

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Humas (Hubungan masyarakat) atau *Public Relations* menjadi salah satu divisi yang sangat dibutuhkan dalam sebuah organisasi. Divisi Humas yang dikenal sebagai penghubung organisasi dengan *stakeholders*nya, membuat keberadaan divisi ini menunjukkan organisasi tersebut memiliki tanggungjawab serta kepedulian terhadap *stakeholders*.

Keberadaan Humas sangat penting bagi sebuah organisasi termasuk pada lembaga pemerintahan yaitu untuk mendukung segala kegiatannya. Jefkins (2015: 10) mendefinisikan bahwa *Public Relation* adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ide ke dalam maupun ke luar, antara organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan saling pengertian. Dengan demikian lembaga pemerintah yang baik sudah seharusnya memiliki divisi Humas atau satuan kerja yang menjalankan tugas dan fungsi kehumasan.

Tugas dan Fungsi Humas tak sebatas ketika lembaga dalam situasi normal, namun juga ketika lembaga berhadapan dengan situasi krisis. Krisis secara umum dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia didefinisikan sebagai keadaan yang berbahaya, keadaan genting, kemelut, dengan suram dalam berbagai hal seperti ekonomi dan moral. Menurut Ardianto dan Soemirat (2010:183) resiko yang timbul sebagai akibat dari krisis adalah:

1. Intensitas masalah menjadi meningkat
2. Di bawah tekanan publik
3. Di bawah tekanan pemerintah dan pers
4. Operasional normal perusahaan menjadi terganggu
5. Nama baik, produk dan citra perusahaan terancam

Krisis memiliki tingkatan baik dalam kondisi krisis itu sendiri maupun dampak yang timbul akibat terjadinya krisis. Menurut Ezi Hendri (2018: 191) skala krisis pun beragam dari skala kecil hingga besar. Pada tingkat krisis dengan dampak yang besar bisa menyebabkan lembaga terpuruk dan tak dapat bangkit kembali. Krisis juga biasanya terjadi begitu cepat dan tak terduga, hal ini membuat lembaga pemerintah harus menyiapkan strategi pengelolaan krisis untuk menghadapi krisis yang datang tak terduga agar tidak menimbulkan dampak yang besar.

Bentuk strategi yang ditujukan untuk mengelola krisis biasa disebut Manajemen Krisis. Menurut Imran (2017:8) manajemen krisis ialah suatu pengelolaan manajemen dalam menanggulangi atau mengendalikan krisis hingga pemulihan citra perusahaan. Manajemen krisis diharapkan dapat menjadi jalan yang efektif menangani isu atau krisis yang sedang menimpa lembaga pemerintahan diberbagai sektor termasuk sektor pariwisata.

Indonesia merupakan negara dengan sumber daya alam yang sangat melimpah, begitupun dengan destinasi wisata yang menjadi nilai jual bagi Indonesia di mata dunia. Berdasarkan data bank Indonesia, sektor pariwisata di Indonesia tercatat menempati posisi kedua penyumbang terbanyak devisa negara, hal ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata merupakan salah satu potensi ekonomi di Indonesia. Selain itu, menurut Damanik (2013:3) diakui bahwa sumbangan sektor pariwisata terhadap devisa dan penciptaan lapangan kerja secara makro cukup signifikan. Potensi pariwisata Indonesia yang begitu menjanjikan membuat

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Sekolah Vokasi  
College of Vocational Studies

pemerintah memperhatikan sektor ini dengan serius, pengelolaan pariwisata ditangani oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia yang berada dibawah naungan dan bertanggungjawab terhadap Presiden Republik Indonesia.

Berada di area *ring of fire* (lingkaran api pasifik) membuat Indonesia menjadi salah satu negara yang rawan bencana. Bencana merupakan salah satu krisis pada sektor pariwisata. Berdasarkan pernyataan Damanik (2013: 132) musibah alam, sosial, ekonomi dan politik merupakan agenda pekerjaan besar *stakeholder* untuk mengakselerasi dan memberlanjutkan perkembangan wisata. Hal ini menjadi ancaman terhadap pengelolaan sektor pariwisata dan menjadi tantangan tersendiri bagi Kementerian Pariwisata Republik Indonesia untuk menciptakan strategi manajemen krisis yang baik. Bencana gempa di Lombok dan Bima, Nusa Tenggara Barat (NTB) menjadi pukulan besar bagi pariwisata Indonesia hingga pada tahun 2018 melalui Biro Komunikasi Publik sebagai pelaksana tugas dan fungsi Humas, Kemenpar menghadirkan bagian khusus yang berfokus mengelola bencana yang ada yaitu Manajemen Krisis Kepariwisataan.

Sektor pariwisata Indonesia kembali mengalami krisis kepariwisataan yang berdampak luas pada Minggu, 22 Desember 2018. Gelombang tsunami menghantam perairan Selat Sunda yang menyebabkan 431 orang tewas, 7200 orang luka-luka, 15 orang hilang dan 46.646 orang mengungsi. Tsunami tersebut membawa dampak yang besar terhadap sektor pariwisata khususnya di daerah Tanjung Lesung yang merupakan salah satu destinasi prioritas. Tak hanya berdampak pada wilayah Pangleng yang terdapat objek atraksi wisata, aksesibilitas dan berbagai amenitas pariwisata pun lumpuh.

Kondisi krisis kepariwisataan akan berdampak luas jika tidak dilakukan penanganan yang serius. Sektor pariwisata yang menjadi salah satu sumber devisa negara akan lumpuh jika Strategi manajemen krisis pada kementerian pariwisata tidak berjalan sesuai yang diharapkan. Bagian Manajemen Krisis Kepariwisataan Biro Komunikasi Publik Kementerian Pariwisata Republik Indonesia bertanggungjawab menciptakan Strategi manajemen krisis terbaik untuk dapat mengembalikan aktivitas pariwisata pasca tsunami di Selat Sunda. Dengan demikian, penulisan mengenai Strategi Manajemen Krisis Kepariwisataan akibat tsunami Selat Sunda perlu dibahas untuk memahami strategi yang dapat dilakukan oleh Bagian Manajemen Krisis Kepariwisataan sebagai salah satu bagian dari penjalan tugas dan fungsi kehumasan pada lembaga pemerintahan dalam menghadapi krisis pada sektor pariwisata serta mengembalikan kondisi kepariwisataan sehingga tidak menimbulkan dampak berkepanjangan.

### Rumusan Masalah

Bagian khusus yang menangani krisis kepariwisataan serta kategori krisis pada sektor pariwisata perlu dipahami lebih dulu untuk kemudian dapat mengkaji strategi yang dilakukan untuk menghadapi krisis akibat tsunami Selat Sunda. Adapun masalah yang dikaji dalam laporan akhir ini meliputi:

1. Bagaimana profil Bagian Manajemen Krisis Kepariwisataan Biro Komunikasi Publik Kemenpar RI?
2. Bagaimana kategori krisis pada sektor Kepariwisataan Kementerian Pariwisata RI?
3. Bagaimana strategi manajemen krisis Kepariwisataan akibat tsunami Selat Sunda?

## Tujuan

Pengkajian terhadap strategi manajemen krisis kepariwisataan akibat tsunami Selat Sunda penting adanya demi memahami strategi terbaik yang dilakukan pemerintah dalam menangani krisis pada sektor pariwisata hingga keadaan kembali normal. Adapun tujuan dibuatnya laporan ini adalah:

1. Menjelaskan profil Bagian Manajemen Krisis Kepariwisata pada Biro Komunikasi Publik Kemenpar RI.
2. Menjelaskan kategori krisis pada sektor Kepariwisata pada Kementerian Pariwisata RI.
3. Menjelaskan strategi manajemen krisis kepariwisataan akibat tsunami Selat Sunda.

## METODE

### Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data laporan akhir ini dilakukan di Biro Komunikasi Publik Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, Gedung Sapta Pesona yang beralamat di Jalan Medan Merdeka Barat No.17, RT.2/RW.3, Gambir, Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Waktu pengumpulan data dilaksanakan dalam kurun waktu Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama dua bulan, sejak tanggal 12 Juni sampai 10 Agustus 2019.



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

### Data dan Instrumen

Jenis data yang dihimpun selama pembuatan tugas akhir ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung baik dari pembimbing lapangan maupun staf dari Bagian Manajemen Krisis Kepariwisata yang berupa informasi mengenai rangkaian strategi Kemenpar menangani Krisis Kepariwisata pasca tsunami selat sunda, sistem kerja di Bagian Manajemen Krisis Kepariwisata, serta banyak hal lainnya yang berhubungan dengan kegiatan di lapangan. Adapun data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dengan memanfaatkan data yang sudah ada yang berupa informasi mengenai gambaran umum Biro Komunikasi Publik, tugas fungsi pokok dari setiap bagian sesuai peraturan yang berlaku, dokumentasi penanganan krisis, juga struktur organisasi dari Biro Komunikasi Publik yang diperoleh dari situs resminya.

Instrumen merupakan alat yang digunakan untuk membantu pengumpulan data. Instrumen yang digunakan dalam penyusunan data di laporan akhir berupa daftar pertanyaan, flashdisk, alat perekam, dan kamera

### Teknik Pengumpulan Data

Penyusunan laporan akhir ini tak terlepas dari beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan meliputi: