

*JURNAL  
PENELITIAN  
KOMUNIKASI*

**TERAKREDITASI PERINGKAT 2  
Keputusan Direktur Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan  
Kemenristekdikti Nomor: 30/E/KPT/2018**

Diterbitkan oleh Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian Komunikasi dan Informatika (BPSDMP Kominfo) Bandung. Terbit pertama kali Desember 1997. Jurnal ini dimaksudkan sebagai media yang menyajikan hasil-hasil penelitian di bidang komunikasi, media, dan informatika. Terbit 2 (dua) kali setahun, setiap Juli dan Desember.

- Ketua Dewan Redaksi : C. Suprpti Dwi Takariani, SH, M.Si (Komunikasi dan Media – BPSDMP Kominfo Bandung)
- Anggota Dewan Redaksi : 1. C. Suprpti Dwi Takariani, SH, M.Si (Komunikasi dan Media – BPSDMP Kominfo Bandung)  
2. Didit Praditya, ST, MT (Teknologi Informasi dan Komunikasi – BPSDMP Kominfo Bandung)  
3. Diana Sari, S.Si., MT (Teknologi Informasi dan Komunikasi – BPSDMP Kominfo Bandung)  
4. Nofha Rina, M.Si (Komunikasi – Telkom University, Bandung)  
5. Karman, M.Si (Komunikasi – Puslitbang Aptika dan IKP, Kementerian Komunikasi dan Informatika)  
6. Asaas Putra, M.Si (Komunikasi – Telkom University, Bandung)  
7. Ahmed Rageh Ismail, B.Sc., M.Sc., Ph.D (Branding and Marketing Communications – Misr University for Science and Technology, Cairo, Egypt).
- Mitra Bestari : 1. Prof. Deddy Mulyana, MA, Ph.D (Komunikasi – Universitas Padjadjaran, Bandung)  
2. Prof. Atie Rachmiate, M.Si (Komunikasi – Universitas Islam Bandung)  
3. Dr. Dedeh Fardiah, M.Si (Komunikasi – Universitas Islam Bandung)  
4. Dr. O. Hasbiansyah, M.Si (Komunikasi – Universitas Islam Bandung)  
5. Dr. Lucy Pujasari Supratman, M.Si (Komunikasi – Telkom University, Bandung)  
6. Dr. Dedi Kurnia Syah Putra, M.lkom., S.Sos (Komunikasi – Telkom University, Bandung)  
7. Dr. Ayub Ifandy Imran, Ph.D (Komunikasi – Telkom University, Bandung)  
8. Dr. Aep Wahyudin (Komunikasi dan Media – UIN Sunan Gunung Djati, Bandung)  
9. Dr. Zikri Fachrul Nurhadi (Komunikasi – Universitas Garut)  
10. Dr. Bahtiar B. Mohamad, Ph.D (Communication – School of Multimedia Technology and Communication, College of Art and Science, Universiti Utara Malaysia, Kedah Darul Aman, Malaysia)  
11. Dr. Dorien Kartikawangi (Komunikasi – UNIKA Atmajaya, Jakarta)  
12. Dr. Irwansyah, S.Sos., M.A (Komunikasi – Universitas Indonesia)  
13. Dr. Irtanto Mustodjo, M.Si (Politik dan Pemerintahan – Penelitian dan Pengembangan Provinsi Jawa Timur)  
14. Dr. Anne Ratnasari, M.Si (Komunikasi – Universitas Islam Bandung)  
15. Dr. Eriyanto (Komunikasi – Universitas Indonesia)  
16. Dr. Turnomo Rahardjo (Komunikasi – Universitas Diponegoro, Semarang)  
17. Dr. Made Dwi Adnjani, S.Sos., M.Si., M.I.Kom (Komunikasi – Universitas Islam Sultan Agung, Semarang)
- Redaksi Pelaksana : Tiari Pratiwi Hutami, S.Si
- Pemeriksa Naskah : 1. Lia Puspitasari, SIP, MPP  
2. Vidyantina Heppy Anandhita, M.TI  
3. Ricki Wahyuardiyono, S.Kom
- Desain Grafis dan Tata Letak : 1. Ammy Rahkmiati.
- Sekretariat/Administrasi : 1. Theresia Nenny Bessing  
2. Adang Rahayu

**Sekretariat Redaksi:**

Balai Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Penelitian Komunikasi dan Informatika  
(BPSDMP Kominfo) Bandung  
Badan Penelitian dan Pengembangan SDM – Kementerian Komunikasi dan Informatika  
Jl. Pajajaran No. 88 Bandung 40173 Telp.: 022 – 6017493 | Fax: 022 – 6021740  
*E-mail:* jurnal.bppki.bandung@mail.kominfo.go.id, <http://bppkibandung.id/index.php/jpk>

***JURNAL  
PENELITIAN  
KOMUNIKASI***

**DAFTAR ISI**

KESIAPAN DAERAH MENUJU <i>JAWA BARAT SMART PROVINCE</i> <b>Diana Sari, Didit Praditya, C. Suprpti Dwi Takariani</b> .....	105-122
APLIKASI JAWARA: PEMANDU DIGITAL TERASA SEPERTI PEMANDU BERBASIS KOMUNIKASI ANALOG? <b>Purwadi, Irwansyah</b> .....	123-138
MODEL KOMUNIKASI PENEGAK HUKUM DALAM RUANG PERSIDANGAN DI PENGADILAN NEGERI JAKARTA PUSAT <b>Aan Widodo</b> .....	139-154
<i>AGENDA SETTING</i> PENYEBARAN HOAKS DI MEDIA SOSIAL <b>Christiany Juditha</b> .....	155-168
STRATEGI <i>MARKETING PUBLIC RELATIONS</i> UNTUK MEMBANGUN CITRA INNISFREE MELALUI PENGGUNAAN <i>VIRTUAL REALITY</i> <b>Fathia Ramadani, Kiki Rizqi Sofia</b> .....	169-180
POLA KOMUNIKASI GURU KEPADA SISWA PENYANDANG DISABILITAS <b>Yani Hendrayani, Shilvy Narulita Eka Sari, Anjang Priliantini</b> .....	181-194
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK PERTAHANAN DAN KEAMANAN PT PINDAD (PERSERO) <b>Jalesia Putri Pramitha, Mohamad Syahriar Sugandi, Asaas Putra</b> .....	195-210

## PENGANTAR REDAKSI

Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan semua orang bisa berkomunikasi, mengakses dan menyebarkan informasi melalui media sosial dengan mudah dan cepat bahkan dalam hitungan detik informasi akan tersebar ke seluruh antero dunia. Kemudahan media sosial untuk diakses dan dijangkau oleh semua orang telah menjadikan media sosial sebagai sarana baru, selain untuk berkomunikasi media sosial juga telah dimanfaatkan secara positif maupun negatif oleh berbagai pihak untuk mencapai tujuannya. Penyebaran informasi bohong atau hoaks merupakan salah satu pemanfaatan media sosial secara negatif.

Hoaks atau berita bohong atau disinformasi saat ini sedang marak seiring dengan naiknya pengguna media sosial, istilah tersebut bahkan juga sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia. Hoaks dalam (Dedi Rianto Rahadi, 2017) adalah usaha untuk menipu atau mengakali pembaca/pendengarnya untuk mempercayai sesuatu, padahal sang pencipta berita palsu tersebut tahu bahwa berita tersebut adalah palsu. Berita atau informasi hoaks dibuat dengan berbagai tujuan apakah untuk mengejar popularitas, mencemarkan nama baik seseorang, atau hanya sekedar sebagai lelucon belaka.

“Wabah *Hoax* Nasional” yang merupakan hasil survei dari Mastel (2017) menyebutkan bahwa saluran yang paling banyak digunakan dalam penyebaran hoaks adalah melalui media sosial (Facebook, Twitter, Instagram, dan Path) menyusul aplikasi *chatting* seperti Whatsapp, Line, Telegram. Kementerian Kominfo merilis hasil temuan mereka sepanjang tujuh bulan sejak Agustus 2018 hingga Februari 2019, terdapat 771 hoaks yang berhasil teridentifikasi. Temuan ini juga menyebutkan bahwa jumlah konten hoaks yang beredar di media *online* terus meningkat dari bulan ke bulan. Melihat hasil temuan Kemenkominfo terbaru tentang hoaks ini, maka menarik untuk dilakukan kajian secara lebih mendalam tentang isi konten hoaks yang paling banyak beredar melalui media sosial belakangan ini. Mengapa ada konten dengan tema-tema tertentu yang cenderung lebih tinggi dari tema lainnya. Apa tujuan dan motif di balik penyebaran konten hoaks dan bagaimana kekuatan agenda *setting* hoaks tersebut. Artikel tersebut ditulis oleh Chirstiany Juditha, merupakan salah satu artikel dari tujuh artikel yang dimuat di Jurnal Penelitian Komunikasi Volume 22 Nomor 2 Tahun 2019.

Menghadapi hal tersebut diperlukan sikap arif dari pengguna media untuk menyaring berbagai informasi yang beredar di internet. Pada akhirnya yang perlu diperhatikan adalah bagaimana meningkatkan literasi masyarakat agar bisa memilih informasi-informasi di media sosial.

*Penyunting*

# JOURNAL OF COMMUNICATION RESEARCH

ISSN: 1410-8291 | e-ISSN: 2460-0172

Desember 2019, Vol. 22 No. 2

Keywords sourced from the article listed. This abstract sheet may be reproduced without permission and free

DDC 351. 959 824

**Sari, Diana; Praditya, Didit; and Takariani, C. Suprapti Dwi**

***Regional Readiness for Jawa Barat Smart Province***

***Journal of Communication Research December 2019, Vol. 22 No. 2, p. 105-122***

**Abstract** - The West Java Provincial Government initiated West Java Smart Province (JSP), which began with Jabar Cyber Province. In its development, the concept of smart province developed at the provincial level, and it was interpreted at the regional level so that there were views from regions related to JSP. Therefore, it is necessary to look at other perspectives of the smart province from the local perspective as an enrichment for the province to obtain a comprehensive description of JSP implementation from the local government's side and how the readiness of the region towards JSP. This study uses a qualitative approach, with three critical aspects of concern in smart province, namely: governance, infrastructure, and ICT services/applications in each region. This readiness was described descriptively from data and information through interviews with informants in six areas. The results of the analysis provide an overview of the readiness of each region in West Java towards JSP. The readiness of Banjar City, Garut Regency, and Purwakarta Regency are the change from manual to digital, and development of ICT infrastructure and service, although it is still partial. Meanwhile, Bogor City, Cimahi City, and Cirebon Regency readiness is a developed ICT-based service even though development between services are doing separately, but data sharing has been carried out.

**Keywords:** West Java, smart province, governance, infrastructure, services.

DDC 004. 6

**Purwadi and Irwansyah**

***Jawara Application: Does Digital Guide Feel Like Analog Communication Based Guide?***

***Journal of Communication Research December 2019, Vol. 22 No. 2, p. 123-138***

**Abstract** - This study examined the differences between analog communication models played by human tour guides versus digital communications aided by digital guides called JAWARA applications in the guidance of the botanical garden. This study examined whether digital guide feels like a guide that communicating analogously, and observed the changes in the way they are guiding and whether it also impacts the cultural change from analog to digital. The theoretical framework used is interpersonal communication theory versus complexity theory based on communication models in digital media. Furthermore, this study is conducted from the cultural context and digital culture by descriptive qualitative research method. The primary data source is the interview with JAWARA admin and application developer. Results showed that the guidance communication model in the botanical garden underwent significant changes with the presence of JAWARA digital guide applications. These changes occur due to the analog and digital guidance communication models have different characteristics. However, the presence of digital guides has not been able to replace the analog guide completely because digital guides have not felt like analog (human) guides. However, the presence of digital guide applications brings changes to the cultural context, which was previously analogous as a whole, will gradually be displaced by the presence of digital culture and then mixed.

**Keywords:** JAWARA application, guide, digital, communication, analog.

DDC 302.2

**Widodo, Aan**

***Communication Model of Law Enforcement Officials in Central Jakarta District Court***

***Journal of Communication Research December 2019, Vol. 22 No. 2, p. 139-154***

**Abstract** - The trial is one of the communication contexts in law enforcement. The process of law enforcement through trials contains aspects of messages, communicators, and purpose of communication as well as the unique communication events, which seen from the language and the communication process. The purpose of this study is to map the communication models for law

enforcement in court as part of the law enforcement process. The approach used is qualitative research with ethnography of communication method. Data was obtained from participatory observation, interviews with informants, and document analysis in the Central Jakarta District Court. The result showed that the roles, interests, goals, and types of communication actors distinguished communication events in the trials. Communication actors as law enforcers at the trials consist of Judges, Public Prosecutors, and Legal Advisors who are interacting and communicating with each other. Interaction and communication in the trials in the study of communication ethnography theory developed communication models. The communication models are: (1) The law enforcement communication model in the courtroom consists of the communication of the judges, the communication model of the prosecutor, and the legal advisor communication model; (2) Communication model among law enforcers in the courtroom.

**Keywords:** law enforcement, trials, communication model.

#### DDC 302. 23

**Juditha, Christiany**

**Agenda Setting of Spreading Hoax in Social Media**  
*Journal of Communication Research December 2019, Vol. 22 No. 2, p. 155-168*

**Abstract** - The purpose of this study is to get an overview of the agenda-setting for the spread of hoax on social media. The method used is quantitative content analysis. The results found that there were three themes of the most prominent hoax issues, namely politics, health, and governance issues. In this case, the media setting agenda on hoax was formed by the users of social media itself. Hoax themes about politics such as Elections have increased in a certain period because social media users or netizens have relatively the same concentration and attention about it. There have also been attempts by certain parties to neutralize a theme hoax for a specific purpose, such as to overthrow each presidential candidate who is fighting in the Election process, including to topple incumbent presidential candidates who are still in power. Likewise, with a content hoax, the media agenda formed on social media represents the interests of netizens. Even in health hoax content that includes the most hoax content, the agenda of social media settings is built because netizens consider the content important to be immediately known by other audiences regardless of whether or not the content is true.

**Keywords:** agenda setting, hoax, social media.

#### DDC 659. 2

**Ramadani, Fathia; and Sofia, Kiki Rizqi**

**Marketing Public Relations Strategy to Build Image of Innisfree Through The Use of Virtual Reality**

*Journal of Communication Research December 2019, Vol. 22 No. 1, p. 169-180*

**Abstract** - This research is about the marketing public relations strategy to build a brand image of Innisfree through the use of Virtual Reality (VR). It is essential to enhance the brand in the middle of intense competition in the beauty industry in Indonesia to gain public interest. This research aims to analyze the marketing public relations strategy to build a brand image of Innisfree through the use of VR. This research uses a qualitative method with a descriptive attribute. The collection of primary data is through in-depth interviews with the internal and external informant, dan secondary literature study. The examination of data credibility is using source triangulation. According to the result from a pull strategy i.e., performed online publications, holding media events, online competition, and carry out the survey directly as well as an online survey.

**Keywords:** CMC theory, marketing public relations, image, publication, virtual reality.

#### DDC 321. 91

**Hendrayani, Yani; Sari, Shilvy Narulita Eka; and Priliantini, Anjang**

**Teacher Communication Pattern to Disability Students**

*Journal of Communication Research December 2019, Vol. 22 No. 2, p. 181-194*

**Abstract** - Verbal and nonverbal stimuli from the environment often fail to be appropriately transferred by children with disabilities. This limitation will, of course, affect the communication patterns used by teachers and students with disabilities in building good relationships. The purpose of this study is to discuss verbal and nonverbal communication in the learning process of the art of music Degung in SLB Negeri Kota Depok. This study uses case studies with qualitative methods and uses the theory of symbolic interactionism. The results are: 1) The form of communication used for persons with disabilities is verbal and nonverbal communication. The verbal communication used by the teacher in the form of the selection of words as simple as possible; hence, students could understand verbal messages well. Nonverbal communication consists of emblems, illustrators, effect displays, regulators, and adapters; 2) Communication patterns used in the learning process of the art of

music Degung utilized two communication patterns, namely interactional communication patterns and transactional communication patterns; 3) Obstacles encountered during the learning process of the art of Degung music include barriers to the delivery process, physical barriers, semantic barriers, psychological barriers, and physiological barriers.

**Keywords:** communication patterns, students with disabilities, Degung art music.

#### DDC 659.1

**Pramitha, Putri Jalesita; Sugandi, Mohamad Syahriar; and Putra, Asaas**

***Marketing Communication Strategy of Defense and Security Product PT Pindad (Persero)***

***Journal of Communication Research December 2019, Vol. 22 No. 1, p. 195-210***

**Abstract** - Pindad is an only defense industry that produces weaponry in Indonesia, strives to achieve the autonomy of Indonesia's primary weaponry defense system. In achieving those objectives, Pindad implemented a marketing communication strategy to

carry out about introduction and sales activities for the product, spreading the message nationality, and corporate communication activities. The purpose of this research to see how the process of the communications strategy marketing conducted by Pindad. This research used qualitative methods with a case study approach, and data collection was carried through in-depth interviews and observation. The research showed how the planning process, organizing, actuating, and evaluation by Pindad. Marketing Communication by Pindad departs on the segmentation of different audiences, Pindad divides the company's focus on the Marketing Departement for the special segment and the Corporate Communication Department for the general segment. In build marketing communication messages, Pindad includes nationality messages to cultivate the product user and society. The marketing communications is also used the communication business cooperation with the other government, company, and marketing sales directly to the intended segment.

**Keywords:** marketing communication strategy, defense industry, promotion mix.

# JURNAL PENELITIAN KOMUNIKASI

ISSN: 1410-8291 | e-ISSN: 2460-0172

Desember 2019, Vol. 22 No. 2

*Kata kunci yang dicantumkan bersumber dari artikel. Lembar abstrak ini boleh diperbanyak tanpa izin dan biaya*

DDC 351. 959 824

**Sari, Diana; Praditya, Didit; dan Takariani, C. Suprapti Dwi**  
**Kesiapan Daerah Menuju Jawa Barat Smart Province**  
**Jurnal Penelitian Komunikasi Desember 2019, Vol. 22 No. 2, hal. 105-122**

**Abstrak** - Pemerintah Provinsi Jawa Barat menginisiasi Jawa Barat Smart Province (JSP) yang diawali dengan Jabar Cyber Province. Dalam perkembangannya, konsep berkembang di tingkat provinsi dan diinterpretasi di tingkat daerah, sehingga ada pandangan-pandangan dari daerah yang muncul terkait JSP. Oleh karena itu perlu ditinjau smart province dari sudut pandang daerah sebagai pengayaan bagi provinsi dalam implementasi JSP, agar diperoleh gambaran secara komprehensif dari sisi penyelenggara pemerintahan terhadap JSP serta bagaimana kesiapan daerah menuju JSP. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan tiga aspek penting yang menjadi perhatian dalam smart province, yaitu: tata kelola, infrastruktur, dan layanan/aplikasi TIK di masing-masing wilayah. Gambaran kesiapan ini diuraikan secara deskriptif dari data dan informasi melalui wawancara kepada informan di enam wilayah. Hasil analisis memberikan gambaran kesiapan masing-masing wilayah di Jawa Barat menuju JSP. Kesiapan Kota Banjar, Kabupaten Garut, dan Kabupaten Purwakarta yaitu adanya perubahan dari manual ke digital serta sudah ada pengembangan infrastruktur dan layanan TIK walaupun masih parsial. Sementara itu, kesiapan Kota Bogor, Kota Cimahi, dan Kabupaten Cirebon yaitu telah dikembangkan layanan berbasis TIK walaupun pengembangan antarlayanan masih ada yang dilakukan secara terpisah, namun sudah dilakukan sharing data.

**Kata kunci:** Jawa Barat, *smart province*, tata kelola, infrastruktur, layanan.

DDC 004. 6

**Purwadi dan Irwansyah**  
**Aplikasi Jawara: Pemandu Digital Terasa Seperti Pemandu Berbasis Komunikasi Analog?**  
**Jurnal Penelitian Komunikasi Desember 2019, Vol. 22 No. 2, hal. 123-138**

**Abstrak** - Penelitian ini mengkaji tentang perbedaan antara model komunikasi analog yang diperankan pemandu wisata manusia versus komunikasi digital yang dibantu oleh pemandu digital bernama aplikasi JAWARA dalam pemanduan di kebun raya. Tujuan penelitian ini untuk mencermati benarkah pemandu digital terasa seperti pemandu yang berkomunikasi secara analog serta melihat perubahan cara pemanduan itu apakah membawa dampak pada perubahan budaya dari analog menuju digital. Teori yang digunakan adalah teori komunikasi interpersonal versus teori kompleksitas berlandaskan model komunikasi di media digital. Selain itu, dilakukan pula kajian dari konteks budaya dan budaya digital dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data utama adalah wawancara dengan admin dan pengembang aplikasi JAWARA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model komunikasi pemanduan di kebun raya mengalami perubahan signifikan dengan kehadiran aplikasi pemandu digital JAWARA. Perubahan itu terjadi karena model komunikasi pemanduan analog dan pemanduan digital memiliki karakteristik yang berbeda. Namun demikian, kehadiran pemandu digital ternyata belum bisa menggantikan pemandu analog sepenuhnya karena pemandu digital belum terasa seperti layaknya pemandu analog (manusia). Meskipun demikian kehadiran aplikasi pemandu digital membawa perubahan pada konteks budaya pemanduan yang sebelumnya analog secara keseluruhan, lambat laun tergeser dengan kehadiran budaya digital dan kemudian bercampur satu sama lain.

**Kata kunci:** aplikasi JAWARA, pemandu, digital, komunikasi, analog.

DDC 302.2

**Widodo, Aan**  
**Model Komunikasi Penegak Hukum dalam Ruang Persidangan di Pengadilan Negeri Jakarta Pusat**  
**Jurnal Penelitian Komunikasi Desember 2019, Vol. 22 No. 2, hal. 139-154**

**Abstrak** - Persidangan merupakan salah satu konteks komunikasi dalam penegakan hukum. Proses penegakan hukum melalui persidangan mengandung aspek pesan, pelaku dan tujuan komunikasi, serta peristiwa komunikasi yang khas, dilihat dari bahasa dan proses komunikasinya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memetakan model komunikasi penegak hukum dalam persidangan sebagai bagian dari proses penegakan hukum melalui pengadilan. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode etnografi komunikasi. Data diperoleh dengan melakukan observasi partisipatif, wawancara dengan informan, dan studi dokumentasi di Pengadilan Negeri Jakarta Pusat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peristiwa komunikasi dalam persidangan dibedakan berdasar peran, kepentingan, tujuan, dan tipe pelaku komunikasi. Pelaku komunikasi sebagai penegak hukum dalam persidangan terdiri dari hakim, penasihat hukum dan penuntut umum yang saling berinteraksi dan berkomunikasi. Interaksi dan komunikasi dalam persidangan dalam kajian teori etnografi komunikasi menghasilkan model komunikasi. Model komunikasi tersebut ialah: (1) Model komunikasi penegak hukum dalam persidangan, terdiri dari model komunikasi hakim majelis, model komunikasi penuntut umum, serta model komunikasi penasihat hokum; (2) Model komunikasi antarpenghak hukum dalam persidangan.

**Kata kunci:** penegak hukum, persidangan, model komunikasi.

#### DDC 302. 23

**Juditha, Christiany**  
**Agenda Setting Penyebaran Hoaks Di Media Sosial**  
**Jurnal Penelitian Komunikasi Desember 2019,**  
**Vol. 22 No. 2, hal. 155-168**

**Abstrak** - Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran tentang *agenda setting* penyebaran hoaks di media sosial. Metode yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif. Hasil penelitian menemukan bahwa terdapat tiga tema isu hoaks yang paling menonjol yaitu politik, kesehatan, dan isu pemerintahan. Dalam hal ini, *agenda setting* media tentang hoaks dibentuk oleh para pengguna media sosial itu sendiri. Tema hoaks tentang politik seperti pemilu meningkat dalam kurun tertentu, dikarenakan penggunaan media sosial atau netizen memiliki konsentrasi dan perhatian yang relatif sama tentang hal tersebut. Ada juga upaya dari pihak-pihak tertentu untuk memviralkan sebuah tema hoaks untuk tujuan tertentu semisal untuk menjatuhkan masing-masing kandidat presiden yang sedang bertarung dalam proses pemilu. Termasuk untuk menjatuhkan kandidat presiden petahana yang masih berkuasa. Begitu pula dengan konten hoaks, agenda media yang terbentuk di media sosial merepresentasikan kepentingan para netizen. Bahkan pada konten hoaks bidang kesehatan yang termasuk konten hoaks terbanyak, *agenda setting* media sosial yang terbangun karena *netizen* menganggap konten tersebut penting untuk segera diketahui oleh

khalayak lainnya terlepas dari benar tidaknya konten tersebut.

**Kata kunci:** *agenda setting*, hoaks, media sosial.

#### DDC 659. 2

**Ramadani, Fathia; dan Sofia, Kiki Rizqi**  
**Strategi Marketing Public Relations untuk Membangun Citra Innisfree Melalui Penggunaan Virtual Reality**  
**Jurnal Penelitian Komunikasi Desember 2019,**  
**Vol. 22 No. 2, hal. 169-180**

**Abstrak** - Penelitian ini membahas mengenai strategi *marketing public relations* untuk membangun citra Innisfree melalui penggunaan *Virtual Reality* (VR). Meningkatkan citra *brand* di tengah gencarnya persaingan dalam industri kecantikan Indonesia tentunya penting dilakukan untuk memenangkan perhatian publik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi *marketing public relations* melalui penggunaan *virtual reality* untuk membangun citra Innisfree. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sifat deskriptif. Pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan informan internal, informan eksternal, beserta studi kepustakaan sekunder. Pemeriksaan keterpercayaan data dengan triangulasi sumber. Berdasarkan hasil temuan dari strategi *pull* yaitu melakukan pemberitaan *online*, mengadakan media *event*, kompetisi *online*, dan melakukan survei baik secara langsung maupun *online*.

**Kata kunci:** teori CMC, *marketing public relations*, citra, publikasi, *virtual reality*.

#### DDC 321. 91

**Hendrayani, Yani; Sari, Shilvy Narulita, Eka; dan Priliantini, Anjang**  
**Pola Komunikasi Guru Kepada Siswa Penyandang Disabilitas**  
**Jurnal Penelitian Komunikasi Desember 2019,**  
**Vol. 22 No. 2, hal. 181-194**

**Abstrak** – Seringkali stimulus verbal dan nonverbal dari lingkungan gagal ditransfer dengan baik oleh anak penyandang disabilitas. Keterbatasan ini tentu saja akan berpengaruh pada pola komunikasi yang digunakan oleh guru dan murid penyandang disabilitas dalam membangun hubungan yang baik. Tujuan penelitian ini adalah untuk membahas komunikasi verbal dan nonverbal dalam proses pembelajaran seni musik Degung di SLB Negeri Kota Depok. Penelitian ini menggunakan studi kasus dengan metode kualitatif serta menggunakan teori interaksionisme simbolik. Adapun hasil dalam penelitian ini adalah: 1) Bentuk komunikasi yang



digunakan untuk penyandang disabilitas adalah komunikasi verbal dan nonverbal. Penggunaan komunikasi verbal oleh guru berupa pemilihan kata yang sesederhana mungkin, sehingga pesan verbal dapat dipahami secara baik oleh siswa. Komunikasi nonverbal terdiri dari *emblem, illustrator, effect display, regulator, dan adaptor*; 2) Pola komunikasi yang digunakan dalam proses pembelajaran seni musik Degung menggunakan dua pola komunikasi yaitu pola komunikasi interaksional dan pola komunikasi transaksional; 3) Hambatan yang dihadapi saat proses pembelajaran seni musik Degung ini meliputi hambatan proses penyampaian, hambatan fisik, hambatan semantik, hambatan psikologis, dan hambatan fisiologis.

**Kata kunci:** pola komunikasi, siswa penyandang disabilitas, seni musik Degung.

#### DDC 659.1

**Pramitha, Jalesita Putri; Sugandi, Mohamad Syahriar; dan Putra, Asaas**  
**Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Pertahanan dan Keamanan PT Pindad (Persero)**  
**Jurnal Penelitian Komunikasi Desember 2019, Vol. 22 No. 2, hal. 195-210**

**Abstrak** – Pindad merupakan sebuah industri pertahanan yang memproduksi senjata satu-satunya di Indonesia, memiliki sebuah tujuan yaitu

mewujudkan kemandirian alat utama sistem persenjataan (alutsista) Indonesia. Dalam mencapai tujuan tersebut Pindad melakukan upaya dalam penerapan strategi komunikasi pemasaran untuk melakukan kegiatan pengenalan dan penawaran produk, menyebarkan pesan kebangsaan, dan kegiatan komunikasi korporat. Tujuan penelitian ini untuk melihat bagaimana proses strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Pindad. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bagaimana proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan yang dilakukan Pindad. Komunikasi pemasaran yang dilakukan Pindad yang berangkat pada segmentasi khalayak yang berbeda, Pindad membagi fokus perusahaan pada Departemen Pemasaran untuk segmen khusus dan Departemen Komunikasi Korporat untuk segmen umum. Dalam mengemas pesan komunikasi pemasaran, Pindad menyertakan pesan-pesan kebangsaan untuk menumbuhkan rasa bangga bagi pengguna produk dan masyarakat. Kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan juga memanfaatkan komunikasi kerjasama bisnis dengan pemerintah luar, perusahaan lainnya, dan pendekatan langsung dengan segmen yang dituju.

**Kata kunci:** strategi komunikasi pemasaran, industri pertahanan, bauran promosi.