



**KUMPULAN ABSTRAK JURNAL**

**KOLEKSI E-DEPOSIT  
PERPUSTAKAAN  
NASIONAL**

*TEMA KOMUNIKASI  
2020*



**PERPUSTAKAAN NASIONAL**  
REPUBLIC INDONESIA

**PENYUSUN : ANISA KRISTIANI TARIGAN**  
**PENYUNTING : WENNY ALTJE PALAR**



**INTERAKTIVITAS SEBAGAI STRATEGI MEDIATED  
COMMUNICATION PADA FANS PAGES STARBUCKS COFFEE  
INDONESIA**

**Kheyene Molekandella Boer**

**ABSTRAK**

Pemasaran digital kian menjadi pilihan dalam aktivitas promosi perusahaan dunia. Pemasar beramairamai meninggalkan media periklanan tradisional dan beralih ke internet karena lebih menguntungkan, mudah dan murah untuk berinteraksi dengan konsumen. Namun, konsep interaktivitas belum dapat diwujudkan dengan semestinya. Banyak pemasar belum mengetahui dengan benar bagaimana mengelola interaktivitas dengan konsumen. Salah satu perusahaan besar dunia yang masuk ke dalam ranah digital adalah Starbucks coffee. Starbucks aktif mengelola media sosial untuk mengiklankan produk-produk mereka dan menjalin komunikasi interaktif dengan konsumennya. Paper ini mencoba melihat seberapa dalam interaktivitas yang terjadi di ranah digital antara Starbucks dan konsumen.

**Kata kunci** : fans pages, interaktivitas, pemasaran digital.

**Nama jurnal:** Jurnal Ilmu Komunikasi

**Volume** :Vol 10, No 2 (2013)

**Doi** : <https://doi.org/10.24002/jik.v10i2.348>

**Link pdf** : <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/348/396>

# **PEREMPUAN DALAM KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PERTANIAN DI SUMBA TIMUR**

**Dina Listiorini**

## **ABSTRAK**

Tulisan ini mendiskusikan masalah perempuan dalam proses komunikasi pembangunan pertanian di desa Kadahang, Wunga dan Napu yang terletak di kecamatan Haharu, provinsi Nusa Tenggara Timur. Perempuan dalam konteks pembangunan pertanian seharusnya menjadi subjek yang penting dalam proses partisipasi pembangunan. Namun, perempuan di Sumba masih terkurung dalam budaya patriarkat yang tidak memungkinkan mereka berpartisipasi secara penuh dalam proses pembangunan pertanian. Persoalan masyarakat terbesar di kecamatan Haharu adalah kekurangan air. Menghadapi masalah ini pun, perempuan masih berada dalam tataran objek dan partisipan yang pasif. Ketiadaan media massa sebagai dampak dari ketiadaan listrik di kecamatan tersebut memperparah keadaan tersebut

**Kata kunci** : komunikasi pembangunan, perempuan, pertanian, Nusa Tenggara Timur, Sumba Timur

**Nama jurnal** : Jurnal Ilmu Komunikasi

**Volume** : Vol 11, No 2 (2014)

**Doi** : <https://doi.org/10.24002/jik.v11i2.418>

**Link pdf** : <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/418/466>

**JURNALISME WARGA: MENJEMBATANI KESENJANGAN  
PENYALURAN KREATIVITAS DAN AKSES REPORTASE MEDIA**

**Imam Nuraryo, Dyah Nurul Maliki, Siti Meisyaroh**

**ABSTRAK**

Penelitian ini menjelaskan hubungan antara kemudahan dalam memanfaatkan situs forum Kompasiana dengan motif menjadi pewarta warga. Penelitian ini bermaksud untuk menguji Technological Acceptance Model dan Uses and Gratification Model dengan menggunakan metode survei. Hasil penelitian menunjukkan hubungan positif antara penggunaan forum dengan motif menjadi pewarta warga dengan nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,389. Sedangkan hasil korelasi antara persepsi kemudahan dalam penggunaan situs dengan motif menjadi pewarta warga sebesar 0,499. Angka tersebut menandakan bahwa persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan forum online Kompasiana secara simultan berhubungan dengan motif menjadi pewarta warga.

**Kata kunci** : forum online Kompasiana, motif, pewarta warga

**Nama jurnal** : Jurnal Ilmu Komunikasi

**Volume** : Vol 12, No 1 (2015)

**Doi** : <https://doi.org/10.24002/jik.v12i1.442>

**Link pdf** : <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/442/480>

# JARINGAN DIGITAL DAN PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN SOSIAL BURUH MIGRAN PEREMPUAN

**Eko Wahyono, Lala M. Kolopaking, Titik Sumarti M. C., Aida Vitayala S.  
Hubeis**

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penggunaan teknologi digital dan jaringan sosial pada kewirausahaan sosial buruh migran perempuan setelah kembali dari luar negeri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengambilan data wawancara mendalam, FGD, dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi digital dan jaringan sosial memiliki peran yang penting dalam proses pengembangan kewirausahaan di desa asal buruh migran. Tantangan pengembangan kewirausahaan sosial pada era digital adalah minimnya infrastruktur teknologi, sirkulasi pemodalan, dan strategi marketing sosial di pedesaan

**Kata kunci** : buruh migran perempuan, kewirausahaan sosial, teknologi digital

**Nama jurnal** : Jurnal Ilmu Komunikasi

**Volume** : Vol 16, No 1 (2019)

**Doi** : <https://doi.org/10.24002/jik.v16i1.1837>

**Link pdf** : <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/1837/1378>

# **THE NEEDS OF INTERNET LITERACY IN AN ONGOING PROCESS OF ECONOMIC STABILITY**

**Theresia D. Wulandari**

## **ABSTRAK**

Internet adalah media komunikasi yang relatif baru namun terus mengalami perkembangan terus menerus. Di beberapa negara, terutama wilayah Asia Selatan, penggunaan internet masih sangat rendah, bahkan hampir tidak ada. Ini karena internet dianggap integral sebagai sarana komunikasi sosial saja. Namun di Indonesia, pengguna internet terus berkembang dengan pesat. Jumlah pengguna internet diprediksi akan semakin berkembang ke masa yang akan datang. Ini sejalan dengan perkembangan indikator ekonomi makro 2050 di mana Indonesia diprediksi akan menjadi negara dengan kekuatan ekonomi terbesar ke-6 di dunia setelah Cina, Amerika Serikat, India, Brazil, dan Jepang. Tentu hal ini akan sejalan dengan perkembangan pengguna internet di Indonesia karena akan ada pergeseran pola komunikasi di antara mereka. Komunikasi di antara orang Indonesia tidak lagi dilakukan secara langsung namun berubah melalui kecerdasan mereka melihat internet. Hal ini tampaknya ada hubungannya dengan indikator makro ekonomi selama satu dekade ini, di mana orang Indonesia sudah mulai mengenal internet.

**Kata kunci** : pengguna internet, makro ekonomi, cerdas berinternet, komunikasi

**Nama jurnal** : Jurnal Ilmu Komunikasi

**Volume** : Vol 10, No 1 (2013)

**Doi** : <https://doi.org/10.24002/jik.v10i1.153>

**Link pdf** : <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/153/235>

# **MEDIA DIASPORA PELAJAR INDONESIA: EKSISTENSI, PERAN, DAN SPIRIT KEINDONESIAAN**

**Yohanes Widodo**

## **ABSTRAK**

Makalah ini mengkaji eksistensi, peran, dan spirit (nilai) yang diusung media diaspora pelajar Indonesia di luar negeri era Pra Kemerdekaan (1900-1845), Orde Lama (1945-1965), Orde Baru (1966-1990, Transisi Orde Baru (1990-2000), hingga era Reformasi (2001-2016). Pendekatan penelitian adalah deskriptif kualitatif dengan riset dokumen berupa buku sejarah, tesis, serta arsip media yang diterbitkan oleh diaspora pelajar Indonesia di luar negeri. Penelitian ini menyimpulkan (1) Media diaspora pelajar Indonesia eksis pada setiap era; (2) Media sebagai mimbar bebas untuk menyampaikan kritik pada penguasa, dipengaruhi perkembangan dan dinamika sosial politik di tanah air; (3) Setiap era memiliki spirit atau nilai keindonesiaan yang khas.

**Kata kunci** : diaspora, media, pelajar Indonesia, spirit keindonesiaan

**Nama jurnal** : Jurnal Ilmu Komunikasi

**Volume** :Vol 14, No 1 (2017)

**Doi** : <https://doi.org/10.24002/jik.v14i1.974>

**Link pdf** : <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/974/986>

## **KOMODIFIKASI PEREMPUAN DALAM IKLAN TELEVISI**

**Primeiro Wahyubinatar Fernandez**

### **ABSTRAK**

Perempuan dan daya tarik seksual merupakan senjata dalam iklan. Dalam iklan Axe versi "Turub Harga", peneliti mendapatkan sajian komodifikasi perempuan. Artikel ini mendiskusikan bagaimana tanda-tanda dirangkai untuk berkomunikasi dengan target dan bagaimana struktur pesan yang mengkomodifikasi perempuan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Semiotika Greimasian yang dikombinasikan dengan perspektif Feminis Marxisme.

**Kata kunci** : perempuan, iklan, komodifikasi, semiotika

**Nama jurnal** : Jurnal Ilmu Komunikasi

**Volume** : Vol 8, No 1 (2011)

**Doi** : <https://doi.org/10.24002/jik.v8i1.182>

**Link pdf** : <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/182/271>

## **PENERAPAN KODE ETIK DI KALANGAN JURNALIS**

**Olivia Lewi Pramesti**

### **ABSTRAK**

Praktik suap menjadi salah satu fenomena menyedihkan dalam pers Indonesia. Praktik tersebut merujuk pada aktivitas menerima pemberian berupa uang, barang, voucher dan bentuk lainnya dari pihak narasumber. Praktik suap acapkali dilegalkan dan bahkan menjadi budaya di kalangan pelaku media. Alasan pembenarannya antara lain menjaga hubungan dengan narasumber atau untuk mengatasi masalah kesejahteraan jurnalis yang tidak mendapatkan gaji yang layak. Namun, praktik suap tentu saja bertentangan dengan kode etik jurnalistik. Praktek ini menyebabkan profesionalitas wartawan menjadi dipertanyakan. Praktik suap dapat mengancam kehidupan publik sebab kewajiban jurnalis dalam memberitakan kebenaran akan terpengaruh oleh praktik tersebut.

**Kata kunci** : jurnalis, kode etik jurnalistik, praktik suap, profesionalisme

**Nama jurnal** : Jurnal Ilmu Komunikasi

**Volume** :Vol 11, No 1 (2014)

**Doi** : <https://doi.org/10.24002/jik.v11i1.386>

**Link pdf** : <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/386/432>

# **DISTORSI KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PEMERINTAHAN PRESIDEN JOKOWI DI MEDIA SOSIAL**

**Pajar Hatma Indra Jaya**

## **ABSTRAK**

Presiden Jokowi memiliki citra pemimpin pro-wong cilik dan berasal dari partai nasionalis. Pada bulan Desember 2016 sampai Januari 2017 muncul banyak berita di media sosial yang berbeda dengan image tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk memeriksa dan mengeksplorasi distorsi pemberitaan tersebut. Penelitian ini menemukan bahwa framing pemberitaan versi pemerintah tidak mendominasi informasi di media sosial. Berita yang dominan adalah fakta yang sebagian telah dihilangkan, ditambah, ataupun diinterpretasi sesuai kepentingan pengutip sehingga menjadi hoax. Penelitian ini menguatkan konsepsi Barthes, Boudrilad, dan Eco bahwa di era media sosial banyak berita menunjukkan kematian realitas.

**Kata kunci** : citra, hoax, kematian realitas, wacana

**Nama jurnal** : Jurnal Ilmu Komunikasi

**Volume** :Vol 14, No 2 (2017)

**Doi** : <https://doi.org/10.24002/jik.v14i2.999>

**Link pdf** : <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/999/1078>

# **MENGGAGAS JURNALISME OPTIMIS DALAM PEMBERITAAN TENTANG BENCANA**

**Filosa Gita Sukmono & Fajar Junaedi**

## **ABSTRAK**

Tulisan ini membahas pentingnya jurnalisme sensitif bencana dalam ruang redaksi media massa. Yogyakarta dan wilayah sekitarnya yang telah mengalami bencana gempa 2006 dan erupsi Merapi 2010 menjadi area yang menarik untuk dikaji. Para wartawan, mulai wartawan yang di lapangan sampai redaktur yang berada di ruang redaksi, menjadi saksi sekaligus korban bencana. Pengalaman menjadi saksi dan korban bencana telah menjadi laboratorium jurnalisme sensitif bencana yang disebut sebagai jurnalisme optimis. Istilah ini menjadi oposisi biner bagi jurnalisme air mata yang lebih umum digunakan oleh media massa di Indonesia.

**Kata kunci** : bencana, jurnalisme optimis, jurnalisme sensitif bencana

**Nama jurnal** : Jurnal Ilmu Komunikasi

**Volume** : Vol 15, No 1 (2018)

**Doi** : <https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.882>

**Link pdf** : <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/882/1156>