



Analisis Manajemen Impresi Penggemar K-Pop dalam Memanipulasi Diri Di Social Networking Site (SNS)
Annisa Fitriana Lestari¹, Eriyanto² Universitas Indonesia

Strategi Pemasaran Komunikasi Digital Marketing Platform (CASHBAC) Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen

Katrina Katrin¹, Zon Vanel². Universitas Kristen Satya Wacana

Transmedia Storytelling Pada Iklan Susu Hilo Melalui Media Augmented Reality

Alvian Alrasid Ajibulloh. Universitas Amikom Yogyakarta

Gerakan Opini Digital #Truebeauty pada Twitter untuk Pemeran Film Adaptasi Komik Webtoon

Joanne Tjahyana. Universitas Kristen Petra

Inovasi Program Bank Sampah Melalui Pemberdayaan Masyarakat Sebagai Proses Komunikasi Perubahan Sosial

Hilman Ramayadi¹, Nopita Sariningsih².¹Universitas Diponegoro, ²Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Peran Online Advertising Pada Pemasaran Axis

Devita Eka Santi, Universitas Indonesia

Strategi Membangun Nation Branding Indonesia Dalam Asian Games Jakarta-Palembang 2018

Romi Iriandi Putra, Universitas Diponegoro

Pemaknaan Cover Majalah Tempo (Analisis Semiotika Cover Majalah Tempo Edisi 16 September-22 September 2019)

Noval Setiawan, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Strategi Komunikasi Politik

Suratno¹, Irwansyah², Niken F. Ernungtyas³, Guntur F. Prisanto⁴, Safira Hasna⁵,
^{1,3,4} Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi

Youtube Sebagai Media Pengendalian Orang Tua Terhadap Anak

Ahmad Mursid Rohmatulloh¹, S. Bakti Istiyanto² Universitas Jenderal Soedirman

Strategi Komunikasi Pemasaran Jam Tangan Matoa Dalam Meningkatkan Brand Awareness

Ahmad Mursid Rohmatulloh¹, S. Bakti Istiyanto², Universitas Jenderal Soedirman

Dampak Sosial Teknologi Komunikasi Baru: Memikirkan Ulang Konsep Copyright Di Internet

Abdul Wahid, Universitas Brawijaya

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS TEUKU UMAR

Volume 6

Nomor 1

April

2020

