

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. 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
- Cherise Priscilla
- Marcella Andilia
- Shellie Marcella

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

Pengaruh Komunikasi Pemasaran Produk melalui Instagram @Anakjajan terhadap Perilaku <i>Followers</i> Glenn Jonathan, Yugih Setyanto.....	1-5
Pengaruh Iklan Scarlett Whitening di Aplikasi TikTok terhadap <i>Brand Awareness</i> Generasi Z Kezia Stephanie Halim, Wulan Purnama Sari.....	6-11
Interaksi Simbolik dalam Perencanaan Komunikasi Pemasaran Ben Gong's Tea selama Covid-19 Jordan Liunardi Sugiarto, Muhammad Adi Pribadi.....	12-16
Strategi Komunikasi Pemasaran Catering Zella dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Selama COVID-19 Arvin Stephensus, Septia Winduwati.....	17-24
Kreativitas <i>Influencer</i> dalam Mengampanyekan <i>Self Love</i> untuk Kesehatan Mental di Instagram Vonny Felicia Hastan, Gregorius Genep Sukendro.....	25-32
Analisis Semiotika Iklan Aqua Kids 2020 Bryan Marsheilo, H.H. Daniel Tamburian.....	33-40
Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Chelsea Olivia terhadap Citra Realfood (Studi pada Media Sosial Instagram @fitwithrealfoodid) Jessica Wulandari, H.H Daniel Tamburian.....	41-48
Analisis Strategi <i>Marketing Public Relation</i> Kedai Kopi Sijoko Ani Indriyani, Diah Ayu Candraningrum.....	49-53
Efektivitas Pelayanan <i>E-Commerce</i> Shopee sebagai Upaya Menciptakan Kepuasan Konsumen Berbelanja <i>Online</i> Vusiaria Stella Wijaya, Eko Harry Susanto.....	54-59
Pengaruh Iklan Humor pada Kesadaran Merek Milenial di Jakarta (Studi pada Iklan Sampo Head & Shoulders Volin Stevani Putri, Diah Ayu Candraningrum.....	60-65
Pengaruh Iklan Tips Lawan Covid-19 ala Allianz Indonesia terhadap Kepercayaan Merek Vinny Sugiarto, Riris Loisa, Sudarto.....	66-70
Pengaruh Konten di Akun Instagram @Netflixid dalam Meningkatkan Minat Menonton Hosea Hervey Joshua, Ahmad Junaidi.....	71-79

Pengaruh Efektivitas Iklan Burgushi Melalui Instagram Ads terhadap Minat Beli Generasi Milenial Sugiarto Alwen Lestiono, Diah Ayu Chandraningrum.....	80-86
Strategi Kreatif <i>Web Series</i> Hanna Approved di Instagram dalam Membangun <i>Brand Image</i> C Channel Indonesia Mely Indah Sari, Diah Ayu Candraningrum.....	87-94
Pengaruh <i>Brand Ambassaddor</i> Didi Kempot terhadap Citra Perusahaan Shopee Cindy, H.H Daniel Tamburian.....	95-102
Komunikasi Humas Bank OCBC NISP Kantor Pusat selama Pandemi Covid-19 dalam Meningkatkan Media Relations Harry Kertarahardja, Ahmad Junaidi.....	103-107
Analisis Konten <i>E-Marketing Campaign</i> JD.ID #joychallenge Menggunakan <i>Influencer Marketing</i> Nagia M. Asmanda, Eko Harry Susanto, Sudarto.....	108-114
Analisis Strategi Kreatif Iklan Yellow Fit di Media Sosial Instagram dalam Melakukan <i>Positioning</i> Sebagai “#1 Diet & Healthy Catering” Keshena Sutiady, Diah Ayu Candraningrum.....	115-120
Pemaknaan Khalayak pada Iklan Animasi Gojek Versi Pevita Pearce dan Joe Taslim Niluh Putu Krisna Utami, Septia Winduwati.....	121-127
Strategi Komunikasi Pemasaran Wuling Motors Indonesia dalam Bersaing di Industri Mobil Indonesia Jeffrey Shan Budiono, Yugih Setyanto.....	128-133
Minat Konsumen pada <i>Flash Sale</i> Tokopedia Maria Fransisca, Eko Harry Susanto.....	134-140
Pengaruh Kredibilitas <i>Food Vlogger</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> Omija (Studi Kasus pada YouTube Ria SW) Natalia Chang, Lusya Savitri Setyo Utami.....	141-147
Hubungan Aliran Komunikasi Organisasi dan Gaya Komunikasi Kepemimpinan dengan Kinerja Karyawan PT Maybank Indonesia Cabang Medan Vella Stephanie, Riris Loisa.....	148-153
Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, dan Selebriti <i>Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian Uniqlo Safira Fitri, Rezi Erdiansyah.....	154-162
Strategi Komunikasi Digital <i>Influencer</i> dalam Menggunakan Media Sosial Instagram sebagai Media <i>Fundraising</i> Andia Elfika Priselie, Sinta Paramita.....	163-170

Strategi Komunikasi Pemasaran selama Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kopi Uda di Alun-Alun Sungai Kapuas Kabupaten Sintang) Aldona Nevi Caroline, Farid Rusdi	171-177
Pengaruh Kredibilitas Deddy Corbuzier sebagai Brand Ambassador J&T terhadap Citra Merek J&T Himawan, Sisca Aulia	178-184
Strategi Komunikasi Humas Universitas Tarumanagara selama Pandemi Covid-19 Shinta Darmawaty, Septia Winduwati	185-192
Pengaruh <i>Word of Mouth</i> dan <i>Sales Promotion</i> terhadap Keputusan Pembelian (Survei terhadap Produk CV. Anugrah Kencana Makmur) Angga Budiman, Rezi Erdiansyah	193-198
Analisis Peranan dan Penggunaan Media Sosial dalam Mengomunikasikan Informasi di Komunitas 234SC Jakarta Utara Ishak Winaldo Liubana, Yugih Setya	199-204