

EDITORIAL VOLUME 7 NOMOR 1, JUNI 2023

Jurnal ini mengangkat berbagai kajian di bidang Ilmu Komunikasi, keragaman tulisan tidak terlepas dari keterhubungan disiplin Ilmu Komunikasi dan disiplin ilmu lainnya sebagai *linkage*, pada edisi Common Volume 7 Nomor 1, Juni 2023 berisi tulisan Silvia Rahayuni, dkk. yang berjudul “Proses Komunikasi Interpersonal Terapis dan Anak Berkebutuhan Khusus Untuk Meningkatkan Kemampuan Berkomunikasi” menyoroti aktivitas anak berkebutuhan khusus dalam upaya memberdayakan kemampuan Komunikasi Antar Pribadi. Anak yang memiliki kognisi yang sulit ditangani dan gap umurnya dengan umur perkembangannya yang cukup jauh, serta orang tua yang sulit diajak kerja sama untuk melakukan kegiatan terapinya menjadi kendala yang besar.

Artikel kedua ditulis Putri Widya Sari membahas tentang Teori penetrasi sosial dapat diaplikasikan pada komunikasi yang dilakukan melalui interaksi dalam jaringan online. Orang-orang cenderung memberikan informasi yang sama dengan informasi yang akan disampaikan apabila bertemu secara langsung. Identitas virtual yang ditampilkan mempengaruhi kelangsungan hubungan ke tahap selanjutnya.

Artikel ketiga ditulis Haris H Witharja, dkk membahas tentang “Perubahan Sosial, Ekonomi dan Tata Media di Era Penyiaran Digital Studi Kasus Analogue Switch-Off di Indonesia” yang menjelaskan bahwa Digitalisasi siaran televisi ini dapat mendorong inovasi yang lebih baik, penciptaan lapangan kerja, produktivitas, dan daya saing, mengalokasikan dividen digital ke komunikasi seluler akan mendorong adopsi internet dan memiliki dampak ekonomi besar yang menguntungkan.

Artikel keempat ditulis Yessi Mareta Andari bertajuk “Cyberbullying Di Media Sosial Tiktok Terhadap Remaja Sekolah Menengah Pertama”, artikel ini mengemukakan bahwa Mereka yang tidak mempunyai kuasa atau suara yang lebih untuk menyuarakan keadilan terhadap diri mereka untuk melawan para pelaku bullying. Perilaku agresif remaja berasal dari kurangnya pendidikan moral didapat dari lingkungan keluarga dan lingkungan sosial.

Artikel kelima ditulis Fairuz Zahra Fuadi dan Martha Tri Lestari membahas tentang “Efektivitas Komunikasi Unit Corporate Communication Yakes Telkom Melalui Media Sosial terhadap Kebutuhan Informasi Konsumen” Terdapat pengaruh yang cukup baik melalui pemanfaatan media Sosial Yakes Telkom yang sebagian dapat diterima oleh konsumen serta adanya pengaruh pada pemenuhan kebutuhan informasi konsumen Yakes Telkom terutama dalam sebuah penyajian informasi mengenai pelayanan kesehatan.

Artikel ke enam ditulis oleh M. Ivan Hidayatullah, dkk “Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram @Beritasatu terhadap Minat Berdonasi”, tulisan ini memperlihatkan bahwa terpaan media sosial Instagram @beritasatu berpengaruh signifikan terhadap minat berdonasi pada populasi penelitian ini.

Artikel ketujuh ditulis Kaligis Carlita Grace, dkk “Analisis Komunikasi Interaksionisme Simbolik Festival: Studi Kasus Tomohon International Flower Festival (TIFF)” tulisan ini membahas TIFF memiliki ragam simbol dan makna budaya yang menjadi identitas kota Tomohon. Komunikasi interaksionisme simbolik pada Tomohon International Flower Festival (TIFF) juga menciptakan dan memperkuat hubungan sosial yang positif di antara mereka.

Sebagai penutup tulisan Erni Irdewanti, dkk ” Strategi Content Marketing Suara Telfon untuk Meningkatkan Brand Awareness”, membahas strategi *content marketing* Suara Telfon menerapkan 8 tahap *content marketing* Kotler. Suara Telfon melakukan riset mendalam mengenai audiens dan algoritma Instagram yang perubahannya sangat dinamis terutama pada awal tahun 2020. Strategi content marketing Suara Telfon ini pun telah berhasil untuk membentuk *brand awareness* Avoskin pada tahap *brand recall*.