

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

- Alyssa Chiara
- Veronica Purbawijaya

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

Parodi Sebagai Strategi Kreatif Iklan di Indonesia (Studi Kasus Iklan Ovo X Grab Versi Rhoma Irama) Ahmad Fauzi, Wulan Purnama Sari.....	1-8
Komunikasi Pemasaran dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> (Studi Kasus Partipost) Aileen Belinda, Riris Loisa.....	9-16
Upaya Marketing <i>Public Relations</i> dalam Revitalisasi Program Ria Jenaka Di TVRI untuk Menarik Penonton Milenial Alan Somantri, Diah Ayu Candraningrum.....	17-22
Bauran Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Resto Ahwa) Albert Wijaya, Riris Loisa.....	23-30
Analisis Personal <i>Branding</i> Youtuber Gim: (Studi Fenomenologi Michael Souw) Andrey Wibowo, Farid.....	31-38
Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Broker dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan Bunga Febriana, Yugih Setyanto.....	39-46
Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada <i>Followers</i> @pluffyschoice) Cassandra Willianti, Roswita Oktavianti.....	47-53
Kreatif <i>Hashtag</i> (Analisis Deskriptif Makna Penggunaan <i>Hashtag</i> Pada Iklan Tokopedia #MulaiAjaDulu Di Youtube) Christian, Gregorius Genep Sukendro.....	54-59
Manajemen Periklanan Cafe La Fellas dalam Membangun <i>Brand Image</i> Clara Yulianita dan Daniel Tamburian.....	60-65
Strategi Komunikasi Pemasaran Salon Dreadock Studio Indonesia Claudio Tjahjadi, Gregorius Genep Sukendro.....	66-73
Strategi Kreatif Iklan <i>Online Shop</i> Aksesoris Wanita Di Media Sosial Instagram (Studi Pada Akun @Summerciti_Id Dan @Neve_Blink) Debby Riandy dan Roswita Oktavianti.....	74-79
<i>Experiential Marketing</i> Starbucks <i>Level Core, Forward, Dan Reserve</i> Evelyn Thelia, Wulan Purnama.....	80-85

Komunikasi Pemasaran <i>Brand</i> Lokal Kepada Masyarakat Indonesia (Studi Terhadap Beras Sikoki) Evin Cornellin, Sinta Paramita.....	86-98
Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Dunkin' Donuts Indonesia Fany Sunjaya, Rezi. Erdiansyah.....	99-104
Pemilihan Dan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran <i>Ascenta Tour</i> Gabriela Medeline, Eko Harry Susanto.....	105-111
Pemanfaatan Atribut Agama Terhadap <i>Brand Image</i> <i>Blessed Brothers Café</i> Gary Dwiputra Liawijaya, Ahmad Junaidi.....	112-119
Analisis YouTube TVRI Dalam Meningkatkan Jumlah Penonton Gilang Putra Ramadhan, Eko Harry Susanto, Sisca Aulia.....	120-127
Strategi <i>Public Relations</i> Kepabeanan Dan Cukai PT. Abadi Cemerlang Eratama Logistik dalam Mengedukasi Konsumen Mengenai Bahaya Impor Ilegal Imanuel Hendrico, Yugih Setyanto.....	128-134
<i>Employee Relations</i> Dalam Isu Penutupan Perusahaan (Studi Kasus Gerai Matahari Di Mall Pluit Village) Jasmin Wati, Farid Rusdi.....	135-141
Kegiatan <i>Public Relations</i> <i>Votro Coffee And Bar</i> Dalam Menjaga Loyalitas <i>Customer</i> <i>Votro Coffee And Bar</i> Jeffrey, Ahmad Junaidi.....	142-146
Humas Kominfo Dalam Mencegah Bahaya Radikalisme Di Media Sosial Jefri Handoko, Dr. Eko Harry Susanto.....	147-153
Kegiatan Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Loyalitas Konsumen Di CV. Cipta Wahana Kreasi Jessica Octaviani, Yugih Setyanto.....	154-161
Eksistensi LPP TVRI Dalam Industri Penyiaran Junaidi Diharyo, Wulan Purnama Sari.....	162-168
Pengaruh Fungsi Iklan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek Kevin, Widayatmoko, Muhammad Adi Pribadi.....	169-176

Strategi <i>Content Marketing</i> Untuk Membangun <i>Brand Awareness</i> (Studi Kasus Video Aftermovie Djakarta Warehouse Project) Lea Aprilia, Diah Ayu Candraningrum, Nigar Pandrianto.....	177-181
Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Han Indotama Perkasa Dalam Memperkenalkan <i>Brand</i> Minuman Han Dynastea Meilindy Permata Sari, Yugih Setyanto.....	182-189
Analisis Promosi Goffee Indonesia Di Instagram Melly Dermawan, Yugih Setyanto, Sisca Aulia.....	190-195
Analisis Kreativitas Cinderella dalam Melakukan <i>Make Up Art</i> Monica, Gregorius Genep Sukendro.....	196-203
Peran Manajemen <i>Public Relations</i> NoonaKu <i>Signature</i> dalam Membangun Reputasi Reggiana, H. H. Daniel Tamburian.....	204-208
Komunikasi Interaktif <i>Food Blogger</i> Pada Media Sosial Instagram (Studi Kasus Akun @Anak.Kuliner Dan @Eatandcouple) Renata Adelia dan Roswita Oktavianti.....	209-216
Strategi Komunikasi Pemasaran Pengusaha <i>Brand</i> Lokal (Studi Kasus Pada <i>Fine Finest Hour</i> Dan <i>Your Apparel</i>) Reynaldi Permana dan Roswita Oktavianti.....	217-223
Tinjauan Etika Periklanan dalam Konten Kreatif (Analisis Semiotik Iklan Shopee Versi Blackpink) Ria Octavani, Sinta Paramita.....	224-230
Analisis Strategi Konten Dalam Meraih <i>Engagement</i> pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion) Ricko, Ahmad Junaidi.....	231-237
Pengaruh <i>Brand Image</i> Oi-Dakk dengan penggunaan <i>Endorser</i> untuk promosi di Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Ryan Susantio, Diah Ayu Candraningrum.....	238-246
Pengaruh Selebriti <i>Endorser</i> Instagram Terhadap Minat Beli <i>Followers</i> Sabrina Dimeila, Farid.....	247-254
Analisis Persepsi Konsumen Terkait <i>Rebranding</i> Logo Carvil Sampras Nugroho, Widayatmoko, Muhammad Adi Pribadi	255-260
Komunikasi Bisnis Dalam Usaha Keluarga Etnis Tionghoa Shella, Wulan Purnama Sari.....	261-266

Pengaruh Citra, Kredibilitas dan Kemampuan Komunikasi <i>Beauty Vlogger</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Make-Up</i> Maybelline (Studi Kasus Tasya Farasya) Sonya Aprillia Savitri, Rezi Erdiansyah.....	267-273
Media Sosial Dalam Pembentukan <i>Personal Branding</i> (Studi Pada Instagram Alberta Claudia) Vanesha Angelika dan Yugih Setyanto.....	274-282
Tingkat Kepuasan Informasi Kuliner Terhadap Penggunaan Instagram @anakjajan Veeran Monica Sanjaya, Gafar Yoetadi.....	283-288
Pengaruh Kualitas Pesan Iklan dan Kreativitas Iklan Terhadap Daya Tarik Iklan “Udah Waktunya Pake GO-JEK – Vertibokek” Vincent Ekasaputra, Widayatmoko.....	289-298
Analisis Bauran Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun <i>Brand Loyalty</i> Bar Kopi Seru Yohanes, Wulan Purnama Sari.....	299-304
Analisis <i>Brand Activation</i> Hellobeauty dalam Membangun Loyalitas Konsumen Yuli Yantimas, Diah Ayu Candraningrum.....	305-312