

Post-COVID-19 Pandemic: Recovery of the Indonesian Tourism Sector Through Promotion on Twitter

*Alfira Nurfitriana¹, Budi Dwi Arifianto², Filosa Gita Sukmono³, Zein Mufarrih Muktaf⁴.

^{1,2,3,4}Department of Communication Studies, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia.

[1*alfira.n.isip19@mail.umy.ac.id](mailto:alfira.n.isip19@mail.umy.ac.id)

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan penggunaan media social Twitter oleh pemerintah Indonesia dalam mempromosikan Pariwisata Pasca Pandemi COVID-19. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan NVIVO 12 Plus dalam menganalisis data. Temuan penelitian ini Twitter sebagai salah satu fasilitas teknologi yang digunakan oleh pemerintah Indonesia dalam mempromosikan Pariwisata pasca pandemic COVID-19 berjalan efektif. Namun akun @pesonaindonesia lebih dominan dalam menyebarkan konten promosi pariwisata Indonesia dibandingkan dengan akun @wonderfulid. Narasi promosi pariwisata yang disebarakan kedua akun tersebut berkaitan dengan kesiapan Indonesia dalam menerima wisatawan domestic ataupun mancanegara. Kemudian, akun @pesonaindonesia memiliki intensitas yang tinggi dalam melakukan promosi pada media sosial Twitter dibandingkan dengan @wonderfulid. Aktor yang terlibat dalam penyebaran promosi pariwisata Indonesia pada akun Twitter @pesonaindonesia didominasi oleh tokoh pemerintahan. Sedangkan akun Twitter @wonderfulid didominasi oleh akun organisasi pariwisata internasional.

Abstract. This study aims to explain the Indonesian Government's use of Twitter social media in promoting Tourism After the COVID-19 Pandemic. This research uses qualitative methods. This study used NVIVO 12 Plus to analyze data. The findings of this study Twitter, one of the technological facilities used by the Indonesian Government to promote tourism after the COVID-19 pandemic, is running effectively. However, the @pesonaindonesia account is more dominant in spreading Indonesian tourism promotional content than the @wonderfulid accounts. The tourism promotion narrative spread by the two versions is related to Indonesia's readiness to receive domestic and foreign tourists. Then, the @pesonaindonesia account has a high intensity in promoting on Twitter social media compared to @wonderfulid. Government figures dominate actors in promoting Indonesian tourism on the @pesonaindonesia Twitter account. Meanwhile, the Twitter account @wonderfulid is dominated by international tourism zorganization accounts.

Keywords: Twitter, Tourism Promotion, Social Media, Post Pandemic, Indonesia