

LEMBAR  
HASIL PENILAIAN SEJAWAT ATAU PEER REVIEW  
KARYA ILMIAH: JURNAL ILMIAH

Judul Jurnal Ilmiah (Artikel) : Pengaruh Daya Tarik Pesan Iklan Layanan Masyarakat di Youtube dan Tingkat Pengetahuan Masyarakat Terhadap Keputusan Menggunakan Vaksin Meales dan Rubella Versi Panjang.

Jumlah Penulis : 2 Orang (Penulis Utama)

Penulis Jurnal Ilmiah : Ilona Vicenovie Oisina Situmeang dan Ivonne Ruth Vitamaya Oishi

Identitas Jurnal Ilmiah :

A Nama Jurnal : Jurnal Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah.

b Nomor ISSN : 2088-0669

c Edisi, Volume, Bulan, Tahun : Vol. 9, No2. 2019

d Penerbit : Jurusan Komunikasi dan Dakwah STAIN, Pare-pare Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare, Sulawesi Selatan.  
[KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah \(iainpare.ac.id\)](http://KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah (iainpare.ac.id))

e DOI : <https://ejournal.iainpare.ac.id/index.php/komunida/article/view/1125/640>

f Alamat Web Jurnal : <https://ejournal.iainpare.ac.id/index.php/komunida>

Kategori publikasi Jurnal ilmiah (beri pada kategori yang tepat) :

Jurnal Ilmiah Internasional/ Internasional bereputasi

Jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi Sinta 5

Jurnal Ilmiah Nasional/Nasional Terindeks DOAJ

Hasil penilaian Peer Review:

KOMPONEN YANG DINILAI	Nilai Maksimal Jurnal (9)			Nilai Akhir yang diperoleh
	Internasional/ Internasional bereputasi <input type="checkbox"/>	Nasional Ter akreditasi <input type="checkbox"/>	Nasional Tidak Ter akreditasi <input type="checkbox"/>	
a. Kelengkapan Unsur Isi Jurnal (10%)		8%		0,72
b. Ruang Lingkup Dan Kedalaman Pembahasan (30%)		28%		2,52
c. Kecukupan Dan Kemutahiran Data/Informasi Dan Methodology (30%)		28%		2,52
d. Kelengkapan Unsur Dan Kualitas Penerbit (30%)		29%		2,61
Total = (100%)		93%		8,37

Catatan Penilaian Artikel oleh Reviewer:

1. Tentang kelengkapan dan kesesuaian unsur; isi sudah sesuai bidang keilmuan tentang Iklan di Media Internet.
2. Tentang Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan; konsep yang digunakan sudah cukup baik, namun tidak membahas tentang komunikasi pemasaran. Judul terlalu Panjang. Pembahasan sudah cukup menjawab penelitian, tidak menyinggung tentang teori komunikasi. Tidak ada saran yang dicantumkan.
3. Kecukupan dan kemutahiran data serta metodologi; kemutahiran referensi yang dirujuk sudah memenuhi syarat 10 tahun terakhir setelah penerbitan menggunakan metodologi pendekatan kuantitatif dan sifat eksplantif, namun pemilihan populasi kurang dijelaskan alasannya, Teknik analisis yang digunakan juga tidak dicanumkan dimetodologi penelitian.
4. Kelengkapan unsur kualitas penerbit; penerbit jurnal memiliki kualitas yang baik karena masuk pada kategori Sinta 5.
5. Indikasi plagiasi; tidak terdapat unsur plagiat dalam artikel ini.
6. Kesesuaian bidang ilmu; sudah sesuai dengan bidang ilmu komunikasi khususnya komunikasi pemasaran tentang daya Tarik iklan

Jakarta, 28 Januari 2021

Reviewer 1

Prof. Dr. Anwar Arifin

NIP:0311124701

Unit Kerja: Universitas Persada Indonesia Y.A.I

LEMBAR  
HASIL PENILAIAN SEJAWAT ATAU PEER REVIEW  
KARYA ILMIAH: JURNAL ILMIAH

Judul Jurnal Ilmiah (Artikel) : Pengaruh Daya Tarik Pesan Iklan Layanan Masyarakat di Youtube dan Tingkat Pengetahuan Masyarakat Terhadap Keputusan Menggunakan Vaksin Meales dan Rubbella Versi Panjang.

Jumlah Penulis : 2 Orang (Penulis Utama)

Penulis Jurnal Ilmiah : Ilona Vicenovie Oisina Situmeang dan Ivonne Ruth Vitamaya Oishi

Identitas Jurnal Ilmiah :

A Nama Jurnal : Jurnal Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah.

b Nomor ISSN : 2088-0669

c Edisi, Volume, Bulan, Tahun : Vol. 9, No2. 2019

d Penerbit : Jurusan Komunikasi dan Dakwah STAIN, Parepare Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare, Sulawesi Selatan.  
[KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah \(iainpare.ac.id\)](http://KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah (iainpare.ac.id))

e DOI : <https://ejournal.iainpare.ac.id/index.php/komunida/article/view/1125/640>

f Alamat Web Jurnal : <https://ejournal.iainpare.ac.id/index.php/komunida>

Kategori publikasi Jurnal ilmiah (beri pada kategori yang tepat) :

Jurnal Ilmiah Internasional/ Internasional bereputasi

Jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi Sinta 5

Jurnal Ilmiah Nasional/Nasional Terindeks DOAJ

Hasil penilaian Peer Review:

KOMPONEN YANG DINILAI	Nilai Maksimal Jurnal (9)			Nilai Akhir yang diperoleh
	Internasional/ Internasional bereputasi <input type="checkbox"/>	Nasional Ter- akreditasi <input type="checkbox"/>	Nasional Tidak Ter-akreditasi <input type="checkbox"/>	
a. Kelengkapan Unsur Isi Jurnal (10%)		8%		0,72
b. Ruang Lingkup Dan Kedalam Pembahasan (30%)		28%		2,52
c. Kecukupan Dan Kemutahiran Data/Informasi Dan Methodology (30%)		28%		2,52
d. Kelengkapan Unsur Dan Kualitas Penerbit (30%)		29%		2,61
Total = (100%)		93%		8,37

Catatan Penilaian Artikel oleh Reviewer:

1. Tentang kelengkapan dan kesesuaian unsur; isi sudah sesuai bidang keilmuan tentang Iklan di Media Internet. Judul artikel terlalu Panjang dibuat menjadi sub judul atau ditambahkan dilator belakang masalah.
2. Tentang Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan; konsep yang digunakan sudah cukup baik, namun tidak membahas tentang komunikasi pemasaran dan pembahasan sudah cukup menjawab penelitian, tidak menyinggung tentang teori komunikasi
3. Kecukupan dan kemutahiran data serta metodologi; kemutahiran referensi yang dirujuk sudah memenuhi syarat 10 tahun terakhir setelah penerbitan menggunakan metodologi pendekatan kuantitatif dan sifat eksplantif, namun pemilihan populasi kurang dijelaskan alasannya
4. Kelengkapan unsur kualitas penerbit; penerbit jurnal memiliki kualitas yang baik karena masuk pada kategori Sinta 5.
5. Indikasi plagiasi; tidak terdapat unsur plagiat dalam artikel ini.
6. Kesesuaian bidang ilmu; sudah sesuai dengan bidang ilmu komunikasi khususnya komunikasi pemasaran tentang daya Tarik iklan.

Jakarta, 28 Januari 2021

Reviewer 2,



Prof. Dr. Ibnu Hamad

NIP: 196604051994031002

Unit Kerja: Universitas Indonesia