

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

Dewan Penyunting

- Dr. Riris Loisa, M.Si.
- Dr. Sinta Paramita, S.I.P., M.A.
- Dr. Tria Patrianti, S.Sos., M.I.Kom.
- Sekartaji Anisa Putri, M.Si.
- Sofia Primalisanti Devi, S.I.Kom., M.Si.

Penyunting Pelaksana

- Nigar Pandrianto, S.Sos., M.Si.
- Sisca Aulia, S.I.Kom., M.Si.
- Septia Winduwati, S.Sos., M.Si.

Penyunting Tata Letak

- Lydia Irena, S.I.Kom., M.Si.

Asisten Mahasiswa Pengelola Jurnal

- Josephine Kayla Riwanda
- Yesha Lady Ta
- Michelle Augustine
- Nathania Reinata

Sekretariat Administrasi

- Purwanti
- Ady Sulistyio

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 Instagram Direktorat Jenderal Perhubungan Laut dalam Menjangkau Generasi Muda Zhafirah Sholihah, Ahmad Junaidi.....	1-9
Tantangan PR dalam Mempromosikan Kawasan Bintang Resorts di Masa Pandemi Covid-19 David Nelson, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	10-17
Iklan Bibit di YouTube Memengaruhi Pemakaian Aplikasi Bibit Nicholas Victor, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	18-23
Komunikasi Pemasaran dan <i>Brand Awareness</i> Makanan Ringan (Studi Kasus Pada Perusahaan Tem.Peh) Richelle Jonathan, Roswita Oktavianti.....	24-33
Komunikasi Bisnis dalam Menciptakan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus PT. Bukit Merapin Nusantara Lines) Reynaldo Franslie, Wulan Purnama Sari.....	34-41
Pembentukan <i>Digital Personal Branding</i> di Media Sosial Akun Instagram @Chiquitalimer Christina Susanti, Sinta Paramita.....	42-49
Analisis Strategi <i>Marketing Public Relation</i> PKB untuk Menarik Pemilih Generasi Muda di Kepulauan Aru Meilinda Djabumir, Yugih Setyanto.....	50-57
Strategi Komunikasi Pariwisata sebagai Media Pemasaran (Studi pada Desa Temajuk Kabupaten Sambas) Felisia, Wulan Purnama Sari.....	58-65
Komunikasi Virtual pada Komunitas <i>Growth Space</i> di Media Sosial Discord Putri Puspita Rahayu, Gregorius Genep Sukendro.....	66-72
Strategi <i>Public Relations</i> dalam Melakukan <i>Branding</i> Melalui Instagram Warta Bogasari Natasya Rachma Pratiwi, Sinta Paramita.....	73-79
<i>Event</i> Sebagai Pendukung Komunikasi Pemasaran Perusahaan Allo Bank dalam Membangun Kesadaran Merek Baby Setiawaty Hardjono, Yugih Setyanto.....	80-86
Pengaruh Citra Merek dan Promosi GoFood terhadap Loyalitas Pelanggan Andrew, Ahmad Junaidi.....	87-96

Menggali Potensi TikTok: Pendekatan Pemasaran Digital Produk Kecantikan ‘FAV BEAUTY’ Dalvin Hadi Surya, Rezi Erdiansyah.....	97-106
<i>Brand Affiliate</i> sebagai Alternatif untuk Membangun <i>Brand Awareness</i> Ivana Trixie, Nigar Pandrianto.....	107-115
Pengaruh Komunikasi Pemasaran Film <i>Barbie Live Action 2023</i> terhadap Minat Beli Masyarakat Sanny Clarista Hardi, Ahmad Junaidi.....	116-123
Strategi Komunikasi <i>Sales Marketing</i> Pt. Acon Indonesia dalam Melakukan Negosiasi Transaksi Bata Ringan Angelline Tiovannie, Muhammad Adi Pribadi.....	124-133
Peran <i>Public Relations</i> dalam Membangun Komunikasi Karyawan dan Pimpinan yang Konstruktif pada Perusahaan Aisha Natasha Ismail, Yugih Setyanto.....	134-142
Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WoM) terhadap Keputusan Pembelian Tiket Film <i>Oppenheimer</i> Erlangga Putra Fahlevy, Muhammad Adi Pribadi.....	143-151
Strategi Komunikasi di Media Sosial PT. Pos Logistik Indonesia dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> Caroline Kurniawan, Farid Rusdi.....	152-159
<i>Marketing Public Relations</i> dalam Mempopulerkan Seni Modern dan Kontemporer di Museum Serena Emerald, Sinta Paramita.....	160-169
Keterlibatan Penggemar K-Pop Melalui <i>Dance Challenge</i> NCT di TikTok Gidhea Graciella, Lusia Savitri Setyo Utami.....	170-177
Strategi Manajemen Krisis PT. Z dalam Membangun Reputasi Perusahaan di Bidang Otomotif (Studi Kasus Rangka Q) Jackson, Sisca Aulia.....	178-183
Analisis Regresi <i>User Generated Content</i> terhadap <i>Brand Image</i> Produk Skintific di Aplikasi TikTok Untuk Generasi Z Eunike Jesselyn, Wulan Purnama Sari.....	184-193
Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif dan Kebudayaan Labuan Bajo dalam Mempromosikan Objek Wisata Premium Maria Melanie Della Rose, Riris Loisa.....	194-201
Strategi Promosi Karya Musik Label Musik Bagus Indonesia melalui Akun Instagram @musikbagusrecords Cheyene Nadine Roseline, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	202-209

Pemanfaatan Media Sosial Tiktok oleh Adira Finance dalam Menyampaikan <i>Content Marketing</i> Maria Evelyn Winata, Farid Rusdi.....	210-219
Peran TikTok <i>Affiliate</i> Sebagai Strategi Membangun <i>Brand Awareness</i> Shop Kukai Vanesa Minardi Chai, Sisca Aulia.....	220-229
Pengaplikasian Strategi dan Teknik Komunikasi Persuasif pada <i>Live Shopping</i> Tiktok Valencia Vimala Yanthi, Suzy Azeharie.....	230-239
Pengaruh Konten "A Day in My Life" di Akun Tiktok @hannysoegianto terhadap Perilaku Produktif <i>Followers</i> Ribka Pristia Mileniar, Daru Purnomo, Rendy Hermanto Abraham.....	240-250
Faktor Pengaruh Penggunaan Teknologi terhadap Niat dan Perilaku pada Penggunaan DANA Nabila Raihan Kandi, Hanny Hafiar, Priyo Subekti.....	251-264