

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

Perencanaan Komunikasi <i>Public Relations</i> dalam Penanganan Krisis (Studi Kasus Weber Shandwick Indonesia) Abdul Malik, Muhammad Adi Pribadi.....	373-380
Pengaruh <i>Brand Loyalty</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Crooz_id Adriel Aurelius Susianto, Rezi Erdiansyah.....	381-386
Komunikasi Pemasaran Media Sosial Instagram @carameleatery Anandia Ekklesia Gabriella, Farid.....	387-394
Pengaruh Popularitas NCT 127 sebagai <i>Brand Ambassador</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> Blibli Aurora Ambar Kusuma, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	395-402
Komunikasi Pemasaran Nike dalam Membangun <i>Brand Image</i> Calorine Chang, Gregorius Genep Sukendro.....	403-409
<i>Account Executive</i> sebagai <i>Public Relations</i> PT Idein Kreatif Indonesia Carolyn Octaviani, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	410-416
Pandangan <i>Followers</i> terhadap <i>Personal Branding</i> Denny Sumargo di Instagram Clinton Nadeak, Muhammad Adi Pribadi.....	417-423
Pemanfaatan <i>Live Streaming</i> di Media Sosial TikTok Daniel, Gregorius Genep Sukendro.....	424-431
Pemberdayaan Komunitas Tunarungu: Studi Kasus Interaksi Simbolik di Sunyi Coffee Alam Sutera Djuan Tandy, Muhammad Adi Pribadi.....	432-438
Studi Komunikasi Antarpribadi Pelatih dengan Kapten Bola Eric, Suzy Azeharie.....	439-443
Komunikasi Pemasaran Salmonbyesther Menggunakan Media Sosial sebagai Media Periklanan Esther Helen, Farid Rusdi.....	444-451
Pengaruh <i>Personal Branding Beauty Influencer</i> di Instagram terhadap Persepsi <i>Followers</i> Febriani Angellina, Ahmad Junaidi.....	452-456
Analisis Budaya Patriarki pada Film Layar Lebar Yuni Fenika, Suzy Azeharie.....	457-463
Pengaruh Joe Taslim Sebagai <i>Brand Ambassador</i> terhadap <i>Brand Equity</i> Shopee Indonesia Fitz Geraldo, Nigar Pandrianto.....	464-470

Strategi Komunikasi Silang dalam Meningkatkan Kesadaran akan Keberadaan Tuli Flavia Veilieta, Septia Winduwati.....	471-477
Strategi yang Dilakukan <i>Public Relations</i> dalam Membangun <i>Brand Image</i> (Studi Kasus <i>Brand Kosmetik Syca</i>) Flegon Gamaliel, Muhammad Adi Pribadi.....	478-484
Media Sosial Sebagai Penjalin Hubungan antara Gereja dan Jemaat Frimus Kennedy Hendarwin, Yugih Setyanto.....	485-492
Strategi Komunikasi Digital Media Sosial sebagai Media Promosi dan <i>New Branding</i> (Studi Kasus Media Sosial Om Moes) Zaki Muhamad Dani, Gregorius Genep Sukendro.....	493-502
Strategi Komunikasi Pemasaran Membangun <i>Brand Recognition</i> melalui Konten Media Sosial Instagram Total Fitness (Studi Kasus PT. IN EN OUT Digital Media Creative) Gabriela Emanuella Hendra, Muhammad Adi Pribadi.....	503-507
Pengelolaan <i>Event "Press the Button"</i> PT. Inti Muda Kreasi atau Emvrio <i>Production</i> di Masa Pandemi Covid-19 Gloria Renatha, Sinta Paramitha.....	508-513
Strategi <i>Brand Activation</i> pada <i>Brand Minuman Kekinian</i> Helena Aurora, Sisca Aulia.....	514-522
Analisis Bauran Komunikasi Pemasaran Sariayu Martha Tilaar Saat Pandemi Covid-19 Safira Salsabila Atsari, Diana Anggraeni.....	523-533
Keterbukaan Diri Remaja Kepada Orang Tua dalam Keluarga <i>Broken Home</i> Farhany Ramadhina Abdillah, Aprilianti Pratiwi.....	534-543
Analisis <i>Framing</i> Pada Akun @drrichardlee terhadap Akun @dr.okypratama Sebagai Media Edukasi Skincare Nuzul Qur'ani Dewati, Ita Nurlita, Julyanto Ekantoro, Ariyan Alfraita.....	544-554
Analisis Semiotika Komik Digital <i>The Secret Of Angel</i> terhadap Kepercayaan Diri Perempuan Nur Azizah, Rizky Fauzi.....	555-564