

# JURNAL KOMUNIKASI

---

---

Volume 15, Nomor 1, Oktober 2020  
P-ISSN 1907-848X, E-ISSN:2548-7647  
Halaman 1 - 74

---

---

## DAFTAR ISI

### Editorial

**Strategi Image Repair PT HM Sampoerna Tbk pada Peristiwa  
'Karyawan Pabrik Surabaya Positif Covid-19'**

*M. Ramzy Hasibuan & Irwansyah*  
(1-18)

**Mitos *Good Influencer* dan Politik Citra Awkarin  
dalam Pusaran Demonstrasi Mahasiswa Menolak RKUHP**

*Khumaid Akhyat Sul Khan*  
(19-34)

**Strategi Keterbukaan Diri oleh Pendamping  
Kepada Anak-Anak Korban Kekerasan Seksual di Surakarta**

*Azis Arouf & Vinisa Nurul Aisyah*  
(35-48)

***Inner dan Outer Space* dalam  
Kontroversi Ornamen "Salib" dalam Logo 75 Tahun Kemerdekaan**

*Dien Yudithadewi & Bonifasius Parikesit*  
(49-58)

**Strategi Komunikasi Pemerintah  
Kabupaten Blora Menuju *Smart City***

*Nisrina Meitibellina & Puji Hariyanti*  
(59-74)

# PENGANTAR REDAKSI

*Sumekar Tanjung*

Kegiatan komunikasi saat pandemi Covid-19 berbeda ketika kondisi normal. Kejadian tidak terduga selama krisis membawa perubahan selajur. Ini mengakibatkan komunikasi saat krisis berperan esensial untuk mengatasi divergen informasi. Meski demikian, dalam berperan sebagai komunikator yang baik harus memiliki kesiapan dan keterampilan mendengar.

Pemilihan dan optimalisasi penggunaan media juga diperhitungkan agar mampu menjangkau audiens. Namun tidak pula melupakan mereka yang tidak memiliki akses ke media. Memahami apa yang audiens hiraukan dapat berkontribusi pada terwujudnya pesan yang jelas dan strategis. Dengan begitu, kredibilitas dan kepercayaan komunikator yang terbentuk akan menjadi kunci efektifitasnya komunikasi.

Lima artikel kami sajikan pada edisi kedua, mengiringi kenormalan baru di tahun 2020 ini. Pertama, M. Ramzy Hasibuan bersama Irwansyah melakukan analisis isi kualitatif terhadap rilis pers PT HM Sampoerna Tbk dalam mengimplementasikan strategi image repair. Pada kondisi dimana karyawan terpapar Covid-19, perusahaan dinilai cenderung menggunakan reducing offensiveness secara berlebihan dan tidak konsisten. Pemaparan dapat dibaca pada artikel berjudul *Strategi Image Repair PT HM Sampoerna Tbk pada Peristiwa Karyawan Pabrik Surabaya Positif Covid-19*.

Khumaid Akhyat Sul Khan menguraikan *Mitos Good Influencer dan Politik Citra Awkarin dalam Pusaran Demonstrasi Mahasiswa Menolak RKUHP*. Awkarin berusaha membangun dan menaturalisasikan narasi *good influencer* dengan melihat peluang dan mencitrakan diri melalui kehadirannya dalam isu populer. Namun pada akhirnya citra politis seperti ini hanya bermuara pada mitos, karena kecenderungan aktor yang bergerak pada isu populer yang ia pilih.

Azis Arouf dan Vinisa Nurul Aisyah memaparkan empat tahap self disclosure oleh Yayasan Kakak Surakarta dalam penanganan kasus kekerasan seksual untuk mencapai keterbukaan diri pada korban. Pemaparannya dapat dibaca pada *Strategi Keterbukaan Diri oleh Pendamping Kepada Anak-anak Korban Kekerasan Seksual di Surakarta*. Selanjutnya, Dien Yudithadewi dan Bonifasius Parikesit mengungkap makna “kami” dan “mereka” dalam fenomena penolakan ornamen kemerdekaan Indonesia. Melalui sudut pandang semiotika budaya Yuri Lotman, ditemukan bahwa polemik penolakan tersebut menyangkut inner dan outer space yang telah berlangsung sejak lama dalam sejarah Indonesia. Ini mengingatkan kontroversi simbol keagamaan bukanlah isu baru di Indonesia. Tulisan kedua penulis ini dapat dilihat dalam artikel berjudul *Inner dan Outer Space dalam Kontroversi Ornamen “Salib” dalam Logo 75 Tahun Kemerdekaan*.

Menurut Nisrina Meitibellina dan Puji Hariyanti, *smart city* tidak dapat dilepaskan dari efektivitas strategi komunikasi. Implementasi yang dilaksanakan Pemerintah Kabupaten Blora telah berjalan optimal meskipun terhambat oleh beberapa hal. Peneliti mengulasnya menggunakan enam dimensi *smart city*, dimana dua unsur di dalamnya merupakan penambahan dimensi *smart branding* dan *smart society*. Melalui prosedur yang diinstruksikan oleh Kemenkominfo mengenai konsep *Smart Nation Citiasia*, penelitian dapat dibaca dengan judul *Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Blora Menuju Smart City*. Penyajian kelima artikel tersebut kami harapkan mampu menyumbangkan referensi dan pengetahuan komunikasi yang terus berkembang tak terbatas.