

## ABSTRAK

Pandemi COVID-19 memberikan dampak buruk bagi sektor Pariwisata di Yogyakarta. Pada bulan Juli 2020, Dinas Pariwisata DIY mengungkap aplikasi bernama Visiting Jogja yang bertujuan untuk mempermudah kegiatan berwisata dan juga tetap memperhatikan protokol kesehatan dalam kegiatan pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan evaluasi terhadap komunikasi krisis pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata DIY melalui aplikasi Visiting Jogja sebagai tindakan yang diambil dalam menyikapi kondisi pandemi COVID-19. Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana proses yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata DIY dalam melakukan komunikasi krisis pariwisata dan mencari tahu apakah tujuan dari komunikasi tersebut telah tercapai atau belum. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui wawancara mendalam dan kajian dokumen serta arsip. Penelitian ini menggunakan dua teori utama yaitu teori komunikasi krisis dan teori ekologi media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pihak Dinas Pariwisata DIY telah melakukan berbagai upaya komunikasi krisis menanggapi pandemi COVID-19 yang menyerang sektor pariwisata di Yogyakarta, namun tujuan dari aplikasi Visiting Jogja belum sepenuhnya tercapai dikarenakan beberapa hambatan, salah satu hambatannya adalah pesan mengenai penggunaan aplikasi Visiting Jogja ini belum merata kepada seluruh wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta. Hambatan lainnya adalah adanya aplikasi berbasis online lain yang sudah lebih dikenal dan diterapkan di beberapa destinasi wisata di Yogyakarta.

Kata Kunci : Komunikasi Krisis, Pariwisata, Visiting Jogja, COVID-19, Yogyakarta

## ABSTRACT

The COVID-19 pandemic has negative impacts on the tourism sector in Yogyakarta. In July 2020, the *Dinas Pariwisata DIY* (Tourism Department of Special Region of Yogyakarta) launched a mobile application called 'Visiting Jogja' which aims to facilitate travel activities and also pay attention to health protocols in tourism activities. This study aims to evaluate the tourism crisis communication carried out by the Tourism Department of Special Region of Yogyakarta through the Visiting Jogja application as an action taken in response to the COVID-19 pandemic conditions. This evaluation was done in order to know how the process carried out by the Tourism Department of Special Region of Yogyakarta in doing the tourism crisis communication and find out whether the purposes of this communication has been achieved or not. The research method in this research is qualitative. Data collection techniques used in this study were through in-depth interviews, and document and archive studies. This study used two main theories, they are crisis communication theory and media ecology theory. The results show that the Tourism Department of Special Region of Yogyakarta has made various crisis communication efforts to respond to the COVID-19 pandemic that has impacted the tourism sector in Yogyakarta, but the purpose of the Visiting Jogja application has not been fully achieved due to several obstacles, one of the obstacles is that the information about how to use Visiting Jogja application has not been evenly distributed to all tourists visiting Yogyakarta. Another obstacle is the existence of other online-based applications that are better known and have implemented in several tourist destinations in Yogyakarta.

Keywords: Crisis Communication, Tourism, Visiting Jogja, COVID-19, Yogyakarta.

