

Jurnal Komunikasi

Vol. 18 No. 2, Desember

2025 ISSN: 1411-268X

Massa

Komunikasi <i>Stakeholder</i> pada Program <i>Corporate Responsibility</i> PT Semen Gresik dalam Mencapai <i>Social License to Operate</i>	1-10
Pengaruh Visual Konten dan Komunikasi Persuasif Influencer Instagram @sashfir terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Kalangan Mahasiswa PTN	11-22
Pengaruh Informasi Musisi, Visual Stage Act dan Daya tarik Lagu pada Akun IG @traffijammusic terhadap Keputusan Pembelian Tiket Konser	23-32
Analisis Wacana Krisis Norman Fairclough: Representasi Kekerasan Seksual pada Laki-laki para serial Baby Reindeer	33-42
Mengapa Kita Percaya Skincare Berlapis? Membaca Diskursus Multi-step Skincare di Media Sosial	43-52
Kritik Sosial Pers terhadap Penanganan Kasus Korupsi Di Indonesia	53-60
Kajian Literatur: Perkembangan Komunikasi CSR dan Reputasi Perusahaan	61-72
Manajemen Privasi Komunikasi Pengguna Fitur Spaces Di Media Sosial X	73-84
Studi Kasus Penggunaan Akun Instagram @life.at.prospect Dalam Meningkatkan Internal Branding dan Employee Engagement	85-94
Pengaruh Daya Tarik Iklan, Brand Image, dan Emotional Branding terhadap Loyalitas Konsumen	95-102
Implementasi Strategi Komunikasi QRIS TAP sebagai Inovasi Baru Sistem Pembayaran Digital Melalui Media Sosial Bank Indonesia	103-114
Pengaruh E-WOM dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Trust sebagai Variabel Mediasi Produk Kosmetik di kalangan Follower Akun Instagram @simetingofficial	115-130
Generasi Z dan Situs Judi Online: Studi Ketergantungan Media dalam Perilaku Judi Online Slot di Kalangan Mahasiswa UNS	131-143
Analisis Interaksi Penggemar Serial Animasi dalam Kolom Komentar YouTube	144-158
Efektivitas Evnt Solo Art Market sebagai Wadah Pemberdayaan untuk UMKM Ekonomi Kreatif	159-165

Dwi Prasetyo Wijanarko
Andre Noevi Rahmanto

Salvira Nur Fatika
Andrine Prima Afnta Azril

Irenea Gendis
Aulia Suminar Ayu

Muhammad Al Kautsar
Chatarina Heny Dwi Surwati
Salma Prasantika Amada
Diah Kusumawati
Benar Kondang Wijaksono
Eka Nada Shofa Alkhajar
Fahmi Hassan Subowo
Mahfud Anshori
Acchedya Ashria Rahman
Sri Herwindya Baskara Wijaya
Hana Dhia Khoirunisa Rachman
Nora Nailul Amal

Kharisma Agustia I. Permatasari
Novita Haryono
Hasna Abidah Zain
Sri Hastjarjo

Janet Devagaluh Athalla
Tanti Hermawati

Jagat Afghani Gangsar Sutrisna
Prahastiwi Utari

Ruth Ivanaomi
Christina Tri Hendriyani
Aroon Kusuma Jati Prasetya
Likha Sari Anggreni

Jurnal Komunikasi Massa	Volume 18	Nomor 2	Halaman 1 - 176	Desember 2025	ISSN: 1411-268X
-------------------------------	--------------	------------	--------------------	------------------	--------------------

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Sebelas Maret
Surakarta



Jurnal **Komunikasi** Massa

Volume 18, Nomor 2, Desember 2025

ISSN: 1411-268X

Jurnal Komunikasi Massa diterbitkan oleh
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret
Jl. Ir. Sutami 36A, Surakarta 57126, Jawa Tengah, Indonesia
<https://jurnal.uns.ac.id/kom/>



Jurnal Komunikasi Massa

Terbit dua kali setahun

Hak cipta dilindungi Undang-undang.

Dilarang memperbanyak sebagian atau keseluruhan isi dalam pelbagai bentuk medium baik cetakan, mekanik, elektronik, atau digital tanpa izin dari Redaksi.

ISSN: 1411-268X

Desain dan tata letak oleh Sri Hastjarjo

Dewan Redaksi

Penanggung Jawab

Kepala Program Studi Ilmu
Komunikasi FISIP Universitas
Sebelas Maret

Pemimpin Redaksi

Sri Hastjarjo S.Sos. PhD.

Sekretaris Redaksi

Sri H.B. Wijaya, S.Sos. MSi.
Monika S. Yulianti, S.Sos. MSi.
Dr. Likha S. Anggreni, M.Soc.Sc.

Penyunting Ahli

Prof. Drs. Pawito, PhD.
Dra. Prahastiwi Utari, MSi. PhD.
Dr. Andre N. Rahmanto, S.Sos. MSi.

Alamat Redaksi

Program Studi Ilmu Komunikasi
FISIP Universitas Sebelas Maret
Jl. Ir. Sutami 36A, Surakarta, 57126
Tlp./Fax: (0271) 632478
E-mail: sri.hastjarjo@staff.uns.ac.id
Web: <https://jurnal.uns.ac.id/kom/>

Pemasar/sirkulasi

Budi Aryanto, Tlp. (0271) 632478

Jurnal Komunikasi Massa terbit dua kali dalam setahun, diterbitkan oleh Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UNS sebagai media wacana intelektual bagi pengembangan Ilmu Komunikasi. Redaksi mengundang para mahasiswa, peneliti, dan praktisi bidang komunikasi dan media massa untuk mengirimkan tulisan, berupa hasil penelitian maupun pemikiran. Syarat penulisan artikel tercantum di halaman sampul belakang. Redaksi berhak untuk melakukan Seleksi dan mengedit naskah tanpa mengurangi esensi isi.

Pengantar Redaksi

Jurnal Komunikasi Massa Volume 8 Nomor 2 ini menghadirkan ragam kajian yang mencerminkan dinamika mutakhir ilmu komunikasi, baik dari sisi tema maupun pendekatan metodologis. Artikel-artikel dalam edisi ini mengulas spektrum isu yang luas: mulai dari komunikasi CSR dan social license to operate, strategi komunikasi pemasaran dan influencer, budaya populer dan industri hiburan, wacana media dan kritik sosial, hingga persoalan kontemporer seperti manajemen privasi digital, QRIS sebagai inovasi sistem pembayaran, e-WOM, judi online di kalangan Generasi Z, representasi gender, interaksi penggemar, serta pemberdayaan UMKM ekonomi kreatif.

Keberagaman topik tersebut diiringi dengan kekayaan metode penelitian. Para penulis memanfaatkan pendekatan kuantitatif melalui survei dan pengujian model hubungan antarvariabel, kualitatif melalui analisis wacana kritis, studi kasus, dan kajian diskursif media, serta kajian literatur untuk memetakan perkembangan konseptual di bidang komunikasi. Variasi ini menunjukkan bagaimana ilmu komunikasi terus berkembang sebagai disiplin yang lentur, mampu membaca fenomena sosial, teknologi, ekonomi, dan budaya secara simultan.

Redaksi berharap edisi ini tidak hanya memperkaya khazanah akademik, tetapi juga menginspirasi pembaca—mahasiswa, peneliti, dan praktisi—untuk mengembangkan riset yang lebih interdisipliner, kritis, dan relevan dengan tantangan masyarakat kontemporer.

Surakarta, Desember 2025

Redaksi