

KOMUNIKATIF

Jurnal Ilmiah Komunikasi

P-ISSN 2301-6558
E-ISSN 2597-6699

[HOME](#) [ABOUT](#) [USER HOME](#) [SEARCH](#) [CURRENT](#) [ARCHIVES](#) [ANNOUNCEMENTS](#) [REVIEWER](#)

[Home](#) > [User](#) > [Author](#) > [Submissions](#) > [#5634](#) > [Summary](#)

#5634 Summary

[Submit Naskah](#)

[SUMMARY](#) [REVIEW](#) [EDITING](#)

Submission

Authors Muhammad Thoyib Amali, Sheila Lestari Giza Pudrianisa
Title The Impact of Social Media Exposure and Peer Group Towards Gen Z Decision To Visit Pasar Kangen Yogyakarta
Original file [5634-17025-1-SM.DOCX](#) 2024-06-01
Supp. files [5634-19137-1-SP.PDF](#) 2024-12-04
[5634-19138-1-SP.PDF](#) 2024-12-04
[5634-19139-1-SP.JPEG](#) 2024-12-04
Submitter sheila.pudrianisa
Date submitted June 1, 2024 - 04:45 PM
Section Artikel
Editor Nanang Krisdinanto
Abstract Views 0

Status

Status Published Vol 13, No 2 (2024)
Initiated 2024-12-24
Last modified 2024-12-24

Submission Metadata

Authors

Name Muhammad Thoyib Amali
Affiliation Universitas Ahmad Dahlan
Country Indonesia
Bio Statement —

Name Sheila Lestari Giza Pudrianisa
Affiliation Universitas Amikom Yogyakarta
Country Indonesia
Bio Statement —
 Principal contact for editorial correspondence.

Title and Abstract

Title The Impact of Social Media Exposure and Peer Group Towards Gen Z Decision To Visit Pasar Kangen Yogyakarta

Abstract

The Special Region of Yogyakarta has taken proactive steps to boost the number of tourists post-COVID-19 by holding various cultural events again, including Pasar Kangen. As a prominent annual event, Pasar Kangen can attract a large number of visitors. Seeing the long journey of Pasar Kangen, which has been held since 2007, this agenda has become a destination for various groups of tourists, including Gen Z. This study aims to analyze the influence of social media and peer group exposure on Gen Z's decision to visit Pasar Kangen Yogyakarta through the perspective of the Elaboration Likelihood Model (ELM) theory. This study uses a quantitative explanative approach with a survey of 100 Gen Z tourists who visited Pasar Kangen Yogyakarta in 2023. The data analysis technique used to test the hypotheses in this study is multiple regression using the SmartPLS program. The study results show that social media and peer group exposure positively and significantly influenced Gen Z's decision to visit Pasar Kangen Yogyakarta. Furthermore, as a managerial implication, referring to the principle of liking in the ELM theory, the organizers of the Pasar Kangen event can expand the reach of social media exposure through collaboration with digital key opinion leaders, especially those who are widely followed by Gen Z on social media, considering that the influence of social media exposure is lower than that of peer group..

ABSTRAK

Daerah Istimewa Yogyakarta mengambil langkah proaktif untuk mendongkrak jumlah wisatawan pasca COVID-19 dengan kembali menggelar berbagai acara kebudayaan, termasuk Pasar Kangen. Sebagai acara tahunan yang terkemuka, Pasar Kangen mampu menarik minat pengunjung dalam jumlah besar. Melihat perjalanan panjang Pasar Kangen yang telah diselenggarakan sejak tahun 2007, agenda ini telah menjadi tujuan berbagai kalangan wisatawan, termasuk Gen Z. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh terpaan media sosial dan peer group terhadap keputusan Gen Z mengunjungi Pasar Kangen Yogyakarta melalui perspektif teori Elaboration Likelihood Model (ELM). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan survei terhadap 100 wisatawan Gen Z yang berkunjung ke Pasar Kangen Yogyakarta pada tahun 2023. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis yang ada dalam penelitian ini adalah regresi berganda menggunakan program SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

USER

You are logged in as...

sheilagiza

- [My Journals](#)
- [My Profile](#)
- [Log Out](#)

ACCREDITATION



CERTIFIED BY



Author Guidelines

Article Template

ABOUT THE JOURNAL

Online Submissions

Editorial Team

Reviewer

Focus and Scope

Open Access Policy

Publication Ethics and Malpractice Statement

terpaan media sosial dan peer group mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan Gen Z dalam mengunjungi Pasar Kangen Yogyakarta. Lebih lanjut, sebagai implikasi manajerial, merujuk pada prinsip liking dalam teori ELM, penyelenggara acara Pasar Kangen dapat memperluas jangkauan terpaan media sosial melalui kolaborasi dengan digital key opinion leader, khususnya yang banyak diikuti oleh Gen Z di media sosial, mengingat dalam kasus ini pengaruh terpaan media sosial lebih rendah dari pada peer group.

Indexing

Academic discipline and sub-disciplines —

Keywords Gen Z; Pasar Kangen Yogyakarta; Peer group; Social Media Exposure

Language en

Supporting Agencies

Agencies —

References

References

Abdi, H., & Williams, L. J. (2013). Partial least squares methods: partial least squares correlation and partial least square regression. *Computational Toxicology*, 2, 549–579. https://doi.org/10.1007/978-1-62703-059-5_23

Abidin, C. (2016). "Aren't These Just Young, Rich Women Doing Vain Things Online?": Influencer Selfies as Subversive Frivolity. *Social Media + Society*, 2(2), 2056305116641342. <https://doi.org/10.1177/2056305116641342>

Amali, M. T. (2019). Pengaruh Desain Aplikasi, Terpaan Iklan Online dan E-Wom Terhadap Penggunaan Ulang Jasa Go-Jek di Kota Semarang yang di Mediasi Oleh Kepercayaan [Master Program in Communication Science]. <http://eprints.undip.ac.id/71626/>

Anggraeni, S., & Amali, M. T. (2023). The influence of NCT dream as something brand ambassador on the fandom purchase decision. *Symposium of Literature, Culture, and Communication (SYLECTION) 2023*, 3(1), 114. <https://doi.org/10.12928/sylection.v3i1.13948>

Ardianto, E. (2014). Komunikasi Massa: Suatu Pengantar. Simbiosis Rekatama Media.

Azzaakiyyah, H. K. (2023). The Impact of Social Media Use on Social Interaction in Contemporary Society. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.61100/tacit.v1i1.33>

Bhalla, R., Tiwari, P., & Chowdhary, N. (2021). Digital Natives Leading the World: Paragons and Values of Generation Z BT - Generation Z Marketing and Management in Tourism and Hospitality: The Future of the Industry (N. Stylos, R. Rahimi, B. Okumus, & S. Williams (eds.); pp. 3–23). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-70695-1_1

Cheung, C. M. K., & Lee, M. K. O. (2012). What Drives Consumers to Spread Electronic Word of Mouth in Online Consumer-Opinion Platforms. *Decision Support Systems*, 53(1), 218–225. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.01.015>

Chou, Y.-C., Chuang, H. H.-C., & Liang, T.-P. (2022). Elaboration likelihood model, endogenous quality indicators, and online review helpfulness. *Decision Support Systems*, 153, 113683. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2021.113683>

Dainton, M., & Zelle, E. D. (2022). Applying Communication Theory for Professional Life: A Practical Introduction. Sage publications.

Damanik, J., & Weber, H. F. (2006). Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi. Penerbit Andi.

Deslia, I. F., & Amali, M. T. (2023). Integrasi Marketing dan Public Relations dalam Membangun Wajah Baru Teras Malioboro. In *Komunikasi & Isu Global Kontemporer* (pp. 45–64). Samudra Biru.

Dinas Pariwisata DIY. (2021). Buku Statistik Kepariwisataaan 2021. In Dinas Pariwisata DIY. <https://visitingjogja.jogjapro.gov.id/webdinas/download/statistik-kepariwisataaan-diy-tahun-2021/>

Dinas Pariwisata DIY. (2023). Calendar Of Event 2023 Daerah Istimewa Yogyakarta. <https://visitingjogja.jogjapro.gov.id/38515/calendar-of-event-2023-daerah-istimewa-yogyakarta/>

Diningrum, E. K. (2018). Pengaruh Peer Group dan Pendidikan Keuangan Keluarga Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa [STIE Perbanas Surabaya]. <http://eprints.perbanas.ac.id/id/eprint/3954>

Elwani, R. S., & Kurniawan, F. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Sosial Bagi Remaja. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 64–80. <http://doi.org/10.24912/jk.v12i1.6654>

Erwin, E., Saununu, S. J., & Rukmana, A. Y. (2023). The influence of social media influencers on generation Z consumer behavior in Indonesia. *West Science Interdisciplinary Studies*, 1(10), 1040–1050. <https://doi.org/10.58812/wsis.v1i10.317>

Friedman, V. J., Wright, C. J. C., Molenaar, A., McCaffrey, T., Brennan, L., & Lim, M. S. C. (2022). The Use of Social Media as a Persuasive Platform to Facilitate Nutrition and Health Behavior Change in Young Adults: Web-Based Conversation Study. *Journal of Medical Internet Research*, 24(5), e28063. <https://doi.org/10.2196/28063>

Ghozali, I. (2008). Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Graupensperger, S., Benson, A. J., Bray, B. C., & Evans, M. B. (2019). Social Cohesion and Peer Acceptance Predict Student-Athletes' Attitudes Toward Health-Risk Behaviors: A Within-and Between-Group Investigation. *Journal of Science and Medicine in Sport*, 22(12), 1280–1286. <https://doi.org/10.1016/j.jsams.2019.07.003>

Griffin, E. (2012). A First Look at Communication Theory, 8th Edition. McGraw-Hill.

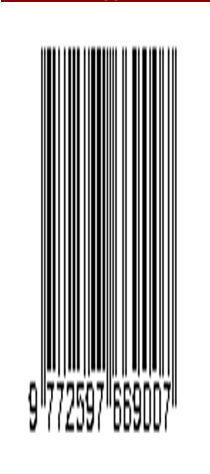
Gunawan, L., Haryono, S., & Andreani, F. (2021). Social Media Influencer, Brand Awareness, and Purchase Decision Among Generation Z in Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 23(1), 18–26. <https://doi.org/10.9744/jmk.23.1.18-26>

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Sage Publications.

Hapsara, O., & Ahmadi. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(01), 64–76. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.14802>

Hitti, A., & Killen, M. (2015). Expectations About Ethnic Peer Group Inclusivity: The Role of Shared Interests, Group Norms, and Stereotypes. *Child Development*, 86(5), 1522–1537. <https://doi.org/10.1111/cdev.12393>

Peer Review Process
Announcements
Publication Fees & Fast Track
Right & licences
Contact Us
E-ISSN



ANNOUNCEMENT

CALL FOR PAPER

The Editor of the *Komunikatif Journal* invites academics, researchers, or practitioners to send manuscripts (6000-9000 words) on Volume 13, Number 1, July 2024. The deadline for submitting manuscripts is April 30, 2024.

.....

REFERENCE

Every article submitted to KOMUNIKATIF shall use reference management software e.g. **Mendeley**.

use **APA citation style**, download [here](#)

PLAGIARISM CHECKER

All articles published in **KOMUNIKATIF** must pass the similarity test (**Turnitin Test**) with maximum results of **20%**.

We also recommend using Grammarly, download [here](#)

STAT COUNTER

Visitors (since Nov 09, 2018):

00321784
[View Jurnal Komunikatif Stats](#)

Visitors

ID 123,023 VN 62

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Kedaulatan Rakyat. (2023, July 29). Pasar Kangen 2023. *Tajuk Rencana - Kedaulatan Rakyat*, 11.

Kemp, S. (2023). Digital 2023: Indonesia. We Are Social & Meltwater. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>

Khairil, M., Yusaputra, M. I., & . N. (2019). Efek Ketergantungan Remaja K-Popers Terhadap Media Sosial di Kota Palu. *Jurnal ASPIKOM*, 4(1), 14. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v4i1.484>

Khamidah, & Sofiyanti, I. (2023). Akupresure untuk Mengatasi Dismenore pada Remaja Putri: Acupressure to Overcome Dysmenorrhea in Teenager. *Journal of Holistics and Health Sciences (JHHS)*, 5(1), 155–165. <https://doi.org/10.35473/jhhs.v5i1.266>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education.

Kriyantono, R. (2009). *Teknik Riset Praktis Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.

Kuncoro, H. A. D. P., & Kusumawati, N. (2021). A Study of Customer Preference, Customer Perceived Value, Sales Promotion, and Social Media Marketing Towards Purchase Decision of Sleeping Product in Generation Z. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 3(9), 265–276. <https://doi.org/10.35631/aijbess.39018>

Kurniawan, C. D., & Amali, M. T. (2024). The Influence of Electronic Word of Mouth on Instagram Towards Visiting Interest to Heha Ocean View. *Jogjakarta Communication Conference (JCC)*, 2(1), 311–317. <https://jcc-indonesia.id/proceeding/index.php/jcc/article/view/340>

Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of Human Communication*, 7th Edition. Waveland Press.

Michelle, A., & Susilo, D. (2021). The Effect of Instagram Social Media Exposure on Purchase Decision. *ETTISAL : Journal of Communication*, 6(1), 36. <https://doi.org/10.21111/ejoc.v6i1.6242>

Mukmin, M., Jufrizen, J., Purnama, N. I., Gunawan, A., & Julita, J. (2023). Determinants of Consumptive Behavior of the Millennial Generation: The Role of Financial Literacy Moderation. *AFRE Accounting and Financial Review*, 6(1), 1–14. <https://doi.org/10.26905/afr.v5i3.9514>

Muslim, A. W. (2018). Pengaruh Media Sosial, E-Service Quality dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Oleh Gaya Hidup. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 145–162. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jrbm/article/view/19697>

Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(1), 133. https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v4i1.496

Mweshi, G. K., & Sakyi, K. (2020). Application of sampling methods for the research design. *Archives of Business Review–Vol*, 8(11), 180–193. <https://doi.org/10.14738/abr.811.9042>

Nesi, J., Dredge, R., Maheux, A. J., Roberts, S. R., Fox, K. A., & Choukas-Bradley, S. (2023). Peer experiences via social media. In *Encyclopedia of Child and Adolescent Health* (pp. 182–195). Academic Press. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-0-12-818872-9.00046-7>

Nuraeni, S., Arru, A. P., & Novani, S. (2015). Understanding Consumer Decision-making in Tourism Sector: Conjoint Analysis. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 169, 312–317. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.315>

Paisri, W., Ruangguttamanun, C., & Sujchaphong, N. (2022). Customer Experience and Commitment on eWOM and Revisit Intention: A Case of Taladtongchom Thailand. *Cogent Business & Management*, 9(1), 2108584. <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2108584>

Pohan, M., Jufrizen, J., & Annisa, A. (2021). Pengaruh Konsep Diri, Kelompok Teman sebaya, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dimoderasi Literasi Keuangan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 402–419. <https://doi.org/10.30596/snk.v2i1.8304>

Pratiwi, C., Maudina, C., Kurniawan, A., & Wibisono, A. (2019). Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Berkunjung Wonderland Adventure Waterpark Karawang. *Buana Ilmu*, 3(2), 14–35. <https://doi.org/10.36805/bi.v3i2.646>

Pudrianisa, S. L. G., Pangestu, A. G., Swandry, L., Adi, R. P., & Keddy, Y. W. (2023). Literasi Digital Marketing dan Pemanfaatan Marketplace Dalam Pengembangan Bisnis Online Pemuda Condongcatur. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 87–98. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v6i1.13723>

Putri, R. K., Sari, R. I., Wahyuningsih, R., Meikhati, E., & Aji, A. W. (2021). Efek Pandemi Covid 19: Dampak Lonjakan Angka PHK terhadap Penurunan Perekonomian di Indonesia. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, 1(2), 72–77. <https://doi.org/10.47701/bismak.v1i2.1206>

Qurniawati, R. S., & Nurohman, Y. A. (2018). eWOM pada Generasi Z di Sosial Media. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 20(2), 70–80. <https://doi.org/10.23917/dayasaling.v20i2.6790>

Rakhmat, J. (2003). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.

Razak, A. H. (2019). Pasar Kangen yang Bikin Kangen. *Harian Jogja*. <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2019/07/22/510/1007143/pasar-kangen-yang-bikin-kangen>

Rizal, A. R. A., Nordin, S. M., Ahmad, W. F. W., Khiri, M. J. A., & Hussin, S. H. (2022). How does social media influence people to get vaccinated? The elaboration likelihood model of a person's attitude and intention to get COVID-19 vaccines. *International Journal of Environment Research and Public Health*, 19(4), 2378. <https://doi.org/10.3390/ijerph19042378>

Salim, M., Supranto, S., Marta, R. F., Hariyanti, N., & Amali, M. T. (2023). Intensitas Mengakses Aplikasi TikTok dan Pengaruhnya terhadap Komunikasi Interpersonal Remaja. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 6(1), 13–24. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v6i1.200>

Santrock, J. W. (2017). *Psikologi Pendidikan*. Kencana Prenada Media Group.

Saraswati, B. D. (2023). Pasar Kangen Jogja 2023 Wadah Meningkatkan Ekonomi Masyarakat. *Harian Jogja*.

Sari, I. A., Hamiyati, H., & Rasha, R. (2019). Pengaruh Fungsi Peer Group Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Pencarian Informasi) Produk Kosmetik Pada Remaja Putri. *JKKP (Jurnal Kesejahteraan Keluarga Dan Pendidikan)*, 6(01), 1–8. <https://doi.org/10.21009/jkkp.06i1.01>

Scharrer, E., & Ramasubramanian, S. (2021). *Quantitative Research Methods in Communication: The Power of Number for Social Justice*. Routledge.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behaviour* 8th Edition. Prentice Hall Inc.

Shi, J., Hu, P., Lai, K. K., & Chen, G. (2018). Determinants of users' information dissemination behavior on social networking sites: An elaboration likelihood model perspective. *Internet Research*, 28(2), 393–418. <https://doi.org/10.1108/IntR-01-2017-0038>

CN	4,534	CZ	45
US	3,202	CM	42
SG	2,653	TW	39
MY	947	NG	39
JP	426	TH	38
PH	242	IR	35
RU	241	IT	35
KR	230	KH	33
IN	206	IE	32
GB	173	SE	30
AU	147	EG	30
CA	141	TL	29
FR	134	KE	29
NL	93	PK	26
CD	91	BR	24
DE	77	PL	22
TR	72	CG	22
ZA	65	DZ	21
HK	64	GH	20

Pageviews: 341,236

FLAG counter

Journal Help

JOURNAL CONTENT

Search

Search Scope

All

Search

Browse

- [By Issue](#)
- [By Author](#)
- [By Title](#)
- [Other Journals](#)

NOTIFICATIONS

- [View \(4 new\)](#)
- [Manage](#)

INFORMATION

- [For Readers](#)
- [For Authors](#)
- [For Librarians](#)

FONT SIZE

KEYWORDS

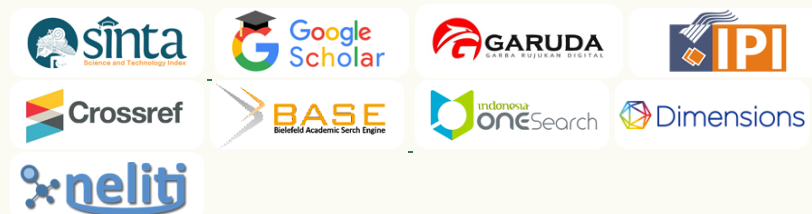
[Es Teh Indonesia](#) [Ganjar Pranowo](#) [IMC](#) [Keputusan Media Sosial](#) [Semiotika](#) [Siswa](#) [consumer perceptions](#) [discourse](#) [discourse network analysis](#) [fuel price increase](#) [komunikasi](#) [kesehatan](#) [legal notice](#) [literasi digital](#) [management crisis media](#) [media sosial](#) [partisipasi politik](#) [perempuan pros and cons](#) [teknologi](#)

- Silva, S. C. E., Machado E, J. C., & Cruz, M. (2017). The influence of WOM and Peer Interaction in the Decision-Making Process of Generation Z within the Family. *International Journal of Marketing, Communication and New Media*, 2, 2182–9306. <https://doi.org/10.54663/2182-9306>
- Sofianita, S. (2015). Pengaruh Teman Sebaya (Peer Group) Terhadap Imitation Behavior Pembelian Aksesoris Pada Remaja (Studi pada siswi SMA Negeri 11 Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(2), 1–10. <https://doi.org/10.26740/jptn.v3n2.p%p>
- Sugiyarto, S., & Amaruli, R. J. (2018). Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya dan Kearifan Lokal. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 45–52. <https://doi.org/10.14710/jab.v7i1.22609>
- Tira, S. (2022). Industri Pariwisata Mulai Pulih, Tertinggi Bali dan Nusa Tenggara. *Liputan 6*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5016875/industri-pariwisata-mulai-pulih-tertinggi-bali-dan-nusa-tenggara?page=2>
- Ulhaq, M. J., & Sofia, H. F. (2024). Revitalisasi Budaya Melalui Pariwisata : Studi Kasus Pasar Kangen Yogyakarta Sebagai Event Tourism Berbasis Tradisi. *PEKSOS: Jurnal Ilmiah Pekerja Sosial*, 23(1), 228–255. <https://doi.org/10.31595/peksos.v23i1.1154>
- Vizcaya-Moreno, M. F., & Pérez-Cañaveras, R. M. (2020). Social Media Ssed and Teaching Methods Preferred by Generation Z Students in the Nursing Clinical Learning Environment: A Cross-sectional Research Study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(21), 1–10. <https://doi.org/10.3390/ijerph17218267>
- Wachyuni, S. S., Wiweka, K., Ferdinandsyah, M. R., & Wahyuni, N. (2023). The Study of the Kangen Yogyakarta Market from the Viewpoint of a Traveler Experiencing the Culinary Festival. *Journal of Tourism and Economic*, 6(2), 230–241. <https://doi.org/10.36594/jtec/e6v6n2a8>
- Wacono, T. D., Lukitaningsih, A., & Maharani, B. D. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM), Kelompok Teman Sebaya (Peer Group) dan Gaya Hidup Hedonis pada Keputusan Pembelian Konsumen Filosofi Kopi Jogja. *Jurnal Bingkai Ekonomi (JBE)*, 6(1), 45–57. <http://dx.doi.org/10.54066/jbe.v6i1.95>
- Wagner, B. C., & Petty, R. E. (2022). The elaboration likelihood model of persuasion: Thoughtful and non-thoughtful social influence. In *Theories in Social Psychology*, Second Edition (pp. 120–142). Wiley Online Library. <https://doi.org/10.1002/9781394266616>
- Wang, X., Yu, C., & Wei, Y. (2012). Social media peer communication and impacts on purchase intentions: A consumer socialization framework. *Journal of Interactive Marketing*, 26(4), 198–208. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2011.11.004>
- Weltevrede, E., Helmond, A., & Gerlitz, C. (2014). The Politics of Real-time: A Device Perspective on Social Media Platforms and Search Engines. *Theory, Culture & Society*, 31(6), 125–150. <https://doi.org/10.1177/0263276414537318>
- Widaningsih, T. T., Nugraheni, Y., Prananingrum, E. N., & Rahayunianto, A. (2020). Pengaruh Terpaan Media dan Daya Tarik Destinasi Wisata terhadap Minat Berwisata. *Jurnal Komunikatif*, 9(2), 174–190. <https://doi.org/10.33508/jk.v9i2.2742>
- Widyaningrum, A. Y. (2021). Kajian Tentang Komunitas Virtual: Kesempatan dan Tantangan Kajian di Bidang Ilmu Komunikasi. *Jurnal Komunikatif*, 10(2), 141–152. <https://doi.org/10.33508/jk.v10i2.3457>
- Widyawati, L. (2019). Fenomena Budaya Pop Dalam Ruang Publik Kota Yogyakarta. *Jurnal KaLIBRASI-Karya Lintas Ilmu Bidang Rekayasa Arsitektur, Sipil, Industri*, 2(2), 72–86. <https://doi.org/10.37721/kalibrasi.v2i0.580>
- Wulandari. (2016). Pengaruh Love Of Money, Pendidikan Keuangan Dikeluarga, Hasil Belajar Manajemen Keuangan, Dan Teman Sebaya Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 4(3), 1–6. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jpak/article/view/17112>
- Yu, S., & Setiyaningrum, A. (2019). Studi Mengenai City Branding Kota Yogyakarta Sebagai Kota Pelajar Di Indonesia. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(1), 31–46. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2019.v13.i01.p04>

Member of :



KOMUNIKATIF indexed by:



Accredited by :



Visit us here >>>

Komunikatif : Jurnal Ilmu Komunikasi sekretariat:

Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Kampus Dinoyo. Jl. Dinoyo No.42-44, Keputran, Kec. Tegalsari, Kota SBY, Jawa Timur 60265



KOMUNIKATIF : Jurnal Ilmu Komunikasi is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

KOMUNIKATIF

Jurnal Ilmiah Komunikasi

P-ISSN 2301-6558
E-ISSN 2597-6699

[HOME](#) [ABOUT](#) [USER HOME](#) [SEARCH](#) [CURRENT](#) [ARCHIVES](#) [ANNOUNCEMENTS](#) [REVIEWER](#)

[Home](#) > [User](#) > [Author](#) > [Submissions](#) > [#5634](#) > **Review**

#5634 Review

Proses Review

[SUMMARY](#) [REVIEW](#) [EDITING](#)

Submission

Authors: Muhammad Thoyib Amali, Sheila Lestari Giza Pudrianisa
Title: The Impact of Social Media Exposure and Peer Group Towards Gen Z Decision To Visit Pasar Kangen Yogyakarta
Section: Artikel
Editor: Nanang Krisdinanto

Peer Review

Round 1

Review Version: [5634-17026-2-RV.DOCX](#) 2024-11-13
Initiated: 2024-11-08
Last modified: 2024-12-02
Uploaded file: Reviewer B [5634-19097-1-RV.DOCX](#) 2024-12-02
Reviewer A [5634-19098-1-RV.DOCX](#) 2024-12-02

Editor Decision

Decision: Accept Submission 2024-12-23
Notify Editor: [Editor/Author Email Record](#) 2024-12-23
Editor Version: [5634-18600-1-ED.DOCX](#) 2024-10-25
[5634-18600-2-ED.DOCX](#) 2024-11-13
Author Version: [5634-18681-1-ED.DOCX](#) 2024-10-30 [DELETE](#)
[5634-18681-2-ED.DOCX](#) 2024-12-04 [DELETE](#)
[5634-18681-3-ED.PDF](#) 2024-12-04 [DELETE](#)
Upload Author Version: no file selected

Member of :



KOMUNIKATIF indexed by:



Accredited by :



Visit us here >>>

USER

You are logged in as...
sheilagiza

- [My Journals](#)
- [My Profile](#)
- [Log Out](#)

ACCREDITATION



CERTIFIED BY



[Author Guidelines](#)

[Article Template](#)

ABOUT THE JOURNAL

[Online Submissions](#)

[Editorial Team](#)

[Reviewer](#)

[Focus and Scope](#)

[Open Access Policy](#)

[Publication Ethics and
Malpractice Statement](#)

Komunikatif : Jurnal Ilmu Komunikasi sekretariat:

Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Kampus Dinoyo. Jl. Dinoyo No.42-44, Keputran, Kec. Tegalsari, Kota SBY, Jawa Timur 60265



KOMUNIKATIF : Jurnal Ilmu Komunikasi is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

[Peer Review Process](#)

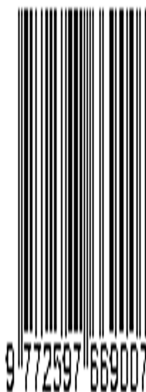
[Announcements](#)

[Publication Fees & Fast Track](#)

[Right & licences](#)

[Contact Us](#)

E-ISSN



ANNOUNCEMENT

CALL FOR PAPER

The Editor of the Komunikatif Journal invites academics, researchers, or practitioners to send manuscripts (6000-9000 words) on Volume 13, Number 1, July 2024. The deadline for submitting manuscripts is April 30, 2024.

REFERENCE

Every article submitted to KOMUNIKATIF shall use reference management software e.g. **Mendeley**.



use **APA citation style**, download [here](#)



PLAGIARISM CHECKER

All articles published in **KOMUNIKATIF** must pass the similarity test (**Turnitin Test**) with maximum results of **20%**.



We also recommend using Grammarly, download [here](#)



STAT COUNTER

Visitors (since Nov 09, 2018):

00321788

[View Jurnal Komunikatif Stats](#)

Visitors

ID 123,023 VN 62

 CN	4,534	 CZ	45
 US	3,202	 CM	42
 SG	2,653	 TW	39
 MY	947	 NG	39
 JP	426	 TH	38
 PH	242	 IR	35
 RU	241	 IT	35
 KR	230	 KH	33
 IN	206	 IE	32
 GB	173	 SE	30
 AU	147	 EG	30
 CA	141	 TL	29
 FR	134	 KE	29
 NL	93	 PK	26
 CD	91	 BR	24
 DE	77	 PL	22
 TR	72	 CG	22
 ZA	65	 DZ	21
 HK	64	 GH	20

Pageviews: 341,236



[Journal Help](#)

JOURNAL CONTENT

Search

Search Scope

All

Search

Browse

- [By Issue](#)
- [By Author](#)
- [By Title](#)
- [Other Journals](#)

NOTIFICATIONS

- [View \(4 new\)](#)
- [Manage](#)

INFORMATION

- [For Readers](#)
- [For Authors](#)
- [For Librarians](#)

FONT SIZE

KEYWORDS

[Es Teh Indonesia](#) [Ganjar](#)
[Pranowo](#) [IMC](#) [Keputusan](#)
[Media Sosial](#)
[Semiotika](#) [Siswa](#) [consumer](#)
[perceptions](#) [discourse](#) [discourse](#)
[network analysis](#) [fuel price](#)
[increase](#) [komunikasi](#)
[kesehatan](#) [legal notice](#) [literasi](#)
[digital](#) [management crisis](#)
[media](#) [media sosial](#)
[partisipasi politik](#) [perempuan](#)
[pros and cons](#) [teknologi](#)

MATRIKS PERBAIKAN MANUSKRIP BERDASARKAN CATATAN REVIEWER KOMUNIKATIF: JURNAL
ILMIAH KOMUNIKASI

Judul Artikel: *The Impact of Social Media Exposure and Peer Group Towards Gen Z Decision to Visit Pasar Kangen Yogyakarta - Pengaruh Terpaan Media Sosial Dan Peer Group Terhadap Keputusan Berkunjung Gen Z Ke Pasar Kangen Yogyakarta*

No.	Section	Catatan Reviewer	Catatan Perbaikan
1.	Abstrack	Perlunya penekanan dan uraian lebih lanjut terkait aspek metodologis dan teori yang digunakan. Implikasi hendaknya juga dibuat lebih spesifik.	Abstrak telah kami tulis ulang dengan menambahkan aspek teoritis dan penjelasan metode yang lebih rinci. Implikasi juga telah kami perjelas lagi menggunakan dasar hasil penelitian yang spesifik.
2.	Introduction	<i>Some parts need additional or supporting data and the subsequent sources, such as the number of visitors to Pasar Kangen and how many of them are from Gen Z.</i>	Data penguat telah kami tambahkan di bagian <i>introduction</i> pada paragraf ke 2 (dua) yang menjelaskan tingginya jumlah pengunjung Pasar Kangen (mengalami peningkatan tiap tahun) yang didominasi oleh anak muda atau Gen Z.
3.		<i>The year 2019 is not considered as Covid-impacted period, therefore the decline of visitors in 2019 cannot be attributed to Covid, while 2021 is considered as partly impacted by the pandemic. Therefore, elaboration in that part of the paper (page 3, paragraph 3) should be revised</i>	Argumen ini telah kami tulis ulang untuk memperjelas bahwa memang tahun 2019 bukan tahun terdampak COVID, berdasarkan data Dinas Pariwisata DIY, pada tahun 2019 ini kunjungan wisata di DIY juga masih tinggi, namun penurunan terjadi pada tahun berikutnya saat PSBB di berlakukan. Hingga pada tahun 2021 Dinas Pariwisata DIY mencatat sudah mulai terjadi peningkatan kunjungan namun masih belum bisa melampaui jumlah kunjungan wisatawan di tahun sebelum COVID (2017-2019).
4.		<i>Authors need to briefly discuss the concept of EWOM in introduction and make it clear of what they categorize as social media.</i>	Uraian tentang e-wom sebagai bentuk dari <i>social media exposure</i> telah kami tambahkan di paragraf ke-5 bagian <i>introduction</i> .
5.		Kejelasan argumen dalam <i>introduction</i> perlu ditekankan lagi terutama dalam keterkaitan variabel yang ada, termasuk	Argumen pada variabel yang ada telah kami tulis ulang pada beberapa paragraf yang relevan (lihat paragraf ke 4-10

		bagaimana teori ELM mampu dijadikan acuan. Urgensi dan tujuan penelitian juga perlu diperjelas lebih dalam di akhir <i>introduction</i> .	di bagian <i>introduction</i>). Urgensi penelitian telah kami kuatkan lagi merujuk pada <i>gap</i> yang ada pada penelitian-penelitian sebelumnya serta kontribusi penelitian ini dalam konteks komunikasi pariwisata (lihat paragraf ke-11 <i>introduction</i>). Orisinalitas dan <i>novelty</i> penelitian yang ada juga kami uraikan lebih lanjut di paragraf berikutnya (Paragraf ke-12 <i>introduction</i>)
6.	Method	Tidak ada penjelasan mendalam mengapa PLSR lebih relevan dibanding metode regresi lain, khususnya terkait tujuan penelitian dan hubungan antarvariabel.	Penjelasan ini telah kami tambahkan pada bagian <i>method</i> di paragraf pertama, menggunakan kutipan dan sumber yang relevan.
7.		Penjelasan mengenai alasan pemilihan teknik sampling ini kurang disoroti serta klaim bahwa ukuran sampel sudah cukup tidak disertai justifikasi rinci terkait kebutuhan analisis multivariat.	Penjelasan mengenai sampling ini telah kami perbaiki dan dilengkapi dengan sumber yang relevan di paragraf ke dua bagian <i>method</i> .
8.		Penggunaan skala Likert dapat memunculkan bias respons, tanpa langkah mitigasi yang dijelaskan.	Bias respon dalam konteks ini bisa diminimalisir melalui penggunaan PLS pada model SEM. Seperti asumsi yang sebelumnya sudah di jelaskan di bagian <i>method</i> di paragraf pertama.
9.		Tidak ada informasi mengenai uji validitas dan reliabilitas instrumen, seperti penggunaan Cronbach's Alpha.	Kami telah menambahkan informasi mengenai validitas dan reliabilitas dalam PLS SEM pada paragraf pertama bagian <i>method</i> .
10.		Hubungan antarvariabel dianggap sederhana, tanpa mempertimbangkan faktor eksternal lain seperti motivasi pribadi atau kondisi ekonomi.	Faktor eksternal lain bukan menjadi fokus penelitian yang diteliti. Penelitian ini sudah di difokuskan pada model penelitian yang telah digunakan, di mana asumi-asumsi pemilihan variabel yang telah dibangun di <i>introduction</i> .
11.		Tidak ada pembahasan tentang asumsi atau evaluasi hasil model PLSR, seperti normalitas data atau indikator Goodness of Fit.	PLSR tidak membutuhkan asumsi normalitas karena metode ini adalah metode alternatif multivariat. Argumen

			ini bisa ditemukan di paragraf pertama bagian metode merujuk pada penjelasan Ghozali (2008)
12.	Result & Discussion	<i>Rather than showing only the percentage, some parts of the paper need absolute number of visitor and others to better illustrate the situation (page 3 paragraph 3, page 4 paragraph 2)</i>	Jumlah pengunjung sudah kami uraikan pada point perbaikan sebelumnya (No. 2). Persentase yang dimaksud merupakan persentase dari responden penelitian (Hasil Penelitian). Persentase ini di perlukan untuk mengetahui proporsi pada setiap kriteria responden, sehingga bisa ditarik kesimpulan terkait subjek penelitian yang ada. Hal ini telah kami uraikan dan tegaskan kembali di bagian hasil, di bawah tabel 1.
13.		<i>Revisions on section 2A requires the authors to reclassify their data/findings and make new interpretations of the result.</i>	Interpretasi dan simpulan terkait data telah kami tegaskan kembali di bagian hasil, di bawah tabel 1.
14.		Data pengeluaran bulanan dan durasi akses media sosial tidak mencerminkan variasi sosial ekonomi dan kebiasaan Gen Z secara keseluruhan.	Tentu saja tidak, karena penelitian ini mempunyai fokus pada Gen Z pengunjung Pasar Kangen Yogyakarta 2023, maka data responden yang ada memang merujuk pada kelompok tersebut, sesuai dengan kriteria yang dijelaskan sebelumnya di bagian metode. Data responden ini justru berhasil kita generalisasi berdasarkan kesesuaiannya dengan kondisi demografi Gen Z di Yogyakarta serta data hasil survei <i>We Are Social</i> yang bisa di jumpai di uraian di bawah tabel 1.
15.		Penelitian hanya fokus pada media sosial dan kelompok teman sebaya, tanpa mempertimbangkan faktor lain seperti motivasi pribadi, preferensi budaya, atau kondisi ekonomi	Penelitian ini memang mempunyai fokus demikian karena variabel yang diuji atau yang ada dalam model adalah terpaan media sosial, kelompok teman sebaya dan keputusan berkunjung. Faktor lainnya yang disebutkan bukan merupakan fokus penelitian, maka dari itu tidak dibahas,

16.		Sebagian besar keputusan (35,6%) dipengaruhi faktor lain di luar model, namun tidak diidentifikasi atau dijelaskan lebih lanjut.	namun tetap disebut dalam hasil penelitian (sisa R-kuadrat atau koefisien determinasi sebesar 35,6%) sebagai konsekuensi dari batasan penelitian ini yang bisa di eksplorasi lebih lanjut di penelitian berikutnya.
17.		Peneliti kurang menjelaskan indikator yang dihapus, serta tidak mendalami pengujian konsistensi internal	Dalam model PLS, indikator yang tidak valid memang harus di hapus sebagai syarat validitas dan reliabilitas instrumen untuk uji hipotesis. Indikator yang dimaksud di sini adalah <i>formative indicator</i> atau item pertanyaan. Jadi kami menilai tidak perlu menjelaskan lebih lanjut terkait teknis statistik yang ada. Cukup dengan menunjukkan bahwa ada item pertanyaan yang di gugurkan.
18.		Model ELM digunakan secara terbatas, tanpa analisis mendalam tentang jalur sentral dan periferal dalam konteks Pasar Kangen. Keputusan pengunjung dianggap hanya dipengaruhi dua variabel utama, tanpa mempertimbangkan kompleksitas proses pengambilan keputusan.	Bagian ini telah kami uraikan lebih detail dan mendalam dengan menambahkan dua paragraf yang membahas hasil penelitian yang ada dengan teori ELM serta penelitian serupa (bagian <i>result and discussion</i> paragraf 8-10). Bagaimana hasil penelitian ini menguatkan dan melengkapi argumen yang ada, termasuk melihat bagaimana fenomena ini sejalan dengan hasil penelitian yang sebelumnya (bagian <i>result and discussion</i> paragraf 11-12).
19.	Conslusion	Variabel seperti aksesibilitas dan daya tarik disebutkan untuk penelitian lanjutan, namun tidak dijelaskan relevansinya atau bagaimana kaitannya dengan keputusan pengunjung.	Relevansi saran ini sudah kami jelaskan lebih lanjut merujuk pada prinsip manajemen pariwisata.
20.		Saran untuk kolaborasi dengan key opinion leaders kurang mempertimbangkan variasi dalam preferensi Gen Z, sehingga terlalu menggeneralisasi efektivitas strategi tersebut.	Saran ini kami berikan atas dasar nilai <i>social media exposure</i> yang lebih rendah dari pada <i>peer group</i> . Perlu adanya penelitian lanjutan untuk menentukan preferensi Gen Z pada KOL, namun sudah

			banyak penelitian yang membuktikan bahwa KOL bisa menjadi acuan dalam membentuk sikap dan perilaku remaja/pengikut mereka. Jadi sebagai penulis, kami menilai saran ini masih masuk akal dan kontekstual.
21.		Tidak ada penjelasan mengapa SEM-AMOS atau mixed methods lebih unggul dibandingkan pendekatan saat ini, sehingga rekomendasi ini kurang mendalam.	Saran ini kami berikan atas dasar keterbatasan penelitian PLSR dan metode kuantitatif. Tentu saja agar lebih komprehensif SEM-AMOS dan <i>mixed methods</i> bisa dipilih sebagai alternatif. Hal ini telah kami jelaskan di bagian simpulan.
22.	Referensi	Kelengkapan referensi	Referensi sudah menggunakan mendeley dengan format APA Style 7th.

Editor/Author Correspondence

Editor Subject: [JK] Pre-Review [DELETE](#)
2024-10-25 04:11 PM

Dear Author.

Naskah Anda akan memasuki tahapan penilaian dua reviewer kami. Sebelum itu, Anda diminta menambahkan beberapa hal yang tercantum di dalam komentar di naskah. Silakan ditambahkan dan di-upload kembali dalam waktu maksimal 7 hari (1 November 2024). Untuk kelancaran komunikasi, silakan mencantumkan nomor HP kedua penulis yang bisa dihubungi.

Salam

Editor

Discussion OJS

KOMUNIKATIF
<http://journal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF>

Author Subject: The Impact of Social Media Exposure and Peer Group Towards Gen Z Decision to Visit Pasar Kangen Yogyakarta [DELETE](#)
2024-10-30 05:04 PM

Dear Editor

Naskah yang ada telah kami perbaiki sesuai dengan saran yang telah diberikan tim editor melalui komentar yang ada di naskah. Besar harapan kami naskah bisa diterima dan segera di proses untuk blind-review.

Jika ada kekurangan atau hal yang bisa di perbaiki lagi. Silakan bisa menghubungi kami mdi 0822-2021-9000

Salam

Corresponding author.

KOMUNIKATIF
<http://journal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF>

Editor Subject: [JK] [DELETE](#)
2024-11-29 04:24 AM

Dear author

Mohon maaf menunggu agak lama untuk proses review. Naskah masih di reviewer, minggu depan akan kami kirim ke penulis untuk direspon. Sementara mohon mengirim Turnitin dan Originalitas ke Supp. Files di OJS.
Salam

[ID Google Scholar](#)
[ID Scopus](#)

KOMUNIKATIF
<http://journal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF>

Author Subject: The Impact of Social Media Exposure and Peer Group Towards Gen Z Decision to Visit Pasar Kangen Yogyakarta [DELETE](#)
2024-12-04 04:21 PM

Dear. Editor Jurnal Komunikatif

Bersama ini kami ingin mengkonfirmasi bahwa kami telah mengunggah revisi naskah berdasarkan catatan yang telah diberikan reviewer. Selain itu, kami juga melampirkan matriks perbaikan yang memuat rincian perubahan/revisi yang dilakukan pada naskah.

Sesuai dengan permintaan, kami juga telah mengunggah dokumen pendukung di bagian supplementary files, diantaranya:

1. Hasil similarty check menggunakan turnitin untuk naskah ryang telah di revisi.
2. Surat keterangan orisinalitas naskah yang ditandatangani.
3. Bukti pembayaran APC sebesar Rp. 1.000.000.

Jika ada kekurangan atau hal yang bisa di perbaiki lagi, mohon kiranya kami dapat diberitahu.

Regards

Sheila Lestari Giza Pudrianisa | Corresponding Author

KOMUNIKATIF

<http://journal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF>

Editor Subject: [JK] Editor Decision

[DELETE](#)

2024-
12-23
11:38
PM

sheila pudrianisa:

We have reached a decision regarding your submission to KOMUNIKATIF : Jurnal Ilmiah Komunikasi, "The Impact of Social Media Exposure and Peer Group Towards Gen Z Decision to Visit Pasar Kangen Yogyakarta".

Our decision is to:

Nanang Krisdinanto
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
nangkris@ukwms.ac.id

[ID Google Scholar](#)

[ID Scopus](#)

KOMUNIKATIF

<http://journal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF>

Close

KOMUNIKATIF

Jurnal Ilmiah Komunikasi

P-ISSN 2301-6558
E-ISSN 2597-6699

HOME ABOUT USER HOME SEARCH CURRENT ARCHIVES ANNOUNCEMENTS REVIEWER

Home > User > Author > Submissions > #5634 > **Editing**

#5634 Editing

Accepted/Copyedit

SUMMARY REVIEW **EDITING**

Submission

Authors Muhammad Thoyib Amali, Sheila Lestari Giza Pudrianisa 

Title The Impact of Social Media Exposure and Peer Group Towards Gen Z Decision To Visit Pasar Kangen Yogyakarta

Section Artikel

Editor Nanang Krisdinanto 

Copyediting

[COPYEDIT INSTRUCTIONS](#)

Copyeditor None

[REVIEW METADATA](#)

	REQUEST	UNDERWAY	COMPLETE
1. Initial Copyedit File: None	—	—	—
2. Author Copyedit File: None Choose File no file selected Upload	—	—	
3. Final Copyedit File: None	—	—	—

Copyedit Comments  No Comments

Layout

Layout Editor None

Layout Version	REQUEST	UNDERWAY	COMPLETE	VIEWS
None	—	—	—	—

Galley Format	FILE	
1. PDF VIEW PROOF	5634-19393-1-PB.PDF	2024-12-24 0

Supplementary Files	FILE	
1. Bukti Turnitin Naskah 04-12-24	5634-19137-1-SP.PDF	2024-12-04
2. Surat Pernyataan Orisinalitas	5634-19138-1-SP.PDF	2024-12-04
3. Buti Pembayaran APC	5634-19139-1-SP.JPEG	2024-12-04

Layout Comments  No Comments

Proofreading

Proofreader None

[REVIEW METADATA](#)

	REQUEST	UNDERWAY	COMPLETE
1. Author	—	—	
2. Proofreader	—	—	—
3. Layout Editor	—	—	—

Proofreading Corrections  No Comments [PROOFING INSTRUCTIONS](#)

Member of :



USER

You are logged in as...

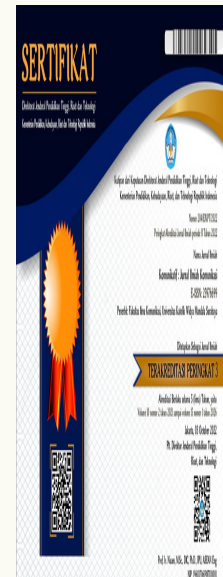
sheilagiza

- [My Journals](#)
- [My Profile](#)
- [Log Out](#)

ACCREDITATION



CERTIFIED BY



[Author Guidelines](#)

[Article Template](#)

ABOUT THE JOURNAL

[Online Submissions](#)

[Editorial Team](#)

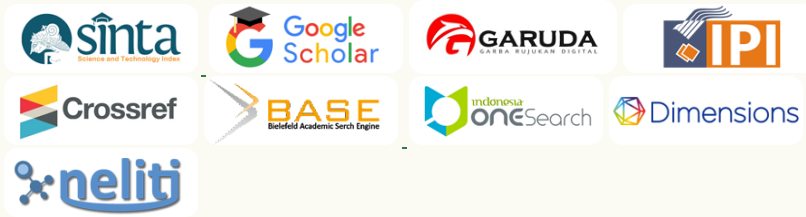
[Reviewer](#)

[Focus and Scope](#)

[Open Access Policy](#)

[Publication Ethics and Malpractice Statement](#)

KOMUNIKATIF indexed by:



Accredited by :



Visit us here >>>

Komunikatif : Jurnal Ilmu Komunikasi sekretariat:

Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Kampus Dinoyo. Jl. Dinoyo No.42-44, Keputran, Kec. Tegalsari, Kota SBY, Jawa Timur 60265



KOMUNIKATIF : Jurnal Ilmu Komunikasi is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](#)

[Peer Review Process](#)

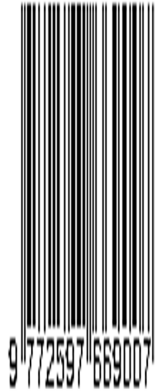
[Announcements](#)

[Publication Fees & Fast Track](#)

[Right & licences](#)

[Contact Us](#)

[E-ISSN](#)



ANNOUNCEMENT

CALL FOR PAPER

The Editor of the Komunikatif Journal invites academics, researchers, or practitioners to send manuscripts (6000-9000 words) on Volume 13, Number 1, July 2024. The deadline for submitting manuscripts is April 30, 2024.

REFERENCE

Every article submitted to KOMUNIKATIF shall use reference management software e.g. **Mendeley**.



use **APA citation style**, download [here](#)



PLAGIARISM CHECKER

All articles published in **KOMUNIKATIF** must pass the similarity test (**Turnitin Test**) with maximum results of **20%**.



We also recommend using Grammarly, download [here](#)



STAT COUNTER

Visitors (since Nov 09, 2018):

00321789

[View Jurnal Komunikatif Stats](#)

Visitors

ID 123,023 VN 62

 CN 4,534	 CZ 45
 US 3,202	 CM 42
 SG 2,653	 TW 39
 MY 947	 NG 39
 JP 426	 TH 38
 PH 242	 IR 35
 RU 241	 IT 35
 KR 230	 KH 33
 IN 206	 IE 32
 GB 173	 SE 30
 AU 147	 EG 30
 CA 141	 TL 29
 FR 134	 KE 29
 NL 93	 PK 26
 CD 91	 BR 24
 DE 77	 PL 22
 TR 72	 CG 22
 ZA 65	 DZ 21
 HK 64	 GH 20

Pageviews: 341,244



[Journal Help](#)

JOURNAL CONTENT

Search

Search Scope

Browse

- [By Issue](#)
- [By Author](#)
- [By Title](#)
- [Other Journals](#)

NOTIFICATIONS

- [View \(4 new\)](#)
- [Manage](#)

INFORMATION

- [For Readers](#)
- [For Authors](#)
- [For Librarians](#)

FONT SIZE

KEYWORDS

[Es Teh Indonesia](#) [Ganjar](#)
[Pranowo](#) [IMC](#) [Keputusan](#)
[Media Sosial](#)
[Semiotika](#) [Siswa](#) [consumer](#)
[perceptions](#) [discourse](#) [discourse](#)
[network analysis](#) [fuel price](#)
[increase](#) [komunikasi](#)
[kesehatan](#) [legal notice](#) [literasi](#)
[digital](#) [management crisis](#)
[media](#) [media sosial](#)
[partisipasi politik](#) [perempuan](#)
[pros and cons](#) [teknologi](#)