIY

(Studi Kasus Terkait Manajemen Komunikasi Krisis Dinas Pariwisata DIY Dalam Masa Adaptasi Kebiasaan Baru)

Edmundus Roke Wea

NIM. 253170007

Abstrak

Pandemi Covid-19 menyebabkan krisis di berbagai sektor termasuk sektor kepariwisataan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Kebijakan mengenai pembatasan-pembatasan dan penutupan tempat-tempat wisata menyebabkan kunjungan wisatawan ke DIY mengalami penurunan yang sangat signifikan. Upaya respon situasi krisis patut dilakukan Dinas pariwisata DIY agar aktivitas kepariwisataan DIY bisa berjalan di tengah situasi pandemi Covid-19. Kebutuhan akan informasi oleh pelaku wisata juga merupakan hal yang penting mengingat ketidakpastian informasi saat awal-awal pandemi Covid-19. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi manajemen krisis dan menganalisis komunikasi krisis Dinas Pariwisata DIY dalam melakukan penyesuaian aktivitas kepariwisataan di masa pandemi Covid-19, khususnya di saat penerapan kebijakan PSBB. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Jenis penelitian adalah studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses manajemen krisis Dinas pariwisata DIY dalam melakukan penyesuaian aktivitas kepariwisataan DIY di masa pandemi Covid-19 adalah dengan melakukan inovasi, adaptasi dan kolaborasi lintas sektor. Strategi komunikasi yang dilakukan merujuk pada *rebuilding posture strategies* dengan langkah *compensation* dan *apology*, dan *reinforcing/bolstering strategies* dengan langkah *reminder* dan *victimage*, serta *framing strategies*. Upaya Dinas pariwisata DIY dalam memberikan suatu informasi yang jelas mengenai kepariwisataan DIY di masa pandemi Covid-19 dilakukan dengan melaksanakan beberapa hal antara lain memiliki tim pengelola informasi pariwisata, menyampaikan informasi melalui media massa, menggali kebenaran informasi melalui pengumpulan fakta dan hati-hati dalam menyampaikan informasi, melakukan kegiatan konferensi pers, keterbukaan informasi, informasi yang mengutamakan keselamatan publik pariwisata, satu suara dalam menyampaikan informasi, komunikasi empati, hingga menyediakan banyak saluran komunikasi.

Kata Kunci: Pandemi Covid-19, Manajemen Krisis, Komunikasi Krisis, SCCT, Prinsip Komunikasi Krisis