

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai proses manajemen komunikasi yang digunakan oleh pihak Warung Pintar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses manajemen komunikasi yang telah digunakan oleh Warung Pintar dalam memberikan pengetahuan berdagang dengan memanfaatkan teknologi

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif-deskriptif. Kemudian paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data dan teknik analisis data yang dilakukan adalah dengan melakukan wawancara terhadap divisi marketing Warung Pintar. Selain itu teknik keabsahan data dilakukan dengan menggunakan triangulasi sumber yaitu dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa proses manajemen komunikasi Warung pintar menggunakan tahap mendefinisikan masalah, tahap perencanaan, tahap aksi dan komunikasi, dan tahap evaluasi. Proses manajemen komunikasi dari Warung Pintar sudah berjalan dengan baik, akan tetapi pada tahapan dari aksi dan komunikasi yang dijalankan belum cukup optimal. Hal tersebut terjadi karena masih kurangnya pertemuan antara pihak Warung Pintar dengan mitranya guna menyalurkan informasi terkait tujuan yang ingin dicapai oleh pihak Warung Pintar.

Hal tersebut terjadi akibat kurangnya waktu sosialisasi yang diberikan oleh Warung Pintar terhadap mitranya, dan hal tersebut membuat mitra dari Warung Pintar tidak mengerti dan sering menanyakan kembali hal-hal yang sebelumnya pernah disosialisasikan.

Kata Kunci: Manajemen Komunikasi, Warung Pintar
