

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

- Prof. Dr. Ir. H. Anoesyirwan Moeins, M.Si, MM (LPT Y.A.I)
- Dr. Eko Harry Susanto, M.Si (Universitas Tarumanagara)
- Dr. Rezi Erdiansyah, M.S. (Universitas Tarumanagara)
- Dr. Heri Budianto, S.Sos, M.S (Universitas Mercubuana)
- Drs. Widayatmoko, MM, M.IKom (Universitas Tarumanagara)

Penyunting Pelaksana

- Wulan Purnama Sari, S.I.Kom., M.Si

Penyunting Tata Letak

- Roswita Oktavianti S.Sos., M.Si

Sekretariat Administrasi

- Ady Sulistyو
- 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

Peran Kementerian Pariwisata Dalam Mengkampanyekan Taman Nasional Komodo Melalui Brand Pesona Indonesia Andre Lukita, Sunarto	1-6
Analisa Program <i>Corporate Social Responsibility</i> Berbagi Berkah dalam Membangun Citra (Studi Kasus Mall Bale Kota) Daniel Arifin	7-12
Pengaruh Implementasi Kegiatan <i>Customer Relations</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan di Klinik Kecantikan L'vivors Jakarta Flavita Silka Angela, Farid Rusdi, H.H Daniel Tamburian	13-19
Komunikasi Pariwisata dalam Mempromosikan Objek Wisata Bukit Kasih Kanonang Inggrit Christiani N.T, Yugih Setyanto.....	20-25
Aktivitas Komunikasi Komunitas WCC dalam Mengembangkan Citra Positif (Studi Komunitas <i>White Car Community</i> di Jakarta) Mariana Wirana.....	26-30
Fungsi <i>Marketing Public Relations</i> PT. IMS Dalam Membangun <i>Brand Image</i> Harman Kardon di Indonesia Nadya Natalie.....	31-34
Upaya Pemanfaatan Media Sosial Youtube Untuk Membentuk Citra Diri Seorang Tommy Lim (Studi Kasus Pemanfaatan Youtube Oleh Tommy Lim) Stephanus Yan Chandra Harlin.....	35-42
Aktivitas <i>Marketing Public Relations</i> Kafe Holywings di Tengah Persaingan Industri Kuliner di Pantai Indah Kapuk Yulia Chandra	43-48
Hubungan Motif dan Kepuasan Dalam Menggunakan Media Sosial Instagram Zalline Putri Agus Abadi, Pinckey Triputra	49-54
Pengaruh <i>Brand Images</i> dan Kualitas Produk Sepatu Adidas NMD Terhadap Keputusan Pembelian Andrew Angelo	55-62
Pengaruh Citra Merek CNN Indonesia.com terhadap Minat Baca Masyarakat Cheryl Manuella.....	63-68

Komunikasi Pemasaran Ilustrasi Gambar Kreatif Melalui Media Sosial Instagram Dan Facebook (Penelitian Pada Usaha Kreatif Bananadraw) Fitri Florence Fransisca, Suwanto.....	69-73
Pengaruh Citra Merek Starbucks Terhadap Loyalitas Merek di Starbucks Aeon Mall Giofandi.....	74-79
Pengaruh Brand Image Media Massa Terhadap Minat Untuk Mengonsumsi Program Berita yang Ditawarkan (Studi Terhadap iNews TV) Indrawan.....	80-85
Studi Logo-Logo TVRI (Analisis Semiotika Perubahan dari Masa-Kemasa) Jason Montana, G.Genep Sukendro	86-91
Strategi Perencanaan Komunikasi Pemasaran melalui media Instagram (Studi Kasus Frozbanana) Jerry Fujianto.....	92-96
Strategi Marketing Politik Partai Solidaritas Indonesia Kevin Rifany	97-101
Komunikasi Melalui Media Sosial dalam Membentuk <i>Personal Branding</i> Selebgram (Studi pada Akun Instagram @_febrian) Maria Goreti Dasdores	102-106
Pengaruh Atribut Komunikasi Antar Pribadi Sesaat Terhadap Persepsi Pelanggan Mengenai Kualitas Layanan Grabcar Indonesia Martin K. Darmawan.....	107-113
Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> dan <i>Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Kafe Rumah Lama, Jembatan Lima, Jakarta Barat Michael Adrian.....	114-119
Pengaruh Penggunaan Media Sosial LINE@ Terhadap Minat Beli Konsumen di Bloom Coffee & Eatery Raynaldo Chandra	120-124
Indonesia <i>A World Of Treasures</i> (Analisis Wacana Buku Fotografi Dalam Kajian Kreatif Pariwisata Indonesia) Rendra Gunawan	125-130
Peran Komunikator Dalam Suatu Proses Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Pada Agen Asuransi Generali) Rhegi	131-134

Analisis Motif Pengguna Aplikasi Bisnis <i>E-Commerce</i> di Era Digital (Studi Deskriptif Pada Pengguna Aplikasi Paytren di Jakarta) Sinta	135-139
Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Iwan Fals Dalam Iklan Top Coffee Terhadap Minat Beli Ibu Rumah Tangga di Pasar Modern Sinpasa, Gading Serpong, Tangerang Aditya Kristianto.....	140-146
Tanda – Tanda Maskulinitas Pada Iklan Otomotif (Analisis Semiotika Terhadap Iklan Motor Sport di Televisi) Andre.....	147-151
Pengaruh <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Pada Pengunjung Di Mall Central Park) Billy Hermawan	152-157
Pengaruh Daya Tarik Wisata Kunjungan Event Terhadap <i>Brand Awareness</i> Momogi Ellen	158-161
Kebebasan Manusia (Analisis Semiotika Iklan Tokopedia Versi Semua Dimulai Dari Tokopedia) Elvindo.....	162-167
Analisis Semiotika Makna Peran Ganda Perempuan Dalam Iklan Go-Jek #Hiduptanpabatas Andien Endy Octavianto.....	168-173
“Hidup Irit” (Analisis Semiotika Pada Iklan Axis Iritology No.81 Kzl #Warbyazah) Frans Giovanni, G Genep Sukendro	174-178
Pengaruh Kualitas Pesan Iklan dan Kreativitas Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Bukalapak “Gilanya Belanja di Bukalapak” Hansen Martin.....	179-184
Representasi Nilai – Nilai Religius Dalam Iklan OLX (Semiotika) : Bekas Jadi Berkah “Ayah Hebat” Edisi Ramadhan 1437 H Di Televisi” Indah Sari	185-190
Analisis Semiotik Nuansa Sporty Pada Iklan Mitsubishi New Outlander Sport Versi <i>Newly Reborn</i> Indra, Dani Vardiansyah	191-195
Pengaruh Pesan Iklan Tokopedia Isyana Versus Gangster Terhadap <i>Brand Knowledge</i> Tokopedia di Sma Pusaka Abadi Ivan Reinaldo, Widayatmoko	196-201

Pengaruh Daya Tarik Iklan Shopee Indonesia di Instagram Terhadap Minat Beli Perempuan Dewasa Muda (<i>Follower</i> Shopee Indonesia) Jessica Theodora.....	202-207
Pengaruh Daya Tarik Iklan Susu Bear Brand Edisi Gong Xi Fat Chai Terhadap Minat Beli Warga Kelurahan Pademangan Timur Jodie Wijaya	208-213
Pengaruh Iklan TVC AQUA Versi #AdaAQUA Episode “Ada Apa Dengan Cinta? 2” Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Pelita Harapan Kevin	214-219
Analisis Semiotika Makna Persahabatan dalam Iklan Tvc U-Mild Versi Sepanjang Jalan Kenangan Kevin Wahid.....	220-225
Pengaruh Kredibilitas Endorser dan Teknik Persuasi Iklan Terhadap Brand Awareness Iklan TOP Coffee Versi “Bongkar Kebiasaan Lama” Martha	226-232
Pengaruh Iklan Olx Versi ‘Gonta-Ganti Tas Bermerek’ Terhadap <i>Brand Image</i> Pada Mahasiswa Universitas Katolik Atmajaya (Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis dan Ilmu Komunikasi). Mega Michella.....	233-238
Makna Tersembunyi Pesan Iklan Perusahaan Travel Berbasis Online Menggunakan Talent Pemuda (Analisis Semiotika Terhadap Iklan Traveloka) Nikky	239-243
IMC Music <i>Indie</i> Band Holdenhaze di Era Teknologi Komunikasi Rasyid Maulana.....	244-249
Pengaruh Iklan Bukalapak Versi ‘Nego Cincai’ Terhadap <i>Brand Awareness</i> di Kalangan Mahasiswa Bina Nusantara Rika	250-255
Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Tokopedia Versi “Pria Idaman” Terhadap <i>Brand Awareness</i> di Kalangan Alumni SMA Tarsisius II Jakarta Angkatan 2013 Rinova Felicia.....	256-260
Analisa Semiotika Iklan Televisi Prudential Indonesia Versi Prulink Edu Protection Roderick Angsastrawan, Suwarto	261-265
Band <i>Indie</i> dan Media <i>Online</i> (Strategi Promosi di Youtube dan Spotify) Ryz-q Devandni E	266-270

Analisis Semiotika Roland Barthes Makna Pesan Iklan Garuda Indonesia Versi “Hands” Sarie Sierra.....	271-275
Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Prilly Latuconsina dan Pengguna Televisi Sebagai Media Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Slai Olai Versi Cocok Banget. Silvia Caroline	276-280
Simbol – Simbol Budaya Dalam Iklan (Studi Semiotik Roland Barthes Iklan Bukalapak Versi Nego Cincai) Williams.....	281-286
Pengaruh Selebriti Endorser Melalui Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen (Survey Chelsea Olivia Sebagai Selebriti Endorser Pada Siswi Sekolah Kristen Ketapang 1 Kelas 10 dan 11 Tahun Ajaran 2016 – 2017) Yessica	287-292
Pesan Edukasi Kepada Anak Melalui Iklan Pepsodent Versi Monster Gigi Yos Suwandi	293-298
Kegiatan Periklanan Untuk Memperkenalkan Produk Motor Kawasaki Pada <i>Show Room</i> Kawasaki Kemayoran Yulius Antoni.....	299-303