

Komunikasi Pariwisata Pemerintah Provinsi DIY Pada Masa New Normal

Oleh: Prof. Dr. Suranto, Benni Setiawan, Ulfah Hidayati

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pariwisata Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) pada masa adaptasi kebiasaan baru (new normal). Melalui penelitian ini juga akan dilihat bagaimana Dinas Pariwisata Provinsi DIY melakukan komunikasi strategis untuk tetap menghidupkan sektor pariwisata di masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun tempat penelitian berada di Dinas Pariwisata Provinsi DIY. Sumber data didapatkan dari hasil observasi, dokumentasi dan wawancara dengan penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yang melibatkan 2 responden, yaitu Ketua Seksi Promosi dan Ketua Seksi Pelayanan Informasi Pariwisata, Dinas Pariwisata Provinsi DIY.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 yang berlangsung dari awal tahun 2020 telah menurunkan laju pariwisata di DIY sebesar minus 6 %. Menghadapi kondisi tersebut, Dinas Pariwisata Provinsi DIY melakukan strategi utama, yaitu: pemulihan destinasi dan pemulihan pasar. Kedua strategi tersebut dilakukan melalui kerja sama dengan mitra, pengelolaan media sosial, pembuatan aplikasi VisitingJogja, dan peluncuran Pranatan Anyar Plesiran Jogja. Kerjasama dengan mitra di sini adalah kerja sama dengan biro travel, Mitra Praja Utama yang merupakan forum koordinasi wisata antar provinsi, dan lembaga perbankan seperti BI dan BPD. Pengelolaan media sosial dilakukan melalui aktivasi semua platform media sosial (akun @visitingjogja) dengan konten menyentuh emosional audiens akan kenangan Yogyakarta dan kegiatan *virtual tour*. Aplikasi VisitingJogja yang merupakan upaya transformasi digital seputar pariwisata di DIY juga terintegrasi dengan aplikasi PeduliLindungi demi mewujudkan wisata yang aman di masa Covid-19. Sedangkan untuk Pranatan Anyar Plesiran Jogja (Panduan Adaptasi Kebiasaan baru) merupakan buku pedoman berisi alur dan mekanisme dasar protokol kesehatan sektor pariwisata pada masa *new normal* di lingkungan masyarakat secara luas.

Kata Kunci: *strategi komunikasi, pariwisata, new normal*