

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

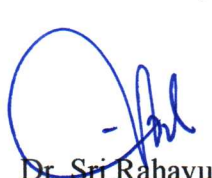
Judul Karya Ilmiah (Artikel) : **The Impact of Social Marketing Mix and Message Effectiveness to Target Audience Behavior of HIV/Aids**
Jumlah Penulis : 1 Orang (Ade Octavia)
Status Pengusul : Penulis Ke-1
Identitas Jurnal Ilmiah : a. Nama Prosiding : The 2018 International Conference of Organizational Innovation (ICOI 2018)
b. Nomor ISSN : **ISSN: 2518-668X**
c. Tanggal, Bulan, Tahun : 7-9 July 2018 (Fukuoka University, Japan)
d. Penerbit : International Association of Organizational Innovation (IAOI), USA
e. DOI Artikel (jika ada) : <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3357>
f. Alamat Web Jurnal : <https://knepublishing.com/index.php/KnE-Social/issue/view/123>
file:///C:/Users/HP/Downloads/3357-Article%20Text-16024-1-10-20181111.pdf

Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah : ☐ Prosiding Forum Ilmiah Internasional Terindeks dan Bereputasi **)
(beri tanda √ yang dipilih) ☒ Prosiding Forum Ilmiah Internasional
☐ Prosiding Forum Ilmiah Internasional ***)

Hasil Penilaian Peer Review:

No	Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal PROSIDING			Nilai Akhir Yang Diperoleh *)
		Internasional Bereputasi ☐	Internasional tidak terindeks ☒	Nasional *** ☐	
1	Kelengkapan unsur isi karya (10%)		1,5		1,5
2	Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)		4,5		4,5
3	Kecukupan dan kemutakhiran data/ informasi dan metodologi (30%)		4,5		3,0
4	Kelengkapan unsur dan kualitas penerbitan (30%)		4,5		4,5
	Total 100%		15		15
	Kontribusi Pengusul Penulis pertama dan Penulis Koresponden				13,5

- a. Kelengkapan dan kesesuaian unsur: Artikel telah disajikan secara lengkap dengan unsur-unsur yang telah memenuhi kaidah ilmiah sesuai untuk dipublikasikan pada international conference of organizational innovation Tahun 2018.
- b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan: Artikel ini sesuai dengan bidang ilmu pengusul yaitu manajemen pemasaran. Topik penelitian ini sangat menarik, artikel ini membahas tentang efektivitas pemanfaatan media komunikasi personal dan social marketing. Target audience behavior of HIV/Aids menjadi menjadi daya Tarik tambahan untuk kajian ini
- c. Kecukupan dan Kemutakhiran data serta Metodologi: Penelitian ini sudah menggunakan data yang berasal dari responden yang representative untuk mengisi kuesioner yaitu sejumlah 176 responden. Metode penelitian yang digunakan jelas dan tepat sesuai dengan masalah yang diselesaikan. Referensi yang digunakan sesuai dengan topik kajian namun masih perlu di up date
- d. Kelengkapan Unsur dan Kualitas Penerbit: Artikel ini dipublikasikan pada International Association of Organizational Innovation (IAOI), USA. Asosiasi yang terkenal untuk tingkat internasional

Jambi,
Reviewer I/II,

Dr. Sri Rahayu, SE, MSA, Ak
NIP. 197610282001122002
Jabatan : Lektor Kepala
Fungsional
Unit Kerja : FEB Universitas Jambi

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

Judul Karya Ilmiah (Artikel) : **The Impact of Social Marketing Mix and Message Effectiveness to Target Audience Behavior of HIV/Aids**

Jumlah Penulis : 1 Orang (Ade Octavia)

Status Pengusul : Penulis Ke-1

Identitas Jurnal Ilmiah : a. Nama Prosiding : The 2018 International Conference of Organizational Innovation (ICOI 2018)

b. Nomor ISSN : ISSN: 2518-668X

c. Tanggal,Bulan,Tahun : 7-9 July 2018 (Fukuoka University, Japan)

d. Penerbit : International Association of Organizational Innovation (IAOI), USA

e. DOI Artikel (jika ada) : <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3357>

f. Alamat Web Jurnal : <https://knepublishing.com/index.php/KnE-Social/issue/view/123file:///C:/Users/HP/Downloads/3357-Article%20Text-16024-1-10-20181111.pdf>

Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah : ☐ Prosiding Forum Ilmiah Internasional Terindeks dan Bereputasi **)

(beri tanda ✓ yang dipilih) ☒ Prosiding Forum Ilmiah Internasional

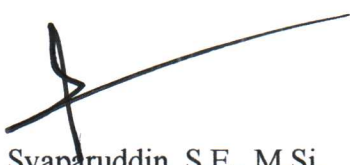
☐ Prosiding Forum Ilmiah Internasional ***)

Hasil Penilaian Peer Review:

No	Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal PROSIDING			Nilai Akhir Yang Diperoleh *)
		Internasional Bereputasi ☐	Internasional tidak terindeks ☒	Nasional *** ☐	
1	Kelengkapan unsur isi karya (10%)		1,5		1,5
2	Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)		4,5		4,5
3	Kecukupan dan kemutakhiran data/ informasi dan metodologi (30%)		4,5		3,0
4	Kelengkapan unsur dan kualitas penerbitan (30%)		4,5		4,5
	Total 100%		15		13,5
	Kontribusi Pengusul Penulis pertama dan Penulis Koresponden				13,5

- a. Kelengkapan dan kesesuaian unsur: Artikel yang diusulkan disajikan dengan lengkap dan sistematis sesuai dengan artikel ilmiah secara umum.
- b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan: Referensi masih perlu ditambah untuk tahun terakhir. Riset yang disajikan pada artikel ini sesuai dengan bidang ilmu pengusul yaitu manajemen pemasaran. Artikel dibahas dan disajikan dengan Bahasa yang menarik dan tepat dari tim peneliti.
- c. Metode penelitian yang digunakan tepat sesuai dengan masalah yang diselesaikan. Tahapan analisis data yang digunakan juga jelas dan tepat.
- d. Kelengkapan Unsur dan Kualitas Penerbit: Artikel ini dipublikasikan pada International Association of Organizational Innovation (IAOI), USA. Asosiasi yang terkenal untuk tingkat internasional

Jambi,
Reviewer X/II,



Dr. Syaparuddin, S.E., M.Si.
NIP. 196808271994031003
Jab Fungsional : Lektor Kepala
Unit Kerja : FEB Universitas Jambi