

# JURNAL KOMUNIKASI

---

---

Volume 12, Nomor 2, April 2018  
P-ISSN 1907-898X, E-ISSN:2548-7647  
Halaman 101 - 178

---

---

## DAFTAR ISI

### Pengantar Redaksi

**Analisis Strategi Promosi pada UMKM *Social Enterprise*  
(Studi Kasus *Pascorner Cafe and Gallery*)**  
*Annisa Nurul Fildzah & Ira Dwi Mayangsari*  
(101-112)

**Arti Penting *Sense of Crisis* bagi Humas dan Pimpinan Perguruan Tinggi**  
*Narayana Mahendra Prastyana*  
(113-126)

**Implementasi Kebijakan Keterbukaan Informasi Publik  
pada Dinas Kominfo Kota Tasikmalaya**  
*Tiara Indah & Puji Hariyanti*  
(127-140)

**Komunikasi Interpersonal Kyai dan Santri Dalam Pesantren Modern  
di Tasikmalaya, Sebuah Pendekatan *Interactional View***  
*Nadia Wasta Utami*  
(141-152)

**Hantu PKI dan Ujung Rekonsiliasi  
(Analisis *Framing* Pemberitaan PKI Era Presiden Abdurrahman  
Wahid dan Joko Widodo pada Majalah *Tempo* dan *Gatra*)**  
*Meigitaria Sanita & Puji Rianto*  
(153-166)

**Membangun Media Daring Melalui Komunikasi Pemasaran Terpadu  
(Studi Kasus pada *Bertuapos.com*)**  
*Gunawan Saleh dan Prasetya Rahmat*  
(167-178)



## Pengantar Redaksi

Komunikasi adalah kegiatan yang dapat diatur dan dikelola. Michael Kaye (1994) menyebutkan bahwa manajemen komunikasi adalah bagaimana orang-orang mengelola proses komunikasi mereka dengan orang lain dalam berbagai situasi komunikasi. Meski tidak tersurat menggunakan konsep manajemen komunikasi, sebagian besar artikel dalam Jurnal Komunikasi edisi ini memperlihatkan bagaimana implementasi pengelolaan komunikasi dalam berbagai konteks. Oleh karenanya, tema utama Jurnal Komunikasi edisi ini adalah menyoal manajemen komunikasi.

Tulisan pertama ditulis oleh Annisa Nurul Fildza dan Ira Dwi Mayangsari. Keduanya mengambil studi sebuah café yang sembilan puluh persen karyawannya adalah mantan narapidana bernama Pascorner. Fildza dan Mayangsari berasumsi bahwa café tersebut memerlukan strategi yang tepat agar menghilangkan persepsi konsumen terhadap karyawan mereka. Dengan menggunakan pendekatan studi kasus dan bergerak dengan data kualitatif, mereka berdua menunjukkan bahwa

promosi Pascorner menggunakan *tools advertising, sales promotion* serta *public relation*. Selanjutnya, mereka menawarkan strategi IMC Model Dwi Sapta yang dapat menggambarkan secara detil bagaimana lingkungan eksternal, internal serta sudut pandang Pascorner kacamata konsumen.

Tulisan kedua disusun oleh Narayana Mahendra Prastya. Narayana juga menulis mengenai pengelolaan komunikasi. Ia mengambil contoh kasus pengelolaan hubungan media pada situasi krisis yang dialami oleh Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta dalam peristiwa meninggalnya tiga orang mahasiswa dalam kegiatan Pendidikan Dasar Mahasiswa Pecinta Alam UII (Diksar Mapala UII) Januari 2017. Salah satu temuan dari Narayana adalah wartawan media local di Yogyakarta mengungkap beberapa kekurangan dari UII yakni dalam hal kebutuhan informasi, keterbukaan informasi, dan koordinasi internal. Itu sebabnya, perguruan tinggi perlu memiliki *manual crisis plan*. Panduan tersebut penting untuk menentukan siapa saja yang menjadi juru bicara, bagaimana koordinasi antar unitkerja dalam perguruan tinggi, apa saja yang bisa dilakukan untuk memfasilitasi wartawan dalam liputan.

Tulisan ketiga disusun oleh Tiara Indah dan Puji Hariyanti. Kedua penulis ini mengkaji bagaimana implementasi kebijakan keterbukaan informasi publik yang dijalankan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintahan Kota Tasikmalaya. Penelitian yang dilakukan pada kantor Dinas Kominfo Kota Tasikmalaya dan media mereka dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif. Kedua penulis menemukan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan implementasi kebijakan adalah Faktor Komunikasi, Sumber Daya, Disposisi dan Struktur Birokrasi. Hanya saja masih terdapat kendala faktor sumber daya yaitu kurangnya jumlah staf seksi pelayanan informasi publik dan belum terpenuhinya fasilitas penunjang seperti kamera profesional.

Tulisan keempat ditulis oleh Nadia Wasta Utami. Utami menjelaskan mengenai bagaimana pengelolaan komunikasi dalam konteks pesantren, sebuah sistem dimana kyai dan santri berkomunikasi. Utami mengupas komunikasi interpersonal antara kyai dan santri dalam pesantren modern di Tasikmalaya dengan menggunakan pendekatan *interactional view* Watzlawick. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, Utami menemukan bahwa kyai dan santri dalam sebuah system pesantren, tidak bisa tidak melakukan komunikasi verbal dan nonverbal. Penyampaian pesan bersifat symmetrical dengan didominasi oleh kyai; dan terdapat banyak aturan tidak tertulis yang mewarnai komunikasi santri-kyai dengan tujuan menunjukkan rasa hormat santri pada kyainya.

Tulisan berikutnya ditulis bersama oleh Meigitaria Sanita dan Puji Rianto. Kedua penulis ini menaruh perhatian pada isu komunisme/PKI dan upaya rekonsiliasi yang tak kunjung selesai, apalagi di media massa. Keduanya berasumsi bahwa isu tersebut menguat terutama pada era Presiden Abdurrahman Wahid dan Joko Widodo, sehingga keduanya mengerahkan studinya pada media massa di kedua era tersebut. Keduanya menjadikan Majalah Tempo dan Gatra sebagai objek penelitian mereka. Menggunakan metode analisis framing Robert Entman, keduanya menemukan bahwa artikel-artikel di *Tempo* cenderung menempatkan PKI sebagai korban, mendukung upaya rekonsiliasi, dan pentingnya pelurusan sejarah. *Gatra*, di sisi lain, cenderung berimbang dan memandang sejarah PKI sebagai traumatik sejarah bagi masyarakat. *Gatra* mendukung rekonsiliasi dilakukan secara alami, dan bahwa sejarah seyogianya dilakukan pemeriksaan ulang. Perbedaan kedua majalah dalam mengkonstruksikan isu PKI karena dipengaruhi oleh ideologi, rutinitas organisasi, dan kekuatan ekstramedia terutama dalam konteks *Gatra*. *Gatra* mengambil posisi yang lebih moderat karena wartawannya adalah eks *Tempo* yang berkali-kali harus berhadapan dengan Orde Baru karena terlalu kritis.

Tulisan terakhir ditulis bersama oleh Gunawan Saleh & Prasetia Rahmad. Kedua penulis ini memfokuskan perhatiannya pada pengelolaan media berbasis internet atau media dalam jaringan (daring). Keduanya berasumsi bahwa media daring tidak bisa hanya menulis dan menyebarkan informasi, namun juga harus dapat melakukan komunikasi dalam konteks komunikasi bisnis. Memilih media bertuahpos.com sebagai objek penelitian, studi deskriptif kualitatif yang dilakukan keduanya menemukan bahwa Bertuahpos.com melakukan strategi komunikasi bisnis melalui sosialisasi yang dilakukan dimedia sosial. Selain itu, untuk menjalin komunikasi bisnis yang efektif, bertuahpos.com melakukan *coffe morning* bersama narasumber juga penawaran iklan baik secara langsung maupun tidak langsung seperti melalui proposal penawaran iklan. Bertuahpos.com juga memberikan sarana bagi pembaca untuk menjual produk secara gratis pada konten toko bisnis untuk meningkatkan *viewers*.

Pembaca yang budiman, demikian keenam tulisan edisi April 2018 ini. Selamat membaca!

(Holy Rafika Dhona)