

**Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP**

## **STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA PERUM PERHUTANI KPH BOGOR (STUDI KASUS PADA WISATA CURUG CIHERANG DI MASA PANDEMI COVID-19)**

Alifia Salsabila

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76161&lokasi=lokal>

---

### **Abstrak**

Pandemi Covid-19 memberikan dampak bagi semua sektor perekonomian diantaranya adalah sektor pariwisata. Salah satu tempat destinasi wisata yang terkena dampak Covid-19 adalah Curug Cherang yang dimana dikelola langsung oleh Perum Perhutani KPH Bogor. Curug Ciherang mengalami penurunan pengunjung dan pendapatan yang disebabkan oleh kebijakan pemerintah untuk meminimalisirkan penyebaran Covid-19 seperti Pembatasan Sosial Berskala Besar (PPKM), kuota pengunjung dan keterangan vaksinasi. Selain itu terdapat juga rasa ketakutan dan kekhawatiran pengunjung tertular virus Covid-19 ketika sedang berkunjung ketempat wisata. Melihat situasi krisis maka Perum Perhutani KPHBogor mencoba mencari solusi agar dapat memperbaiki keadaan dengan menentukan sebuah strategi komunikasi pariwisata. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pariwisata Perum Perhutani KPH Bogor pada Curug Ciherang di masa pandemi Covid-19.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme serta teori yang digunakan adalah teori organisasi tentang (enactement, selection dan retention ) dan model perencanaan komunikasi Philip Lesly. Terdapat dua komponen utama pada teori yaitu organisasi sebagai pihak pelaksana kegiatan dan publik sebagai sasaran kegiatan. Organisasi melawati empat diantaranya analisis dan riset, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan, dan kegiatan komunikasi. Sedangkan publik melewati dua tahap diantaranya feedback, evaluasi dan penyesuaian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, metode studi kasus, dan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah Perum Perhutani KPH Bogor sebagai pengelola tempat wisata alam untuk mengetahui strategi komunikasi pariwisata yang dilakukan pada Curug Ciherang di masa pandemi Covid-19.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pariwisata Perum Perhutani KPH Bogor yang dilakukan menggunakan sistem digital marketing dalam melakukan promosi serta mengingatkan para pengunjung tentang tempat wisata melalui saluran media sosial akun official instagram serta terdapat juga strategi komunikasi pariwisata menggunakan saluran publik seperti spanduk dan banner yang dimana semua informasi Covid-19 didapatkan langsung dari satgat Covid-19. Hasil penelitian sudah sesuai dengan tahapan teori informasi organisasi yaitu enactement, selection dan retention serta model perencanaan komunikasi Philip Lesly yaitu analisis dan riset, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan, dan kegiatan komunikasi. penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah gambaran terkait strategi komunikasi pariwisata terkait perencanaan yang digunakan untuk melewati situasi krisis pandemi Covid-19.