

Jurnal Sintesa

Jurnal Ilmiah Kajian Komunikasi

Volume 4 No 01, Januari 2025

Penanggung Jawab

Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si.

Ketua Dewan Penyunting

Dr. Merry Fridha Tripalupi, S.Sos., M.Si.

Anggota Dewan Penyunting

Dr. Merry Fridha Tripalupi, S.Sos., M.Si.

Dr. Bambang Sigit Pramono, S.Sos, M.Si.

. Wahyu Kuncoro, S.T., M.Med.Kom.

Novan Andrianto, S.I.Kom., M.I.Kom

Hajidah Fildzahun Nadhilah Kusnadi, S.Sos., M.A.

PENERBIT

©Program Studi S-2 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Gedung F-101, Jl Semolowaru 45 Surabaya 60118 Telp. (031) 5925982

Email: sintesa@untag-sby.ac.id

DAFTAR ISI

PENGARUH TERPAAN PROMOSI ONLINE INSTAGRAM TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA “SAMBAL BU RUDY” (SURVEI PADA FOLLOWERS INSTAGRAM @PUSOL.BURUDY).....	1
Gantari Shafa, Edy Sudaryanto	
DEKONSTRUKSI STIGMA PSK DALAM NOVEL PEREMPUAN DI TITIK NOL KARYA NAWAL EL SAADAWI.....	19
Aryo Aji Septrian, A.A.I Prihandari Satvikadewi, Amalia Nurul Muthmainnah	
KONSTRUKSI KRITIK PERILAKU DISKRIMINATIF MASYARAKAT KOREA SELATAN TERHADAP PENYANDANG AUTISME (KAJIAN SEMIOTIKA JOHN FISKE DRAMA “EXTRAORDINARY ATTORNEY WOO”).....	42
Al Hammad Harozim	
PERAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PEMASARAN DIGITAL PADA GENERASI Z.....	63
Sheron Mariana Alezandra Engelbert	
PERGESERAN MEDIA BERKAMPANYE PROGRAM KELUARGA BERENCANA (KB).....	86
Nanda Delia Salsafila	
STARATEGI PEMASARAN POLITIK CALEG PEMULA ERI IRAWAN DALAM MEMBANGUN CITRA POLITIK DI KOTA SURABAYA.....	106
Andre Muslim Suriyadi Putra, Muchamad Rizqi , Moh Dey Prayogo	
INTEGRASI KOMUNIKASI DALAM KAMPANYE MARKETING TERPADU UNTUK LAYANAN KONSULTASI PENDIDIKAN.....	130
Gusti Anugerah Muhammad Sutisna	
ANALISIS KAMPANYE TENTANG DOXING DALAM UPAYA MENJAGA DATA PRIBADI DI MEDIA SOSIAL : STUDI KASUS KAMPANYE #PRIVACYMATTERS OLEH INSTAGRAM.....	158
Putri Mellania	
STRATEGI KAMPANYE NON KOMERSIL DALAM ILMU KOMUNIKASI UNTUK MEMBANGUN KESADARAN PUBLIK.....	183
Delvira Nurul Aini Yuliandari Harahap	
ANALISIS KOORDINASI PESAN DAN DAMPAK KAMPANYE TERPADU: STUDI KASUS KAMPANYE #PEREMPUANBERMAKNA OLEH ASURANSI ASTRA.....	202
Tansia Trisyeling	

ANALISIS KAMPANYE KOMERSIAL MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENDUKUNG PERKEMBANGAN BISNIS UMKM INDONESIA: STUDI KASUS PADA IKLAN PROMOSI EATSAMBEL DI TIKTOK.....	221
Wihelmina Sao	