

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. Riris Loisa, M.Si.

Dewan Penyunting

- Dr. Rezi Erdiansyah, M.S.
- Dr. Muhammad Adi Pribadi, S.E., M.I.B., M.Comm.
- 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

- Kimberley Adonia Gunawan
- Josephine Patricia Japutra

Sekretariat Administrasi

- Purwanti

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

Pengaruh Iklan Sosial Media Shopee terhadap Keputusan Pembelian Monika Anggriani, Rezi Erdiansyah, Doddy Salman.....	205-209
Tingkat Terpaan Selektif Mengenai Iklan <i>Omnibus Law</i> di Media Sosial terhadap Pembentukan Opini Publik oleh Partisan Politik Tantri Dewi Rachmayanti, Farid Rusdi.....	210-215
Tinjauan Makna dan Bahasa Visual Iklan (Analisis Semiotika Iklan Gopay “Pevita Ditembak, JoTa Bertindak”) Devont, Farid Rusdi.....	216-221
Pengaruh <i>Brand Awareness</i> , <i>Brand Image</i> , dan <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Ignatius Irvan, Rezi Erdiansyah.....	222-228
Aktivitas Komunikasi Pemasaran @Sallang.Sallang dalam Meningkatkan Hubungan dengan Pelanggan Cindy, Lusia Savitri Setyo Utami.....	229-233
Analisa Kegiatan <i>Marketing Public Relations</i> Warung Wakaka untuk Menjalin Hubungan dengan Investor Nicholas Thendian, Lusia Savitri Setyo Utami.....	234-239
Pengaruh Efektivitas Iklan dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Lemonilo Livia Yovianty, Rezi Erdiansyah, Sisca Aulia.....	240-247
Interaksi Simbolik dalam Perencanaan Komunikasi Pemasaran: Studi Kasus Kyne di <i>Tiktok</i> Yuliana, Muhammad Adi Pribadi.....	248-255
Praktik Ritual Social Media Influencer (SMI) pada Akun @Vonnyfelicia Doddy Salman, Pertiwi, H. H. Daniel Tamburian.....	256-263
Perencanaan Komunikasi Pemasaran <i>Talent Management</i> dalam Beradaptasi di Masa Pandemi (Studi Kasus JDAgency) Trisha Wundira, Muhammad Adi Pribadi.....	264-269
Pengaruh Penggunaan <i>Celebrity Endorser</i> terhadap <i>Impulsive Buying Behavior</i> Konsumen (Studi Pada Kolaborasi BTS Meal di Indonesia) Syarafina Dini Shabrina, Lusia Savitri Setyo Utami.....	270-279
Pengaruh EPIC Model terhadap Pembentukan Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Iklan Racun Shopee Pada Aplikasi TikTok) Marvelyn Christabella, Wulan Purnama Sari.....	280-287

Pengaruh Media Sosial Twitter @ohmybeautybank terhadap Minat Beli Kosmetik Lokal

Tasya Laurencia Mandjar, Gregorius Genep Sukendro.....288-295

Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Scarlett Whitening terhadap Kepuasan Konsumen

Paulina Wijaya, Rezi Erdiansyah.....296-303

Pengaruh Terpaan Konten Fesyen TikTok di Akun @nazwaadinda_02 terhadap Perilaku Konsumtif Pengikutnya

Azzahra Aulia, Farid Rusdi.....304-311

Strategi Kreatif Iklan dan *Brand Image* Produk Minuman Happy Lemon di Instagram

Clarissa Karen Tanudjaya, Gregorius Genep Sukendro.....312-319

Strategi Humas dalam Menyebarkan Informasi Tentang Pelayanan Laboratorium Kesehatan Daerah (Labkesda) Provinsi Kepulauan Bangka Belitung

Nadila Tasya Oktaviani, Yugih Setyanto.....320-327

Analisis Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Perceived Trust* terhadap *Impulsive Buying* Menantea

Gabrielle Lavenia, Rezi Erdiansyah328-333

Pengaruh *Endorsement Influencer* Pada Produk Scarlett Whitening terhadap Minat Pembelian

Angelica, Farid Rusdi334-340

Pengaruh Kredibilitas Raditya Dika terhadap Citra Merek Bibit

Tasya, H.H Daniel Tamburian341-348

Pengaruh Komunikasi Pemasaran Disney+ Hotstar Indonesia Melalui Instagram terhadap Minat Pelanggan

Dristacia Oktaviani, Farid Rusdi349-354

Upaya *Public Relations* Pusbisindo dalam Mengampanyekan Penggunaan Bahasa Isyarat Indonesia di Kalangan Masyarakat

Rika Mandasari, Septia Winduwati355-361

Analisis Kampanye TikTok “BFI Senyum Ramadhan” Sebagai Pembangun *Brand Awareness* di BFI Finance

Molly Francesca, Lusya Savitri Setyo Utami362-368

Studi Komparasi Konten Tiktok Dokter Tentang Kesehatan (Analisis Konten Tiktok Dokter @tirtacipeng dan @farhanzubedi)

Sanrio Indrawan, Suzy Azeharie369-376

Pengaruh Citra Merek Hand Sanitizer Antis terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara

Travella Frissyla, Moehammad Gafar Yoedjadi377-383

IMC Pada Pusat Perbelanjaan dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> (Studi Kasus Trans Studio Mall Cibubur di Masa Pandemi)	
Vivian Camsennius, Riris Loisa	384-393
Komunikasi Kreatif dalam Proses Pembuatan Iklan <i>Online</i> (Studi Kasus Café Sudut Pandang Kopi)	
Elfian, Sinta Paramita	394-401
Mengandung Bawang, Iklan Gojek Mengajak Masyarakat untuk Berbagi Kasih dan Tangis Kebahagiaan di Bulan Ramadan	
Calliana Apriani, Riris Loisa, Nigar Pandrianto	402-411
Makna Tanda Pada Iklan Tokopedia Versi #Dirumahajadulu Bersama Tokopedia "Bebas Ongkir, Harga Terjaga & Selalu Ready!"	
Budi Darmo, Bulan Alim	412-422
Pengaruh Efektivitas Iklan Instagram Men's Biore #CerahBukaJalan Pada <i>Brand Awareness</i>	
Geraldi Yohanes, Sisca Aulia	423-430