

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji gagasan dan implementasi komunikasi layanan *incognito* dalam perlindungan privasi tamu hotel di Yogyakarta. Layanan *incognito*, yang melibatkan penyamaran identitas tamu untuk memaksimalkan privasi, menjadi krusial di industri perhotelan yang kompetitif, khususnya di Yogyakarta yang mengalami pertumbuhan pariwisata pesat. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami konsep dan praktik komunikasi layanan *incognito*, serta pengalaman manajemen hotel dalam mengkomunikasikannya kepada tamu. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini melibatkan studi kasus pada The Atrium Hotel & Resort Yogyakarta, Prima In Hotel Malioboro, dan Taman Yuwono Hotel & Villa Malioboro. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan manajer hotel yang relevan dan observasi langsung, dilengkapi dengan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi komunikasi layanan *incognito* melibatkan praktik komunikasi yang cermat, terarah, dan terstandar. Hotel-hotel yang diteliti menggunakan sistem internal seperti kode reservasi, tanda khusus (misalnya, "blok merah" atau "IC Guest"), dan pembatasan akses informasi untuk menjaga kerahasiaan identitas tamu. Perlindungan privasi tamu *incognito* diwujudkan melalui penggunaan kode identifikasi pengganti nama, pembatasan akses data pribadi, penghapusan nama dari daftar publik, dan pengendalian aktivitas layanan untuk menghindari interaksi langsung yang tidak perlu. Tantangan yang dihadapi meliputi pemahaman staf yang belum merata dan potensi penyalahgunaan layanan, yang diatasi dengan pelatihan dan sistem verifikasi identitas ketat. Secara keseluruhan, gagasan komunikasi layanan *incognito* dipahami sebagai komitmen etis dan strategis untuk menjaga integritas privasi tamu melalui desain sistem pelayanan yang tertutup, terstruktur, dan didukung oleh kesadaran staf. Implementasi yang berhasil tidak hanya bergantung pada teknologi atau fasilitas mewah, melainkan pada konsistensi dalam menjalankan Prosedur Operasional Standar (SOP), pengelolaan sistem informasi yang aman, koordinasi antardepartemen yang kuat, dan budaya kerja yang menjunjung tinggi privasi sebagai nilai utama. Layanan ini bertujuan untuk memberikan anonimitas dan kenyamanan psikologis sejati bagi tamu yang menghendakinya.

Kata kunci : *incognito*, privasi tamu, anonimitas

ABSTRACT

This research examines the concept and implementation of incognito service communication in protecting the privacy of hotel guests in Yogyakarta. Incognito service, which involves masking guest identities to maximize privacy, has become crucial in the competitive hospitality industry, particularly in Yogyakarta, which is experiencing rapid tourism growth. The purpose of this study is to understand the concept and practice of incognito service communication, as well as hotel management's experiences in communicating it to guests. Using a qualitative descriptive approach, this study involved case studies at The Atrium Hotel & Resort Yogyakarta, Prima In Hotel Malioboro, and Taman Yuwono Hotel & Villa Malioboro. Primary data were obtained through in-depth interviews with relevant hotel managers and direct observation, supplemented by literature review. The results indicate that the implementation of incognito service communication involves careful, targeted, and standardized communication practices. The hotels studied use internal systems such as reservation codes, special signs (e.g., "red blocks" or "IC Guest"), and restrictions on access to information to maintain the confidentiality of guest identities. Protection of incognito guest privacy is realized through the use of identification codes in place of names, restrictions on access to personal data, removal of names from public lists, and control of service activities to avoid unnecessary direct interactions. Challenges include uneven staff understanding and potential misuse of the service, which are addressed through training and a rigorous identity verification system. Overall, the concept of incognito service communication is understood as an ethical and strategic commitment to maintaining the integrity of guest privacy through the design of a closed, structured service system supported by staff awareness. Successful implementation depends not only on technology or luxurious facilities, but also on consistent implementation of Standard Operating Procedures (SOPs), secure information system management, strong interdepartmental coordination, and a work culture that upholds privacy as a core value. This service aims to provide true anonymity and psychological comfort to guests who desire it.

Keywords: incognito, guest privacy, anonymity