

KECERDASAN BUATAN DALAM EVOLUSI MEDIA DAN KOMUNIKASI

Perkembangan teknologi terus berdampak pada peradaban manusia tanpa bisa dihindari. Setelah digitalisasi dan masifnya media sosial, saat ini banyak kalangan menaruh perhatian pada kehadiran kecerdasan buatan atau *artificial intelligent* (AI). Di wilayah komunikasi, AI memicu banyak kekhawatiran, terutama terkait konsekuensi atau dampaknya, mulai dari masalah etika, privasi, hingga ancaman hilangnya pekerjaan manusia.

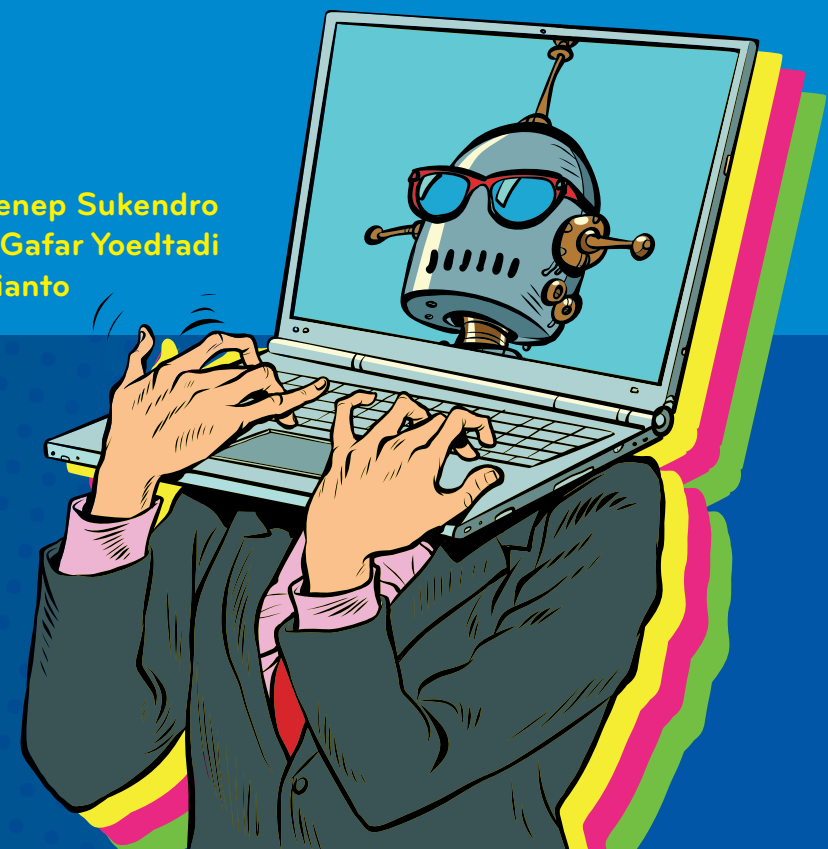
Di lain pihak, AI menumbuhkan harapan bahwa otomatisasi dapat meningkatkan efisiensi sehingga manusia dapat berfokus pada pekerjaan yang lebih kompleks. Selain itu, AI juga mampu mengembangkan personalisasi pesan dan menyasar khalayak secara lebih akurat.

Buku ini merupakan buah pemikiran dari sejumlah peneliti dan akademisi dari berbagai perguruan tinggi di Indonesia yang memiliki perhatian pada fenomena AI dan ilmu komunikasi. Ada beberapa subtema yang menjadi kajian, yakni etika penggunaan AI dalam media dan komunikasi, transformasi praktik *public relations* dengan kecerdasan buatan, revolusi periklanan dengan kecerdasan buatan, dan kecerdasan buatan dalam jurnalisme. Kajian dan diskusi dalam buku ini berkontribusi bagi kemajuan ilmu komunikasi, baik pada tataran teori maupun praktis.

KECERDASAN BUATAN DALAM EVOLUSI MEDIA DAN KOMUNIKASI

KECERDASAN BUATAN DALAM EVOLUSI MEDIA DAN KOMUNIKASI

Editor:
Gregorius Genep Sukendro
Muhammad Gafar Yoedjadi
Nigar Pandrianto



Editor:
Gregorius Genep Sukendro
Muhammad Gafar Yoedjadi
Nigar Pandrianto



Penerbit
Garamedia Pustaka Utama
Kompas Garamedia Building
Blok I, Lt. 5
Jl. Palmerah Barat 29–37
Jakarta 10270
@bukugpu X@bukugpu www.gpu.id



KECERDASAN BUATAN DALAM EVOLUSI MEDIA DAN KOMUNIKASI

Editor:

Gregorius Genep Sukendro
Muhammad Gafar Yoedtadi
Nigar Pandrianto



Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta



KOMPAS GRAMEDIA

	<i>Diah Ayu Candraningrum, Fiona CH Bernadett, Angelie Alice Natasha</i>	168
4.	Ancaman Efek Dunning-Kruger pada Literasi Bermedia di Media Sosial <i>Happy Wulandari, Ella Listyawati</i>	178
5.	Snow AI: Pesona Cantik Impian nan Nisbi <i>Septia Winduwati</i>	186
6.	Artificial Intelligence dalam Perspektif Teori Difusi Inovasi <i>Agustinus Rustanta, Maria Juanna Rami Palupi, Shelanova Ristia Sugiarto</i>	192
7.	Selebgram Kecerdasan Buatan Indonesia “Lentari Van Lorainne”: Hiperrealitas Tubuh Atau Hiperdigitalisasi Tubuh? <i>Sari Monik Agustin, Nurul Robbi Sepang</i>	201
8.	Fenomena Kecerdasan Buatan sebagai Manipulasi Suara di Ruang Virtual (Tiktok) <i>Kumi Laila</i>	208
	HAL-HAL LAIN TERKAIT EVOLUSI KECERDASAN	215
1.	Implikasi Etis Penggunaan AI di Media Komunikasi <i>Linus K. Palindangan, Eko Prasetyo Nugroho, Ravrireira Rake Sonia, Maria Angeline Yoshevanya</i>	217
2.	Etika Komunikasi Keluarga Melayu di Era 5.0 dalam Perspektif Islam <i>Idawati, Budi Hermanto, Kusumajanti</i>	228
3.	Artificial Intelligence dalam Timbangan Fatwa Keagamaan Nahdlatul Ulama <i>Sri Herwindya Baskara Wijaya, Eka Nada Shofa Alkhajar</i>	238
4.	Komodifikasi pada Webtoon di Era Kecerdasan Buatan <i>Diah Ayu Candraningrum, Zita Retno Hapsari, Josephine Patricia Japutra, Amanda Deswita</i>	249
5.	Eksistensi dan Komunikasi Generasi Z dengan Kecerdasan Buatan <i>Wulan Purnama Sari, Lydia Irena</i>	260
6.	Kecerdasan Buatan, Menanti Ketegangan Kritik Sastra Berikutnya <i>Nigar Pandrianto</i>	269
7.	Piknik, Medium Perjalanan Manusia Berkomunikasi	

(Sebuah Tinjauan Filsafat Pariwisata)
*Gregorius Genep Sukendro, Wulan Purnama Sari,
Nigar Pandrianto, Lydia Irena*

277

HAL-HAL LAIN TERKAIT EVOLUSI KECERDASAN

Piknik, Medium Perjalanan Manusia Berkomunikasi (Sebuah Tinjauan Filsafat Pariwisata)

Gregorius Genep Sukendro, Wulan Purnama Sari,
Nigar Pandrianto, Lydia Irena

Universitas Tarumanagara

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, wisata adalah kegiatan yang dilakukan untuk rekreasi, penelitian, atau pengembangan pribadi, serta upaya mempelajari wisata yang terdapat di daerah tersebut dengan keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Penelitian arkeologis membuktikan bahwa manusia primitif sudah lebih jauh melakukan perjalanan mengarungi dunia. Kebiasaan itu melahirkan rasa penasaran manusia generasi baru untuk menjelajah berbagai wilayah di dunia.

Pariwisata akhirnya menjadi kebutuhan pokok manusia untuk mengomunikasikan diri dengan alam sekitarnya, dengan sesama manusia, maupun dengan diri sendiri sebagai manusia yang utuh. Ini menjadi hakikat manusia. Tindakan pariwisata juga menjadi tindakan berfilsafat, yaitu untuk menemukan *jagad gede* dan *jagad alit*.

Filsafat dan pariwisata memiliki keterkaitan. Pariwisata merupakan hasil dari olah berpikir kritis dan radikal dengan dasar pertimbangan rasional karena terdapat rasa atas pengalaman. Jadi, pada hakikatnya, manusia dalam dunia kepariwisataan menjadi penggerak, penyedia, dan penikmat dari aktivitas pariwisata itu sendiri. Manusia adalah konsumen, produsen, pemerintah, dan produsen dari pariwisata.

Fenomena *Healing* melalui Pariwisata di Media Sosial

Sejarah pariwisata dunia menyebutkan bahwa perjalanan pariwisata pertama di dunia dilakukan oleh orang-orang primitif. Peristiwa itu dimulai pada 400 SM. Banyak penelitian arkeologis menemukan bahwa manusia primitif sudah lebih jauh melakukan perjalanan menjelajahi dunia. Tradisi dan kebiasaan itu melahirkan rasa penasaran manusia generasi baru untuk menjelajah berbagai wilayah di dunia. Menurut Bungaran A. Simanjuntak (2017), rutinitas melancong terus berkembang. Bahkan, ditemukan catatan yang menuliskan bahwa setelah 400 Masehi, terdapat para petualang yang berupaya mengelilingi wilayah baru untuk mencari beberapa pengalaman dirinya sebagai manusia.

Pariwisata berasal dari bahasa *Sanskerta* yang terdiri dari dua suku kata, yaitu *pari* yang berarti banyak atau berkeliling, dan *wisata* yang berarti pergi atau perjalanan. Kepariwisataan memiliki beberapa faktor penting, antara lain perjalanan dilakukan sementara waktu, dari satu tempat ke tempat lain, selalu dikaitkan dengan pertamasyaan dan rekreasi, serta orang yang berwisata semata-mata menjadi konsumen dan tidak mencari nafkah di tempat yang ia kunjungi (Purnomo, Farida, & Vandika, 2019).

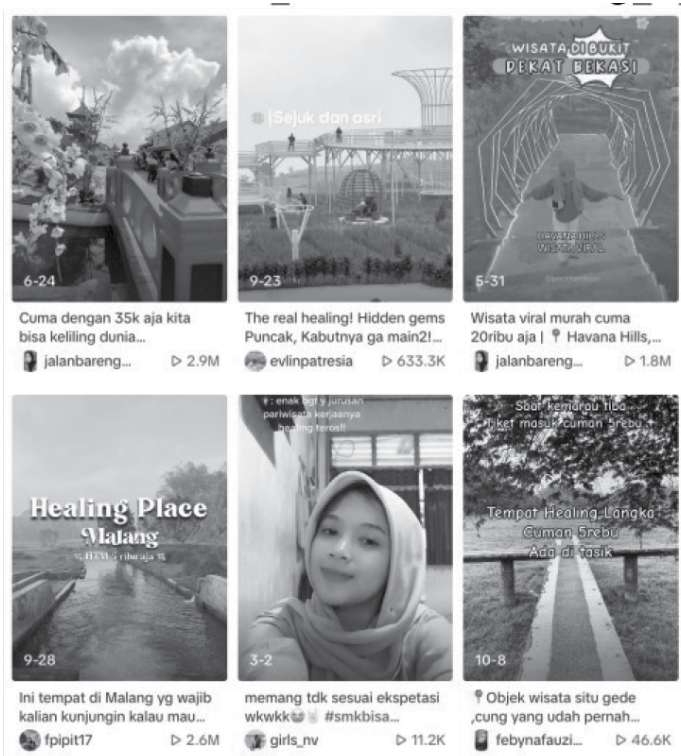
Hari ini, jagat banyak diriuhan dengan istilah *healing*. Sebentar-sebentar muncul istilah *healing*, baik dalam percakapan langsung antarmanusia maupun dalam status-status diri di media sosial. Istilah itu menjelajah segala usia. Dari kanak-kanak sampai orang dewasa, kami butuh *healing*!

Keriuhan dan kurang piknik itulah yang menjadi penyesatan perjalanan istilah *healing*. Istilah itu hanya dikaitkan dengan *traveling*, jalan-jalan, piknik, atau hal-hal yang menyenangkan. Sebenarnya, "*healing*" merupakan istilah serapan dari kata bahasa Inggris *healing* yang berarti proses untuk membuat diri manusia tersembuhkan atau menjadi medium rekonsiliasi batin (Adinda, 2022).

Hikmah, et al. (2022) menemukan bahwa *healing* menjadi metode untuk mengelola stres melalui berbagai aktivitas yang menyenangkan dan memberikan ketenangan, seperti wisata alam, kuliner, budaya, serta minat khusus (Hikmah, et al., 2022). Bahkan, Saputra dan Pidada (2021) dalam penelitiannya juga menemukan bahwa generasi milenial menjadikan *traveling* sebagai prioritas dibandingkan dengan kegiatan lainnya (Saputra &

Pidada, 2021), terutama *traveling* ke kawasan wisata alam karena kondisi alam yang segar dan tenang mampu meningkatkan hormon dopamin (Hikmah, et al., 2022).

Menggunakan kata pencarian “pariwisata *healing*” di TikTok, Peneliti menemukan banyak sekali konten yang viral (Gambar 1), salah satunya konten berikut ini yang diputar sebanyak 2,9 juta kali oleh audiens (Gambar 2) serta memperoleh 130 ribu *likes*, 2 ribu komentar, dan disimpan oleh sebanyak 37 ribu orang. Konten “Jalan Bareng Darla” ini menampilkan kawasan wisata Nicole’s River Park yang berada di Puncak, Jawa Barat. Disebutkan bahwa di lokasi wisata ini masyarakat dapat “keliling dunia” hanya dengan membayar Rp35.000.



Gambar 1 Hasil Pencarian Konten “Pariwisata *Healing*” yang Viral di TikTok
Gambar 2 Konten TikTok “Pariwisata *Healing*” Viral

Sumber: TikTok



Keriuhan *healing* menjadi penanda bahwa manusia membutuhkan kegiatan berwisata atau piknik untuk memulihkan stres yang berbasis emosi (Hikmah, et al., 2022). *Healing* menjadi perjalanan untuk berkomunikasi dengan dirinya—untuk menjadi lebih mengenal diri atau dalam rangka mendiamkan dirinya sebagai manusia sosial. Dalam tulisan ini, permasalahan yang Peneliti sorot adalah bagaimana piknik atau pariwisata menjadi medium perjalanan manusia berkomunikasi? Tujuannya menganalisis kegiatan berpariwisata sebagai medium perjalanan manusia berkomunikasi dan menemukan kesejatan dirinya.

Manusia Makhluk Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia berhubungan satu sama lain. Dalam kehidupan sehari-hari, dipastikan tidak ada manusia yang tidak terlibat dalam komunikasi.

Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, baik secara individu, kelompok, maupun dalam organisasi. Komunikasi manusia adalah proses melalui mana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, mengirimkan, dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya dan orang lain. Manusia akan terhubung dengan manusia karena peranan komunikasi.

Diyakini bahwa manusia adalah makhluk sosial yang saling tergantung dan terkait dengan orang lain di lingkungannya. Satu-satunya alat untuk

dapat berhubungan dengan orang lain di lingkungannya adalah komunikasi, baik secara verbal maupun nonverbal. Melalui komunikasi, manusia berinteraksi dengan diri sendiri, mengenal serta mengevaluasi diri sendiri, berinteraksi dengan manusia lain, dan mengungkapkan perasaan diri terhadap diri manusia lain

Secara umum, komunikasi dapat dimaknai sebagai proses pengiriman (*transmits*) informasi untuk mengubah perilaku individu lain (*the audience*). Komunikasi adalah keterampilan yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Komunikasi terjadi pada setiap gerak langkah manusia. Komunikasi juga amat esensial dalam buat pertumbuhan kepribadian manusia. Ashley Montagu, seorang antropolog yang cukup terkenal, menulis: "*The most important agency through which the child learns to be human is communication, verbal also nonverbal*". Para ahli ilmu sosial berkali-kali mengungkapkan bahwa kurangnya komunikasi akan menghambat perkembangan kepribadian.

Jadi, komunikasi adalah hal yang sangat kompleks dan kegiatan yang menantang (*challenging activity*). Terlebih saat ini, manusia berada dalam "masyarakat informasi" (*information society*), suatu era ketika masyarakat menjadikan komunikasi melalui proses pengiriman informasi sebagai komoditas kepentingan-kepentingan kebudayaan, ekonomi, dan hiburan.

Manusia Makhluk Wisata

Menurut Undang Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pengertian pariwisata adalah perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan di luar tempat ia biasa hidup dan kegiatan-kegiatan selama tinggal di tempat tujuan tertentu. Selain itu, pariwisata juga merupakan kegiatan perpindahan untuk sementara waktu ke destinasi di luar tempat tinggal dan tempat bekerjanya dan melaksanakan kegiatan selama di destinasi dan penyiapan-penyiapan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Dari penjelasan tersebut, dapat dikatakan bahwa pariwisata memiliki arti perjalanan dari daerah asal menuju daerah tujuan wisata yang biasanya melewati daerah transit dengan menggunakan produk pariwisata di daerah tujuan wisata dan akan kembali menuju daerah asal (DPR, 2009).

Sejarah pariwisata dunia juga mencatat, sejak munculnya isu revolusi industri di Eropa pada abad ke-18, tercipta ladang bisnis baru bagi penduduk Eropa. Dengan itu, taraf hidup orang Eropa pasca-terjadinya revolusi industri meningkat. Banyak orang kaya menjadi kapitalis. Selain itu, muncul juga fenomena urbanisasi di perkotaan Eropa. Peristiwa itu juga dipercaya sebagai salah satu pendukung terciptanya biro perjalanan pariwisata di dunia. Lihat saja catatan sejarah Eropa abad revolusi industri yang menyoroti keadaan sosial ekonomi masyarakat waktu itu. Perkembangan ekonomi masyarakat Eropa makin meningkat, beralih dari corak agraris (petani, pekebun, penggembala, dst) menjadi corak industri (mesin).

Pariwisata merupakan sektor ekonomi yang penting di Indonesia. Keindahan alam, kultur, dan warisan leluhur Indonesia yang orisinal adalah nilai lebih yang perlu terus kita gaungkan. Pariwisata punya posisi strategis dalam peningkatan devisa negara. Bahkan, industri pariwisata Indonesia mampu menyumbang sekitar US\$ 10 miliar devisa negara. Posisi tersebut menjadi nomor empat setelah minyak, batu bara, dan kelapa sawit (Kominfo, 2015).

Wisatawan dengan alam bersikap ekspresif dunia objektif, wisatawan dengan benda-benda budaya bersikap praktis-estetis. Dimensi etis tidak bisa dipisahkan darinya. Pergumulan wisatawan dan interaksinya dengan lingkungan alam dan budaya syarat dengan nilai-nilai etis. Dimensi filosofis pariwisata memberi wawasan akan eksistensi pariwisata itu sendiri, khususnya pariwisata dalam konteks Indonesia yang terkait dengan nilai-nilai luhur sesuai dengan budaya lokal.

Ketika berbicara mengenai perkembangan pariwisata di Indonesia, pemulihan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif makin menguat pascapandemi meski belum mencapai level prapandemi. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) pada triwulan I 2023 secara kumulatif mencapai 2,5 juta kunjungan atau naik 508,87% dibandingkan periode sama pada 2022. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) pun memprediksi kunjungan wisman hingga akhir tahun bisa menembus kurang lebih sebanyak 9 juta kunjungan (Purwowidhu, 2023).

Manusia Makhluk Filsafat

Filsafat adalah usaha untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan terakhir secara dalam atau dogmatis seperti yang kita lakukan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam ilmu pengetahuan. Pertanyaan-pertanyaan itu ditelaah secara kritis, dalam arti kata setelah segala sesuatunya diselidiki: problem-problem apa yang dapat ditimbulkan oleh pertanyaan-pertanyaan itu. Filsafat juga berusaha bernalar atas hal-hal yang tinggi, sulit, abstrak dan tidak terkait dengan masalah kehidupan sehari-hari.

Philosophy berasal dari kata Yunani "*philosophia*" yang lazim diterjemahkan sebagai cinta kearifan. Akar katanya ialah *philos* (*philia*, cinta) dan *sophia* (kearifan). Oleh karena itu, filsafat berarti cinta kearifan. Filsafat adalah ilmu pengetahuan yang menyelidiki segala sesuatu secara mendalam dengan menggunakan akal sampai pada hakikatnya. Filsafat tidak mempersoalkan gejala-gejala atau fenomena; yang dicari adalah hakikat dari suatu fenomena (Amsal, 2012).

Oleh karena itu, diperlukan perenungan kembali secara mendasar tentang hakikat dari ilmu pengetahuan, bahkan implikasinya ke bidang-bidang kajian lain seperti ilmu-ilmu kealaman. Dengan demikian, setiap perenungan yang mendasar mau tidak mau mengantarkan kita untuk masuk ke dalam kawasan filsafat. Menurut Koento Wibisono (1984), filsafat juga dapat didefinisikan sebagai ilmu yang berusaha untuk memahami hakikat dari sesuatu "ada" yang dijadikan objek sasarannya, sehingga filsafat ilmu pengetahuan yang merupakan salah satu cabang filsafat dengan sendirinya merupakan ilmu yang berusaha untuk memahami apakah hakikat ilmu pengetahuan itu sendiri (Surajiyo, 2010).

Pembahasan

Dalam filsafat timur, dalam hal ini Jawa, manusia dipahami mempunyai "dunia besar" dan "dunia kecil". Dalam kosmologi Jawa, dikenal makrokosmos dan mikrokosmos, atau *jagad ageng* (besar) dan *jagad alit* (kecil). *Jagad ageng* adalah alam semesta dan *jagad alit* adalah manusia. Bagi masyarakat Jawa, korelasi hubungan antara alam-manusia dan pencipta-Nya merupakan kesatuan yang utuh, sehingga manusia memiliki kewajiban menjaga keselarasan hidup, menjaga kelestarian alam, dan *manembah* (*manunggal*) dengan Allah yang juga disebut sebagai Gusti Kang Murbeng Dumadi atau Sang Hyang Akarya Jagad.

Paham hidup mereka yang mengajarkan keseimbangan mikrokosmos dan makrokosmos menjadikan masyarakat Jawa sangat menjaga keseimbangan dan keteraturan. Bagi masyarakat Jawa yang lebih mengutamakan *logos* daripada *chaos*, manusia dan alam merupakan lingkup kehidupan yang tak terpisahkan. Eksistensi manusia sangat tergantung kepada alam sehingga manusia mempunyai kewajiban untuk menempatkan diri dalam keselarasan kosmos jika menginginkan keselarasan dan mencapai kesejahteraan.

Dalam mekanisme harmoni, masyarakat memiliki pusat diri (*way to the centre*) di mana pemahaman pada pusat diri tersebut menjadi bentuk kecil dari alam semesta (*mikrokosmos, jagat cilik*) yang bersifat harmoni. Spiritualitas menjadi tempat pertemuan kosmos (*makrokosmos*).

Kesimpulan

Filsafat dan pariwisata memiliki keterkaitan. Pariwisata merupakan hasil dari olah berpikir kritis dan radikal dengan dasar pertimbangan rasional karena terdapat rasa atas pengalaman. Jadi, pada hakikatnya, manusia dalam dunia kepariwisataan menjadi penggerak, penyedia, dan penikmat dari aktivitas pariwisata itu sendiri. Manusia adalah konsumen, produsen, pemerintah, dan produsen dari pariwisata.

Apa pun peran dan kedudukan manusia dalam dunia pariwisata, manusia sebagai penyedia sekaligus pengguna pariwisata harus ikut aktif dan berpartisipasi dalam aktivitas pariwisata untuk meningkatkan kualitas pariwisata itu sendiri.

Semoga dengan kesadaran manusia sebagai insan pariwisata, manusia dapat lebih memahami kedudukan dan perannya sebagai kunci utama dari kegiatan pariwisata dan ikut berpartisipasi dalam mengembangkan pariwisata. Untuk mendukung hal itu, negara juga telah mengundang-undangkannya melalui Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.

Daftar Pustaka

- Adinda, R. (2022). Arti Healing atau Self-Healing untuk Kondisi Diri yang Lebih Baik. Diakses dari <https://www.gramedia.com/best-seller/arti-healing/>.
- Amsal, Bakhtiar. (2010). *Filsafat Ilmu*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- DPR. (2009). Undang-undang tentang Kepariwisata. Diakses dari <https://www.dpr>.

go.id/jdih/index/id/527#:~:text=Undang%2DUndang%20Nomor%2010%20Tahun,bagian%20dari%20hak%20asasi%20manusia.

- Hikmah, N., Fauziah, N. K., Septiani, M., & Lasari, D. M. (2022). Healing sebagai Strategi Coping Stress Melalui Pariwisata. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 3(2), 113–124.
- Kominfo. (2015). Saatnya Kembangkan Potensi Pariwisata Indonesia. Diakses dari <https://www.kominfo.go.id/content/detail/5640/saatnya-kembangkan-potensi-pariwisata-indonesia/0/infografis>.
- Purnomo, A., Farida, I., dan Vandika, A. Y. (2019). Potensi Pariwisata Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung. Bandar Lampung: Pusaka Media. <https://publikasi.ubl.ac.id/index.php/Monograf/catalog/view/66/84/392-1>
- Purwowidhu, CS. (2023). Kian Melesat di 2023, Pariwisata Indonesia Bersiap Menuju Level Prapandemi. Diakses dari <https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/kian-melesat-di-2023-pariwisata-indonesia-bersiap-menuju-level-prapandemi>.
- Saputra, I Gusti Ngurah Widya Hadi, Ayu, I., & Pidada, I. (2021). Travelling sebagai coping stress bagi generasi milenial Traveling as coping stress for millennials. *Kinerja*, 18(2), 2021–2260. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>
- Simanjuntak, Bungaran A. Dkk. (2017). *Sejarah Pariwisata Menuju Perkembangan Pariwisata Indonesia*. Jakarta. Pustaka Obor Indonesia.
- Surajiyo. (2010). *Filsafat Ilmu dan Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Gregorius Genep Sukendro

Dosen tetap Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara. Pernah menjadi jurnalis, pekerja kreatif, pendiri lembaga kreatif, sutradara iklan, dan penulis. Sampai kini menyenangkan hal-hal kreatif dan filsafat Nusantara. Berada di persimpangan budaya pop sehingga menekuni kontemplasi dari hiruk pikuk zaman. Menyenangi berinteraksi dengan orang muda.

Wulan Purnama Sari

Dosen tetap Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara. Ia menyelesaikan pascasarjana dalam bidang ilmu komunikasi dari Universitas Indonesia dan doktoral dalam bidang ilmu komunikasi dari Universitas Padjadjaran. Korespondensi: wulanp@fikom.untar.ac.id

Nigar Pandrianto

Dosen tetap Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara. Ia menyelesaikan pascasarjana dalam bidang ilmu komunikasi dari Universitas Indonesia. Korespondensi: nigarp@fikom.untar.ac.id.

Lydia Irena

Dosen tidak tetap Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara. Ia menyelesaikan pascasarjana dalam bidang ilmu komunikasi dari Universitas Indonesia. Korespondensi: lydiai@fikom.untar.ac.id.