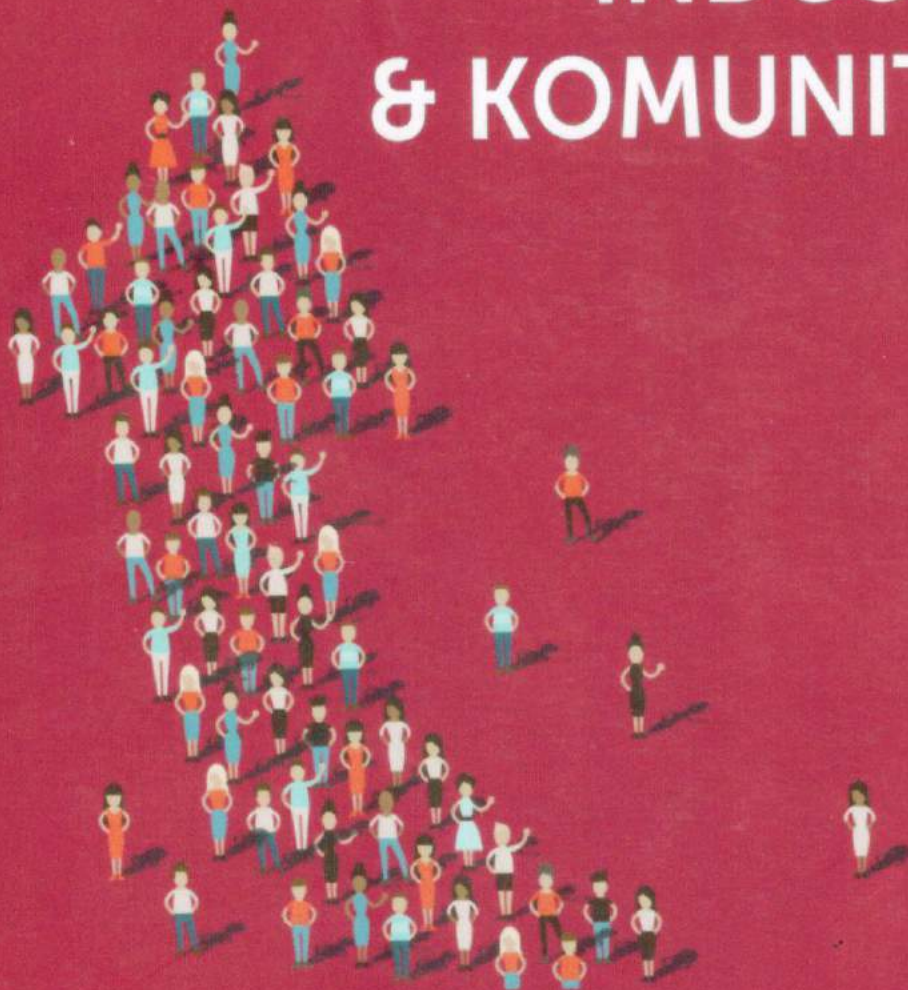




International Conference of
Communication Industry
and Community, Bali 2016

PROSIDING ICCIC :
**KOMUNIKASI
INDUSTRI
& KOMUNITAS**





PROCEEDING INTERNATIONAL CONFERENCE OF COMMUNICATION, INDUSTRY
AND COMMUNITY

Cetakan ke-1, Februari 2016
Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau
Seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit

Editor:
Widayatmoko, Septia Winduwati

Desain dan tata letak:
Xenia Angelica

Cetakan ke-1, Jakarta, FIKom UNTAR 2016
ix-385 hlm, ukuran 7,17 x 10,12 inch

ISBN
978-602-74139-1-7

Diterbitkan oleh:
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara
Jl. Letjen S. Parman No. 1
Jakarta Barat 11440

DAFTAR ISI

REVIEWER.....	i
KATA PENGANTAR Ketua Panitia ICCIC.....	ii
KATA PENGANTAR Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi UNTAR.....	iii
PANITIA ICCIC.....	iv

Bagian I: Komunikasi Pemasaran

Pengaruh <i>Celebrities Endorser</i> terhadap Minat Beli di Kalangan Remaja Andhi Sukma.....	386-397
<i>Values Driven Approach</i> dalam Implementasi <i>Integrated Marketing Communication</i> : Pengalaman Universitas Al Azhar Indonesia M. Ghozali Moenawar, Muchammad Nasucha.....	398-410
Model Bisnis Baru di Era Media Baru Diah Ayu Candraningrum.....	411-424
Strategi Marketing <i>Experiential</i> Dan <i>Cultural</i> Dalam Industri <i>Airline</i> Susilowati Natakoesoemah.....	425-434
Pengaruh Media Sosial Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Wiwiek.....	435-445
Transformasi Simbolik Sosok Jin dalam Iklan Televisi Djarum 76 Versi 1999-2015 (Sebuah Studi Semiotika Barthes) Altobeli Lobodally.....	446-457
Aplikasi Semiotik dalam Iklan di “Dunia Nyata” (Peningkatan <i>Brand Awareness</i> Dibalik Iklan Yang Membingungkan) Harry Setiawan.....	458-471
Iklan dan Industri Media Televisi dalam Perspektif Ekonomi Politik Desliana Dwita.....	472-481

Iklan Kontemporer dan Strategi Zaman (Studi Pada Musik Indie Indonesia) Gregorius Genep Sukendro.....	482-492
Strategi Komunikasi Pimpinan dalam Menerapkan Lima Prinsip Kunci Bisnis Pada Starbucks Sampoerna Strategic Square Satya Candrasari, Sandy Permata.....	493-502
Urgensi Strategi Komunikasi dalam Penanganan Pasar Tiban di Kota Pekalongan Trimanah, Mubarak.....	503-516
Pengaruh Relationship Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan (Industri Kreatif Boneka Sukamulya Di Kota Bandung) Rika Rachmawati.....	517-525
Strategi Promosi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Mobil Merek Toyota PT. H. Kalla Makassar Dalam Persaingan Otomotif Di Makassar Andi Vita Sukmarini.....	526-539
Penerapan <i>Marketing</i> Interaktif dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen Pada <i>Online Shop</i> Bukalapak.com Nur Idaman, Nana Trisnawati, Erna Mariana Susilowardhani.....	540-551
Bagian II: Public Relations	
Studi Gender Pada Peran <i>Public Relations</i> Hotel Dalam Membina Hubungan Media Nobertus Ribut Santoso.....	552-563
Public Relations Salah Satu Teknik Komunikasi Dalam Kegiatan Marketing Public Relations Inge Hutagalung.....	564-571
Implementasi Marketing Public Relations di Universitas Islam Bandung Tresna Wiwitan.....	572-582

Media Relations sebagai Upaya Humas dalam Diseminasi Ilmu Pengetahuan (Studi pada Humas di Perguruan Tinggi) Yugih Setyanto, Paula T. Anggarina.....	583–592
Media Sosial: membangun Komunikasi Internal yang Konstruktif dalam Perusahaan Paula T. Anggarina, Yugih Setyanto.....	593–599
Membangun Pemberdayaan dan Kerjasama Antar Universitas Melalui Media Online Studi Mengenai Portal Situs Pengembangan dan Kerjasama Universitas Negeri Semarang sebagai Benchmarking Pramadafi Irawan.....	600–608
Menggagas Peran Humas Dalam Memperkuat Branding Kota Dalam Menghadapi Era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) Mutia Dewi.....	609–621
Suara Publik Perbankan, Masihkah “Suara Tuhan”? (Studi Teks Website Dunia Perbankan Indonesia Sebagai Manifestasi Kepentingan Publik) Muhamad Sulhan.....	622–635
Analisis Literasi Informasi Dan Literasi Media Public Relations Pada Remaja Di Kota Bandung Aat Ruchiat Nugraha.....	636–649
Politisi, Pejabat Publik dan Wartawan: Studi Mengenai Praktek Gratifikasi di Balik Hubungan Sumber Berita dan Wartawan di Era Reformasi Ardimas.....	650–664
Manajemen Krisis Lion Air (studi kasus pada Penundaan yang terjadi pada Febuari 2015) HH Daniel Tamburion.....	665–676
<i>Diversity Approach</i> di Perusahaan (Studi Kasus di Erajaya Group) Mia Angeline, Yuanita Safitri, Daru Wibowo.....	677–696

Komunikasi Dan Konflik Organisasi Rezi Erdiansyah.....	697-709
<i>Stakeholders Engagement</i> Dalam Program CSR BUMN di Jawa Barat Evie Ariadne Shinta Dewi.....	710-721
<i>Corporate Social Responsibility</i> Pertambangan Emas Untuk Pengembangan Wilayah Dan Pemberdayaan Masyarakat Batangtoru Tapanuli Selatan Sumatera Utara Arifin Saleh.....	722-732
Pendekatan Etis Dalam Revitalisasi dan Reklamasi Lahan Melalui Pusat Pelatihan dan Pemberdayaan Masyarakat (Lp3i) di Desa Hambalang, Citeureup Bogor. Studi Kasus Dalam Penerapan CSR Oleh PT. Indocement Tungal Prakasa, Tbk (Dalam Perspektif Public Relations) Feliza Zubair.....	733-744
Etika Kerja Islam Dalam Profesion Perhubungan Awam Nur Nasliza Arina, Mohamad Nasir, Dr Jamilah Hj Ahmad, PhD.....	745-755