

## **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. Wulan Purnama Sari, S.I.Kom., M.Si

### **Dewan Penyunting**

- Dr. Riris Loisa, M.Si.
- Dr. Sinta Paramita, S.I.P., M.A.
- Dr. Tria Patrianti, S.Sos., M.I.Kom.
- Sekartaji Anisa Putri, M.Si.
- Sofia Primalisanti Devi, S.I.Kom., M.Si.

### **Penyunting Pelaksana**

- Nigar Pandrianto, S.Sos., M.Si.
- Sisca Aulia, S.I.Kom., M.Si.
- Septia Winduwati, S.Sos., M.Si.

### **Penyunting Tata Letak**

- Lydia Irena, S.I.Kom., M.Si.

### **Asisten Mahasiswa Pengelola Jurnal**

- Michelle Augustine
- Nathania Reinata

### **Sekretariat Administrasi**

- Purwanti
- Ady Sulistyono

### **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](mailto:kiwari@untar.ac.id)**

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

## DAFTAR ISI

Strategi Penggunaan WhatsApp sebagai <i>Customer Relations</i> pada Proses Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Tarumanagara Wynne Caesar Oei Winka, Ahmad Junaidi.....	188-195
Promosi <i>Online</i> Media Sosial Instagram dan Kepuasan Informasi tentang Industri Fashion Yoselina, Roswita Oktavianti.....	196-204
Signifikansi <i>Marketing</i> Media Sosial dan <i>Brand Equity</i> terhadap Loyalitas Merek Starbucks Fernando Yose, Wulan Purnama Sari.....	205-212
Implementasi Interaksi Simbolik dalam Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Divisi <i>Copywriter</i> Sevenads Indonesia) James Cahyadi, Muhammad Adi Pribadi.....	213-220
Konten Sarkasme, TikTok, dan Remaja Johannes Pradana, Lusia Savitri Setyo Utami.....	221-229
Analisis Peran <i>Push Notification</i> dalam Mendorong Pembelian Peralatan Rokok Elektrik di <i>E-Commerce</i> Kevin Antony, Nigar Pandrianto.....	230-239
Budaya Organisasi yang Diterapkan di Organisasi PWI (Persatuan Wartawan Indonesia) Kota Bekasi sehingga Membentuk Komunikasi Organisasi Meylinda Christi Hanna, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	240-245
Strategi Humas <i>Inspiring Agency</i> dalam Membangun Citra Positif Perusahaan di Kalangan Generasi Z Aditya Muharizal Rizki, Sisca Aulia.....	246-256
Mengedukasi Masyarakat Manfaat Investasi pada Logam Mulia Secara <i>Online</i> sebagai Humas Alexander Arieputera, Yugih Setyanto.....	257-263
Optimalisasi Penggunaan Instagram untuk Meningkatkan Reputasi Positif Polri melalui Media Sosial Alni Tiani, Yugih Setyanto.....	264-269
Peran Interaksi Simbolik Marketing dalam Melakukan Strategi Komunikasi Pemasaran Produk <i>Packaging</i> PT Ashley Jaya Pratama Anwen Bagus Susila, Muhammad Adi Pribadi.....	270-274
Komunikasi Antara Pelatih dengan Pemain dalam Membangun Prestasi Tim Olahraga Arron Bryan, Riris Loisa.....	275-281

Studi Komunikasi Antarpribadi antara Pelatih dengan Petarung MMA Calvin Derio, Suzy Azeharie.....	282-286
Analisis Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Digital pada Instagram @Hyundai.Aristagroup Cavin Andrianus, Farid Rusdi.....	287-297
Pengaruh Media Instagram terhadap Keramaian Pengunjung Nagoya Hill Mall Batam Cherly Thomas, Gregorius Genep Sukendro.....	298-307
Media Sosial sebagai Sarana Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Cynangal Gisellim, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	308-314
Pola Komunikasi Kelompok <i>Gamers</i> Perempuan pada <i>Game Online</i> Danial Chen, Sinta Paramita.....	315-320
Studi Etnografi pada Budaya Organisasi Rumah Ibadat Pasca Covid-19 Daniel Jehuda Cherubim, Riris Loisa.....	321-329
Perilaku Komunikasi Verbal dan Non-verbal Penggemar BTS dalam Akun TikTok @peakaboo__ Dennys Utama, Lusia Savitri Setyo Utami.....	330-338
Pengaruh Film Barbie terhadap Persepsi Standar Kecantikan Fisik pada Remaja di Jakarta Barat Dian Novianti, Sisca Aulia.....	339-347
Strategi Komunikasi Instagram Esme Nailbar dalam Menarik Konsumen Emmanuela Fransisca, Ahmad Junaidi.....	348-353
Analisis Regresi <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Aneka Ragam Faldie Muhamad Haikal, Wulan Purnama Sari.....	354-363
Studi Komunikasi Kelompok dalam Divisi Marketing PT Mirae Indonesia Frenky Julianto, Gregorius Genep Sukendro.....	364-371
Strategi Pemasaran Digital Menggunakan Fitur Boosting pada Instagram <i>Ads</i> Kristoffer Gerald, Rezi Erdiansyah.....	372-377
Strategi <i>Personal Branding Nano-Influencers</i> Kecantikan dan <i>Fashion</i> melalui Media Sosial TikTok Putri Charenina, Septia Winduwati.....	378-387