

FOKUS DAN RUANG LINGKUP

Prologia 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.

Prologia menerbitkan artikel hasil karya mahasiswa di bidang ilmu komunikasi, terutama di bidang periklanan, *marketing communication*, *public relations*, jurnalistik, media, teknologi komunikasi, simbol, komunikasi antarbudaya, komunikasi bisnis, dan lain-lain. Prologia diterbitkan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara.

TIM PENYUNTING

Ketua Penyunting

- Dr. Riris Loisa, M.Si.

Dewan Penyunting

- Dr. Eko Harry Susanto, M.Si.
- Dr. Rezi Erdiansyah, M.S.
- 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

- Tasya
- Vivian Camsennius
- Kimberly Surjanto

Sekretariat Administrasi

- Purwanti

Alamat Redaksi:

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

Telepon : 021-56960586, Fax : 021-56960584

Email : prologia@untar.ac.id

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

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------|
| Analisis Kreatif Ide dan Pesan (Studi Kasus Terhadap Tvc “ <i>Instagram Boyfriend</i> ” Ichi Ocha) Clara Cahya Octaviani Setiawan, Gregorius Genep Sukendro..... | 1-7 |
| Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa Universitas Tarumanagara Indah Surya C, Rezi Erdiansyah..... | 8-14 |
| Interaksi Simbolik dalam <i>Word of Mouth</i> Untuk Mengenalkan Iphone di Kalangan Persahabatan (Studi Etnografi Teori Peran Pengambilan Keputusan dalam Lingkungan Persahabatan) Daniel Christofer, Muhammad Adi Pribadi..... | 15-20 |
| Strategi Pengarang Ghosty’s Menghadapi Persaingan Komik Digital (Studi pada Komik Ghosty’s) Elias Benny Alricoh, Sinta Paramita, Nigar Pandrianto..... | 21-27 |
| Pengaruh Iklan Goyang Shopee Bersama Cr7 (Cristiano Ronaldo) Terhadap Citra Perusahaan Shopee Andi Setiawan, Wulan Purnama Sari | 28-35 |
| Analisis <i>Branding</i> Restoran Haka Dimsum Melalui Komunikasi Visual Hokky Putra Pangestu, Wulan Purnama Sari | 36-44 |
| Peran Interaksi Simbolik dalam Perencanaan Komunikasi Pemasaran di Era Pandemi (Studi Kasus Kopi Lain Hati Sukasari Bogor) Alfari Josita, Muhammad Adi Pribadi | 45-51 |
| Proses Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial (Studi pada Komunitas Penggemar Hot Wheels Di Instagram) Jonathan Pramanta Susilo, Yugih Setyanto | 52-59 |
| Pengaruh Daya Tarik Iklan di Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Terhadap Produk Sepatu Brodo di Kalangan Anak Muda Jakarta Barat) Hendy Suryawijaya, Farid Rusdi | 60-66 |
| Perencanaan Komunikasi Pemasaran Starbucks Selama Covid-19: Studi Kasus Interaksi Simbolik Starbucks di Perumahan Citra Enam Febriyanto, Muhammad Adi Pribadi | 67-73 |
| Hubungan Motif Penggunaan Informasi dalam Beauty Journal dengan Kepuasan Pengunjung <i>Website</i> Sociolla.com (Survei Terhadap Perempuan Pengguna Situs Sociolla.com) Disha Naftali, Farid Rusdi | 74-80 |

| | |
|---|---------|
| Pengaruh Kampanye <i>Cup of Courage</i> Starbucks terhadap Minat Beli Produk Minuman <i>Pink Voice</i> di Starbucks Stasiun Jakarta Kota Reynaldi Putra, Diah Ayu Candraningrum | 81-87 |
| Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> , Kualitas Pesan Iklan, Kreativitas Iklan terhadap Efektivitas Iklan Gojek Cerdikiawan Ricky Budiman, Rezi Erdiansyah | 88-93 |
| Pengaruh <i>Endorsement</i> oleh <i>Beauty Vlogger</i> terhadap Minat Beli Kosmetik Fenny, Riris Loisa | 94-100 |
| <i>Viral Marketing</i> Berbasis Komunitas (Studi Kasus terhadap <i>Dance Cover Playcrew</i>) Indra Ridwan Maulana, Sinta Paramita | 101-107 |
| Pengaruh Pesan Persuasif <i>Beauty Vlogger</i> terhadap Keputusan Pembelian Cindy Claudia Christine, Roswita Oktavianti | 108-114 |
| Pengaruh Kredibilitas <i>Public Figure</i> terhadap Keputusan Pembelian (Survei Penggunaan <i>Brand Ambassador</i> Chelsea Islan dalam Kampanye <i>Pink Voice</i> Starbucks) Rudy Setiawan, Diah Ayu Candraningrum | 115-120 |
| Peran Interaksi Simbolik dalam Perencanaan Komunikasi Pemasaran BRE Global (Studi Kasus BRE Global Edukasi dan Karir) Ivan Sebastian, Muhammad Adi Pribadi | 121-126 |
| Analisis Pengaruh <i>E-WoM</i> , <i>Online Review</i> , dan Kualitas Informasi terhadap Minat Beli di <i>Market Place</i> Tokopedia Julian Andrew, Rezi Erdiansyah | 127-134 |
| Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada <i>Online Shop @ivoree.id</i> dalam Memasarkan Produk Jesslyn, Septia Winduwati | 135-141 |
| Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian La Madame Florist Willy, Riris Loisa, Sisca Aulia | 142-147 |
| Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Sistem Pembayaran <i>Online</i> (Survei Terhadap Pengguna Produk UniPin) Rendy Rachman, Roswita Oktavianti | 148-153 |
| Manajemen Periklanan Star Radio dalam Menjaga Loyalitas Pengiklan Cindy Salsabilla, H. H. Daniel Tamburian | 154-161 |

| | |
|--|---------|
| Analisis Komunikasi Persuasif Tenaga Pemasar Asuransi untuk Promosi Produk (Studi Kasus Asuransi Inspiring Agency) Queentania Suherman, Septia Winduwati | 162-166 |
| Komunikasi Pemasaran UMKM dalam Beradaptasi di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Hello Cafe) Ruth Ambar, Wulan Purnama Sari | 167-174 |
| Strategi Marketing <i>Public Relations</i> Kopi Kenangan dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> Scelly Alvionita Chayadi, Riris Loisa, Sudarto | 175-183 |
| Analisis Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap <i>Customer Engagement</i> (Studi Pada Instagram @bloomcoffeejkt) Heru Chandra Litmanen, Wulan Purnama Sari | 184-190 |
| Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap <i>Customer Engagement</i> (Studi Pada Akun Instagram LazadaID) Christine Natalia Chandra, Wulan Purnama Sari | 191-197 |
| Pengaruh <i>Influencer</i> terhadap Minat Beli Produk <i>Fashion</i> Wanita pada Instagram Natasia Stevani, Ahmad Junaidi | 198-203 |
| Pengaruh Diskon 9.9 Super Shopping Day Shopee terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Shopee Aditya Putra Pratama, Moehammad Gafar Yoedtadi | 204-209 |