

TESIS

**AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* HOTEL BINTANG LIMA DI YOGYAKARTA
DALAM MENGATASI KRISIS PANDEMI BERBASIS MODEL *CRISIS
EMERGENCY RISK COMMUNICATION (CERC)*
(Studi Kasus Hotel Melia Purosani Yogyakarta, Royal Ambarrukmo Yogyakarta dan
Hotel Tentrem Yogyakarta)**



Precy Setyadhika Permata

195502999

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2023

***PUBLIC RELATIONS ACTIVITIES OF FIVE STAR HOTELS IN YOGYAKARTA IN
HANDLING THE PANDEMIC CRISIS BASED ON THE CRISIS EMERGENCY
RISK COMMUNICATION (CERC) MODEL***

***(Case Study Hotel Melia Purosani Yogyakarta, Royal Ambarrukmo Yogyakarta and
Hotel Tentrem Yogyakarta)***



Precy Setyadhika Permata

195502999

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : PRECY SETYADHIKA PERMATA

Npm : 195502999

Konsentrasi : Manajemen Komunikasi Publik

Judul Tesis : AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* HOTEL BINTANG LIMA DI YOGYAKARTA DALAM MENGATASI KRISIS PANDEMI BERBASIS MODEL *CRISIS EMERGENCY RISK COMMUNICATION* (CERC)
(Studi Kasus Hotel Melia Purosani Yogyakarta, Royal Ambarukmo Yogyakarta dan Hotel Tentrem Yogyakarta)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tesis yang saya tulis adalah hasil karya sendiri, bukan merupakan pengalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa tesis ini hasil duplikat, plagiat dan dibuat oleh orang lain secara keseluruhan, maka tesis dan gelar yang diperoleh karenanya batal dan bersedia menerima sanksi atas perbuatan yang dilakukan.

Yogyakarta, 24 Juli, 2023



PRECY SETYADHIKA PERMATA



Program Studi Magister
Ilmu Komunikasi
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PENGESAHAN TESIS

Nama : PRECY SETYADHIKA PERMATA
Nomor Mahasiswa : 195502999
Konsentrasi : MANAJEMEN KOMUNIKASI PUBLIK
Judul Tesis : AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* HOTEL BINTANG
LIMA DI YOGYAKARTA DALAM MENGATASI KRISIS
PANDEMI BERBASIS MODEL *CRISIS EMERGENCY
RISK COMMUNICATION (CERC)*
(Studi Kasus Hotel Melia Purosani Yogyakarta, Hotel
Tentrem Yogyakarta dan Hotel Royal Ambarrukmo
Yogyakarta)

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda Tangan

Drs. Mario Antonius Birowo, MA., Ph.D

24 Juli 2023



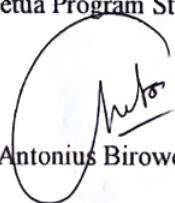
Program Studi Magister
Ilmu Komunikasi
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PENGESAHAN TESIS

Nama : PRECY SETYADHIKA PERMATA
Nomor Mahasiswa : 195502999
Konsentrasi : MANAJEMEN KOMUNIKASI PUBLIK
Judul Tesis : *AKTIVITAS PUBLIC RELATIONS HOTEL BINTANG LIMA DI YOGYAKARTA DALAM MENGATASI KRISIS PANDEMI BERBASIS MODEL CRISIS EMERGENCY RISK COMMUNICATION (CERC)*
(Studi Kasus Hotel Melia Purosani Yogyakarta, Hotel Tentrem Yogyakarta dan Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta)

Nama Penguji	Tanggal	Tanda Tangan
G. Arum Yudarwati, S.I.P., M.Mktg.Comm, Ph.D	24 Juli 2023	
Drs. Mario Antonius Birowo, MA., Ph.D	24 Juli 2023	
Dr. Y. Argo Twikromo, MA.	24 Juli 2023	

Ketua Program Studi


Drs. Mario Antonius Birowo, MA., Ph.D

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk melihat aktivitas *public relations* hotel bintang lima di Yogyakarta mengatasi krisis pandemic berbasis model CERC. Penelitian ini berjenis deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus yang melakukan wawancara mendalam kepada tiga narasumber serta riset dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masa pra krisis adalah masa yang paling krusial dalam sebuah krisis karena harus segera ditangani dengan baik. Hanya ada satu dari tiga hotel bintang lima yang menjalani fase pra krisis ini. Hal ini didukung adanya pengumpulan informasi dan riset oleh tim krisis dari jaringan pusat hotel tersebut yaitu Melia Hotel International. Sedangkan dua hotel lainnya yang merupakan hotel *independent* mengalami kesulitan pada fase ini karena kurangnya riset dan analisis untuk krisis tersebut sehingga kesulitan menentukan strategi pada masa awal pandemi.

Pada saat krisis, aktivitas ketiga hotel tersebut berfokus pada penggunaan platform digital terutama sosial media Instagram, *official website* hotel, *whatsapp blast*, *email* dan *newsletter*. Konten yang mereka unggah seputar informasi mengenai COVID-19, peraturan *safety and hygiene protocol*, konten mengenai perolehan sertifikasi CHSE dan vaksinasi, konten video terkait keunggulan hotel dan protokol kesehatan yang diterapkan di hotel. Pada fase evaluasi, *public relations* dari ketiga hotel tersebut juga memiliki cara yang sama saat krisis yaitu melakukan evaluasi setiap saat dari program-program yang saat itu direncanakan. Pesan yang berusaha disampaikan oleh *public relations* pada krisis kepada publik melalui sosial media selalu menampilkan nada empati. *Public relations* menjalin hubungan baik dengan internal dan eksternal selama masa ini. Baik dengan *general manager*, kepala departemen maupun departemen lain di hotel. Untuk pihak eksternal, *public relations* juga berkomunikasi baik dengan influencer, media massa, masyarakat dan komunitas.

Keywords: aktivitas *public relations*, COVID-19, komunikasi krisis, model CERC

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out public relations activities of five-star hotels in Yogyakarta over the pandemic crisis based on the CERC model. This research is a qualitative descriptive type using a case study method that conducts in-depth interviews with three informants as well as documentation research.

The study showed that the pre-crisis period is the most crucial period in a crisis because it must be handled properly. Only one out of three five-star hotels is undergoing this pre-crisis phase. This is supported by the collection of information and research by the crisis team from the central hotel chain, namely Melia Hotel International. Meanwhile, the other two hotels, which are independent hotels, experienced difficulties in this phase due to a lack of research and analysis for the crisis, which made it difficult to determine strategies at the start of the pandemic. During a crisis, the activities of the three hotels focused on using digital platforms, especially social media Instagram, the hotel's official website, *whatsapp* blast, email and newsletter. The content they upload is about information about COVID-19, safety and hygiene protocol regulations, content about obtaining CHSE certification and vaccinations, video content related to hotel excellence and health protocols implemented in hotels. In the evaluation phase, the public relations of the three hotels also used the same method during a crisis, namely conducting evaluations at any time of the programs that were planned at that time. The message that public relations tries to convey during a crisis to the public through social media always displays an empathetic tone. Public relations maintained good relations internally and externally during this period. Both with general managers, heads of departments and other departments in the hotel. For external parties, public relations also communicates well with influencers, the mass media, the public and the community.

Keywords : *public relations activity*, COVID-19, *communication crisis*, CERC model.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan, atas berkat dan rahmat Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Aktivitas *Public Relations* Hotel Bintang Lima di Yogyakarta Dalam Mengatasi Krisis Pandemi Menggunakan Model *Crisis Emergency Risk Communication* (CERC) (Studi Kasus Hotel Melia Purosani Yogyakarta, Hotel Tentrem Yogyakarta dan Hotel Royal Ambarukmo Yogyakarta)” sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Magister Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini dapat selesai dengan adanya dukungan, bimbingan serta bantuan dari semua pihak baik dalam bentuk materi maupun non materi, maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Mario Antonius Birowo, MA., Ph.D selaku dosen pembimbing dan ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta penulis yang dengan sukarela meluangkan waktunya untuk membimbing dan menyemangati penulis hingga tesis ini dapat terselesaikan tepat waktu.
2. Ibu G. Arum Yudarwati, S.I.P., M.Mktg.Comm, Ph.D bersama Bapak Dr. Argo Twikromo. Y., MA. selaku para dosen penguji penulis yang telah memberikan arahan serta bimbingan dalam penyelesaian tesis yang penulis susun sebagai syarat

mendapatkan gelar dalam menempuh pendidikan Magister Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

4. Para dosen dan semua Staf Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang selama ini telah banyak membantu dalam kegiatan perkuliahan dan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Orang tua tercinta penulis yang memberikan kesempatan dan mempercayai penulis untuk dapat menimba ilmu magister dan membantu untuk menjaga cucu kesayangannya saat penulis menyelesaikan tesis ini. Terimakasih atas doa dan kasih sayangnya serta dukungan materi yang berlimpah kepada penulis.
6. Suami tercintaku, Bernado Rizky Julhenry terimakasih karena selalu sabar untuk mendengarkan segala keluh kesah selama ini dan membantu penulis ketika mengalami kesulitan. Anakku tersayang Elsa Ginata Lituhayu Julhenry yang pintar sekali tanpa rewel saat ditinggal mama mengerjakan tesis ini. I love you both, so much!
7. Sahabat penulis Cecil, Finlan, Bella, Bu Chris, Yuni dan teman-teman seperjuangan MIK UAJY yang selalu memberikan semangat dan menaruh perhatian kepada penulis selama proses kuliah dan menyelesaikan tesis ini.
8. Semua *support system* penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu serta di manapun keberadaan kalian, penulis mengucapkan terimakasih.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih jauh dari kata sempurna, namun penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat. Dengan segala kerendahan hati penulis meminta maaf jika dalam penulisan ini terdapat kekurangan dan kekeliruan, penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun demi menyempurnakan penulisan tesis ini. Terima Kasih.

Yogyakarta, 24 Juli 2023

Precy Setyadhika Permata



DAFTAR ISI

INTISARI.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR BAGAN.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
1. Manfaat Akademis.....	8
2. Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	8
A. Penelitian Terdahulu.....	9
1. <i>The Role of Hotel Public Relations In Crisis Management During The COVID-19 Pandemic</i>	10
2. Pemetaan Komunikasi Resiko Kesehatan Berbasis Model CERC pada Satgas COVID-19 di Malang Raya.....	11
3. Penerapan <i>Crisis and Emergency Risk Communication (CERC)</i> untuk mengatasi Pandemi COVID-19 di Indonesia.....	12
4. <i>CERC as a Theoretical Framework for Research and Practice</i>	13
B. Kerangka Teori.....	15
1. Komunikasi Krisis.....	15
2. <i>Crisis Emergency Risk Communication (CERC)</i>	19
3. Pesan.....	23
4. Public Relations.....	26
C. Kerangka Konsep.....	29
1. Aktivitas Public Relations.....	30
2. Komunikasi Krisis.....	32
3. <i>Crisis Emergency Risk Communication (CERC)</i>	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Metode Penelitian.....	35
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	36
D. Teknik Pengumpulan Data.....	37

E. Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	40
A. Profil Hotel Bintang Lima di Yogyakarta.....	40
1. Hotel Melia Purosani Yogyakarta.....	41
2. Royal Ambarrukmo Yogyakarta.....	43
3. Hotel Tentrem Yogyakarta.....	46
B. Hasil Penelitian.....	48
1. Aktivitas Public Relations.....	48
a. <i>Research and Analysis</i>	49
b. <i>Policy Formulation</i>	51
c. <i>Programming</i>	54
d. <i>Communication</i>	57
e. <i>Feedback</i>	66
f. <i>Assessment</i>	68
2. Implementasi Aktivitas Public Relations Saat Krisis Pandemi Menggunakan Model <i>Crisis Emergency Risk Communication (CERC)</i>	69
a. <i>Pre-crisis</i>	70
b. <i>Initial</i>	74
c. <i>Maintenance</i>	82
d. <i>Resolution</i>	93
e. <i>Evaluation</i>	99
C. Analisis Penelitian.....	102
1. <i>Be First</i>	104
2. <i>Be Right</i>	106
3. <i>Be Credible</i>	108
4. <i>Express Empathy</i>	109
5. <i>Promote Action</i>	110
6. <i>Show Respect</i>	112
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	113
A. KESIMPULAN.....	113
B. SARAN.....	116
Daftar Pustaka.....	117
Interview Guide.....	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Representasi dari Enam Prinsip CERC.....	20
Gambar 2.2 <i>Crisis Communication Lifecycle (CCL)</i>	21
Gambar 2.4 <i>Public Relations Process</i>	28
Gambar 4.1.1 Konten Instagram Melia Purosani dari Corporate Global.....	57
Gambar 4.1.2 Pemberitaan Mengenai Melia Purosani di Media Lokal.....	57
Gambar 4.1.3 Konten Room and F&B Promotion.....	58
Gambar 4.1.4 Konten Video The Series Royal Ambarrukmo Yogyakarta & Bandara Yogyakarta.....	59
Gambar 4.1.5 Video Protokol Kesehatan Royal Ambarrukmo Yogyakarta.....	60
Gambar 4.1.6 Press Release Mengenai Royal Ambarrukmo Yogyakarta.....	61
Gambar 4.1.7 Precaution COVID-19 di Website Royal Ambarrukmo Yogyakarta.....	63
Gambar 4.1.8.....Policy and Procedure COVID-19 Precaution Hotel Tentrem Yogyakarta.....	64
Gambar 4.1.9 Konten Protokol Kesehatan Hotel Tentrem Yogyakarta.....	65
Gambar 4.1.10 Konten Instagram Menggunakan Celebrity Endorsement.....	66
Gambar 4.2.1 Fase Krisis dalam Model CERC.....	70
Gambar 4.2.2 Unggahan Sosial Media Hotel Tentrem Yogyakarta Awal Pandemi.....	76
Gambar 4.2.3 Unggahan Video di Sosial Media Hotel Tentrem Yogyakarta.....	77
Gambar 4.2.4 Konten Video Protokol Kesehatan & The Series Royal Ambarrukmo Yogyakarta.....	79
Gambar 4.2.5 Cleaning and Safety Protocol COVID-19.....	80
Gambar 4.2.6 Konten Sosial Media Melia Purosani.....	81
Gambar 4.2.7 Konten Sosial Media Pemasangan UVC di Hotel Tentrem Yogyakarta.....	83
Gambar 4.2.8 Press Release Pemasangan UVC di Hotel Tentrem Yogyakarta di Media... 84	84
Gambar 4.2.9 Konten Protokol Kesehatan Terbaru Royal Ambarrukmo Yogyakarta.....	86
Gambar 4.2.10 Konten Sertifikasi CHSE Royal Ambarrukmo Yogyakarta.....	86
Gambar 4.2.11 Konten Sertifikasi Beurau Veritas Hotel Melia Purosani.....	88
Gambar 4.2.12 CSR Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta.....	90
Gambar 4.2.13 Program ‘From Jogja with Love’	92
Gambar 4.2.14 Giveaway Hotel Tentrem Yogyakarta.....	95
Gambar 4.2.15 Hybrid Meeting Royal Ambarrukmo Yogyakarta.....	97
Gambar 4.2.15 Pameran ‘No Boundaries’ Hotel Melia Purosani Yogyakarta.....	98
Gambar 4.2.16 Giveaway Hotel Melia Purosani.....	99

DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1.....	101
----------------	-----



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Hotel Bintang & Non Bintang di Yogyakarta.....	2
Tabel 3.1 Sub Tema dan Alur Teknik Pengumpulan Data.....	38

