

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

- Shevina Vimalananda Sumedha

Sekretariat Administrasi

- Purwanti, S.E.
- Ady Sulistyono

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

Implementasi Komunikasi Pemasaran dalam Menarik Minat Konsumen di Wall Street di English Fiona CH bernadett, Yugih Setyanto	278-285
Strategi Komunikasi CSR Kompas Gramedia pada Program “Bank Sampah” untuk Pemberdayaan Masyarakat Imanuel Randy, Doddy Salman	286-292
Hambatan Komunikasi Bisnis di Perusahaan Ekspor (Studi Kasus PT Sinar Dunia Logam) Jennifer Nathalie, Sinta Paramita	293-301
Pemanfaatan Media Sosial dalam Mempertahankan Citra Perusahaan PT. Sumber Kreasi Cipta Pratama Jocellyne Stephanie Hung, Yugih Setyanto	302-308
Peran “Konten Makeover” pada Tiktok Rucas.co dalam Membangun Loyalitas Merek Julia Khairunnisa, Nigar Pandrianto	309-318
Weverse sebagai Media Interaksi: Studi Motif dan Kepuasan Penggemar Enhypen Maureen Jonathan, Wulan Purnama Sari	319-327
Kegiatan Pengelolaan Media oleh Prokopim Kota Tangerang dalam Realisasi Perusahaan Pasar Sipon Nada Ignacia Dewi, Yugih Setyanto	328-337
Kredibilitas Komunikator pada Platform YouTube dengan Konten Misteri Sheren Ferina, Wulan Purnama Sari	338-346
Peran Interaksi Simbolik dalam Penjualan Produk melalui <i>Live Streaming</i> Tiktok (Studi pada <i>Host</i> Gen Z) Silvia Lukmanto, Muhammad Adi Pribadi	347-355
Peran Komunikasi Korporat PT Bank Central Asia Tbk dalam Menyebarkan Informasi melalui Media Sosial Internal Vallerie, Yugih Setyanto	356-364
Persona Amarah sebagai <i>Personal Branding</i> Komedian Surya Insomnia Willia Reinhard Adam, Ahmad Junaidi	365-372
<i>Live Shopping</i> Tiktok sebagai Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen Dea Amalia Betrice, Nigar Pandrianto	373-379
Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Itswooni dalam Membangun Brand Awareness Erica Wisely, Farid Rusdi	380-385

Strategi <i>Public Speaking</i> dalam Membangun <i>Brand Image</i> Melalui Instagram Lime Light Bar Dara Ayu Sofie Harmia, Yugih Setyanto	386-393
NCT Dream, <i>Tap Cash</i> BNI, dan Minat Beli Konsumen NCTzen Cika Puspita Rini, Muhammad Gafar Yoedtadi	394-400
Analisis T2Santore Membangun <i>Brand Engagement</i> Tiktok Cherise Marcella, Sisca Aulia	401-407
Pengaruh Strategi Komunikasi melalui Instagram @eventguideindonesia terhadap Minat Masyarakat Datang ke Jakarta Fair Brainard Audericson, Ahmad Junaidi	408-414
Dampak Antusiasme Penggemar Konser <i>Online</i> BTS terhadap <i>Euforia Korean Wave</i> di Media Sosial <i>Fanbase</i> BTS di Indonesia Gavrila Claudia Martanu, Diah Ayu Candraningrum	415-422
Penerapan Elemen STEPPS di Instagram Reels Moira Workshop Lavender, Diah Ayu Candraningrum	423-432
Analisis Pemanfaatan Media Sosial dalam Membangun <i>Personal Branding</i> (Studi Kasus <i>Influencer</i> Edsa Estella) Keysha Abigail Chang, Wulan Purnama Sari	433-441
Program Afiliasi Shopee pada Instagram Majalah Sunday Marlene Sandra, Riris Loisa	442-449
<i>Personal Branding</i> @Pinkflash.live sebagai Strategi Menarik Audiens di Tiktok Marsheilin Nadya Siswanto, Sinta Paramita	450-459
Analisis Perencanaan Komunikasi Pemasaran <i>Online Shop</i> X melalui Media Sosial Instagram Melse, Muhammad Adi Pribadi	460-467
Analisis Regresi Kecerdasan Emosional terhadap Gaya Kepemimpinan pada Mahasiswa yang Berorganisasi Regita Emelia Cahyani, Wulan Purnama Sari	468-477
Dampak Kredibilitas <i>Celebrity Endorse</i> SA terhadap Minat Beli Produk Jacquelle Beaute Shindy Clara, Sisca Aulia	478-485
Dinamika Tren <i>K-Fashion</i> pada Gaya Berpakaian Penggemar Perempuan <i>K-Pop</i> Junita Sari, Diah Ayu Candraningrum	486-495
Komunikasi Persuasif Chlorophyllmakeup untuk Membangun Kepercayaan pada <i>Online Class Makeup</i> Tarisha Wardah Azizah, Lusya Savitri Setyo Utami	496-504

Interaksi Simbolik pada Pemasaran Pemengaruh dalam Membangun Persepsi dan Keputusan Pembelian Produk Perawatan Kulit X Yofani Anggraini, Muhammad Adi Pribadi	505-513
Pengaruh Terpaan Konten Instagram terhadap Kesadaran dan Pemahaman Generasi Z tentang Diabetes Olivia Widjaja, Doddy Salman	514-521
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Loyalty</i> Produk Susu dengan <i>Brand Love</i> sebagai Variabel Mediasi Kevin Chang, Keni.....	522-533