

**KOMUNIKASI KRISIS HW HOTEL PADANG PASCA
KEMUNCULAN PANDEMI COVID-19**

(Studi Kasus Penutupan HW Hotel Padang 1 April – 31 Mei 2020)

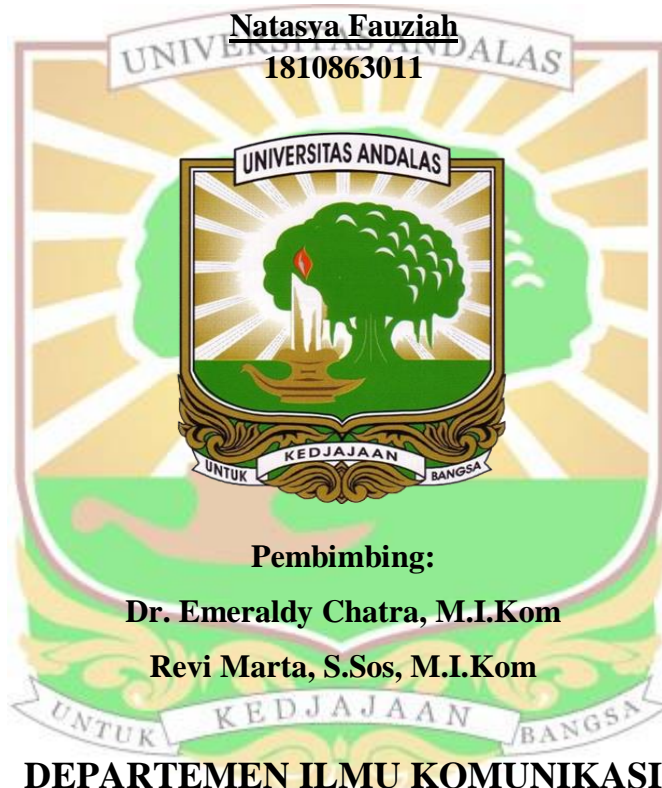
SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Universitas Andalas**

Oleh:

Natasya Fauziah

1810863011



Pembimbing:

Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom

Revi Marta, S.Sos, M.I.Kom

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2022

ABSTRAK

KOMUNIKASI KRISIS HW HOTEL PADANG PASCA KEMUNCULAN PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS PENUTUPAN HW HOTEL PADANG 1 APRIL – 31 MEI 2020)

Oleh:

Natasya Fauziah
1810863011

Pembimbing:

Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom
Revi Marta, S.Sos, M.I.Kom

Sejak kemunculan virus corona di Indonesia, angka penyebarannya terus bergerak naik. Pemerintah berupaya memperkecil kemungkinan penyebaran dengan menutup tempat-tempat yang dikunjungi oleh banyak orang. HW Hotel Padang merupakan salah satu hotel berbintang yang ditutup pada masa awal pandemic sehingga menjadi krisis bagi perusahaannya. Untuk mengetahui tahapan serta kendala yang ditemukan oleh pihak HW Hotel Padang selama pelaksanaan komunikasi krisis, dilakukan penelitian dengan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus, dengan harapan dapat disajikan hasil penelitian sebagaimana yang terjadi di lapangan ketika permasalahan berlangsung. Hasil penelitian ini menyajikan tahapan-tahapan yang dilalui oleh pihak HW Hotel padang, yang mana terdapat enam tahapan dimulai dari identifikasi hingga evaluasi terhadap krisis. Pada masa kritis, krisis dikelola oleh tim tanggap darurat yang bekerjasama dengan tim *marketing* untuk melaksanakan alternatif tindakan guna membantu pemasukan perusahaan. Pelaksanaan tahapan demi tahapan oleh pihak HW Hotel Padang juga mengalami hambatan, dimana terhambat oleh aturan perusahaan yang mempersempit ruang gerak praktisi *public relations* serta masalah kesehatan yang juga dipicu oleh virus korona. Hambatan yang dilalui juga beriringan dengan dukungan, dimana pihak HW Hotel J Padang berhasil melewati krisis dengan formasi perusahaan lengkap sebagaimana sebelumnya serta kemudahan penyampaian informasi membantu proses komunikasi krisis yang dilalui pihaknya.

Kata Kunci: Komunikasi Krisis, Public Relations, Virus Corona,

ABSTRACT

CRISIS COMMUNICATION OF HW HOTEL PADANG AFTER THE EMERGENCE OF THE COVID-19 PANDEMIC (CASE STUDY OF TEMPORARY CLOSURE OF HW HOTEL PADANG APRIL, 1ST – MAY, 31ST 2020)

By:
Natasya Fauziah
1810863011

Supervisor:
Dr. Emeraldy Chatra, M.I. Kom
Revi Marta, S. Sos, M.I. Kom

Since the emergence of the corona virus in Indonesia, the number of cases spread continues to move up. The government is trying to minimize the possibility of the virus spread by closing places visited by many people. HW Hotel Padang is one of the three-star hotels that was closed at the beginning of the pandemic, so it became a crisis for the company. In the corporate structure, it is important to address the problems faced by a PR practitioner. To find out the obstacles found by HW Hotel Padang during the implementation of crisis communication, this research was carried out using qualitative methods and a case study approach, with the hope that the results of this research can be presented as what happened in the field when it happened. To get the right information, interviews were conducted with parties involved in crisis communication conducted by HW Hotel Padang with additional data from observations on HW Hotel Padang's social media. The results of this study present the stages that HW Hotel Padang goes through, which stages start from the evaluation of the crisis. The implementation of the stages by the HW Hotel Padang also encountered obstacles, which were hampered by company regulations that narrowed the space for public relations practitioners and health problems which were also triggered by the coronavirus. The obstacles that were passed also went hand in hand with support, where the HW Hotel Padang managed to get through the crisis with a complete company formation as before and facilitated the delivery of information to help the communication process.

Keywords: Crisis Communication, CoronaVirus, Public Relations