

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 Sulisty
- 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

Strategi Komunikasi Humas Galeri Nasional Indonesia (Studi Kasus pada Pameran Trienal Seni Patung Indonesia #3 “SKALA”) Agnes Yunita, Sinta Paramita.....	304-308
Upaya Komunikasi Media Online (IDN Media) dalam Konteks Meningkatkan Kepercayaan Publik Alvin Adrianus, Eko Harry Susanto	309-314
Implementasi Komunikasi Internal Dalam Membangun Kinerja Perusahaan PT. Oto Citra Sentosa Andry, Yugih Setyanto	315-318
Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT. Bytco Grahatama Kreatindo Divisi Promosi Antonio Andri, Rezi Erdiansyah.....	319-324
Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan <i>Beauty Vlogger</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Kecantikan Mahasiswa Fikom Untar Carolina L. S., Suwanto.....	325-329
Analisis Sostac Komunikasi Pemasaran Booster Dalam Permainan Daring Counter Strike Global Offensive Christina Wijaya, Farid Rusdi.....	330-334
Analisis Tanggapan <i>Digital Natives</i> Menonton Kampanye <i>Samyang Challenge</i> (Studi Terhadap Mahasiswa Universitas Trisakti) Cindy Febriarni, Eko Harry Susanto, Lusia Savitry Setyo Utami	335-339
Analisis <i>Marketing Public Relations</i> (MPR) Blibli.Com Melalui Media Sosial Dalam Membangun <i>Customer Relations</i> Cynthia, Farid Rusdi	340-344
Pengaruh Daya Tarik Iklan Mobile Legends di Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Karakter <i>Game Mobile Legends</i> Dennyka, Rezi Erdiansyah.....	345-350
Fungsi <i>Public Relations</i> Pada UKM PSUT Dalam Membangun Citra Organisasi Desy Arisandi, Irsa Bastian.....	351-356
Analisis Strategi Kegiatan <i>Customer Relations</i> DJI Wook Indonesia Di Komunitas Devi Wijayanti, Farid Rusdi	357-361

Pengaruh Daya Tarik <i>Beauty Vlogger</i> (Sarah Ayu) Sebagai <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Minat Beli <i>Subscribers</i> Pada Produk Kosmetik Maybelline Devika Kurniawan, Farid Rusdi	362-367
Pengaruh Kredibilitas <i>Beauty Vlogger</i> Abel Cantika Terhadap Minat Beli Produk Lokal “Wardah” Devin Wijaya, Dani Vardiansyah	368-373
Membangun Reputasi Perusahaan Melalui Program CSR (Studi Pada Program CSR Sinar Mas <i>Land</i> Di RTH/RPTRA Kalijodo) Dewi Suryani Putri, Yugih Setyanto	374-379
Pengaruh Citra Merek dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Restoran Indomie Abang Adek Dian Anggraeni, Rezi Erdiansyah	380-386
Analisis Promosi <i>Aspictura Photography</i> Melalui Media Sosial Instagram Diana Dewi, Widayatmoko	387-392
Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan (Studi Di Warung Wakaka) Edwin Renyut, Widayatmoko	393-398
Pembentukan <i>Personal Branding</i> Melalui Media Sosial (Studi Akun Instagram @Bangpen) Elissa, Yugih Setyanto	399-404
Strategi <i>Public Relations</i> Hotel Dalam Membangun Hubungan Dengan Pihak Eksternal (Studi Kasus Pada Hotel Shangri-La Jakarta) Erick Andrean Lukito, Riris Loisa, Ahmad Junaidi	405-410
Analisis Komunikasi Pemasaran MatahariMall.com Melalui Media Sosial untuk Membangun <i>Brand Awareness</i> Felicia Clara Wijaya, Farid Rusdi	411-416
Pengaruh Daya Tarik Pesan Iklan Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Tingkat Kepercayaan Donatur (<i>Instagram @Shelterpakjohan</i>) Felicia Kusuma, Rezi Erdiansyah	417-422
Aktivitas <i>Marketing Public Relations</i> PT. Ebizu Prima Indonesia Dalam Meningkatkan Pengguna Aplikasi Manis Giovani Anggasta, Samsunuwiyati Mar’at, Lusia Savitri Setyo Utami	423-427

Komunikasi Pemasaran Untuk Membangun Minat Beli Konsumen Pada <i>Showroom</i> Mobil Bekas 8-Eleven Di WTC Mangga Dua, Jakarta Utara Gustino Pairaya, Suherman Kusniadji	428-431
Fungsi Iklan untuk Mendukung Bisnis <i>E-commerce</i> (Studi Kasus pada <i>rajabarcode.com</i>) Hansen, Suherman Kusniadji	432-437
Aktivitas Eksternal <i>Public Rrelations</i> Dalam Membina Hubungan Baik Dengan Wartawan (Studi di PT Surya Citra Televisi) Helen, Yugih Setyanto	438-442
Pemanfaatan Media Sosial Dalam Menjalin Hubungan Dengan Konsumen (Studi Instagram TwinStar EO) Hikma Rosfeni, Gufroni Sakaril	443-448
Kegiatan Komunikasi Pemasaran Bobobi Hutomo Rio Pangesthio, Wulan Purnama Sari	449-453
Peran Humas DPR RI Dalam Menjaga Citra Dan Kinerja DPR RI Imanuela Christabel Beverly Sahetapy, Heri Budianto	454-459
Pengaruh Daya Tarik Konten <i>Fan Page</i> Facebook “Thenewbikingregetan” Terhadap Arah Opini Pengikutnya Di Jakarta Ivania Chandra Rahardja, Dani Vardiansyah.....	460-464
Fungsi <i>Marketing Public Relation</i> (MPR) dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> pada PT. Compro Kotak Inovasi Jessica, Yugih Setyanto	465-471
Penggunaan <i>Media Online</i> Untuk Mendukung Promosi Jasa Penyedia Peralatan Angkutan Perairan Pada PT. Armada Samudra Global Julinda, Suherman.....	472-477
Analisis Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Komunikasi Non Verbal SPG Rokok Terhadap Minat Beli Konsumen Di Summarecon Mall Serpong Kelvin Jatmiko, Rezi Erdiansyah.....	478-483
Pendapat Jemaat Terhadap <i>Rebranding</i> Organisasi Gereja (Analisis Pendapat Jemaat Nafiri Discipleship Church Central Park Jakarta) Levita Tiara Yosefin, Riris Loisa.....	484-489
Pengaruh <i>Service Quality</i> Dan <i>Brand Trust</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Tokopedia Lievani, Rezi Erdiansyah	490-496

Pengaruh <i>Brand Equity</i> King Mango Terhadap Minat Beli Konsumen Lulu Ferent dan Wulan Purnama Sari	497-502
<i>Corporate Social Responsibility</i> Djarum Beasiswa Plus Sebagai Praktik <i>Public Relations</i> dalam Membentuk Citra PT. Djarum (Studi CSR Djarum Beasiswa Plus Beswan 31 Periode 2015/2016) Michellie Tamara, H. Sunarto	503-508
Komunikasi Krisis Dalam Kajian <i>Public Relations</i> (Studi Kasus Penutupan Seluruh Gerai 7-Eleven di Indonesia) Mira Silvia Yosen, Eko Harry Susanto	509-514
Analisis <i>Brand Experience</i> Dalam Membangun Gaya Hidup Pelanggan Starbucks Morisca, Wulan Purnama Sari.....	515-520
Promosi “Ladies” Terhadap Wisatawan Timur Tengah Di Kota Bunga,Puncak Nathasya Florentina, Gregorius. Genep Sukendro	521-525
Membangun <i>Branding</i> Produk Yogurt Sour Sally Versi White Gold Novaldi Kristanto, Riris Loisa, Lusia Savitri Setyoutami.....	526-531
Aktivitas Kegiatan Komunikasi Pemasaran Terpadu di PT. Honestbee International Indonesia Melalui Media Sosial Twitter, Facebook dan Instagram Selama Januari Hingga November 2017 Olivia Margaret, Heri Budianto.....	532-536
Peran <i>Customer Relations</i> Dalam Menerapkan Kebijakan Baru Untuk Membangun Hubungan Yang Baik Dengan Konsumen (Studi Pada PT. Jasa Marga (Persero) Tbk.) Pricilla Intan Rachmawati, Yugih Setyanto	537-542
Komunikasi Isu Krisis PT. Korinus Untuk Menarik Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus Mie <i>Samyang</i>) Ravi, Suherman Kusniadji.....	543-548
Strategi Kreatif Promosi Film Danur Rexsa Aprilia, Gregorius Genep Sukendro	549-554
Pengaruh Faktor Kepercayaan, Promosi Dan Kemudahan Akses Pembelian Terhadap Minat Beli Konsumen <i>Website Shopping</i> <i>Online</i> Zalora Selvina Indah Sutanto, Rezi Erdiansyah	555-560
Pengaruh <i>Cyber Branding</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i> Pengguna Go-Jek Di Jakarta Shella Oskania, Wulan Purnama Sari.....	561-566

Analisis Semiotika Makna Pesan Iklan Jenius by BTPN “Balonku <i>Social Experiment</i> ” Shirley, Suherman Kusniadji	567-572
Studi Kegiatan Marketing <i>Public Relations</i> Sebagai Bagian dari <i>Integrated Marketing Communication</i> Toko Kopi Tuku Theresia Kristi, Yugih Setyanto.....	573-578
Kegiatan Komunikasi Pemasaran PT. Daya Karya Utama Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Vallery Vincencia Deli, Suherman Kusniadji.....	579-584
Pengembangan <i>Personal Branding Vlogger</i> (Studi Kasus Youtuber Reza Oktovian) Vanessa Carolina, Riris Loisa, Septia Winduwati	585-590
Kegiatan Pemasaran <i>Direct Marketing</i> dan <i>Personal Selling</i> Jasa Konstruksi <i>Booth</i> dan Dekorasi PT. Dysindo Kreasi Trimatra Veronica, Suherman Kusniadji	591-595
Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Periklanan Untuk Membangun <i>Brand Awareness</i> PT. Vivan Teletama (Dengan Menggunakan Analisis Sostac) Yeaching, Gregorius Genep Sukendro	596-601
Analisis Semiotik Hiperealitas Dalam Iklan Shopee Versi Sepedanya Mana Yulitasari, Sinta Paramita	602-608
Analisis Semiotika Representasi Keluarga Ideal Dalam Iklan Layanan Masyarakat Di Majalah <i>Colours</i> Zeny, Suzy S. Azeharie.....	609-613