

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Meningkatnya minat masyarakat dalam bidang lari pada tahun 2024 secara signifikan menjadi fenomena yang menarik. Tren ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup sehat masyarakat modern. Menurut data yang dirilis *Garmin*, jumlah pelari di Indonesia meningkat pada tahun 2024. Fenomena ini menunjukkan peningkatan minat terhadap kesehatan dan kebugaran serta pentingnya lari sebagai bagian dari gaya hidup. Data yang dikumpulkan dari aplikasi *Garmin Connect* menunjukkan perkembangan tren lari ini di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Pada Mei 2024 lebih dari 80.000 pelari meningkat di Indonesia dibandingkan bulan sebelumnya hanya 35.000 pelari.

Meningkatnya minat ini, penyelenggaraan acara besar maupun kecil menjadi semakin inklusif dan beragam. Tidak hanya maraton atau *half marathon*, tetapi juga muncul berbagai format unik seperti lari malam, lari di alam bebas, atau lari dengan tema tertentu. Tren ini semakin diperkuat dengan penyelenggaraan *Dino Night Run 2024*, yang menyuguhkan pengalaman lari yang berbeda dan menarik bagi para peserta.

Dino Night Run merupakan salah satu acara yang tidak hanya sebuah acara *fun run*, tetapi juga mendorong gaya hidup aktif dan mempromosikan Jawa Timur Park 3 sebagai tempat wisata yang unik dan menarik. *Dino Night Run 2024* merupakan acara tahunan yang diselenggarakan oleh Jawa Timur Park Group, acara ini menggabungkan konsep semangat olahraga lari dengan keindahan malam di Jawa Timur Park 3. Lebih dari sekadar perlombaan lari melainkan menjadi ajang promosi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik lebih banyak wisatawan ke Jawa Timur Park 3 pada malam hari.

Acara tersebut menjadi acara tahunan yang dinantikan dan sudah berjalan 2 *season*. Acara ini dirangkai dengan konsep mengelilingi banyak nya destinasi wisata sebagai spot untuk lari dan foto seperti *Dino Park*, *The Legend Stars Park*, dan *Millenial Glow Garden* dengan latar belakang yang unik. Rute sepanjang 5

KM ini dirancang untuk memberikan pengalaman yang tak terlupakan bagi para peserta, sambil menikmati keindahan lampu-lampu hias dan suasana malam yang penuh keajaiban. Selain aspek olahraga, *Dino Night Run* juga dikemas dengan berbagai kegiatan pendukung yang menarik, seperti pertunjukan musik, *dance performance*, dan *DJ performance*.

Acara ini diselenggarakan bertujuan untuk menciptakan atmosfer yang meriah dan menghibur, serta memberikan kesempatan bagi peserta untuk berinteraksi dan bersosialisasi dengan sesama pelari. Dalam berjalannya acara tersebut pastinya organisasi mempunyai cara sendiri dalam membuat konsep secara keseluruhan. Tentunya dalam merancang acara ini dibutuhkan komunikasi yang sangat amat kuat dalam hal penyampaian informasi baik dilakukan dalam sebuah persiapan atau pada hari *event* itu terlaksana. Tidak dipungkiri bahwa pastinya harus menyusun berbagai macam strategi komunikasi untuk menjaga-jaga hal-hal krisis tidak terjadi.

Berdasarkan data dari panitia penyelenggara serta terlihat dari antusiasme peserta dari media sosial, *Dino Night Run* tahun lalu telah sukses digelar dengan antusiasme peserta yang luar biasa, jumlah peserta yang mengikuti acara ini mengalami peningkatan signifikan dibandingkan tahun sebelumnya yang mana pada tahun 2023 sebanyak 750 peserta, namun pada tahun ini meningkat sebanyak 1.500 peserta lari yang terdaftar. Hal ini menunjukkan minat masyarakat yang terus tumbuh terhadap *event* ini. Berkat perencanaan yang matang dan pelaksanaan yang profesional, acara pada tahun 2023 ini berjalan lancar tanpa kendala berarti, sehingga tidak hanya memberikan kepuasan bagi peserta, namun juga menjaga reputasi positif Jawa Timur Park 3.

Rancangan dalam membuat acara sebesar ini tentunya mempertaruhkan reputasi Jawa Timur Park 3 dan setiap organisasi memiliki dinamika organisasi bervariasi dari satu organisasi ke organisasi lainnya. Proses organisasi penuh dengan kejadian yang direncanakan dan tidak terduga. Kompleksitas dan kecepatan perubahan yang mempengaruhi organisasi dapat menjadi suatu krisis. Tidak ada organisasi yang benar-benar dapat menghindari krisis. Selain itu, krisis baru juga berdampak pada reputasi dan kredibilitas organisasi. Reaksi dan

tanggapan dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap reputasi suatu perusahaan, dan reputasi tersebut mungkin akan diperhitungkan di kemudian hari, sehingga perusahaan perlu menyikapi hal ini.

Krisis baik internal maupun eksternal, dapat terjadi kapan saja dan dari berbagai sumber. Krisis dalam organisasi dapat berupa bencana alam, kesalahan manajemen, atau masalah sosial yang berkembang. Sangat penting untuk melakukan komunikasi yang efektif selama krisis untuk mengurangi dampak negatif dan mempertahankan reputasi organisasi. Strategi komunikasi krisis yang baik dapat membantu organisasi beradaptasi dan mengelola situasi dengan lebih baik serta menawarkan alternatif cara untuk maju dan memperkuat reputasi organisasi.

Komunikasi krisis adalah proses penyampaian informasi yang telah direncanakan dan diatur sebelumnya untuk mengelola dan mengendalikan keadaan darurat. Tujuannya adalah untuk mencegah dampak buruk dari krisis agar tidak bertahan lama, hal ini bertujuan untuk mempertahankan kepercayaan pemangku kepentingan, dan memulihkan reputasi organisasi. Respons krisis yang cepat dan tepat dapat mengurangi kerusakan reputasi dan meningkatkan peluang pemulihan (1).

Kunci mengatasi situasi krisis terdiri dari kecepatan, transparansi, dan ketepatan hal ini sangat penting dalam komunikasi. Informasi harus disebarkan dengan cepat untuk mencegah rumor. Informasi harus disampaikan dengan cepat untuk mencegah spekulasi dan rumor, jika manajemen atau organisasi terbuka, organisasi dapat menjelaskan bagaimana situasi organisasi cenderung mendapatkan kepercayaan publik lebih cepat daripada sebaliknya, karena pada dasarnya sebagai konsumen layanan atau sebagai publik membutuhkan komunikasi dan informasi yang tepat serta komunikasi untuk meminimalkan situasi yang mengganggu dalam organisasi atau manajemen.

Situasi krisis yang terjadi dalam suatu manajemen atau organisasi bisa disebabkan oleh banyak faktor serta dapat mempengaruhi reputasi atau nama baik dari manajemen itu sendiri. Sebagaimana dasarnya bahwa reputasi menjadi kunci utama dalam pandangan perspektif *customer* untuk menilai bagaimana perusahaan

atau organisasi tersebut berjalan. Reputasi tidak hanya ada di satu titik seperti nama perusahaan atau organisasi tapi di setiap elemen elemen yang ada dalam perusahaan itu memiliki reputasi sendiri-sendiri yang di mana reputasi itu akan menjadi reputasi besar untuk nama organisasi atau perusahaan tersebut.

Reputasi merupakan salah satu elemen yang paling penting dan bersifat krusial dalam suatu organisasi atau perusahaan. Krisis yang tidak dapat dikelola dengan baik dan teratur dapat membuat reputasi menjadi rusak serta adanya kehilangan kepercayaan publik pada perusahaan atau organisasi tersebut. Organisasi yang memiliki reputasi baik sebelum krisis lebih mampu bertahan dibandingkan yang tidak. Hal ini menunjukkan pentingnya membangun reputasi yang kuat sebelum terjadi krisis.

Krisis tidak hanya mempengaruhi reputasi, tetapi juga dapat menghambat produktivitas yang berjalan dalam manajemen atau organisasi. Ketidakpastian dan kurangnya informasi yang didapatkan dalam situasi krisis bisa membuat stres dan kecemasan di kalangan karyawan, komunikasi yang buruk selama krisis dapat menyebabkan penurunan semangat kerja dan produktivitas. Menghasilkan visibilitas dan mempertahankan reputasi adalah proposisi yang mahal. (2).

Acara lari malam yang memiliki skala besar, tidak dipungkiri pastinya banyak potensi krisis terjadi, termasuk kecelakaan peserta, masalah teknis penyelenggaraan, dan masalah lingkungan. Oleh karena itu, sangat penting untuk menggunakan strategi komunikasi krisis yang efektif untuk menjaga citra positif acara dan mengurangi dampak negatifnya terhadap penyelenggara, peserta, dan masyarakat luas. Keberhasilan atau kegagalan dalam mengelola komunikasi krisis dapat berdampak besar pada reputasi penyelenggara, tingkat kepuasan peserta, dan citra pariwisata daerah. Oleh karena itu, penelitian ini akan mempelajari bagaimana persepsi publik tentang sebuah acara dipengaruhi oleh komunikasi krisis dan bagaimana hal itu berdampak pada industri pariwisata.

Fenomena yang diteliti dalam studi kasus ini adalah efektivitas strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh Jawa Timur Park 3 dalam menghadapi potensi krisis selama penyelenggaraan *event Dino Night Run 2024* terhadap peningkatan produktivitas dan penguatan reputasi perusahaan. Hal ini

menggarisbawahi bagaimana pentingnya penanganan krisis dalam penyelenggaraan suatu *event*, tidak hanya *event* besar seperti *Dino Night Run* tetapi *event-event* lainnya yang dilaksanakan oleh Jawa Timur Park Group.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti sejauh mana strategi komunikasi krisis yang telah dirancang dan dilaksanakan mampu mengatasi berbagai tantangan serta isu yang muncul selama acara berlangsung bahkan hingga acara selesai, sehingga dapat berdampak positif pada kinerja perusahaan dan citra merek Jawa Timur Park 3 di mata publik. Maraknya *event* lari maraton pada Indonesia, termasuk *Dino Night Run 2024* pada Jawa Timur Park 3 sebagai cerminan meningkatnya minat warga terhadap gaya sehat & aktif. Namun, pada euforia tersebut, tersimpan potensi risiko yang bisa mengancam reputasi penyelenggara.

Studi Kasus *Dino Night Run 2024* menyoroti dua hal penting yang berpotensi mengganggu produktivitas & mengganggu reputasi Jawa Timur Park 3, data tersebut didapatkan dari media sosial atau platform *event* tersebut yang muncul komplain atau kritik untuk *event* tersebut. Ke-tidakjelasan rute, minimnya petunjuk jalan, dan kebijakan *Cut Off Time* (COT) yang tidak sesuai dengan jarak tempuh yang telah diinformasikan sebelumnya menjadi permasalahan utama dalam acara tersebut. Kondisi ini mengakibatkan peserta mengalami kebingungan, disorientasi, dan ketidakpuasan yang signifikan. Selain itu, peserta juga merasa rugi karena tidak dapat menikmati berbagai spot menarik di dalam Jawa Timur Park 3, khususnya pengalaman wisata malam. Hal ini menunjukkan adanya kekurangan dalam perencanaan dan pelaksanaan acara, yang berdampak pada kualitas pengalaman peserta serta potensi wisata yang belum ter-optimalikan.

Insiden pemindahan medali secara sepihak oleh panitia tanpa koordinasi yang jelas telah menimbulkan kekacauan dan kemarahan peserta. Keputusan sepihak untuk memindahkan lokasi pengambilan medali dari garis *finish* ke area registrasi, yang seharusnya menjadi momen puncak perayaan keberhasilan, merupakan pelanggaran serius terhadap prosedur penyelenggaraan acara dan hak peserta. Tindakan ini tidak hanya mengacaukan alur acara, tetapi juga mengikis kepercayaan peserta terhadap penyelenggara dan menimbulkan perasaan kecewa

dan marah. Akibatnya, muncul kericuhan dan kegaduhan yang mengganggu kelancaran acara dan berpotensi merusak citra positif yang selama ini dibangun.

Permasalahan-permasalahan tersebut di atas menjadi sangat relevan untuk diteliti karena memiliki implikasi yang luas terhadap citra Jawa Timur Park 3 sebagai penyelenggara *event* berskala besar. Kegagalan dalam mengelola krisis komunikasi yang timbul akibat kedua permasalahan ini dapat berdampak negatif terhadap reputasi Jawa Timur Park 3 di mata publik, mengurangi minat masyarakat untuk mengikuti *event-event* selanjutnya, serta berpotensi menimbulkan kerugian finansial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh Jawa Timur Park 3 dalam menanggapi kedua permasalahan tersebut, serta memberikan rekomendasi perbaikan untuk meningkatkan produktivitas dan memperkuat reputasi Jawa Timur Park 3 di masa mendatang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang peneliti memberikan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana efektivitas strategi komunikasi krisis yang diterapkan Jawa Timur Park 3 dalam mengatasi krisis yang terjadi selama acara *Dino Night Run 2024* ?
2. Bagaimana pengaruh yang signifikan antara penerapan strategi komunikasi dengan peningkatan produktivitas Jawa Timur Park 3 ?
3. Bagaimana pengaruh strategi komunikasi krisis terhadap perubahan reputasi Jawa Timur Park 3 setelah terjadinya krisis ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui efektivitas strategi komunikasi krisis yang diterapkan Jawa Timur Park 3 dalam mengatasi krisis yang terjadi selama acara *Dino Night Run 2024*.

2. Mengetahui pengaruh yang signifikan antara penerapan strategi komunikasi dengan peningkatan produktivitas Jawa Timur Park 3.
3. Mengetahui pengaruh strategi komunikasi krisis terhadap perubahan reputasi Jawa Timur Park 3 setelah terjadinya krisis.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis yang berharga. Penelitian ini dapat mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi efektivitas strategi komunikasi krisis dalam situasi yang spesifik serta dapat menghasilkan kerangka kerja atau model baru yang lebih spesifik untuk mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi krisis dalam konteks industri pariwisata

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki implikasi praktis yang luas, terutama bagi industri pariwisata dan manajemen krisis. Hasil penelitian ini dapat memberikan panduan yang konkret bagi Jawa Timur Park 3 dalam meningkatkan efektivitas strategi komunikasi krisis, sehingga dapat memperkuat reputasi dan meningkatkan kepercayaan publik. Lebih luas lagi, penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pelaku industri pariwisata lainnya dalam merancang rencana komunikasi krisis yang komprehensif.

E. Batasan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi krisis yang diterapkan oleh Jawa Timur Park 3 dalam menghadapi potensi krisis yang mungkin terjadi selama acara *Dino Night Run 2024*. Penelitian ini akan fokus pada analisis terhadap pesan-pesan komunikasi yang disampaikan melalui media sosial, tanggapan, dan liputan media massa. Penelitian ini akan membatasi jenis krisis yang diteliti pada krisis yang berpotensi mengancam

keamanan dan reputasi Jawa Timur Park 3. Indikator keberhasilan yang digunakan meliputi tingkat kepuasan pengunjung, citra perusahaan di media sosial, dan jumlah pengunjung setelah terjadinya krisis.

