



## RINGKASAN

SHANIA APRILIA SARI. Strategi Manajemen Krisis Kemenpar RI Dalam Menghadapi Krisis Kepariwisata Akibat Tsunami Selat Sunda. *Crisis Management Strategy of Indonesian Tourism Ministry in Dealing with Tourism Crisis Due to the Sunda Strait Tsunami*. Dibimbing oleh BAYU SURIAATMAJA SUWANDA.

Berada di area ring of fire (lingkaran api pasifik) membuat Indonesia menjadi salah satu negara yang rawan bencana. Bencana alam merupakan salah satu krisis dalam sektor pariwisata. Hal ini menjadi ancaman terhadap pengelolaan sektor pariwisata dan menjadi tantangan tersendiri bagi Kementerian Pariwisata Republik Indonesia untuk menciptakan strategi manajemen krisis yang baik.

Tujuan penulisan laporan ini adalah untuk memberikan pengetahuan mengenai Bagian Manajemen Krisis Kepariwisata pada Biro Komunikasi Publik Kemenpar RI, kategori krisis pada sektor pariwisata serta Strategi yang dilakukan oleh Kemenpar dalam menghadapi krisis kepariwisataan akibat tsunami Selat Sunda. Pengumpulan data primer dan sekunder yang terdapat pada laporan ini dilakukan pada masa Praktik Kerja Lapangan (PKL) yaitu sejak tanggal 12 Juni hingga 10 Agustus 2019 dengan melakukan observasi secara langsung, wawancara, partisipasi aktif serta studi pustaka.

Manajemen Krisis Kepariwisata atau biasa disebut MKK merupakan satuan kerja Kemenpar yang bekerja pada kondisi non-krisis atau pada keadaan normal. MKK merupakan salah satu bagian permanen dalam struktur organisasi Biro Komunikasi Publik yang disiapkan untuk bertransformasi menjadi *Tourism Crisis Center* atau TCC pada saat terjadi krisis. TCC merupakan lembaga yang dibentuk dan berjalan hanya pada fase krisis, sedangkan unit MKK memiliki peran yang sangat signifikan pada fase kesiapsiagaan (readiness).

Krisis Kepariwisata terbagi menjadi tiga kategori yaitu Krisis Pemasaran (Citra/Reputasi), Krisis Sumber Daya Manusia (SDM) Pariwisata serta Krisis Bencana Destinasi. Di akhir 2018, sektor pariwisata Indonesia mengalami krisis yang berdampak luas yaitu krisis bencana destinasi yang secara otomatis juga menyebabkan krisis pemasaran dan krisis Sumber Daya Manusia.

Strategi yang dilakukan Kemenpar dalam menghadapi krisis akibat tsunami Selat Sunda dinamai Selat Sunda Bangkit yang terbagi menjadi tiga tahapan yaitu tahap tanggap darurat, tahap pemulihan serta tahap normalisasi atau *recovery*.

Kata-kata kunci: Humas, manajemen krisis, pariwisata, strategi