

Strategi kebijakan komunikasi krisis situasional di sektor pariwisata Indonesia = Situational crisis communication policy strategies in Indonesian tourism sector

Nani Kurniasari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20388787&lokasi=lokal>

Abstrak

Krisis di pariwisata Indonesia tidak bisa dihindari, sehingga perlu penanggulangan krisis yang tepat. Penanggulangan krisis di sektor pariwisata tidak hanya berhenti ketika krisis terjadi. Namun, diperlukan juga komunikasi pascakrisis untuk mencegah dan memperbaiki kerusakan reputasi yang terjadi. Penelitian ini mengamati strategi komunikasi pascakrisis yang terjadi di sektor pariwisata Indonesia dengan penerapan teori komunikasi krisis situasional atau Situational Crisis Communication Theory (SCCT) menggunakan pendekatan kualitatif.

Melalui penelitian ini, diketahui bahwa Indonesia menangani krisis pariwisata dengan cara responsif melalui lima langkah penanggulangan krisis, yaitu rehabilitasi, rekonstruksi, menyatakan berakhirnya krisis kepada publik, pemulihan citra dan menindaklanjuti informasi sebagai antisipasi krisis di masa depan.

Crisis in Indonesian tourism is inevitable, so need to be conquered in a suitable way. Conquering the crisis in tourism sector don't just stop when it occurs. But you also need communication post-crisis to prevent and repair the damaged reputation.

This study observes post-crisis communication strategy that is happening in Indonesian tourism sector by applying the Situational Crisis Communication Theory (SCCT) with qualitative approach.

Through this research, it is known that Indonesia handles the tourism crisis by responsive ways with five steps, which are rehabilitation, reconstruction, stating that crisis is over, image recovery, and following up the information in order to anticipate any crisis in the future.