

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
- Nigar Pandrianto, S.Sos., M.Si

Penyunting Tata Letak

- Ady Sulistyو
- Jessica Donata
- Jessica Laurance

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

Pengaruh <i>Brand Awareness</i> dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Produk <i>Spring bed</i> Merek Kangaroo di Pekanbaru) Amelia, Rezi Erdiansyah.....	229-235
Pengaruh Pesan Persuasif Media Sosial LINE Terhadap <i>Brand Resonance</i> (Survei Pelanggan Starbucks Tangerang) Andini Putri Apriani, Roswita Oktavianti.....	236-242
Analisis Minat Pelanggan Konten Musik Video pada Channel Youtube Eclat Story Andrea Prayoga T.S, Farid Rusdi.....	243-249
Kopi dan Bauran Pemasaran (Studi Fenomenologi Kedai <i>9 Cups Coffee and Roastery</i>) Archie Gredyon, Wulan Purnama Sari.....	250-256
Upaya Humas Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dalam Membangun Kesadaran Hak Cipta Avisia Yufen Fabrianne, Yugih Setyanto	257-262
Pengaruh Strategi Pesan Iklan <i>Imagine Your</i> Korea dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> Chintya Melinda, Riris Loisa, Lusya Savitri Setyo Utami	263-269
<i>E-Wom</i> Oleh Kalangan Milenial Terhadap Akun @makansampaikenyang Sebagai Pemberi Rekomendasi Kuliner Chintya Viviana, Diah Ayu Candraningrum.....	270-277
Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel Della Krissianty, Widayatmoko	278-285
Pengaruh <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree Devita Agustin Santoso, Rezi. Erdiansyah, Muhammad Adi Pribadi.....	286-290
Pengaruh Terpaan Media <i>Online</i> Terhadap <i>Brand Image</i> Kini Capsule Dionisius Kevin, Wulan Purnama Sari.....	291-297
Strategi Penyampaian Informasi Melalui Instagram Dengan Tampilan Indografis (di Kementerian Perdagangan RI) Edy Juliyanto, Farid Rusdi	298-304
Manajemen <i>Public Relations</i> Mall @ Alam Sutera Dalam Membangun Reputasi Esther Seruny, H.H. Daniel Tamburion	305-311

Strategi Marketing <i>Public Relations</i> Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Di PT. Bach Multi Global Evita, Yugih Setyanto	312-319
Pemanfaatan <i>Event</i> sebagai upaya <i>Public Relations</i> Dalam Membangun Reputasi Perusahaan (Studi pada PT. XYZ Sebagai Pendukung Kegiatan Asian Games 2018) Feberi Jenty, Yugih Setyanto	320-326
Peran <i>Public Relations</i> Dalam Memulihkan Reputasi (Studi Kasus Manajemen Krisis PT Kereta Commuter Indonesia Pasca Perubahan Sistem <i>E-Ticketing</i>) Ferlita Lourensia, Yugih Setyanto	327-333
Komunikasi Pemasaran The Watch Co dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> di Sosial Media Fioence Surya, Gregorius Genep Sukendro	334-338
Bentuk Komunikasi Pemasaran <i>Digital ST22 Consulting</i> Graceica Octavia, Wulan Purnama Sari	339-346
Kreativitas Ide Pahlawan Sejati (Iklan Bukalapak Tahun 2016) Hansen Hindharta, Gregorius Genep Sukendro	347-354
Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi <i>Followers</i> Helen, Farid Rusdi	355-362
Pengaruh Komunikasi Pemasaran Melalui <i>Event</i> dan Iklan terhadap Citra Merek Shopee Jacqueline, Suherman Kusniadji	363-370
Pengaruh Terpaan Pesan <i>Digital Opinion Leader</i> Terhadap Peningkatan <i>Brand Image</i> Produk (Survey Penonton <i>Beauty Vlogger</i> Titan Tyra Yang Mengulas Produk Kosmetik Make Over) Jennifer Elvira Candra, Roswita Oktavianti	371-376
Strategi <i>Public Relations</i> dalam Membangun <i>Brand Image</i> Jamu (Studi pada Suwe Ora Jamu Kedai Jamu & Kopi) Jessica Tamara, Yugih Setyanto	377-384
Analisis Penggunaan Label Halal pada Produk Kecantikan <i>Brand Safi</i> Dalam Menarik Minat Beli Masyarakat Jesslyn, Eko Harry Susanto	385-391
Strategi Komunikasi Pemasaran yang Dilakukan <i>Guten Morgen Coffee Lab and Shop</i> untuk Menarik Konsumen Leanora Theresiana, Yugih Setyanto	392-399

Pemanfaatan Instagram dalam Sosialisasi Gerakan Selamatkan Pejalan Kaki (Studi pada Komunitas Koalisi Pejalan Kaki) Lilis Ramadhanti, Yugih Setyanto.....	400-407
Humas Kantor Staf Presiden dalam Diseminasi Informasi Sosial dan Politik di Media Sosial Lorensia, H.H. Daniel Tamburian.....	408-414
Hambatan <i>Rebranding</i> Boyband Dragonboyz dalam Industri Musik di Indonesia Lukas Pujianto, Sinta Paramita.....	415-421
Pengaruh Iklan Versi “Nyalakan Harapan” Terhadap <i>Brand Awareness</i> Ramayana di Jakarta Michelle Jennifer, Wulan Purnama Sari.....	422-425
Pengaruh <i>Brand Equity</i> dan <i>Product Knowledge</i> Terhadap Minat Beli Konsumen Komunitas <i>Hello Beauty</i> Jakarta pada Produk Wardah Michelle Limartha, Rezi Erdiansyah.....	426-433
Aktivitas Komunikasi <i>Social Marketing</i> Organisasi Nirlaba Sebagai Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Tuli (Studi Kasus pada GERKATIN Kepemudaan) Natalia, Sinta Paramita, Septia Winduwati.....	434-440
Komunikasi Pemasaran <i>Word of Mouth</i> dan <i>Electronic Word of Mouth</i> dalam Mempertahankan <i>Brand Existence</i> (Studi Kasus pada Kopi Es Tak Kie) Nevelyn Anestya Herdian, Diah Ayu Candraningrum.....	441-449
Pengaruh Terpaan Iklan <i>Billboard</i> Lazada Versi “Terbalik dan Promosi <i>Word of Mouth</i> Terhadap Tingkat Kesadaran Merek Lazada Nico Putra, Widayatmoko.....	450-457
Pengaruh Terpaan <i>Media Line Webtoon ‘Wonderwall’</i> terhadap Opini Pembaca Mengenai Isu Kesehatan Mental Putri Oktavia Haliem, Farid, Budi Utami.....	458-465
Analisis Pengaruh Kinerja dan Keistimewaan <i>Features</i> Fotografer Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Fotografi Daus <i>Vto Photowork</i> (DVP) Revi Vereyanthi Wijaya, Rezi Erdiansyah.....	466-472
Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh <i>Endorser</i> Dalam Membangun Citra Diri Revina Saputera, H.H. Daniel Tamburian.....	473-479
Strategi <i>Cyber Public Relations</i> dalam Memanfaatkan Media Sosial Untuk Membangun Citra Perusahaan Rosliana, Riris Loisa.....	480-486

Kafein, Ruang dan Kreativitas (Studi pada Manusia di Industri Kreatif) Savannah Hendrata, Gregorius Genep Sukendro.....	487-494
Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten Prank Yudist Ardhana) Shera Aske Cecariyani, Gregorius Genep Sukendro.....	495-502
Pengaruh Kualitas Pelayanan Belanja Daring Terhadap <i>Corporate Image</i> (Studi Pada Pelanggan Perusahaan JD.id) Sherly Wijaya, Roswita Oktavianti.....	503-509
Strategi <i>Marketing Public Relations</i> PT Crowde Membangun Bangsa Dalam Meningkatkan Minat Investasi Stefany, Wulan Purnama Sari.....	510-517
Kreativitas Dan Budaya (Studi Kasus <i>Creative Director</i> Etnis Tionghoa dalam Industri Periklanan) Tashya Elvira Agatha, Gregorius Genep Sukendro.....	518-524
Komunikasi Pemasaran PT. Bach Multi Global Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen Thiara Ivankha Pratama, Suherman Kusniadji.....	525-530
Pengaruh <i>Brand Image E-Commerce</i> Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Pelanggan Tokopedia) Valensia Alvionita Wijaya, Roswita Oktavianti.....	531-537
Proses Komunikasi Melalui Kegiatan <i>Event Adopt Don't Shop</i> Guna Mengkampanyekan Kesadaran Masyarakat Agar Menyayangi Binatang Vina Vinessa, Suherman Kusniadji.....	538-545
Peran <i>Brand Ambassador</i> Pada Iklan Dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> (Studi Kasus Iklan Youtube LG G7 Thinq BTS) Vionita Budiman, Riris Loisa, Nigar Pandrianto.....	546-553
Analisis Eksternal Humas Kapendam Jaya TNI AD Dalam Membangun <i>Community Relations</i> Pada Generasi Milenial Yenny Octavia, Sinta Paramita.....	554-561
Analisis Proses <i>Personal Selling</i> Pedagang Etnis Tionghoa di Blok B Pasar Tanah Abang Yessica Marcella Rasha, Diah Ayu Candraningrum.....	562-569
Strategi Promosi Kreatif Wisata oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung Yolanda Yovita, Gregorius Genep Sukendro.....	570-577

Manajemen Humas Kantor Staf Presiden Dalam Mencegah Bahaya
Radikalisme di Masyarakat
Yonatan, Daniel Tamburian.....

578-585