

EDITORIAL

Kajian komunikasi di Indonesia dipandang lebih dekat dengan pendekatan linier. Dalam beberapa tahun terakhir, pendekatan alternatif mulai digunakan sejalan dengan perkembangan fenomena komunikasi yang cair. Bahkan, beberapa kajian juga mulai menggunakan pendekatan yang memberikan penekanan pada perspektif lokal. Jurnal ini setidaknya memuat tulisan tentang fenomena komunikasi melalui hasil riset dan tinjauan teoritis secara konseptual. Secara umum, Tuturlogi volume pertama ini memuat lima tulisan sebagai bagian dari ‘pencatatan’ fenomena komunikasi yang cepat saat ini. Tulisan dalam jurnal ini membahas tentang pendekatan alternatif pada kajian Public Relations, pemetaan kajian di bidang perkembangan teknologi informasi untuk komunikasi pembangunan, relasi lembaga donor dan LSM terkait CSR, serta tinjauan pada peristiwa Pemilu 2019.

Tulisan pertama mengulas tentang pendekatan alternatif dalam tradisi kajian public relations, yaitu pendekatan etnografi kritis di tengah dominasi *excellent theory*. Hal ini didasarkan pada kesadaran bahwa studi dan praktik public relations telah berkembang jauh, oleh karenanya membutuhkan paradigma baru. Penulis mengkritik dominasi *excellent theory* sebagai teori dominan dalam kajian dan riset public relations karena dianggap sulit untuk digunakan membaca kondisi organisasi yang berbeda. Karenanya, *excellent theory* dianggap sebagai utopia lantaran hanya fokus pada linieritas komunikasi antara organisasi-publik dan hanya memberikan perhatian yang sedikit pada dimensi hubungan. Public relations tidak harus membatasi relasi organisasi-publik secara bebas nilai. Oleh karenanya, penulis menawarkan ethnografi kritis sebagai pendekatan alternatif yang dapat diadopsi dalam riset dan praktik public relations.

Tulisan kedua memetakan riset tentang Teknologi dan Informasi Komunikasi dalam studi pembangunan global dalam 30 tahun terakhir. Tulisan ini memberikan beberapa refleksi tentang sejarah perkembangan kajian yang dipecah menjadi tiga fase; mulai pertengahan 1980-an hingga saat ini. Penulis juga berusaha membuka ruang diskusi tentang agenda penelitian masa depan pada aspek pemilihan topik dan peran teori dalam riset teknologi informasi untuk komunikasi pembangunan. Penulis memberikan catatan penting bahwa tradisi penelitian di bidang ini seyogyanya bertitik pada interaksi multidisiplin antara peneliti, praktisi, dan pembuat kebijakan.

Tulisan ketiga berusaha melihat bagaimana dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) bermain dalam pendanaan LSM di Indonesia. Masuknya dana CSR dari perusahaan asing ke NGO yang bergerak di bidang kemasyarakatan tentunya sangat mengherankan, melihat semangat korporasi dan NGO sangatlah berbeda. Korporasi yang orientasinya pada keuntungan finansial, sementara LSM orientasinya adalah pemberdayaan masyarakat dan merupakan lembaga non-profit. Tulisan ini berusaha membri perhatian pada relasi-kuasa korporasi-NGO melalui jejaring pendanaan yang mereka salurkan. Tulisan ini menemukan bahwa CSR tidak lagi hanya sebatas tindakan amal dan kebaikan sosial dari perusahaan ke masyarakatnya, melainkan telah melangkah lebih jauh menjadi strategi bisnis. Pengetahuan serta kuasa yang dimiliki oleh lembaga donor telah “menyetir” LSM yang ada di Indonesia melalui pembatasan isu yang di wacanakan oleh lembaga donor. Pada akhirnya LSM yang ada di Indonesia hanya menjadi perpanjangan tangan dari kaum-kaum kapitalis.

Dua tulisan terakhir sama-sama mengulas tentang komunikasi politik pada pemilu 2019. Tulisan keempat berupaya mengungkap resepsi generasi milenial terhadap representasi pemimpin pada pesan kandidat capres Indonesia dalam tayangan debat presiden 2019 melalui aspek nonverbal dan substansi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembacaan

informan terhadap representasi pemimpin para kandidat dalam tayangan debat capres Indonesia 2019 berbeda. Kandidat 01 unggul lima variabel terhadap representasi pemimpin, yaitu pada aspek nonverbal kinesik, nonverbal artifaktual, substansi penyalarsan topik, substansi pemilihan dan argumen solusi alternatif, serta substansi stimulasi solusi alternatif. Sedangkan kandidat 02 hanya unggul satu variabel yakni nonverbal paralinguistik.

Tulisan terakhir berusaha melihat menurunnya jumlah keterpilihan selebritis di parlemen pada Pemilu 2019. Penulis menemukan bahwa selebritis bukan lagi pertimbangan utama pemilih dalam pemilu. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat popularitas selebritis tak berimbang lurus dengan tingkat elektabilitas. Selain itu, penulis juga mencatat bahwa partai politik dianggap gagal dalam mengimplementasikan fungsi rekrutmen politik.

Tujuan *Tuturlogi* semata sebagai ruang publikasi hasil kajian komunikasi, terutama dalam ruang lingkup kajian komunikasi Asia Tenggara. *Tuturlogi* diterbitkan secara berkala (Januari, Mei, September) dalam dua bahasa (Indonesia dan Inggris). Jurnal ini dikelola secara terbuka, menggunakan sistem blind review dari akademisi lintas kajian pada beberapa perguruan tinggi di Indonesia dan manca negara.

Publikasi karya ilmiah melalui jurnal merupakan proses panjang. Tidak hanya semata mempublikasikan tulisan, juga melibatkan kredibilitas, konsistensi, reputasi, serta tanggung-jawab akademis dalam bidang ilmu yang ditekuni. Penerbitan *Tuturlogi* ini merupakan bagian dari tuntutan akademis yang memiliki cita-cita luhur sebagai acuan kajian, perdebatan, dan diskusi tentang fenomena komunikasi yang cair.

Abdul Wahid
Editor in Chief