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

Judul Jurnal Ilmiah (Artikel)	: Penggunaan Daya Tarik	: Penggunaan Daya Tarik Emosional pada Iklan Pajak di Televisi		
Penulis Jurnal Ilmiah	: Damayanti Wardyaningr	: Damayanti Wardyaningrum		
Status Penulis	: Mandiri / Utama / Angge	: Mandiri / Utama / Anggota		
Identitas Jurnal Ilmiah	: a. Nama Jurnal	: Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial		
	b. Nomor/Volume	: Vol. 1 No. 4		
	c. Edisi (bulan/tahun)	: September 2012		
	d. Penerbit	: Universitas Al Azhar Indonesia-Press (Sinta 6)		
	e. halaman	: 249-258 (10 hal)		
	f. ISSN	: 2088-0081		
Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah (beri ✓pada kategori yang tepat)	Jurnal Ilmiah Nasion	Jurnal Ilmiah Internasional Jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi Jurnal Ilmiah Nasional Tidak Terakreditasi		
Hasil Danilaian Page Panian				

Hasil Penilaian Peer Review:

		Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah				
Komponen Yang Dinilai		Internasional	Nasional Terakreditasi	Nasional Tidak Terakreditasi	Nilai Akhir Yang Diperoleh 	
a.	Kelengkapan unsur isi artikel (10%)			1	0.5	
b.	Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)			3	2.25	
c.	Kecukupan dan kemutahiran data/informasi dan metodologi (30%)			3	2.25	
d.	Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)			3	2.5	
	Total = (100%)			10	7.5	

Catatan Penilaian Artikel Untuk Reviewer:			
1.	Tentang kelengkapan dan kesesuaian Unsur		
2.	Tentang ruang lingkup dan Kedalaman Pembahasan		
3.	Kecukupan dan Kemutakhiran Data Serta Metodologi		
4.	Kelengkapan Unsur Kualitas Penerbit		
5.	Indikasi Plagiasi		
6.	Kesesuaian Bidang Ilmu		
	Note : catatan penilaian dibuat dilembar tersendiri, berdasarkan poin-poin penilaian diatas		

7 MENTA 29 November 2019 Reviewer 1_

Prof. Dr. Billy K Sarwono, MA NIP/NIDN:-/ 0003075604 Unit kerja: Universitas Indonesia

Judul Artikel: Penggunaan Daya Tarik Emosional pada Iklan Pajak di Televisi

	CATATAN			
	REVIEWER			
1	Tentang	Artikel jurnal ini dinilai telah lengkap dan memiliki kesesuaian di antara unsur-unsur artikel: pendahuluan, tinjauan pustaka dan		
	kelengkapan dan	kerangka berpikir, metode dan juga analisis serta kesimpulannya. Pendahuluan secara konseptual telah mengacu pada berbagai		
	kesusaian unsur	pemikiran teoritis.		
		Adapun kelemahan dari artikel ini, yaitu, penulis tidak membangun kerangka berpikir teoritis, yang terkait dengan iklan yang		
		ditayangkan sebagai wadah pemasaran sosial.		
2	Tentang ruang			
	lingkup dan	Adapun kelemahan dari artikel ini, yaitu, tidak adanya bangunan teoritis/konseptual, mengakibatkan analisisnya tidak		
	kedalaman	mengerucut pada mengapa isu pajak menarik untuk dikaji, dan mengapa scene dan mis-en-scene itu yang dipilih		
	pembahasan	menger are at passa mengapa teu pagan menaam amang aman mengapa seeme aan mis en seeme ma yang arpim		
3	Kecukupan dan	Metode yang digunakan semiotika, dan bahasannya sudah komprehensif, sayangnya tak jelas apa yang menjadi goodness		
	kemutakhiran	criterianya.		
	data serta			
	metodologi			
4	Kelengkapan	Artikel dipublikasikan dalam jurnal seri Pranata Sosial volume 1 September 2012		
	kualitas unsur	(http://jurnal.uai.ac.id/index.php/SPS/article/view/73).		
	penerbit	(intermediate intermediate intermediate in the intermediate in the intermediate intermediate in the interm		
5	Indikasi plagiat			
6		Artifed ware management and alecter beautifued account and a martine day nearly distributed toulohib datum.		
0	Kesesuaian	Artikel yang menggunakan pendekatan komunikasi pemasaran sosial memang penting dan perlu dilakukan, terlebih dalam		
	dengan bidang	melakukan kajian teks.		
	ilmu			

Wovember 2019 Den Sammer

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

Judul Jurnal Ilmiah (Artikel)	: Penggunaan Daya Tarik Emosional pada Iklan Pajak di Televisi			
Penulis Jurnal Ilmiah	: Damayanti Wardyaningro	: Damayanti Wardyaningrum		
Status Penulis	: Mandiri / Utama / Anggo	: Mandiri / Utama / Anggota		
Identitas Jurnal Ilmiah	: a. Nama Jurnal	: Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial		
	b. Nomor/Volume	: Vol. 1 No. 4		
	c. Edisi (bulan/tahun)	: September 2012		
	d. Penerbit	: Universitas Al Azhar Indonesia-Press (Sinta 6)		
	e. halaman	: 249-258 (10 hal)		
	f. ISSN Print	: 2088-0081		
Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah (beri ✓ pada kategori yang tepat)	Jurnal Ilmiah Internasional Jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi Jurnal Ilmiah Nasional Tidak Terakreditasi			

Hasil Penilaian Peer Review:

		Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah			
Komponen Yang Dinilai		Internasional	Nasional Terakreditasi	Nasional Tidak Terakreditasi	Nilai Akhir Yang Diperoleh
					·· B ·
a.	Kelengkapan unsur isi artikel (10%)			1	0,8
b.	Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)			3	214
c.	Kecukupan dan kemutahiran data/informasi dan metodologi (30%)			3	214
d.	Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)			3	214
	Total = (100%)			10	

Catatan Penilaian Artikel Untuk Reviewer:			
	1.	Tentang kelengkapan dan kesesuaian Unsur	
	2.	Tentang ruang lingkup dan Kedalaman Pembahasan	
	3.	Kecukupan dan Kemutakhiran Data Serta Metodologi	
	4.	Kelengkapan Unsur Kualitas Penerbit	
	5.	Indikasi Plagiasi	
	6.	Kesesuaian Bidang Ilmu	
		Note : catatan penilaian dibuat dilembar tersendiri, berdasarkan poin-poin penilaian diatas	

Prof. Dr. Andi M. Faisal Bakti, M.A. NIP/NIDN: 1962 231198803 032/2015116201 Unit kerja: Universitas Islam Negeri Jakarta

Perggunaan Daya Tarik Emosional Pada Iklan Parak di Televisi

- 1. Artikel lengkap dan terdapat kesesuaian antar unsur-unsurnya.
- 2. Ruang lingkup kasian memadai namun belum dibahas Cukup mendalam.
- 3. Data teks mencukupi dan mutaktir pada masa penelitian dilakukan.
- 4. Jurnal Masional belum terakreditasi
- 6. Artikel telah sesuai dengan bidang ilmu.

(Prof. Dr. And M Faisal Bakti, MA)