

ABSTRAK

Rania Ulfa Matturi. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura. Strategi Komunikasi Pengelola Wisata Pantai Sembilan pasca Pandemi Covid-19.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi Pengelola Pantai Sembilan Pasca Pandemi Covid-19. Subjek penelitian ini adalah pengelola Pantai Sembilan, kepala desa, pedagang dan pengunjung. Objek dalam penelitian ini adalah Strategi Komunikasi pengelola wisata, pariwisata Pantai Sembilan, pasca pandemic Covid-19.

Penelitian ini menggunakan teori Quinn dan Mintzberg. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik observasi wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pengumpulan data dan pengolahan data.

Hasil penelitian ini diketahui bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh pengelola wisata untuk mencapai tujuan yang diinginkan keputusan untuk bisa beroperasi kembali pada sektor pariwisata disini menjelaskan bagaimana perilaku masyarakat bisa beradaptasi kembali dalam melakukan aktivitas secara normal dengan mengedepankan protokol kesehatan sesuai dengan anjuran pemerintah. Terlihat bahwa kondisi sektor pada pariwisata di Pantai Sembilan masih belum stabil akibat pandemi Covid-19. Dimana pengelola hanya mengandalkan dua sosial media untuk mempromosikan Pantai Sembilan dengan konten-konten yang sangat biasa yang tidak bisa menarik pengunjung untuk datang berkunjung. Media sosial yang digunakan hanya terjangkau jika orang-orang mengakses untuk mencari tahu seperti apa Pantai Sembilan. Dari pihak pengelola wisata harusnya memberikan terobosan baru dengan membuat kegiatan atau menggunakan media sosial lain dan menyesuaikan konten-konten yang sedang ramai dikalangan masyarakat untuk mendapatkan *feedback* sesuai yang diinginkan. Dikarenakan dari pihak pengelola sudah menerapkan pemberlakuan kenormalan baru (*new normal*) untuk menciptakan rasa aman akan bahaya pandemi Covid-19 dengan memperhatikan protokol kesehatan sesuai dengan anjuran pemerintah. Sehingga, kenormalan baru dapat diartikan sebagai masa transisi dari kehidupan normal yang dulu beralih dari pola hidup standar kesehatan sesuai ketetapan World Health Organization (WHO).

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Pantai Sembilan, Pandemi Covid-19, Pemulihan Pariwisata

ABSTRACT

Rania Ulfa Matturi. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura. Strategi Komunikasi Pengelola Wisata Pantai Sembilan pasca Pandemi Covid-19.

The purpose of this study was to determine the Communication Strategy of Nine Beach Managers after the Covid-19 Pandemic. The subjects of this research are the managers of Pantai Sembilan, village heads, traders and visitors. The object in this study is the Communication Strategy for tourism managers, Pantai Sembilan tourism, after the Covid-19 pandemic.

This study uses the theory of Quinn and Mintzberg. This research is a qualitative descriptive study. The data collection technique in this research is to use interview observation and documentation techniques. Data analysis techniques in this study used data collection and data processing.

The results of this study note that the communication strategy carried out by tourism managers to achieve the desired goals, the decision to be able to operate again in the tourism sector here explains how people's behavior can adapt back in carrying out normal activities by prioritizing health protocols in accordance with government recommendations. It can be seen that the condition of the tourism sector on Pantai Sembilan is still unstable due to the Covid-19 pandemic. Where the manager only relies on two social media to promote Pantai Sembilan with very ordinary content that cannot attract visitors to come visit. The social media used is only affordable if people access it to find out what Pantai Sembilan looks like. From the tourism management side, it should provide new breakthroughs by creating activities or using other social media and adjusting content that is currently busy among the public to get the desired feedback. Because the management has implemented a new normal to create a sense of security about the dangers of the Covid-19 pandemic by paying attention to health protocols in accordance with government recommendations. Thus, the new normal can be interpreted as a transition period from normal life that used to shift from a standard health lifestyle according to the provisions of the World Health Organization (WHO).

Keyword : Communication Strategy, Sembilan Beach, Pandemic Covid-19, Tourism Recovery