

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS**

**Nuh Aji**

**20010530097**

**Strategi *Public Relations* JM - TCC Dalam Rangka Memulihkan Pariwisata Yogyakarta Pasca Gempa Bumi**

Tahun Skripsi : 2008. xiii + 111 hal + 5 tabel + 5 lampiran

Daftar Pustaka : 19 buku ( 1981 - 2006 ) + kamus besar bahasa Indonesia

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini berusaha menganalisis tentang strategi *public relations* JM -TCC dalam rangka memulihkan pariwisata Yogyakarta pasca gempa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis, atau membuat prediksi atau lebih dikenal dengan penelitian deskriptif dengan jenis data kualitatif. Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana JM -TCC dengan strategi *public relations*-nya. Sebagai organisasi sosial berdiri tepatnya pada tanggal 28 Oktober yang di dasari atas keprihatinan dampak bencana secara keseluruhan dan khususnya dampak bencana terhadap sektor pariwisata sebagai penopang ekonomi daerah. JM- TCC sendiri merupakan pusat informasi dan koordinasi terkait gempa di Yogyakarta, tentu JM- TCC telah dihadapkan pada bagaimana memperoleh tanggapan yang positif dari publik. Dalam keadaan pasca gempa di Yogyakarta diperlukan suatu strategi untuk mendapatkan atau mengembalikan citra Yogyakarta sebagai tujuan wisata. Kerangka Teori dalam penelitian ini melihat *strategi public relations* sebagai proses untuk menyampaikan dan menunjukkan bahwa Yogyakarta aman untuk dikunjungi. Untuk menguatkan strategi *public relations*-nya, segmen pasar yang di sasar sangat beragam yaitu baik dalam negeri maupun mancanegara Segmentasi ini berkaitan dalam penentuan *public relations* JM -TCC yang akan memberikan informasi atau data yang dimuat di media elektronik dan cetak nasional maupun internasional mengenai kondisi pariwisata di Yogyakarta pasca gempa baik yang masih bisa dikunjungi maupun yang ditutup, serta sebagai nilai jual lebih untuk mendatangkan wisatawan untuk berkunjung kembali ke Yogyakarta. Sampai saat ini, *public relations* yang dilaksanakan JM -TCC dirasa cukup berhasil. Hal ini dapat diketahui melalui respon yang cukup baik dari beberapa media internasional seperti TTG Asia, *TIMES* -NY, dan VMC. sampai sekarang ini, wisatawan pun bertambah dan meningkat. Meskipun demikian JM- TCC masih perlu mengembangkan

**UNIVERSITY MUHAMMADIYAH OF YOGYAKARTA  
SOCIAL AND POLITICAL FACULTY SCIENCE  
COMMUNICATIONS DEPARTEMEN  
CONCENTRATION PUBLIC RELATIONS**

**Nuh Aji**

**20010530097**

**Strategy Public Relations JM -TCC In Order To Restore Tourism Yogyakarta  
Pasca Earthquake**

Year Skripsi: 2008. xiii + 111 matters + 5 tables + 5 supplements

Bibliography: 19 books (1981 - 2006) + Indonesian big dictionary

**ABSTRACT**

This watchfulness tries to analyze about strategy public relations JM -TCC in order to restore tourism Yogyakarta pasca quake. This watchfulness doesn't look for or explain connection, doesn't test hypothesis, or make predictions or more knowledgeable with descriptive watchfulness with qualitative data kind. Aim from this watchfulness is meant to detect to how JM -TCC with strategy public relations-. As social organization stands precisely on 28 Octobers at constitute on disaster impact concern as a whole and especially disaster impact towards tourism sector as region economy cantilever. JM -TCC self be information centre and related coordination quakes special province Yogyakarta, sure JM -TCC aimed in how get conception which are positive from public. In a state of pasca quake special province Yogyakarta is need a strategy to get or return image Yogyakarta as tour aim. Theory sketch in this watchfulness see strategy public relations as process to submit and show that Yogyakarta safe to visited. To strengthen strategy public relations-, market segment at balmy very various that is good in also this segmentation foreign countries related in determination public relations JM -TCC that will give information or data that held at media electronic and print also international hit special province Yogyakarta tourism condition pasca quake both for still can be visited also that closed, with as value oversells to import tourist to pay a visit to return to Yogyakarta. Till now, public relations that carried out JM -TCC felted enough success. This matter knowable pass response good enough from several international medias like TTG Asia, times-NY, and VMC. Up to now this, tourist even also increase and increase. Bevertheless JM -TCC still necessary develop the strategy, for example in side gives a information.