

JURNAL

ILMU KOMUNIKASI DAN BISNIS

Volume 10-Nomor 1- Oktober 2024

p-ISSN 2541 - 0741 | e-ISSN 2598 - 2443

Strategi Komunikasi Pemasaran Kerupuk Lomang Balado Ummi Melalui Media Sosial Pasca Pandemi Covid-19

Raudhah Ziyah Suarni, Noor Efni Salam, Ringgo Eldapi Yozani

Representasi White Collar Crime dalam Film Ice Cold: Murder, Coffee, and Jessica Wongso

Gatutkoco Hangger Prebowo Wibisono, Augustin Mustika Chairil

Ruang Publik Online Sebagai Sarana Penyebaran Konten Edukatif Pemilu 2024

Ni Putu Limarandani, Tuty Mutiah, Anak Agung Ketut, Made Saisan, A A Aditya Kusuma

Rancangan Strategi Komunikasi Kesehatan Dinkes Kota Bandung dalam Program Vaksinasi Covid-19

Dicky Yusuf Budiman Kusmayadi, Deddy Mulyana, Diah Fatma Sjoraida

Personal Branding @hansenvendiagus14 Sebagai Content Creator di Media Sosial TikTok

Dian Saputra, Zikri Fachrul Nurhadi, Rosanti Utami Dewi Suyatman Yatnosaputro

Analisis Framing Pemberitaan Kontroversial Campaign Zara "The Jacket" Singgung Korban Gaza Pada Bbc News & Suara.Com.

Afni Tiana Rosa, Andri Prasetyo Yuwono

Peran Komunikasi Keluarga dalam Pengambilan Keputusan Mahasiswa Asing untuk Kuliah di Indonesia

Neva Halwa Khairunissa, Lucy Pujasari Supratman

Peran Program Bianglala Pagi Radio Reks FM dalam Memfasilitasi Komunikasi Partisipatif DISDUKCAPIL dan Masyarakat

Muhammad Aditya Pratama, Deri Hudaya, Muhammad Erfan

Pengaruh Pesan Kampanye #PakeGojekPalingHemat Terhadap Keputusan Khalayak Menggunakan Aplikasi Gojek Berdasarkan Model AISAS

Pricillia Karin Audrya, Maria Francisca Lies Ambarwati

Volume 10

Nomor 1

Halaman
1 - 139

Jakarta
Oktober 2024

p-ISSN 2541 - 0741
e-ISSN 2598 - 2443

JURNAL

ILMU KOMUNIKASI DAN BISNIS

p-ISSN 2541 - 0741 | e-ISSN 2598 - 2443
Volume 10-Nomor 1-Oktober 2024

Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis adalah jurnal ilmiah bidang ilmu komunikasi serta ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan bidang komunikasi yang diterbitkan oleh STIKS TARAKANITA, Program Studi S1 Komunikasi di Jakarta. Jurnal Ilmu Komunikasi menyampaikan sumbangan pemikiran di bidang komunikasi yang otentik, analitis dan kritis kepada para akademisi yang menaruh perhatian dan berminat di bidang ilmu komunikasi.

Terbit satu tahun dua kali pada bulan Oktober dan April. Berisi tulisan yang diangkat dari hasil penelitian, konseptual atau studi pustaka, dan resensi buku baru. ISSN 2541 - 0741

Redaksi:

Editor in Chief : Agustinus Rustanta

Editor : Elisabeth Nugrahaeni Yoseph H. Maturbongs
Maria F. Lies Ambarwati F.A. Wisnu Wirawan
Gabriella Novianty Soedjarwo Winda Primasari

Jurnal Administrator : Gerardus Gilang

Mitra Bestari :

Dr. Hendra Alfani, S.Sos., M.I.Kom.
Dr. Ringgo Eldapi Yosani, M. I.Kom.
M. Ichsan Rasyid, S.I.Kom., M.Si.
Dr. Muhammad Gafar Yoedtadi, M.Si
Dr. Sumartono, S.Sos., M.Si.
Dr. Sri Wahyuningsih, S.Sos., M.Si.
Mae Chua, M.A.

Alamat Pelaksana Tata Usaha E-Mail: jurnal.ilkom@starki.id, Alamat: Kompleks Billy & Moon, Pondok Kelapa - Jakarta Timur 13450. Telp: 8649870, 8651764, 8651765 Fax: 8642115 Ext: 403/404.

Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis diterbitkan mulai 20 November 2016 oleh STARKI (d/h Aksek/LPK Tarakanita) bekerja sama dengan Program Studi Strata 1 Ilmu Komunikasi.

Redaksi menerima sumbangan artikel berbahasa Indonesia dan Inggris yang belum pernah diterbitkan dalam media cetak lain. Naskah diketik dengan spasi satu setengah kertas A4, panjang minimal 6.000 kata, maksimal 9.000 kata (baca author guidelines). Naskah akan dievaluasi oleh editor dan reviewer. Editor dapat melakukan perubahan judul dan isi pada tulisan yang dimuat untuk keseragaman format, tanpa mengubah maksud dan substansi.

Diterbitkan oleh: Program Studi Strata 1 Ilmu Komunikasi - STARKI Komp. Billy & Moon, Pondok Kelapa - Jakarta Timur 13450 Telp: (021) 8649870, 8651764, 8651765, Fax: 8642115 Website: www.starki.id, E-Mail: jurnal.ilkom@starki.id

JURNAL
ILMU KOMUNIKASI DAN BISNIS
p-ISSN 2541 - 0741 | e-ISSN 2598 - 2443
Volume 10-Nomor 1-Oktober 2024

DAFTAR ISI:

- Strategi Komunikasi Pemasaran Kerupuk Lomang Balado Ummi Melalui Media Sosial Pasca Pandemi Covid-19**
Raudhah Ziyah Suarni, Noor Efni Salam, Ringgo Eldapi Yozani..... 1 - 16
- Representasi White Collar Crime dalam Film Ice Cold: Murder, Coffee, and Jessica Wongso**
Gatutkoco Hangger Prebowo Wibisono, Augustin Mustika Chairil 17 - 40
- Ruang Publik Online Sebagai Sarana Penyebaran Konten Edukatif Pemilu 2024**
Ni Putu Limarandani, Tuty Mutiah, Anak Agung Ketut, Made Saisan,
A A Aditya Kusuma 41 – 54
- Rancangan Strategi Komunikasi Kesehatan Dinkes Kota Bandung dalam Program Vaksinasi Covid-19**
Dicky Yusuf Budiman Kusmayadi, Deddy Mulyana, Diah Fatma Sjoraida55 - 72
- Personal Branding @hansenvendiagus14 Sebagai Content Creator di Media Sosial TikTok**
Dian Saputra, Zikri Fachrul Nurhadi, Rosanti Utami Dewi
Suyatman Yatnosaputro 73 - 85
- Analisis Framing Pemberitaan Kontroversial Campaign Zara “The Jacket” Singgung Korban Gaza Pada Bbc News & Suara.Com.**
Afni Tiana Rosa, Andri Prasetyo Yuwono 86 - 101
- Peran Komunikasi Keluarga dalam Pengambilan Keputusan Mahasiswa Asing untuk Kuliah di Indonesia**
Neva Halwa Khairunissa, Lucy Pujasari Supratman..... 102 – 113
- Peran Program Bianglala Pagi Radio Reks FM dalam Memfasilitasi Komunikasi Partisipatif DISDUKCAPIL dan Masyarakat**
Muhammad Aditya Pratama, Deri Hudaya, Muhammad Erfan 114 – 126
- Pengaruh Pesan Kampanye #PakeGojekPalingHemat Terhadap Keputusan Khalayak Menggunakan Aplikasi Gojek Berdasarkan Model AISAS**
Pricillia Karin Audrya, Maria Francisca Lies Ambarwati..... 127 - 139