

**PROSIDING SEMINAR NASIONAL**  
***“KAPITALISME MEDIA DAN KOMUNIKASI POLITIK DI ERA  
REVOLUSI INDUSTRI 4.0”***

**IHDN DENPASAR  
AGUSTUS 2019**

**DISELENGGARAKAN OLEH:**  
**PRODI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI HINDU  
PASCASARJANA  
INSTITUT HINDU DHARMA NEGERI DENPASAR**

**PROSIDING**  
**SEMINAR NASIONAL “KAPITALISME MEDIA DAN KOMUNIKASI POLITIK DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0”**

IHDN Denpasar  
Agustus, 2019

**Diselenggarakan oleh:**

Prodi Magister Ilmu Komunikasi Hindu Pascasarjana Institut Hindu Dharma Negeri  
Denpasar

**Panitia Pelaksana:**

Dr. I Dewa Ayu Hendrawathy Putri, S.Sos., M.Si.  
Dr. Ni Made Yuliani, S.Sos.,M.Fil.H

**Reviewers:**

Prof. Dr. H. Suwatno, M.Si (UPI Bandung)  
Prof. Dr. H. Asep Saeful Muhtadi, M.A (UIN Bandung)  
Dr. Phil. Hermin Indah Wahyuni, SIP., M.Si (UGM)  
Dr. I Ketut Sudarsana, S.Ag.,M.Ag (IHDN Denpasar)  
Dr. I Nyoman Yoga Segara, S.Ag.,M.Hum (IHDN Denpasar)

**Layouters:**

Dr. Gede Sutarya, SST.Par.,M.Ag  
Dr. I Ketut Wardana Yasa, S.E.,M.Fil.H  
I Made Budiasa, S.Sos.,M.Si

**ISSN : 2615-0913 (Online)**

## KATA PENGANTAR

### Direktur Pascasarjana Institut Hindu Dharma Negeri Denpasar

Pentingnya memahami komunikasi selain dapat mengembangkan kemampuan berpikir kritis Anda, mempelajari teori komunikasi juga akan membantu Anda untuk mengapresiasi banyaknya penelitian yang dilakukan dalam berbagai macam bidang ilmu. Apakah Anda berasal dari jurusan komunikasi, psikologi, pendidikan, ilmu politik, atau bisnis, Anda akan melihat bahwa teori-teori yang ada dalam buku ini merupakan hasil pemikiran, tulisan dan penelitian orang-orang intelektual yang berasal dari bidang ilmu yang beragam. Komunikasi merupakan proses sosial di mana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka. Ada beberapa istilah kunci dalam perspektif komunikasi yaitu: sosial, proses, simbol, makna dan lingkungan.

Komunikasi secara sosial (*social*) adalah komunikasi yang selalu melibatkan manusia serta interaksi. Artinya, komunikasi selalu melibatkan dua orang, pengirim dan penerima. Ketika komunikasi dipandang secara sosial, komunikasi selalu melibatkan dua orang yang berinteraksi dengan berbagai niat, motivasi dan kemampuan. Komunikasi sebagai proses (*process*), hal ini berarti komunikasi bersifat berkesinambungan dan tidak memiliki akhir. Komunikasi juga dinamis, kompleks, dan senantiasa berubah. Selain itu, karena komunikasi merupakan proses, banyak sekali yang dapat terjadi dari awal hingga akhir dari sebuah proses pembicaraan. Orang-orang dapat memiliki sikap yang sama sekali berbeda ketika sebuah diskusi dimulai. Komunikasi sebagai simbol (*symbol*) adalah sebuah label arbitrer atau representasi dari fenomena.

Kata simbol adalah simbol untuk konsep dan benda, misalnya; kata cinta merepresentasikan sebuah ide mengenai cinta; kata kursi merepresentasikan benda yang kita duduki. Label dapat bersifat ambigu, dapat berupa verbal dan nonverbal, dan dapat terjadi dalam komunikasi tatap muka dan komunikasi dengan menggunakan media. Simbol juga terdiri dari dua jenis; (1) Simbol konkret (*concrete symbol*); simbol yang merepresentasikan benda atau sebuah objek; (2) simbol abstrak (*abstract symbol*); simbol yang merepresentasikan sebuah ide atau pemikiran. Makna juga memegang peranan penting dalam definisi komunikasi. Makna adalah yang diambil orang dari suatu pesan. Dalam episode-episode komunikasi, pesan dapat memiliki lebih dari satu makna dan bahkan berlapis-lapis makna. Lingkungan (*environment*) adalah situasi atau kondisi di mana komunikasi itu terjadi. Lingkungan terdiri dari beberapa elemen seperti; waktu, tempat, periode sejarah, relasi, dan

latar belakang budaya pembicara dan pendengar. Lingkungan juga dapat dihubungkan. Maksudnya, komunikasi dapat terjadi dengan adanya bantuan dari teknologi. Misalnya; komunikasi yang difasilitasi oleh media seperti; *email, facebook, chat room* atau internet.

Komunikasi menjadi dimensi penting dalam setiap ranah kehidupan, termasuk bagi karier profesional komunikasi, pariwisata, hukum, sosial, budaya dan kesuksesan layanan dalam melakoni berbagai profesi. Para profesional dari berbagai ranah membutuhkan keterampilan komunikasi untuk mendukung kesuksesan kerja mereka. Sukses atau gagalnya karier seseorang salah satunya dipengaruhi oleh keterampilan dalam berkomunikasi. Selama ini, komunikasi sering dianggap remeh, karena kita merasa sudah melakukannya sejak lahir. Padahal jika dipelajari dengan serius, komunikasi akan mampu menjadi kunci sukses seseorang. Kesuksesan kebijakan maupun regulasi dalam bidang apapun dari pemerintah bagi masyarakat juga sangat bergantung kepada komunikasi, seperti kebijakan komunikasi, pariwisata, hukum, sosial, dan budaya.

Saya berharap, melalui **Seminar Nasional “Kapitalisme Media Dan Komunikasi Politik Di Era Revolusi Industri 4.0** yang diselenggarakan oleh Magister Ilmu Komunikasi Hindu Pascasarjana Institut Hindu Dharma Negeri (IHDN) Denpasar yang diselenggarakan pada tanggal 19 Agustus 2019. Melalui **Seminar Nasional “Kapitalisme Media Dan Komunikasi Politik Di Era Revolusi Industri 4.0** yang diselenggarakan oleh Magister Ilmu Komunikasi Hindu Pascasarjana Institut Hindu Dharma Negeri (IHDN) Denpasar ini pula saya berharap kita dapat bekerjasama untuk meningkatkan keterampilan komunikasi, melalui berbagai penelitian, seminar, dan lokakarya, baik skala nasional dan internasional.

Semoga dengan kompetensi dan keterampilan komunikasi yang dimiliki oleh sumber daya manusia yang meniti karier dalam berbagai ranah profesi mampu memberikan pelayanan profesional.

Denpasar, 29 Agustus 2019  
Direktur Pascasarjana IHDN Denpasar

Prof. Dr. Dra. Relin D.E, M.Ag  
NIP. 19680801 200112 2 002

## DAFTAR ISI

<b>Komunikasi Dialektik Dalam Relasi Hindu Dan Islam Di Bali</b> I Nyoman Yoga Segara.....	1
<b>Gojek <i>Re-Branding</i> Menyasar Pangsa Pasar Milenial (Studi Kasus <i>Rebranding</i> Gojek)</b> Yoyoh Hereyah, Rafika Andriani.....	9
<b>Objek Wisata Pura Tirta Empul Sebagai Media Pendidikan Multikultural Bagi Generasi Milenial Pada Era 4.0</b> Ni Wayan Karmini, Ni Putu Dyatmikawati, Gusti Ayu Suasthi, Ni Ketut Sri Kusuma Wardhani, Gede Yoga Kharisma Pradana.....	21
<b>Tradisi <i>Megoak-Goakan</i> Sebagai Media Penguat Karakter Berbasis Kearifan Lokal Di Era Industri 4.0</b> Ni Putu Candra Prastya Dewi.....	30
<b><i>Whatsapp</i> Group Sebagai Media Komunikasi Dalam Tradisi <i>Mapengarah</i> Berbaris Tri Hita Karana Pada Era Revolusi Industri 4.0</b> Ni Rai Vivien Pitriani.....	38
<b>Strategi Komunikasi <i>Stakeholder</i> Dalam Pengembangan Wisata Baru Berbasis Alam Dan Budaya Pada Obyek Wisata Kuta Mandalika Lombok</b> Renata Lusilaora Siringo Ringo, I Gusti Ngurah Putu Dedy Wirawan.....	46
<b>Peran Pemerintah Daerah, Industri, Dan Masyarakat Dalam Pengelolaan Kepariwisata Berkelanjutan</b> Agus Muriawan Putra.....	54
<b>Gagap Komunikasi Menghadapi Kemajuan Pariwisata Pulau Nusa Penida (Studi Kasus Pada Pemerintah Kabupaten Klungkung)</b> I Ketut Sudiarta.....	60
<b>Membentuk Komunikasi Efektif Dalam Manajemen Konflik</b> Ida Ayu Gde Wulandari.....	69
<b>Aspek <i>Susila</i> Dalam Akun <i>Facebook</i> Bupati Klungkung I Nyoman Suwirta</b> <i>IMBA Purnomo, Yudha Pramiswara, RH Wasisto</i> .....	77
<b>Strategi <i>Public Relations</i> Pemprov Bali Menuju Bali Bebas Sampah Plastik</b> I Komang Agus Widianantara.....	84
<b>Peranan <i>New Media</i> Dalam Transformasi Fungsi Komunikator Dan Fungsi Konstruksi (<i>Dramaturgy</i> Akun <i>Instagram</i> Walikota Denpasar Rai Mantra Tahir 2019)</b> I Gede Titah Pratyaksa & Niluh Wiwik Eka Putri.....	92

<b>Peranan Komunikasi Persuasif Dalam Implementasi Ajaran Tri Hita Karana Pada Sekaa Truna Truni</b> Ida Bagus Putu Eka Suadnyana, Krisna Suksma Yogiswari.....	104
<b>Peranan Organisasi Sekaa Teruna Teruni Sebagai Media Komunikasi Kepemudaan Hindu</b> I Nyoman Ariyoga.....	113
<b>Komunikasi Pemasaran Terpadu Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal Di Kota Bogor</b> Ratih Siti Aminah.....	122
<b>Mengembangkan <i>E-Learning</i> Pariwisata Budaya Pada Era 4.0</b> I Gusti Agung Alit Suryawati.....	130
<b>Komunikasi Lintas Budaya Dalam Dunia Pariwisata Dan Perhotelan Studi Kasus Kepuasan Wisatawan Terhadap Pondok Wisata</b> Ni Desak Made Santi Diwyarthi, Putu Diah Prabawati.....	139
<b>Peran <i>Public Relations</i> Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Program <i>Corporate Social Responsibility</i> Pt. Antam Tbk. Kolaka Sulawesi Tenggara</b> Zulfiah Larisu, Sumadi Dilla, La Ode Herman.....	144
<b>Komodifikasi Kerajinan Cenderamata Dalam Pariwisata Budaya Di Desa Sebatu, Kecamatan Tegalalang, Kabupaten Gianyar Bali: Sebuah Kajian Budaya</b> Luh Putu Citrawati.....	153
<b>Wayang Kulit Bali Sebagai Media Komunikasi</b> Ida Bagus Wika Krishna, Ida Bagus Putu Eka Suadnyana.....	164
<b>Potret Masyarakat Jakarta Dalam Membangun Identitas Budaya Pada Lingkup Harmoni Kebangsaan</b> Untung Suhardi.....	172
<b>Peran Komunikasi Budaya Dan Kearifan Lokal Dalam Pemingitan Jero Balian Di Pura Ulun Danu Batur Kintamani Bangli</b> Ni Made Yuliani.....	181
<b>Peranan Komunikasi Dalam Industri Pariwisata</b> Ni Desak Made Santi Diwyarthi.....	189