

Efek Kognitif, Afektif dan Behavioral pada Kampanye Registrasi Prabayar Seluler
Pramelani

Berita Penutupan Hotel Alexis di Media Online
Rety Palupi, Jaka Atmaja

Pemanfaatan Vlog Sebagai Komunikasi Interpersonal (Studi Deskriptif Kualitatif Album Ke-7 Endank
Soekamti “Soekamti Day”)
Gan Gan Giantika

Strategi Humas PT Pelayaran Nasional Indonesia (Persero) Dalam Membuat Tabloid Sebagai Media
Informasi Publik Internal
Silvina Mayasari, Chitra Angguntiara

Strategi Koperasi Karya Mandiri Dalam Memperkenalkan *Product Knowledge* Melalui *Event* Gowes Pesona
Nusantara
Erik Maudi, Susilowati

Strategi Kreatif Pesan Iklan Ladang Coffee Dalam Membangun *Brand Image* Sebagai *CoffeeShop* Khas
Nusantara
Iin Soraya

Implementasi Corporate Social Responsibility PT PLN Distribusi Jawa Tengah Dalam Pemberdayaan
Masyarakat Dan Lingkungan Melalui Program “PLN PEDULI”
Siti Qonaah

Pengalaman Komunikasi Terapeutik Perempuan Indonesia Dalam Menggunakan Daun Sirih
Ditha Prasanti, Puji Prihandini

Peran Produser Sebagai Gatekeeper Dalam Program News Screen di IDX Channel
Tuty Mutiah

Grup Facebook Gesamun Sebagai Media Baru Dalam Upaya Menyadarkan Masyarakat Akan Pentingnya
Imunisasi
Yusmawati

Analisa Makna Desain Kemasan Pada Produk Teh Di Indonesia
Mareta Puri Rahastine

Corporate Branding Kepolisian Negara Republik Indonesia Dalam Gerakan Anti Hoax
Rizki Surya Tawaqal, Yanti Setianti, Wawan Setiawan

Bahasa Pesan Dalam Proses Penulisan Naskah Pada Program Infotainment Kiss Pagi Di Indosiar
Ria Yunita

Kampanye ‘Yuk Nabung Saham’ IDX Untuk Mengubah Mindset Saving Society Menjadi Investing Society
Richad Saputra Adiguna

Analisa Framing Aksi Solidaritas Bela Rohingya dalam Detik.com dan Republika Online
Andi Setyawan

Program Kampanye Humas Puskesmas Kecamatan Palmerah Dalam Upaya Preventif Bahaya Campak Dan
Rubella Di Masyarakat
Devy Putri Kussanti, Intan Leliana

Faktor Pembentukan Citra Terhadap Opini Publik Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama
Tulungagung

Rosiana Andhikasari, Geofakta Razali

Peran Program *Director* TV Dalam Proses Produksi TV Dalam Produksi Visual Program Acara Semesta
Bertilawah Di MNC TV

Agung Raharjo, Anisti

Pengaruh Ekuitas Merek Dan Rasa Percaya Diri Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sarung BHS
(Studi Kasus pada Toko AL- Bagdadi)

Chepi Nurdiansyah

Potret Kelompok Remaja Penggemar Diecast Di Jakarta

Jusuf Fadilah, Dina Andriana, Widarti

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL	i
DAFTAR ISI	iii
KATA PENGANTAR	v
Efek Kognitif, Afektif dan Behavioral pada Kampanye Registrasi Prabayar Seluler Pramelani	1-7
Berita Penutupan Hotel Alexis di Media Online Rety Palupi, Jaka Atmaja	8-14
Pemanfaatan Vlog Sebagai Komunikasi Interpersonal (Studi Deskriptif Kualitatif Album Ke-7 Endank Soekamti “Soekamti Day”) Gan Gan Giantika	15-23
Strategi Humas PT Pelayaran Nasional Indonesia (Persero) Dalam Membuat Tabloid Sebagai Media Informasi Publik Internal Silvina Mayasari, Chitra Angguntiara	24-30
Strategi Koperasi Karya Mandiri Dalam Memperkenalkan <i>Product Knowledge</i> Melalui <i>Event</i> Gowes Pesona Nusantara Erik Maudi, Susilowati	31-38
Strategi Kreatif Pesan Iklan Ladang Coffee Dalam Membangun <i>Brand Image</i> Sebagai <i>CoffeeShop</i> Khas Nusantara In Soraya	39-45
Implementasi Corporate Social Responsibility PT PLN Distribusi Jawa Tengah Dalam Pemberdayaan Masyarakat Dan Lingkungan Melalui Program “PLN PEDULI” Siti Qonaah	46-52
Pengalaman Komunikasi Terapeutik Perempuan Indonesia Dalam Menggunakan Daun Sirih Ditha Prasanti, Puji Prihandini	53-58
Peran Produser Sebagai Gatekeeper Dalam Program News Screen di IDX Channel Tuty Mutiah	59-63
Grup Facebook Gesamun Sebagai Media Baru Dalam Upaya Menyadarkan Masyarakat Akan Pentingnya Imunisasi Yusmawati	64-71
Analisa Makna Desain Kemasan Pada Produk Teh Di Indonesia Mareta Puri Rahastine	72-78
<i>Corporate Branding</i> Kepolisian Negara Republik Indonesia Dalam Gerakan Anti Hoax Rizki Surya Tawaqal, Yanti Setianti, Wawan Setiawan	79-87
Bahasa Pesan Dalam Proses Penulisan Naskah Pada Program Infotainment Kiss Pagi Di Indosiar Ria Yunita	88-92
Kampanye ‘Yuk Nabung Saham’ IDX Untuk Mengubah Mindset Saving Society Menjadi Investing Society Richad Saputra Adiguna	93-99

Analisa Framing Aksi Solidaritas Bela Rohingya dalam Detik.com dan Republika Online Andi Setyawan	100-108
Program Kampanye Humas Puskesmas Kecamatan Palmerah Dalam Upaya Preventif Bahaya Campak Dan Rubella Di Masyarakat Devy Putri Kussanti, Intan Leliana	109-117
Faktor Pembentukan Citra Terhadap Opini Publik Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Tulungagung Rosiana Andhikasari, Geofakta Razali	118-126
Peran Program <i>Director</i> TV Dalam Proses Produksi TV Dalam Produksi Visual Program Acara Semesta Bertilawah Di MNC TV Agung Raharjo, Anisti	127-134
Pengaruh Ekuitas Merek Dan Rasa Percaya Diri Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sarung BHS (Studi Kasus pada Toko AL- Bagdadi) Chepi Nurdiansyah	135-141
Potret Kelompok Remaja Penggemar Diecast Di Jakarta Jusuf Fadilah, Dina Andriana, Widarti	142-149

KOMUNIKASI

Editorial Team

Chief Editor

Santa Lorita, AKOM BSI Jakarta

Reviewers

Ita Suryani, AKOM BSI Jakarta

Intan Leliana, AKOM BSI Jakarta

Editor

Rahmat Hidayat, AMIK BSI Bekasi

Siti Marlina, STMIK Nusa Mandiri

Administrative Staff

Maya Sopa, PPPM BSI

Published by

PPPM BSI

Jl. Dewi Sartika No. 289, Cawang,

Jakarta Timur

Telp : 021-8010836



<http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php>

/ jkom

e-mail: jurnal.komunikasi@bsi.ac.id

p-ISSN: 2086-6178, eISSN: 2579-3292

Indexed by



PENGANTAR REDAKSI

Bismillahirrohmanirrohim

Salah satu parameter yang digunakan untuk menilai suatu penerbitan berkala adalah dengan keseriusan seluruh Dewan Redaksi, yakni adanya kesinambungan menerbitkan sesuai dengan komitmen kami untuk memberikan yang terbaik buat para pembaca, maka Jurnal Komunikasi ini kami usahakan selalu hadir sesuai dengan skala waktu yang telah diprogramkan.

Tetapi terlepas dari hal itu semua, redaksi mengucapkan puji syukur kehadirat Alloh SWT atas terbitnya Jurnal Komunikasi Volume IX No. 1 bulan Maret 2018.

Redaksi setiap saat menerima sumbangan naskah berupa artikel, hasil penelitian atau karya ilmiah yang belum pernah dipublikasikan di media lain melalui laman <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jkom>.

Akhirnya, Redaksi mengucapkan terima kasih kepada para penulis yang telah berpartisipasi dalam penerbitan Jurnal Komunikasi edisi ini.

Semoga Jurnal Komunikasi ini dapat memenuhi khasanah ilmu pengetahuan bagi civitas akademika Bina Sarana Informatika dan masyarakat pada umumnya.

Wassalam,

Redaksi