

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata adalah sektor yang sangat bergantung pada kepercayaan publik. Kepercayaan publik menjadi dasar utama bagi kelangsungan destinasi wisata, karena pandangan tentang keamanan dan keselamatan mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung. Kepercayaan publik pada keamanan dan keselamatan di tempat wisata dapat meningkatkan minat wisatawan. Penerapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) membantu mengurangi risiko kecelakaan bagi pengunjung dan pekerja. Oleh karena itu, ketika terjadi insiden yang mengancam keselamatan, destinasi wisata akan menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan reputasi serta memulihkan kepercayaan publik (Sari & Soegiarto, 2022).

Salah satu destinasi wisata unggulan adalah Jatim Park 1 yang terletak di Kota Batu. Jatim Park 1 dikenal sebagai taman rekreasi edukatif dengan berbagai wahana permainan yang ditujukan untuk berbagai kelompok usia. Sebagai lokasi wisata yang sering dikunjungi, pastinya Jatim Park 1 mempunyai tanggung jawab yang besar untuk memastikan keselamatan dan kenyamanan setiap pengunjung. Terutama dalam pengelolaan wahana-wahana yang tersedia.

Namun, kepercayaan publik terhadap Jatim Park 1 mengalami penurunan yang cukup serius setelah terjadinya kecelakaan di wahana Pendulum 360 Derajat pada tanggal 8 April 2025. Seorang pengunjung remaja berusia 13 tahun terjatuh dari ketinggian sekitar lebih dari 10 meter setelah diduga sabuk pengaman pada wahana tersebut terlepas saat wahana sedang beroperasi. Peristiwa ini menyebabkan korban mengalami cedera parah, termasuk patah tulang di kaki dan tangan. Insiden ini tidak hanya menimbulkan trauma bagi korban dan keluarganya, tetapi juga menyebabkan kekhawatiran publik mengenai standar keselamatan wahana dan sistem pengamanan yang diterapkan oleh pengelola.

Insiden ini memicu reaksi publik yang luas dan beragam di berbagai platform media sosial. Video dan foto yang diduga diambil oleh pengunjung lain mulai beredar di Tiktok dan Instagram, mendapat ribuan komentar yang mengekspresikan kekhawatiran, kemarahan, hingga simpati terhadap korban. Komentar-komentar publik di media sosial tidak hanya mempertanyakan standar keselamatan Jatim Park 1 tetapi juga menyerukan agar pihak pengelola segera memberikan penjelasan resmi dan menutup wahana serupa. Tekanan publik semakin meningkat seiring dengan pemberitaan media massa nasional dan lokal yang mengangkat insiden ini ke permukaan, menciptakan desakan kolektif agar Jatim Park 1 segera merespons secara terbuka dan transparan.

Informasi tentang insiden itu menyebar dengan cepat melalui pemberitaan media massa dan platform media sosial. Dalam era digital, kecepatan penyebaran informasi dapat memperburuk dampak krisis terhadap citra organisasi. Menurut (Fearn-Banks, 2017) menjelaskan bahwa komunikasi krisis adalah proses yang mencakup pengumpulan, pengolahan, dan distribusi informasi yang diperlukan untuk menangani situasi krisis, di mana aspek penting untuk mempertahankan kepercayaan publik adalah kecepatan, akurasi, dan keterbukaan dalam memberikan respon. Dalam hal ini, fungsi komunikasi krisis menjadi sangat penting untuk mengelola persepsi publik dan mengembalikan kepercayaan.

Sebagai bentuk respon awal, Jatim Park 1 memberikan klarifikasi resmi kepada publik, mengungkapkan permohonan maaf, dan menyatakan komitmennya untuk menanggung seluruh biaya perawatan korban. Tindakan ini mencerminkan adanya tanggung jawab moral dan langkah awal organisasi dalam menghadapi krisis. Namun demikian, efektivitas pendekatan komunikasi yang diambil untuk memulihkan kepercayaan publik masih perlu diteliti lebih lanjut, terutama dalam hal bagaimana publik menilai respon dan strategi komunikasi yang telah diterapkan.

Menariknya, walaupun Jatim Park 1 telah menerapkan serangkaian strategi komunikasi krisis, penilaian publik terhadap langkah-langkah tersebut tidak selalu

seragam. Sebagian publik mengapresiasi keterbukaan dan tanggung jawab moral yang ditunjukkan manajemen, sementara sebagian lain mengkritik keterlambatan respons dan mempertanyakan komitmen jangka panjang terhadap keselamatan. Kondisi ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi krisis tidak hanya ditentukan oleh apa yang dilakukan organisasi, tetapi juga oleh bagaimana publik memaknai dan merespons tindakan tersebut. Oleh karena itu, memahami respons publik menjadi aspek yang sangat krusial dalam kajian komunikasi krisis, khususnya dalam konteks pemulihan kepercayaan.

Fenomena ini menjadi penting untuk diteliti karena menggambarkan dinamika yang dihadapi destinasi wisata dalam mengelola komunikasi pada situasi krisis keselamatan. Menurut Irwanti (2023, h. 7) menjelaskan bahwa krisis adalah persepsi mengenai peristiwa yang tidak terduga dan berpotensi merugikan harapan pihak-pihak yang terlibat, sehingga dapat memberikan pengaruh besar terhadap performa dan citra suatu organisasi. Dalam sektor pariwisata, masalah keamanan memiliki tingkat perhatian yang tinggi karena berkaitan langsung dengan keselamatan para pengunjung, terutama anak-anak.

Respon publik terhadap komunikasi krisis organisasi dapat dianalisis melalui *Image Restoration Theory* yang diperkenalkan oleh William L. Benoit (1995). Teori ini mengungkapkan saat citra organisasi terancam, mereka akan terdorong untuk melakukan komunikasi guna memperbaiki reputasinya. Menurut Benoit seperti dikutip Sunarto dan Adzani (2022), menekankan pentingnya menyesuaikan strategi pemulihan citra dengan karakteristik krisis yang terjadi agar tidak memperburuk persepsi publik. Dengan demikian, teori ini sangat relevan digunakan sebagai landasan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Jatim Park 1 setelah terjadinya insiden kecelakaan pada wahana (Sunarto & Adzani, 2022).

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas komunikasi krisis dan strategi *public relations* dalam konteks pemulihan citra organisasi. Namun, terdapat perbedaan yang substansif antara penelitian-penelitian tersebut dengan penelitian ini. Penelitian

Istighfarin & Yuliani (2020) dan Suryanti & Aranda (2024) menggunakan *Image Restoration Theory* untuk menganalisis bagaimana organisasi mengelola strategi komunikasi krisisnya, dengan menempatkan perspektif organisasi sebagai pusat analisis. Berbeda dengan pendekatan tersebut, penelitian ini secara khusus berfokus pada perspektif publik yaitu bagaimana publik sebagai penerima pesan memaknai dan merespons komunikasi krisis yang dilakukan organisasi. Perbedaan ini bukan sekedar soal objek penelitian yang berbeda, melainkan perbedaan dalam unit analisis dan arah pertanyaan penelitian: bukan “apa yang dilakukan organisasi”, melainkan “bagaimana publik merespons apa yang dilakukan organisasi”. Selain itu, penelitian ini mengkaji insiden keselamatan di sektor pariwisata wahana sebuah konteks krisis yang memiliki karakteristik unik karena melibatkan aspek keselamatan fisik pengunjung secara langsung, yang berbeda dari krisis reputasi di sektor properti, makanan, atau transportasi umum.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis respons publik terhadap komunikasi krisis Jatim Park 1 dalam memulihkan kepercayaan publik pasca insiden kecelakaan wahana Pendulum 360 Derajat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan menggunakan *Image Restoration Theory* sebagai kerangka untuk menganalisis bentuk strategi komunikasi yang diterapkan serta bagaimana publik meresponnya. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi akademis dalam kajian komunikasi saat krisis serta menjadi referensi bagi pengelola tempat wisata dalam memahami proses komunikasi pemulihan kepercayaan publik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian yang diambil yaitu “Bagaimana respons publik terhadap komunikasi krisis Jatim Park 1 dalam memulihkan kepercayaan publik pasca insiden kecelakaan wahana Pendulum 360 Derajat?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis respons publik terhadap komunikasi krisis yang dilakukan oleh Jatim Park 1 dalam upaya memulihkan kepercayaan publik pasca insiden kecelakaan wahana Pendulum 360 Derajat. Secara lebih rinci, penelitian ini berusaha mengidentifikasi bagaimana publik memaknai, menilai, dan merespons serangkaian langkah komunikasi krisis yang diterapkan oleh Jatim Park 1, mulai dari permintaan maaf resmi, tindakan perbaikan, hingga upaya validasi pihak ketiga, serta menggambarkan sejauh mana respons tersebut berkaitan dengan proses pemulihan kepercayaan publik terhadap Jatim Park 1.

1.4 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya dalam bidang Komunikasi Krisis dan Manajemen Komunikasi Krisis. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi akademik mengenai respons publik terhadap komunikasi krisis dalam konteks pemulihan kepercayaan publik pasca krisis di sektor pariwisata. Selain itu, penelitian ini dapat memperkaya kajian tentang implementasi *Image Restoration Theory* dalam konteks krisis di Indonesia, serta menjadi sumber rujukan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji komunikasi krisis atau *trust recovery* dalam industri pariwisata.

B. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber acuan bagi praktisi komunikasi dan manajemen krisis, khususnya di industri pariwisata, dalam merancang dan mengimplementasikan strategi komunikasi krisis yang sesuai dengan karakteristik krisis keselamatan untuk membangun kembali kepercayaan publik. Temuan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan

202210040311462
Rani Rahma Dewi
Ilmu Komunikasi

pengembangan strategi komunikasi krisis yang lebih sistematis, tidak hanya bagi
Jatim Park 1, tetapi juga bagi destinasi wisata lain yang menghadapi situasi serupa.

