

FOKUS DAN RUANG LINGKUP

Kiwari merupakan jurnal hasil karya tulis dari mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Jurnal ini menjadi forum publikasi bagi hasil karya mahasiswa. Artikel yang diterbitkan masih jauh dari sempurna dan terbuka untuk saran serta kritik yang membangun. Kiwari menerbitkan artikel hasil karya mahasiswa di bidang ilmu komunikasi. Kiwari diterbitkan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara. Kiwari terbit empat kali dalam setahun, pada bulan Maret, Juni, September, Desember.

TIM PENYUNTING

Ketua Penyunting

- Dr. Riris Loisa, M.Si.

Dewan Penyunting

- Dr. Rezi Erdiansyah, M.S.
- Dr. Muhammad Adi Pribadi, S.E., M.I.B., M.Comm.
- Sinta Paramita, S.I.P., M.A.
- Yugih Setyanto, S.Sos., M.Si.

Penyunting Pelaksana

- Roswita Oktavianti, S.Sos., M.Si.
- Nigar Pandrianto, S.Sos., M.Si.
- Lydia Irena, S.I.Kom., M.Si.

Penyunting Tata Letak

- Kimberley Adonia Gunawan
- Josephine Patricia Japutra

Sekretariat Administrasi

- Purwanti

Alamat Redaksi:

Jl. S. Parman No.1 Gedung Utama Lantai 11. Jakarta Barat 11440

Telepon : 021-56960586, Fax : 021-56960584

Email : kiwari@untar.ac.id

Website : <http://journal.untar.ac.id/index.php/kiwari>

DAFTAR ISI

Pengaruh Karakteristik Konten terhadap Minat Beli di Kalangan Remaja (Studi Kasus Bento Cake di Akun @_onebites) Syfa Muthiah, Lusia Savitri Setyo Utami.....	408-414
Strategi Komunikasi Pemasaran Instagram <i>Online Shop</i> (Studi Kasus <i>Online Shop</i> Mishalot Florist) Jonathan Kuswandy, Sisca Aulia.....	415-423
Cara Hoaks Memengaruhi Opini Publik Mahasiswa Fikom Untar Angkatan 2018 dalam Protokol Covid-19 Matthew Edbert Hermanto, Ahmad Junaidi.....	424-434
Pengaruh Daya Tarik Iklan di Instagram terhadap Minat Beli Produk di Cafe Janji Jiwa Jalan Dempo Palembang Tasya Lorenza Effendy, H. H. Daniel Tamburian.....	435-442
Komunikasi Ekspresif Media TikTok Yeni Lusiana, Sinta Paramita	443-448
Fenomena <i>Cyberbullying</i> di Media Sosial TikTok Fabiola Greselda Aser, Sinta Paramitha.....	449-453
Pengaruh Penyebaran Berita <i>Hoax</i> Covid-19 pada WhatsApp dari Facebook terhadap Perilaku Masyarakat Regita Alfiana, Ahmad Junaidi.....	454-459
Pengaruh <i>Online Consumer Reviews</i> Pada Aplikasi Female Daily Network terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Skincare</i> Somethinc Jessica Trivena, Rezi Erdiansyah.....	460-466
Pengaruh Konten Mobile Legends di TikTok terhadap Popularitas <i>Games</i> Mobile Legends Sherren Elleanor, Ahmad Junaidi.....	467-474
Tingkat Kepercayaan Mahasiswa Fikom Untar pada Akurasi Berita Covid-19 di Kompas.com Gherry Daniel, Sinta Paramita, Doddy Salman.....	475-479
Pengaruh Strategi Komunikasi Sepatu Compass di Masa Pandemi Covid-19 terhadap Minat Beli Masyarakat Alfa Josef Raphael, Farid.....	480-485
Strategi <i>Marketing Public Relations</i> Gaspac dalam Membangun Brand Awareness di Era Pandemi Mirella Putri Hadiani, Yugih Setyanto	486-492

Perubahan Komunikasi Interpersonal dalam Hubungan Rekan Bisnis Selama Masa Pandemi (Studi Kasus di PT Jassendo Mandiri Sentosa) Steven, Yugih Setyanto.....	493-500
Analisis Semiotika Unsur Komunikasi Sosok Figur Soekarno Pada Film “Soekarno: Indonesia Merdeka” Andrean Eddy Subekti, Ahmad Junaidi.....	501-510
Pengaruh Penyebaran Isu Standar Kecantikan Korea Selatan Melalui Media Sosial terhadap Perilaku Imitasi Penggemar K-Pop Mellicia, Lusia Savitri Setyo Utami.....	511-518
Analisis <i>Content Marketing</i> Melalui Media Sosial (Studi Kasus Instagram Fayt Official) Alicia Veironie, Wulan Purnama Sari.....	519-525
Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WoM) dan <i>Brand Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Modelano Michelle Kuant, Rezi Erdiansyah.....	526-535
Pengaruh <i>Advertising Awareness</i> di Media Sosial terhadap <i>Brand Equity</i> Traveloka Muhammad Satria, Ahmad Junaidi.....	536-543
Pengaruh Webinar Mahadana Asta Berjangka terhadap Minat Masyarakat Bergabung di Bisnis <i>Trading</i> Internasional Gabrielle, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	544-550
Analisis Pola Komunikasi Keluarga dan Pola Asuh dalam Tayangan “Yes Day” Serta Relevansinya Pada Anak di Medan Yousiska Taruna, Farid Rusdi.....	551-557
Peran Aplikasi Tiktok Sebagai Media Komunikasi Ekspresif Penyintas Covid- 19 Verrell Valiant, Sinta Paramita.....	558-565
Peran <i>Brand Ambassador</i> di Holywings untuk Meningkatkan Citra Perusahaan Holywings melalui Instagram @holywingsindonesia Jonathan Batubara, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	566-575
Interaksi Simbolik Pada Perencanaan Komunikasi Pemasaran untuk Produk UMKM (Studi Kasus Sumber Motor) Kevin, Muhammad Adi Pribadi.....	576-582
Interaksi Simbolik Pada Perencanaan Komunikasi Pemasaran untuk Produk UMKM (Studi Kasus Sumber Motor) Calvin NG, Muhammad Adi Pribadi.....	583-588
Peran Interaksi Simbolik dalam Perencanaan Komunikasi Pemasaran Produk di PT Aroma Abadi Nusantara (Studi Kasus Gleeair) Devin Tjong, Muhammad Adi Pribadi.....	589-595