

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 komunikasi, *public relations*, jurnalistik, media, teknologi komunikasi, simbol, komunikasi antar budaya, komunikasi bisnis, dll. 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 (Universitas Tarumanagara)
- Dr. Rezi Erdiansyah, M.S. (Universitas Tarumanagara)
- Drs. Widayatmoko, MM, M.IKom (Universitas Tarumanagara)
- Sinta Paramita, SIP, MA (Universitas Tarumanagara)
- Yugih Setyanto, S.Sos., M.Si (Universitas Tarumanagara)

Penyunting Pelaksana

- Wulan Purnama Sari, S.I.Kom., M.Si
- Roswita Oktavianti S.Sos., M.Si

Penyunting Tata Letak

- Ady Sulistyono

Sekretariat Administrasi

- Purwanti

Alamat redaksi:

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

Telepon : 021-56960586, Fax : 021-56960584

Hp : 081 8653 538

email : prologia@untar.ac.id

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

DAFTAR ISI

Upaya Pemasaran Agen Properti ERA DEA Melalui Pendekatan Komunikasi Antarpribadi Adrian Aidil, Yugih Setyanto	1-4
Analisis Strategi Perencanaan Media di PT. Mega Pro Communications Andrew Thimotius, Wulan Purnama Sari	5-9
Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Band Indie Fourtwnty</i> Dalam Industri Musik Indonesia Bagas Tanoto, Gregorius Genep Sukendro	10-16
Pengaruh Intensitas Penggunaan <i>Smartphone</i> dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Interaksi Sosial di dalam Keluarga Bella Sthefani, Rezi Erdiansyah	17-24
Strategi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Reputasi Lippo Mall Puri Billy Samuel, Daniel Tamburian	25-30
Konsep Kreatif Pada <i>Copywriter</i> Dalam Pembuatan <i>E-Advertising</i> Sabun RDL Papaya di PT. Neo Digital Callista Lawrence, Sinta Paramita	31-38
Pengaruh Daya Tarik Pesan Iklan <i>e-commerce</i> Shopee di Televisi dan Promosi <i>Word of Mouth Terhadap</i> Keputusan Pembelian Chyntia Wulandari, Rezi Erdiansyah	39-44
<i>Corporate Branding</i> Bioskop Dalam Industri Hiburan (Studi Kasus Cinema 21 Group Dengan CGV Cinemas) Cut Putri Chandra, Sinta Paramita	45-51
Proses Kreatif dalam Pembuatan Iklan Uber " <i>The Fighter</i> " Edy Gustino Hendra, Gregorius Genep Sukendro	52-55
Komunikasi <i>Endorser</i> Dalam Menyampaikan Pesan Tentang Produk Pada Khalayak (Studi Kasus Tentang akun Instagram Angelica Chelsea dalam Instagram) Frengki, Riris Loisa	56-61
Peran <i>Word of Mouth</i> Dalam Mengkomunikasikan Jasa Modifikasi Sepeda Motor Hilman Radifan, Suherman	62-67
Analisis Pengaruh <i>Brand Trust</i> Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen <i>WineDi Cork & Screw</i> Jakarta Inez Febby, Rezi Erdiansyah	68-75

Analisis Proses Komunikasi Toko <i>Garage Moving</i> Terhadap Pelanggan Melalui Tokopedia Karina Rizki Shetianto, Yugih Setyanto.....	76-81
Pengaruh Daya Tarik Iklan <i>Mobile Legends</i> di Youtube Terhadap Keputusan Pembelian <i>Skin</i> Karakter <i>Game Mobile Legends</i> Kevin Prathama, Anoesyirwan Moeins, Diah Ayu Candraningrum.....	82-87
Bentuk-Bentuk Komunikasi Pemasaran <i>Event Organizer</i> Marketology Limdy Effriany, Sinta Paramita.....	88-94
Analisis Peran <i>Public Relations</i> Dalam Menghadapi Persaingan di Industri Sepatu Di Indonesia (Studi Pada Pt. Sepatu Bata, Tbk.) Lolita Septiana, Yugih Setyanto.....	95-102
Pengaruh Terpaan Media pada Film Susah Sinyal Terhadap Keputusan Berwisata ke Pulau Sumba Maria, Widayatmoko.....	103-109
Analisis Faktor-Faktor <i>Brand Identity</i> Produk Samsung Pada Kalangan Remaja Di Jakarta Messy Stella Fabiola, Wulan Purnama Sari.....	110-116
Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Transaksional Terhadap Kepuasan Komunikasi (Studi Kasus Di PT. Wahana Solusi Manajemen) Michael, Widayatmoko.....	117-124
Strategi <i>Integrated Marketing Communication (IMC) Brand</i> Wuling Motor Indonesia Dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Michael, Gregorius Genep Sukendro.....	125-129
Pengaruh Komunikasi Pada <i>Social Media Marketing Instagram</i> Terhadap <i>Brand Image</i> Wardah (Studi Kasus: <i>Followers @Wardahbeauty</i>) Monicca, Widayatmoko.....	130-137
Strategi Konten Kampanye <i>18th Asian Games</i> di Media Sosial (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube) Novia, Gregorius Genep Sukendro.....	138-142
Analisis Komunikasi Internal PT. Pelayaran Nasional Bahtera Bestari Shipping Dalam Mensosialisasikan Kebijakan Perusahaan Kepada Karyawan Ping Ping, Yugih Setyanto.....	143-150
Bentuk Komunikasi Pemasaran PT. Home Center Indonesia Dalam Pengembangan Program Informa <i>Custom Furniture</i> Priscilla Viby, Sinta Paramita.....	151-156

Pembentukan Budaya Komunikasi Organisasi PT. Yot Inspirasi Nusantara Berdasarkan Penerapan Nilai-Nilai Buku <i>Young on Top</i> Rabella Dimelati Hutabarat, Heri Budiarto.....	157-163
Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Oleh <i>Fashion Blogger</i> Dalam Menginspirasi <i>Style</i> Para <i>Viewers</i> Rachael Febrina, H. Sunarto.....	164-169
Pengaruh Keragaman Budaya Karyawan dan Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan di PT Indosurya Sukses Ready Saputra.....	170-174
Pemanfaatan Kanal Youtube OtoDriver Dalam Upaya Membangun Ketertarikan <i>Subscriber</i> Terhadap Fitra Eri Rhandi Seeto Wiguna, Eko Harry Susanto.....	175-182
Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Traveloka Sarah Putri Gunawan, Rezi Erdiansyah.....	183-189
Pengaruh Komunikasi Persuasif <i>Endorser</i> Rachel Vennya Terhadap Minat Beli Pada Kalangan Pengguna Instagram Syani Putriani, Anoesyirwan Moein, Roswita Oktavianti	190-197
Perencanaan Komunikasi Pemasaran: Studi Kasus Tim Marketing Asuransi PT ASWATA Timotius Sema Teguh, Farid Rusdi, Muhammad Adi Pribadi.....	198-202
Iklan Shopee Dalam Menarik Minat Beli Mahasiswa Tjam Robby, Eko Harry Susanto.....	203-208
Analisis Strategi Kreatif Iklan <i>Billboard</i> Gojek Di Kuningan Tjiara Willianto Setiawan, Gregorius Genep Sukendro.....	209-214
<i>Public Relations</i> Dalam Mengadapi Isu Negatif Pada Penanganan Isu Di Starbucks Indonesia Valintina, Yugih Setyanto	215-221
Analisis Semiotika Peran Ganda Perempuan Dalam Memenuhi Kebutuhan Hidup Rumah Tangga Pada Iklan Tesco Lotus: <i>Power of Women</i> Yashinta Amelia, Widayatmoko	222-228