

ABSTRACT

The emergence of Gojek, Traveloka, and Tokopedia became the beginning of application-based industries in Indonesia. Young people in Indonesia are trying to found a digital-based company to follow the success of the company. As more and more young people are inspired, incubator come to help this young people in founding a startup. Innovative Academy is the first campus-based startup incubator in Indonesia.

The purpose of this study is to describe the implementation of communication management in a effort to introduce digital startup through Innovative Academy program of Universitas Gadjah Mada in 2016-2017. The implication is to enrich the study research method. Data retrieval technique through interview and documentation study.

The result of the research shows that communication management process consists of four stage: analysis stage, planning, implementation, and control phase. In each stage the Innovative Academy is less in analysis and it make media selection become less efficient. But it is good in message construction and it can make the target taking action. The targets are young people in Universitas Gadjah Mada.

Keywords:

Startup ecosystem, Innovative academy, Communication Management

INTISARI

Munculnya Gojek, Traveloka, dan Tokopedia menjadi awal bagi era industri berbasis aplikasi di Indonesia. Banyak anak muda yang mencoba mendirikan perusahaan berbasis digital untuk mengikuti jejak keberhasilan perusahaan tersebut. Karena semakin banyak anak muda yang terinspirasi munculah inkubator yang membantu anak muda dalam mendirikan startup. Salah satunya Innovative Academy yang merupakan inkubator startup pertama berbasis kampus di Indonesia.

Tujuan dalam penelian ini adalah mendeskripsikan pelaksanaan manajemen komunikasi dalam upaya pengenalan *startup* digital melalui program Innovative Academy Universitas Gadjah Mada tahun 2016-2017. Implikasinya adalah memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang manajemen komunikasi dan melihat proses manajemen komunikasi dalam memberikan dampak perubahan di suatu daerah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan studi dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses manajemen komunikasi yang dilakukan terdiri dari empat tahapan, yaitu tahap analisis, perencanaan, implementasi, dan tahap kontrol. Dalam setiap tahapan tersebut Innovative Academy kurang matang dalam analisis sehingga pemilihan media menjadi kurang efisien. Namun sangat baik konstruksi pesan sehingga dapat menggerakkan targer pasar Innovative Academy yang merupakan anak muda UGM untuk ikut membangun perusahaan rintisan berbasis digital dan bergabung dalam inkubasi usaha Innovative Academy.

Kata-kata kunci:

Ekosistem startup, Innovative Academy, Manajemen Komunikasi