

# JURNAL KOMUNIKASI

---

---

Volume 8, Nomor 1, Oktober 2013

ISSN 1907-898X

Halaman 1- 101

---

---

## DAFTAR ISI

### Editorial

**Wacana *Homo Nationalis* dalam Iklan Minuman NutriSari *Heritage***

*Adek Risma Dedees*

(1-14)

**Mempertanyakan Stereotip Kecantikan (Analisis Semiotika tentang Representasi Kecantikan dalam Film Adaptasi *Snow White and the Huntsman* (2012) dan *Mirror Mirror* (2012))**

*Dira Elita*

(15-33)

**Ambiguitas Pemaknaan Pesan Sebagai Komodifikasi dalam *Personality Performance* Multikultural Pada Sosok Soimah**

*Kheyene Molekandella Boer*

(35-51)

**Konsepsi Kematian *a la Jawa***

*Sumekar Tanjung*

(53-61)

**Pengaruh Aktivitas *Customer Service* dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Riau Kepri Capem Panam Pekanbaru**

*Puji Hariyanti & Rahmy Utari*

(63-78)

**Peran *Public Relations* dalam Manajemen *Event* (Studi Terhadap Peran *Public Relations* Galeria Mall dan Plaza Ambarrukmo dalam Pengelolaan *Event* Tahun 2013)**

*Mutia Dewi & Marcha Runyke*

(79-90)

**Komunikasi Politik di Era Media Sosial**

*Faridhian Anshari*

(91-101)



## Editorial

Tema mengenai kajian komunikasi dan kebudayaan hadir dalam Jurnal Komunikasi Volume 8, Nomor 1, Oktober 2013. Tulisan Adek Risma Dedees mengenai wacana kebangsaan dalam iklan sebuah produk minuman mengawali jurnal ini. Iklan tersebut memperlihatkan adanya bias-bias representasi etnisitas/suku bangsa dalam mewacanakan kebangsaan sebagai implikasi karena “dianggap” mayoritas atau dianggap “luhung”. Bias-bias ini, agaknya, terjadi karena masih adanya pelabelan terhadap etnisitas/suku bangsa tertentu. Pelabelan ini diproduksi, direproduksi, dijaga, dirawat, dan bahkan dilestarikan dalam berbagai pewacanaan. Dalam analisisnya, Dedees menggunakan perspektif wacana kritis Ruth Wodak dkk. Analisis wacana kritis digunakan untuk menginterpretasi dan mengelaborasi wacana *homo nationalis* dalam pembentukan narasi ‘kebangsaan’.

Artikel selanjutnya membahas *stereotype* kecantikan dalam film, yakni *Mirror Mirror* dan *Snow White and The Huntsman*. Keduanya merupakan film yang berbasis pada cerita dongeng yang sama yakni *Snow White* (Putri Salju). Dira Elita selaku penulis artikel ini menganalisis dua film itu menggunakan semiotika Roland Barthes. Dengan menerapkan konsep dua level signifikansi (denotasi dan konotasi), analisis fokus pada tiga elemen yakni tubuh, pakaian dan karakteristik. Elita menyimpulkan terdapat tiga mitos yang berhubungan dengan kecantikan. Pertama, kecantikan selalu berhubungan dengan tubuh manusia dan bagaimana tubuh tersebut ditampilkan. Kedua, selain berguna menutup tubuh, juga berfungsi untuk menunjukkan karakter dan identitas yang menonjol. Ketiga, karakteristik manusia menciptakan makna yang berhubungan dengan kecantikan.

Masih berkaitan dengan perempuan, artikel ketiga oleh Kheyene Molekandella Boer membahas komodifikasi terhadap sosok perempuan Jawa oleh stasiun televisi swasta di Indonesia. Boer membahas Soimah, selebritis perempuan yang tampil di televisi dalam dandanan tradisional Jawa, namun memiliki sikap yang bertolak belakang dengan perilaku seharusnya dari perempuan Jawa. Boer berpandangan cara media menampilkan Soimah membuat citra wanita Jawa kemungkinan besar akan tergeser menjadi wanita yang kasar, walaupun ia pintar menyindenkan lagu Jawa. Boer menilai komodifikasi yang dilakukan media terlihat mengorbankan banyak sekali unsur-unsur budaya.

Tema budaya Jawa kembali hadir di artikel keempat oleh Sumekar Tanjung. Dalam artikel ini Tanjung membahas tentang konsepsi kematian a la masyarakat Jawa. dengan melakukan penelitian di masyarakat desa Bejickarto, Prambanan, Sleman, Yogyakarta, Tanjung memaparkan bahwa masyarakat memandang kematian bukan lawan dari kehidupan, tetapi manifestasi kepunahan tubuh dan lahirnya kehidupan baru yang kekal. Dalam budaya Jawa, seluruh proses hidup dan mati memiliki konsep dan pengaturan masing-masing. Tulisan ini terdiri dari empat bagian. Pertama, gambaran mengenai Tuhan yang telah terbentuk dalam pemahaman kepercayaan masyarakat Bejickarto. Kedua, memahami kematian dalam konsep orang Jawa. Ketiga, memahami penyebab kematian dalam hal sakit dan campur tangan medis. Keempat, memahami bagaimana orang Jawa melestarikan tradisi dalam perayaan kematian.

Artikel kelima dan keenam mengangkat tema yang berbeda. Artikel kelima membahas tentang pengaruh aktivitas pelayanan konsumen (customer service) dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank. Penelitian Puji Hariyanti dan Rahmi Utari ini menggunakan variabel aktivitas layanan konsumen dan kepuasan konsumen untuk mengukur loyalitas konsumen. Objek penelitian ini adalah nasabah PT Bank Riau Kepri Capem Panam. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan uji reliabilitas, uji validitas, dan analisis product moment. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel aktivitas layanan konsumen dan kepuasan konsumen memiliki hubungan dan pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

Ada pun artikel keenam mengangkat tema kajian di bidang *Public Relations* (PR) khususnya dalam menjalankan peran sebagai manajemen event. Mutia Dewi dan Marcha Runyke menggunakan objek penelitian PR di dua pusat perbelanjaan di Yogyakarta. Penelitian ini membahas tentang peran PR di dua pusat perbelanjaan di Yogyakarta yakni Galeria Mall dan Plaza Ambarrukmo. Dewi dan Runyke menyimpulkan PR di kedua mall tersebut memiliki kesamaan peran dalam hal menulis rilis untuk media, publisitas, dan hubungan dengan media. Sementara perbedaan PR di kedua mall tersebut adalah dalam hal peran sebagai konseptor, *stage manager*, dan *support*.

Artikel terakhir dalam edisi kali ini ditutup oleh tulisan Faridhian Anshari mengenai komunikasi politik di era *social media*. Anshari mengawali artikel dengan memaparkan tentang pengaruh kehadiran social media terhadap dunia politik. Di satu sisi, social media memberikan peluang bagi para aktor politik untuk dapat berkomunikasi langsung dengan masyarakat, tetapi di sisi lain masih banyak tantangan yang harus dihadapi para aktor politik karena mereka masih menggunakan mentalitas lama dalam menggunakan social media. Di akhir tulisannya, Anshari memberikan beberapa langkah yang sebaiknya dilakukan oleh para aktor politik untuk meminimalkan risiko dan memaksimalkan peluang yang ditawarkan oleh media sosial.