

# JURNAL KOMUNIKASI

---

---

Volume 16, Nomor 1, Oktober 2021  
P-ISSN 1907-848X, E-ISSN:2548-7647  
Halaman 1 - 99

---

---

## DAFTAR ISI

### Editorial

**Pembelajaran Sosial Termediasi dan Aktivisme Media Sosial untuk Pola  
Hidup Berkelanjutan di Indonesia**

*June Cahyaningtyas, Wening Udasmoro, dan Dicky Sofjan*  
(1-15)

**Jejaring Radio Swasta Sebagai Inovasi Merebut Pasar**

*Zaenal Abidin Eko Putro dan Ade Haryani*  
(17-30)

**Model Komunikasi Keluarga Etnis Betawi dalam Memotivasi Pendidikan  
Tinggi dari Perspektif Anak**

*Maulina Larasati Putri, Vera Wijayanti Sutjipto, dan Marisa Puspita Sary*  
(31-46)

**Model Komunikasi dan Informasi Terpadu dalam Pengelolaan Bencana  
di Kabupaten Karo Berbasis Web**

*Puji Lestari, Eko Teguh Paripurno, Hikmat Surbakti dan Dikau Mahardika  
Pratama*  
(47-62)

**Komunikasi Pemasaran Wisata Halal Di Banyuwangi dan Gunungkidul**

*Yani Tri Wijayanti*  
(63-76)

**Resistensi Musisi Independen terhadap Komodifikasi dan Industrialisasi  
Musik di Indonesia**

*Nurly Meilinda, Caesar Giovanni, Nunik Trianadan Syanaz Lutfina<sup>4</sup>*  
(77-88)

**Pengembangan Branding Pariwisata Maluku Berbasis Kearifan Lokal**

*Noviawan Rasyid Ohorella<sup>1</sup> dan Edy Prihantoro<sup>2</sup>*  
(89-99)

# EDITORIAL

## Komunikasi sebagai *Ubiquitous* dan Kuasa

Puji Rianto & Sumerkar Tanjung

Fenomena komunikasi dapat dijumpai dalam hampir setiap relasi manusia. Komunikasi, merujuk Fisher (1986), dilukiskan sebagai *ubiquitous* yang artinya ada di mana-mana, dapat dijumpai di manapun dan kapanpun. Oleh karena sifatnya yang “serba ada”, muncul suatu konsekuensi bahwa komunikasi menjadi elemen penting dan mendasar bagi hubungan-hubungan manusia. Dalam perspektif ini, komunikasi sering ditempatkan sebagai penyebab utama jika bukan satu-satunya sebab bagi banyak masalah dalam kehidupan manusia. Ada banyak masalah sosial yang melibatkan komunikasi. Penyelesaian-penyelesaian atas masalah itu karenanya juga kembali kepada usaha untuk menjawab pertanyaan apakah komunikasi telah dilaksanakan dengan efektif atautidak?`Gagasan ini setidaknya tercermin dalam buku-buku yang membahas *human communication* (DeVito, 2008).

Pada bagian awal buku *Essentials of Human Communication*, DeVito menyatakan dengan sangat jelas, “kemampuan komunikasi kamu akan mempengaruhi seberapa efektif kamu menjalani kehidupan personal dan profesional, mempengaruhi efektivitas sebagai teman atau kekasih, sebagai anggota atau pemimpin kelompok kecil (baik sosial maupun bisnis), dan sebagai pembicara publik, mengkomunikasikan informasi dan mempengaruhi sikap-sikap dan perilaku yang lain”. Oleh karena itu, buku-buku mengenai teori komunikasi manusia bukan hanya berusaha menjelaskan apa komunikasi itu, tapi yang lebih penting adalah bagaimana meningkatkan kecakapan berkomunikasi. Sudut pandang inilah yang menjadi dasar bagi dikembangkannya beberapa penelitian yang disajikan pada *Jurnal Komunikasi* Vol. 16 No. 1 Oktober 2021. Artikel yang dimaksud di antaranya adalah yang ditulis oleh Cahyaningtyas et.al, Putri et.al, Lestari et.al, Wijayanti dan juga Ohorella dan Prihantoro. Studi-studi ini berusaha menempatkan komunikasi sebagai suatu bidang fungsional yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi oleh manusia, baik yang berhubungan dengan dunia pariwisata, komunikasi keluarga, lingkungan dan bahkan bencana.

Meningkatkan kemampuan komunikasi adalah penting karena relasi-relasi manusia senantiasa melibatkan komunikasi. Artinya, jika relasi itu ingin efektif, maka kecakapan komunikasi menjadi penting. Meskipun demikian, komunikasi juga mempunyai dimensi lainnya, yakni kuasa. Melalui komunikasi kuasa dipraktikkan dalam kehidupan keseharian. Relasi kuasa itu muncul di antaranya dalam proses-proses pemaknaan karena dalam pemaknaan itu ada pertarungan kuasa untuk mendapatkan kendali hegemonik (atas makna). Ini karena kekuasaan hampir mendominasi setiap tingkatan hubungan manusia (Barker & Jane, 2021). Fuchs (2020) mengemukakan bahwa dominasi kelompok-kelompok dominan dinaturalkan dengan menggunakan strategi ideologi tertentu, dan ketika hubungan manusia melibatkan komunikasi maka kuasa dominasi berlangsung melalui proses-proses komunikasi.

Perlu juga dipahami bahwa kekuasaan tidak pernah bersifat paripurna. Artinya, kuasa senantiasa melahirkan kuasa lain atau resistensi. Merujuk Foucault, “di mana ada kekuasaan maka di situ ada resistensi” (Seymour, 2006). Oleh karena itu, ketika kelompok-kelompok dominan terus berusaha mengukuhkan dominasinya, maka kelompok-kelompok subordinat menggunakan kekuasaan untuk melawan dominasi itu atau melakukan resistensi (Hamilton, 2013). Kerangka inilah yang menjadi dasar bagi pengembangan artikel yang ditulis oleh Meilinda et.al, sedangkan artikel yang ditulis Putro dan Haryani justru berusaha bagaimana mengejar kuasa ekonomi atau secara lebih tepat dimasukkan ke dalam terminologi akumulasi kapital. Media karenanya berusaha menggunakan beragam cara guna meningkatkan akumulasi kapital karena keberadaannya sebagai entitas bisnis (Hardy, 2014)

meskipun kajian yang disajikan oleh Putro dan Haryani tidak mengambil sudut pandang kritis.

Artikel pertama dengan judul “Pembelajaran Sosial Termediasi dan Aktivisme Media Sosial untuk Pola Hidup Berkelanjutan di Indonesia” ditulis oleh June Cahyaningtyas, Wening Udasmoro, & Dicky Sofjan. Studi etnografi ini membahas pengalaman pembelajaran sosial dalam aktivisme media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para perempuan yang menjadi subjek penelitian ini merespons permasalahan lingkungan global yang telah mengaburkan kedaulatan negara atas warganya dengan mengandalkan *social learning* yang mendukung gagasan *sustainability*.

Artikel kedua ditulis oleh Zaenal Abidin Eko Putro dan Ade Haryani. Artikel dengan judul, “Jejaring Radio Swasta Sebagai Inovasi Merebut Pasar” ini menguraikan perbedaan model inovasi pengelolaan jaringan KBR dan Etnikom. Inovasi berjejaring merupakan bentuk usaha yang berjalan seiring dengan laju ekonomi global yang ditandai dengan banjirnya pertukaran informasi. Temuan ini membuktikan bahwa berjejaring merupakan strategi radio swasta dalam mempertahankan eksistensinya di tengah kompetisi *platform* media baru dengan membawa prinsip, nilai, manfaat, dan tujuan yang sama.

Artikel berikutnya ditulis oleh Maulina Larasati Putri, Vera Wijayanti Sutjipto, Marisa Puspita Sary dengan judul, “Model Komunikasi Keluarga Etnis Betawi dalam Memotivasi Pendidikan Tinggi dari Perspektif Anak”. Dalam artikel ini, penulis menjelaskan model komunikasi dalam keluarga Betawi dalam memotivasi anak untuk meraih pendidikan tinggi. Penulis menggunakan model komunikasi ABX dari Newcomb dan model interaksional dalam memotivasi anak mengenai jenjang pendidikan tinggi. Ini tidak terlepas dari faktor citra diri dan orang lain, suasana psikologis, dan lingkungan fisik yang memengaruhi proses komunikasi keluarga dalam motivasi menempuh pendidikan tinggi.

Artikel keempat ditulis oleh Puji Lestari, Eko Teguh Paripurno, Hikmat Surbakti, dan Dikau Mahardika Pratama. Artikel dengan judul, “Model Komunikasi dan Informasi Terpadu dalam Pengelolaan Bencana di Kabupaten Karo Berbasis Web” membahas model komunikasi berbasis web dalam penanggulangan bencana gunung Sinabung. Dengan menggunakan teori *Source-Message-Channel-Receiver-Effective* menjadi *Source-Message-Channel-Receiver-Critical Thinking-Effective* (SMCRCE), peneliti kemudian merumuskan model komunikasi bencana berbasis web. Dalam usahanya memperkaya model tersebut, peneliti menekankan pentingnya menambahkan dimensi pemikiran kritis dalam model tersebut.

Artikel kelima ditulis Yani Tri Wijayanti mengkaji *branding* wisata halal. Dalam artikel yang berjudul, “Komunikasi Pemasaran Wisata Halal di Banyuwangi dan Gunungkidul”, Wijayanti membandingkan dua destinasi wisata halal Pantai Pulau Santen di Banyuwangi dan Pantai Torohudan di Gunungkidul. Dengan menggunakan analisis SWOT, artikel ini menyajikan keunggulan dan kelemahan dalam proses pemasaran wisata halal di kedua destinasi.

Artikel keenam ditulis oleh Nurly Meilinda, Caesar Giovanni, Nunik Triana, dan Syanaz Lutfina mengkaji resistensi dalam musik populer. Artikel dengan judul, “Resistensi Musisi Independen terhadap Komodifikasi dan Industrialisasi Musik di Indonesia”, berusaha mengkritisi relevansi kritik Adorno terhadap musik Orchest Stamboel. Hadirnya perlawanan dari musisi independen menunjukkan kritik Adorno tidak sepenuhnya relevan karena tidak merepresentasikan karakteristik semua musisi Indonesia. Meskipun demikian, dalam beberapa hal, kritik Adorno relevan dalam perkembangan musik pop di Indonesia. Ini karena banyak musik populer semata diciptakan untuk memenuhi kepentingan dan kebutuhan industri.

Artikel ketujuh juga berhubungan dengan industri pariwisata. Jika artikel kelima yang ditulis Wijayanti membahas strategi pemasaran dalam kerangka wisata halal, maka artikel ketujuh yang ditulis oleh Noviawan Rasyid Ohorella dan Edy Prihantoro memfokuskan pada pentingnya mengembangkan unsur lokalitas dalam wisata. Dengan mengambil kasus Maluku, kedua peneliti menunjukkan bagaimana *branding* kearifan lokal wisata Maluku dilakukan melalui *The Spice Islands* sebagai pintu masuk pengembangan

pariwisata berbasis kearifan lokal. Untuk itu, berbagai usaha dilakukan di antaranya dengan membangun komunikasi dengan tokoh adat maupun tokoh agama guna melahirkan produk lokal masyarakat seperti tarian, musik tradisional, adat, atraksi budaya, kehidupan lokal yang dapat ditunjukkan kepada wisatawan.

\*\*\*\*

#### DAFTAR PUSTAKA

- Barker, C., & Jane, E. A. (2021). Kajian budaya teori dan praktik. In E. Setyawati (Ed.), *Pustaka Pelajar* (edisi keli).
- DeVito, J. A. (2008). Essentials of human communication. In *Pearson* (sixth edit).
- Fisher, A. B. (1986). Teori-teori komunikasi, perspektif mekanistik, psikologis, interaksional, dan pragmatis. In S. Trimmo (Ed.), *Remaja Karya*.
- Fuchs, C. (2020). Everyday life and everyday communication in coronavirus capitalism. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, 18(1), 375–398.  
<https://doi.org/10.31269/triplec.v18i1.1167>
- Hamilton, L. (2013). Power, domination and human needs. *Thesis Eleven*, 119(1), 47–62.  
<https://doi.org/10.1177/0725513613511308>
- Hardy, J. (2014). *Critical political economy of the media: An introduction*. Routledge.
- Seymour, S. (2006). Resistance. *Anthropological Theory*, 6(3), 303–321.  
<https://doi.org/10.1177/1463499606066890>