

JURNAL

ILMU KOMUNIKASI DAN BISNIS

Volume 7-Nomor 2- April 2022

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

Pengaruh E-WOM dan *Brand Image* terhadap Niat Beli pada Starbucks Reserve Dewata Bali
Hentriska Paramanandita, Arif Kuswanto

Representasi Kebahagiaan pada Film *The Minimalists: Less is Now* dengan Analisis Semiotika John Fiske
Anita Dewi Widya Putri, Yudiana Indiriastuti

Reception Analysis terhadap Kehadiran Jokowi dan Prabowo pada Pernikahan Atta dan Aurel di Postingan Akun Twitter@kemensetnegRI
Vivi Nur Afifah, Herlina Suksmawati

Kearifan Lokal melalui Makna Nganggung Sepintu Sedulang sebagai *City Branding* Kabupaten Bangka
Agung Ferianda, Ferdiana, Herwan

Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif Brand AUM Apparel pada Media Sosial Instagram
I Gede Ketut Suntabisena Kasmirada, Itca Istia Wahyuni

Pengaruh *Product Placement* Kopiko dalam Drama Korea Vincenzo terhadap Respon Khalayak
Ashaffa Rizky Meidianti, Rah Utami Nugrahani

Komunikasi *Word-of-Mouth* dalam Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta di Jakarta
F.A Wisnu Wirawan, Elsie Oktivera

Komunikasi Antarpersona Hubungan Jarak Jauh
Sumartono, Megawati

Analisis Semiotika Representasi Budaya Tionghoa dalam Film *Crazy Rich Asians*
Tjhing Tjhing, Yasinta Ariati

Data *Storytelling* sebagai Bentuk Komunikasi Bisnis pada Revolusi Industri 4.0
Shiddiq Sugiono

Volume 7

Nomor 2

Halaman
114 - 280

Jakarta
April 2022

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

JURNAL

ILMU KOMUNIKASI DAN BISNIS

p-ISSN 2541 - 0741 | e-ISSN 2598 - 2443
Volume 7-Nomor 2-April 2022

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

Pelindung : Sr. Brigitta Veronica Raimundawati CB

Penanggungjawab : Agustinus Rustanta

Redaksi:

Editor in Chief : Agustinus Rustanta

Editor : Elisabeth Nugrahaeni R. Koesmaryanto Oetomo
Maria F. Lies Ambarwati Winda Primasari
Rosalia Kurni Setyawati Yakobus Suharyono

Jurnal Administrator : Gerardus Gilang

Mitra Bestari : Dr. Alfarabi ,M.A.
Bonifacius Hendar Putranto, S. S., M. Hum.
Dr. Hendra Alfani, S.Sos., M.I.Kom.
Dr. Irwansyah, S.Sos., M.A.
Dr. Sumartono Mulyo Diharjo, S.Sos., M.Si.

Alamat Pelaksana Tata Usaha E-Mail: jurnal.komunikasi@starki.id, jurnal@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 STIKS Tarakanita (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 15 halaman, maksimal 30 halaman (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 - STIKS Tarakanita Komp. Billy & Moon, Pondok Kelapa - Jakarta Timur 13450 Telp: (021) 8649870, 8651764, 8651765, Fax: 8642115 Website: www.sWDUNL.id, E-Mail: info@starki.id

JURNAL
ILMU KOMUNIKASI DAN BISNIS
p-ISSN 2541 - 0741 | e-ISSN 2598 - 2443
Volume 7-Nomor 2-April 2022

DAFTAR ISI:

Pengaruh E-WOM dan <i>Brand Image</i> terhadap Niat Beli pada Starbucks Reserve Dewata Bali Hentriska Paramanandita, Arif Kuswanto	114 - 126
Representasi Kebahagiaan pada Film <i>The Minimalists: Less is Now</i> dengan Analisis Semiotika John Fiske Anita Dewi Widya Putri, Yudiana Indiriasuti	127 - 146
<i>Reception Analysis</i> terhadap Kehadiran Jokowi dan Prabowo pada Pernikahan Atta dan Aurel di Postingan Akun Twitter @kemensetnegRI Vivi Nur Afifah, Herlina Suksmawati	147 - 162
Kearifan Lokal melalui Makna Nganggung Sepintu Sedulang sebagai <i>City Branding</i> Kabupaten Bangka Agung Ferianda, Ferdiana, Herwan	163 - 176
Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif Brand AUM Apparel pada Media Sosial Instagram I Gede Ketut Suntabisena Kasmirada, Itca Istia Wahyuni	177 - 195
Pengaruh <i>Product Placement</i> Kopiko dalam Drama Korea Vincenzo terhadap Respon Khalayak Ashaffa Rizky Meidianti, Rah Utami Nugrahani	196 - 218
Komunikasi <i>Word-of-Mouth</i> dalam Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta di Jakarta F.A Wisnu Wirawan, Elsie Oktivera	219 - 232
Komunikasi Antarpersona Hubungan Jarak Jauh Sumartono, Megawati	233 - 242
Analisis Semiotika Representasi Budaya Tionghoa dalam Film <i>Crazy Rich Asians</i> Tjhing Tjhing, Yasinta Ariati	243 - 261
Data <i>Storytelling</i> sebagai Bentuk Komunikasi Bisnis pada Revolusi Industri 4.0 Shiddiq Sugiono	262 - 280