



P-ISSN 2597-9841
E-ISSN 2686-469X

MEDIAKOM

JURNAL ILMU KOMUNIKASI

Volume 8, Nomor 1, Januari - Juni 2024

Diterbitkan Oleh:
Bagian Publikasi
Universitas Gunadarma

DEWAN REDAKSI JURNAL MEDIAKOM

Penanggung Jawab

Prof. Dr. E.S. Margianti, S.E., M.M.
Prof. Suryadi Harmanto, SSI., M.M.S.I.
Drs. Agus Sumin, M.M.S.I.

Dewan Editor

Dr. Dinda Rakhma Fitriani, S.I.Kom., M.I.Kom, Universitas Gunadarma
Dr. Edi Prihantoro, S.S., M.M.S.I, Universitas Gunadarma
Dr. Kiayati Yusriah, M.I.Kom, Universitas Gunadarma
Ocvita Ardhiani, S.I.Kom., M.Si, Universitas Gunadarma
Widiastiana Vista Wijaya, S.I.Kom., M.I.Kom, Universitas Gunadarma

Reviewer

Prof. Dr. Ir. Budi Hermana, MM, Universitas Gunadarma
Dr. Ir. Tety Elida Siregar, MM, Universitas Gunadarma
Dr. RR. Wahyuni Choiriyati, S.Sos., M.Si, Universitas Pertamina
Dr. Mulyanti Syas, M.Si, UIN Imam Bonjol
Edy Susilo, M.Si, UPN “Veteran” Yogyakarta
Dr. Aan Widodo., S.I.Kom., M.I.Kom, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
Dr. Tubagus Maulana Kusuma, S.Kom., Mengsc, Universitas Gunadarma

Sekretariat Redaksi

Universitas Gunadarma
mediakom@gunadarma.ac.id
Jalan Margonda Raya No. 100 Depok 16424
Phone : (021) 78881112 ext 516.

JURNAL ILMU KOMUNIKASI MEDIKOM

NOMOR 1, VOLUME 8, Juni 2024

DAFTAR ISI

ETNOGRAFI VIRTUAL PERILAKU <i>IMPULSIVE BUYING</i> DI MEDIA SOSIAL (STUDI PADA AKUN <i>AUTOBASE @DISCOUNTFESS</i>) Chikal Clarasati Wijaya, Paujiatul Arifah, Ocvita Ardiani	1
STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATION SAMPAIJAUH.COM DALAM CAMPAIGN 1000 SEPATU ALAS TEMPUH Muhammad Zindan Albanna Suryanto, Nadinta Rafifah Suaib	16
BELANJA ONLINE GEN Z: DITINJAU DARI DAYA TARIK IKLAN DAN <i>CELEBRITY ENDORSER</i> Fitri Dwi Lestari, Dani Setiadarma	34
ANALISIS RESEPSI PADA TREND RASA TAKUT AKAN KETINGGALAN (FOMO) BAGI REMAJA DI MEDIA SOSIAL Citra Eka Putri, Radja Erland Hamzah, Fizzy Andriani	48
ANALISIS KEPERCAYAAN DIRI MAHASISWA AKMRTV JAKARTA MELALUI <i>SECOND ACCOUNT</i> PADA INSTAGRAM Feby Nabiilah, Karina Jayanti	63
TIKTOK SEBAGAI MEDIA KAMPANYE PARTAI POLITIK (STRATEGI PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA DALAM MEMBANGUNELEKTABILITAS PADA PEMILU 2024) Davin Arkana, Sri Wahyuni	78
STRATEGI KOMUNIKASI PENGELOLAAN WEBSITE DESA CIANGSANA BERBASIS MASYARAKAT Hiswanti, Ravika Savitri, Noviawan Rasyid Ohorella	91
EFEKTIVITAS <i>CORPORATE ADVERTISING</i> TOKOPEDIA DALAM PEMBANGUNAN <i>BRAND POSITIONING</i> DAN <i>BRAND IMAGE</i> Herna, Rahmadiana	112
KONSTRUKSI CANTIK AKUN INSTAGRAM <i>@ANAK.UPI.CANTIK</i> DAN <i>@UNPAD.GEULIS</i> Tyas Kasusilaningrum, Vinnawaty Sutanto	128
ANALISIS FRAMING : BERITA PASCA DEBAT PERTAMA CALON PRESIDEN 2024 PADA SITUS MEDIA ONLINE Ikrimatul Amal, Lena Sri Hayati, Nia Kania Kurniawati, Rangga Galura Gumelar	144