

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

- Michelle Augustine
- Nathania Reinata
- Patricia Gabriella

Sekretariat Administrasi

- Purwanti, S.E.
- 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 Pembentukan Online Personal Branding Melalui Media Sosial (Studi Kasus Channel YouTube The Jooomers) Josephine Patricia Japutra, Septia Winduwati.....	265-274
Lebih dari Sekadar <i>Click</i> dan <i>Likes</i> : Kontribusi <i>Social Media Specialist</i> dalam Menciptakan <i>Engagement</i> Amelia Putri, Wulan Purnama Sari.....	275-283
Pendekatan Kuantitatif dalam Memahami Dampak Konten TikTok pada <i>Brand Image</i> : Studi Kasus Skintific Viona, Farid Rusdi.....	284-291
<i>Electronic Word of Mouth</i> dan Citra Merek The Originote di Kalangan Generasi Z Christina, Wulan Purnama Sari.....	292-301
Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Korea vs Indonesia pada Scarlett Whitening terhadap Keputusan Pembelian Madeline Sofia Bella, Ahmad Junaidi.....	302-310
Aplikasi <i>Customer Service Commitment</i> dalam Menjaga Loyalitas Konsumen Starbucks <i>Signing Store</i> Salsabila, Septia Winduwati.....	311-317
Efektivitas Komunikasi Pemasaran Melalui <i>Key Opinion Leader</i> (KOL) dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> SH-RD Indonesia Thio Kellin, Farid Rusdi.....	318-327
Membangun <i>Personal Branding</i> 'Positif Energy' Melalui Media Sosial Shasa Zhanian Aliya Khotimah, Farid Rusdi.....	328-337
Mengukur Pengaruh Kreativitas: <i>Campaign "Hot Chilli Chicken"</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> KFC di Instagram Angeline Susanto, Gregorius Genep Sukendro.....	338-345
Peran Interaksi Simbolik dalam Perencanaan Komunikasi Pemasaran pada <i>Brand Recognition</i> Toko Online P Mart Rifanny Darmadi, Muhammad Adi Pribadi.....	346-353
Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan <i>Customer Engagement</i> Produk Kecantikan di TikTok Angelin, Sinta Paramita.....	354-362
Analisis Gaya Hidup <i>Shoppertainment</i> Melalui <i>Shopee Live</i> Visca Montera, Sisca Aulia.....	363-371

Efektivitas Kampanye Clean & Clear “Bangga dengan Warna Kulitmu” dalam Meningkatkan Kepercayaan Diri Remaja Putri Herti Yuliana Nainggolan, Rezi Erdiansyah.....	372-380
Menilik Arti Kebebasan Manusia (Semiotika Iklan IM3 Ooredoo Versi Kebebasan Itu Bernama <i>#FreedomInternet</i>) Gabriella, Gregorius Genep Sukendro.....	381-390
Analisis Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Perusahaan di Media Sosial Instagram Juan Yosef, Yugih Setyanto.....	391-400
Pengaruh <i>Brand Trust</i> dan <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Michelle Gracella Harifin, Sinta Paramita.....	401-409
Mengembangkan Konten Menarik Sebagai Strategi Branding @Folkative Kevin Viriyaputra, Wulan Purnama Sari.....	410-418
Analisis Persepsi Konsumen dan Citra Merek Belanja <i>Online</i> di Floralclothing Cherise Priscilla, Sisca Aulia.....	419-428
Optimalisasi <i>Brand Exposure</i> Kopi Lokal melalui <i>Micro Influencer</i> : Studi Kasus Kopimin Christine Vonny Carolina, Wulan Purnama Sari.....	429-437
<i>Cyber Public Relations, Corporate Social Responsibility, dan Citra Produk Pakaian Erigo</i> Rio Heryanto, Rezi Erdiansyah.....	438-445
Analisis <i>Personal Branding</i> dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> di TikTok Vinessa Irene Kusuma, Sinta Paramita.....	446-456
Strategi Kampanye PR Muscle First dalam Mengembangkan <i>Brand Awareness</i> Melalui KOL Edsa Estella Amrikasari Putri, Septia Winduwati.....	457-466
<i>Influencer</i> dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> pada Media Sosial Alda Vadiyanur, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	467-473
Pemanfaatan Instagram @stylistmode.id sebagai Media Branding UMKM Stylistmode Ratna Dela Khumara, Riris Loisa.....	474-482
Pemanfaatan Media Sosial TikTok dalam Membangun Citra Lembaga Sensor Film (LSF) RI Zakia Syahlail Kusmayani, Septia Winduwati.....	483-492

Pola Komunikasi RUBI Community dalam Membangun Konektivitas antara Brand dan Konsumen Rana Qothrunnada, Nigar Pandrianto.....	493-501
Pemanfaatan TikTok Sebagai Sarana Strategi Komunikasi <i>Branding</i> Universitas Tarumanagara Debora Natalia Pasanea, Septia Winduwati.....	502-511
Strategi Komunikasi Pemanfaatan <i>Key Opinion Leader</i> dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> di Media Sosial Michelle Ruth Dharmawan, Moehammad Gafar Yoedtadi.....	512-521
Membangun Personal Branding di LinkedIn: Perspektif Generasi Z dalam Pencarian Kerja Fanneza Rahmawati, Lina Sinatra Wijaya.....	522-537
Analisis Manajemen Krisis Humas Perumda Air Minum Kota Surakarta Dalam Polemik Pengelolaan Mata Air Cokro Gracelia Audriana Dewi, Zon Vanel.....	538-555