

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 antar budaya, komunikasi bisnis, dll. Koneksi diterbitkan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara.

TIM PENYUNTING

Ketua Penyunting

- Dr. Riris Loisa, M.Si.

Dewan Penyunting

- Dr. Eko Harry Susanto, M.Si.
- Dr. Rezi Erdiansyah, M.S.
- Sinta Paramita, S.I.P., M.A.
- Yugih Setyanto, S.Sos., M.Si.

Penyunting Pelaksana

- Roswita Oktavianti, S.Sos., M.Si.
- Nigar Pandrianto, S.Sos., M.Si.
- Lydia Irena, S.I.Kom., M.Si.

Penyunting Tata Letak

- Devita Novelia
- Terasuci Salona

Sekretariat Administrasi

- Ady Sulistyono
- 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

Analisis Personal Branding Selebgram Vincent Raditya di Instagram Mellisa, H.H.Daniel Tamburian.....	215–220
Pengaruh <i>Rebranding</i> dan Kualitas Layanan terhadap <i>Brand Image</i> Gojek Viola Natalia, Rezi Erdiansyah.....	221–228
Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> dan <i>Perceived Advertising Value</i> Terhadap Keputusan Pembelian di Fore Coffee Leonardo, Rezi Erdiansyah.....	229–236
Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> dan <i>Brand Experience</i> terhadap <i>Brand Trust</i> (Studi terhadap pengguna OVO di Jakarta) Karin Charvia, Rezi Erdiansyah.....	237–244
Proses Penyampaian Pesan Kampanye Internal Greget Plastik untuk Menumbuhkan Kesadaran Karyawan dalam Mengurangi Penggunaan Plastik Sekali Pakai (Studi pada PT Kalbe Farma Tbk) Jessica Donata, Yugih Setyanto.....	245–250
Studi Pemain Basket Samuel Pelmelay dalam Membangun <i>Personal</i> <i>Branding Rookie of the Year Indonesian Basketball League (IBL)</i> Shandy Axel Natanael, Farid Rusdi.....	251–256
Persepsi Pengguna Kosmetik terhadap Tayangan Youtube Tasya Farasya Agatha Christy Adriani, Septia Winduwati.....	257–263
Strategi Promosi Penyanyi Cover di Media Sosial Instagram Mulyani Citra Setiawati, Farid Rusdi.....	264–271
Proses Interaksi Simbolik Perencanaan Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus pada Instagram @Appetonindonesia) Angelia Febricha, Muhammad Adi Pribadi.....	272–279
Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee dalam Persaingan E-Commerce di Indonesia Sharen Kangean, Farid Rusdi.....	280–287
Strategi <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam Pembentukan Citra Perusahaan (Studi pada Kegiatan CSR di PT. Wijaya Karya) Dela Melinda Savila, Lusya Savitri Setyo Utami.....	288–294
Komunikasi <i>Cyber Beauty</i> Vlogger Fatya Biya dalam Mendukung Citra Merek Wardah Yolanda Octha Verren, Septia Winduwati.....	295–302

Analisis <i>Employee Relations</i> melalui <i>Training</i> dalam Membangun Loyalitas Karyawan (Studi pada Karyawan Divisi Teknik PT. Pelita Air Service) Syannaz Berliana Herpridjihan, Lusya Savitri Setyo Utami.....	303–309
Interaksi Simbolik dalam Komunikasi Pemasaran Terpadu di PT. Creative Motion Pctures: Studi Kasus Komunikasi Pemasaran <i>Film Once Upon a Time in Indonesia</i> Ricardo Silenzie, Muhammad Adi Pribadi.....	310–315
Pengaruh Daya Tarik Iklan <i>E-commerce</i> Terhadap <i>Brand Trust</i> Konsumen (Survei Terhadap Penonton Iklan Tokopedia #MulaiAjaDulu di <i>Youtube</i>) Fernaldo, Roswita Oktavianti.....	316–323
Peran <i>Public Relations</i> Industri Musik dalam Membangun Reputasi (Analisis Terhadap <i>DX Entertainment JKT48</i>) Shani Indira Natio, Sinta Paramita.....	324–331
Analisis Komunikasi Pemasaran Go-Pay Melalui Promosi <i>Cashback</i> Edwin Notowijoyo, Riris Loisa.....	332–338
Pengaruh Sosial Media (Instagram) dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Kopi Kenangan Andrianus Agustinus, Ahmad Junaidi.....	339–346
Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Deddy Corbuzier Terhadap <i>Brand Image</i> J&T Express Eliza, Gregorius Genep Sukendro.....	347–353
Pembentukan <i>Personal Branding K-pop Influencer</i> Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada Akun Instagram @Kimdarlings) Muhammad Fauzan Azhar, Septia Winduwati.....	354–361
Pengaruh <i>Crisis Responsibility</i> Terhadap Post-Crisis Reputation pada Maskapai Garuda Indonesia Anasthasia, Sinta Paramita.....	362–367
Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya pada Positive Word Of Mouth Penumpang MRT Jakarta Meiliana, Rezi Erdiansyah.....	368–376
Promosi <i>Cyber Film</i> Bumi Manusia Safa, Eko Harry Susanto.....	377–385
Upaya GoPay Terhadap Mahasiswa di Kantin UNTAR Kampus 1 Livia Gracely Wahyu, Eko Harry Susanto, Sisca Aulia.....	386–392

Pengaruh Electronic Word of Mouth, Tingkat Kepercayaan Konsumen dan Minat Kunjungan Wisata Kuliner Kota Bogor Terisia Ria Kristianti, Rezi Erdiansyah.....	393–401
Interaksi Simbolik dalam Perencanaan Komunikasi Pemasaran PT. Microad Indonesia (Studi Etnografi: Systema Solution di Media Sosial) Andre Wijaya, Muhammad Adi Pribadi.....	402–410
Strategi Marketing Media Cetak di Era Digital (Studi pada Majalah Sindo Weekly) Desi Natalia, Muhammad Gafar Yoedtadi.....	411–418
Pengaruh Motif Mengakses Akun Video dalam Aplikasi Chatting terhadap Kepuasan Khalayak (Survei terhadap Generasi Milenial yang Menggunakan LINE TODAY) Parousia, Riris Loisa.....	419–425
Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> dan Media Sosial Youtube Sebagai Sarana <i>Cyber Branding</i> Terhadap Keputusan Pembelian Neo Coffee Julia Stefani, Ahmad Junaidi.....	426–434
Media Sosial dan Perilaku Konsumtif Charissa Fransisca, Rezi Erdiansyah.....	435–439