

ESENSI DARUNA

Jurnal Esensi Komunikasi

Institut Bisnis Nusantara

Susunan Redaksi

Pelindung

Rektor Institut Bisnis Nusantara

Sidang Redaksi

Abdul Aziz, Indah Fajar Rosalina, Aulia Hasanah, Bambang Wijanarko, Rita Herlina, Elena Laurencia Sipayung, Wahyu Wary Pintoko, Endah Fantini, Fuadi Hamdi, Heru Sudinta, Ahmad Usmar Almarwan, Mahtup Basuki, Maasyithah Hutagalung, Sandy Gunarso

Pemimpin Redaksi

Ferdinandus Agung Himawan, SE., MM.

Redaktur & Pelaksana

Dr. Kamaruzzaman Onaning, M.M., Evy Roslita, SE, MM, Cecilia Soeprajitno, SE, Edi Wahyu Wibowo, S.Sos, M.M, M.H., Novan Yurindera, S.Kom, MM, Wahyu Wary Pintoko, S.PT, M.Si, Susi Adiaway, S.Psi.,MM, Psikolog, ACAC, Tiwi Herninta, SE., MM, Tri Yoko Azis Saputro, S.IP, Wandih S.Ikom

Reviewer

Albert Budiyanto K, S.KOM, MM, Dewi Khairani, M.Sc, Dr. Edi Wahyu Wibowo, S.Sos, M.M, Husni Teja Sukmana, Ph.D., S.T., M.Sc, Lisa Wiyartanti, Ph.D., Siti Ummi Masruroh, M.Sc. David Agustriawan, Ph.D., S.Kom., M.Sc., Nur Hayati, S.Si., M.T.I., Kautsarina, Dr., Aloysius Harry Mukti, Ph.D, Drs. Widyastuti, M.Si, Dr. Triasesiarti Nur.

Penerbit

Lembaga Riset dan Pengembangan Manajemen (LRPM)
Institut Bisnis Nusantara

Alamat Redaksi

Redaksi Jurnal Komunikasi Esensi Daruna Institut Bisnis Nusantara
Jl. Pulomas Timur 3A, Blok A no 2, Kayu Putih, Jakarta Timur
Email address: lrpm@ibn.ac.id

Terbit semesteran: Mei November

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak sebagian atau keseluruhan dalam pelbagai bentuk medium baik cetakan, elektronik, maupun mekanik tanpa izin tertulis penerbit.

KATA PENGANTAR

Esensi Daruna edisi kali ini menampilkan beberapa hasil kajian. Tulisan pertama adalah “Pengaruh Digital Marketing Instagram Wulings Terhadap Brand Awareness Produk Air Ev” Penelitian ini berfokus pada bagaimana aktivitas digital marketing melalui Instagram yang dilakukan @Wulingmotorsid. Kemudian tulisan kedua “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Di Instagram Terhadap Citra Merek Vanilla Hijab Bagi Followers Akun Instagram @vanillahijab”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh penggunaan media sosial di Instagram terhadap citra merek Vanilla Hijab bagi *followers* akun instagram @vanillahijab terhadap citra merek. Tulisan ketiga adalah “Isi Penyampaian Pesan Politik Najwa Shihab Dalam Acara Mata Najwa Trans7 Di Kanal Youtube Tayangan “KPK Riwayatmu Kini Dan Atas Nama Pancasila”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis gaya komunikasi Najwa Shihab secara verbal maupun non verbal.

Tulisan keempat adalah “Pengaruh Terpaan Media Pada Siaran Moto Gp 2022 di Trans 7 Terhadap Sikap Berkendara Anggota Asosiasi Honda Adv Indonesia Chapter Jakarta”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan media pada siaran Moto GP 2022 di Trans 7 terhadap sikap berkendara anggota Asosiasi Honda Adv Indonesia Chapter Jakarta. Tulisan kelima adalah Peran Media Massa Elektronik Televisi (TVOne) Dalam Publikasi Berita Tokoh Politik Jelang Pemilu Pada Program Kabar Utama” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Peran Media Massa Elektronik Televisi (Tvone) dalam publikasi berita tokoh politik jelang pemilu pada program Kabar Utama.

Tulisan Keenam adalah “Propaganda Di Era Post-Truth Dalam Pemilu 2019 Dan Potensi Terjadinya Pada Pemilu 2024” Penelitian ini Tulisan ini, mencoba mengkaji terjadinya propaganda di era post-truth dalam Pemilu 2019 dan potensi terjadinya pada Pemilu 2024. Tulisan ketujuh adalah tentang “Pelaksanaan Tata Ruang Wilayah Jakarta dalam Bingkai tvOne pada Program Catatan Demokrasi Episode ‘Tragedi Kebakaran Plumpang Kenapa Anies diserang?’. Penelitian ini bertujuan mengetahui pelaksanaan tata ruang wilayah Jakarta dalam bingkai tvOne pada program talkshow Catatan Demokrasi episode ‘Tragedi Kebakaran Plumpang Kenapa Anies diserang? Tulisan ke delapan adalah tentang “Fenomena Aplikasi TikTok Shop Sebagai Alternatif Belanja Hemat”. Penelitian ini untuk mencari tahu alasan dari fenomena belanja daring yang dilakukan oleh masyarakat, terutama mahasiswa melalui aplikasi digital bernama TikTok Shop. Fenomena ini muncul saat TikTok Shop menawarkan produk berkualitas dengan harga murah dibandingkan pasar fisik, sehingga Kementerian Perdagangan menutup TikTop Shop

Demikian isi Esensi Daruna nomor ini, selamat membaca, dan mari majukan terus budaya keilmuan kita.

Salam, Pemimpin Redaksi

Ferdinandus Agung Himawan, SE., MM.

DAFTAR ISI

1.	Abdul Aziz Indah Fajar Rosalina	Pengaruh Digital Marketing Instagram Wulings Terhadap Brand Awareness Produk Air EV	IBN	60
2.	Aulia Hasanah	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Di Instagram Terhadap Citra Merek Vanilla Hijab Bagi Followers Akun Instagram @vanillahijab	IBN	68
3.	Bambang Wijanarko Rita Herlina	Isi Penyampaian Pesan Politik Najwa Shihab Dalam Acara Mata Najwa Trans7 Di Kanal Youtube Tayangan “KPK Riwayatmu Kini Dan Atas Nama Pancasila”	ARS	75
4.	Elena Laurencia Sipayung Wahyu Wary Pintoko	Pengaruh Terpaan Media Pada Siaran Moto Gp 2022 di Trans 7 Terhadap Sikap Berkendara Anggota Asosiasi Honda Adv Indonesia Chapter Jakarta	IBN	80
5.	Endah Fantini Fuadi Hamdi Heru Sudinta	Peran Media Massa Elektronik Televisi (TVOne) Dalam Publikasi Berita Tokoh Politik Jelang Pemilu Pada Program Kabar Utama	STIAMI	85
6.	Heru Sudinta Ahmad Usmar Almarwan Mahtup Basuki	Propaganda Di Era Post-Truth Dalam Pemilu 2019 Dan Potensi Terjadinya Pada Pemilu 2024	STIAMI PARAMADINA	92
7.	Maasyitah Hutagalung	Pelaksanaan Tata Ruang Wilayah Jakarta dalam Bingkai tvOne pada Program Catatan Demokrasi Episode ‘Tragedi Kebakaran Plumpang Kenapa Anies diserang?’	IBN	98
8.	Sandy Gunarso	Fenomena Aplikasi TikTok Shop Sebagai Alternatif Belanja Hemat	IBN	109