UNIVERSITAS BUDI LUHUR
Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
KAMPUS PUSAT : Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260
Telp : (021) 5853753 (Hunting) Fax : (021) 7371164, 5853752
Website : http://www.budiluhur.ac.id

KEPUTUSAN DEKAN
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
Nomor : K/UBL/FKDK/000/010B/02/24

TENTANG
KEWAJIBAN DOSEN MELAKSANAKAN TRIDARMA PERGURUAN TINGGI FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF UNIVERSITAS BUDI LUHUR SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2023/2024

Menimbang :
a) Bahwa untuk meningkatkan kinerja Dosen dalam melaksanakan Tridarma Perguruan Tinggi di Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur.
b) Bahwa dipandang perlu meningkatkan fungsi Dosen dalam pengembangan keilmuan dan karya nyata dalam kehidupan masyarakat.

Mengingat :
1) Undang-Undang Nomor 12/Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia/Tahun 2012 Nomor 5336);
2) Undang-Undang Nomor 20/Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia/Tahun 2003 Nomor 78, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4301);
3) Undang-Undang Nomor 60/Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 115, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3859);
4) Peraturan Pemerintah Nomor 17/Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 23);
5) Permendikbudristek Nomor 53 tahun 2023 tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;
6) Statuta Universitas Budi Luhur No. K/YBLC/KET/000/216/06/23;
7) Keputusan Pengurus Yayasan Pendidikan Budi Luhur Cakti No. K/YBLC/KET/000/072/03/23 tentang Pengangkatan Dekan

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN

Pertama : Mewajibkan setiap dosen tetap Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur untuk membuat karya ilmiah minimal satu karya dalam satu semester.

Kedua : Mewajibkan setiap dosen tetap Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif untuk terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat minimal satu kegiatan dalam satu semester.

Ketiga : Mewajibkan setiap dosen Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif untuk mengajar sesuai dengan jadwal dan mata kuliah yang telah ditetapkan Ketua Program Studi.

Kempat : Dalam melaksanakan Tridarma Perguruan Tinggi setiap dosen berkewajiban membuat laporan kepada Ketua Program Studi terkait dan bertanggung jawab kepada Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur.

Kelima : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan.

Ditetapkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 26 Februari 2024
Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur

Rocky Prasetyo Jati

UNIVERSITAS BUDI LUHUR
Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
KAMPUS PUSAT : Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260
Telp : (021) 5853753 (Hunting) Fax : (021) 7371164, 5853752
Website : http://www.budiluhur.ac.id

Lampiran Keputusan Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur
Nomor : K/UBL/FKDK/000/010B/02/24
Tentang : Kewajiban Dosen Melaksanakan Tridarma Perguruan Tinggi Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur Semester Genap Tahun 2023/2024

NO	N A M A
1.	Abdul Azis, S.S, M.I.Kom
2.	Dr. Afrina Sari, S.Sos, M.Si
3.	Ahmad Thabathaba'I Saefudin, S.I.Kom
4.	Dr. Ahmad Toni, S.Sos.I., M.I.Kom
5.	Drs. Ahmad Pramegia, M.I.Kom
6.	Amin Aminudin, S.Kom.I, M.I.Kom
7.	Anastasia Putri Kristiani, M.I.Kom
8.	Anggun Putri Dewanggi I.B, S.Sos, M.M
9.	Anindya Putri Pradiptha, S.Hum., M.Hum
10.	Arbi Cristional Lokananta, S.I.Kom., M.I.Kom
11.	Archita Desia Logiana, S.Ds., MM
12.	Dr. Arief Ruslan, S.Kom. M.Sn.
13.	Arif Nur Hidayat, S.Kom., M.I.Kom
14.	Artyasto Jatisidi, S.I.Kom., M.I.Kom
15.	Dr. Bambang Pujiyono, S.Sos., M.M., M.Si
16.	Benny Muhdaliha, S.Sn., M.Sn
17.	Bruri Trya Sartana, S.Kom., M.M., M.Kom
18.	Ir. Bullion Dragon Andah, M.Sc, M.Kom
19.	Danang Soeminto, S.Sos., M.I.Kom
20.	Dewi Pugersari, S.Ds, M.Ds
21.	Dhika Purnama Putra, S.I.Kom., M.Sn
22.	Dini Maryani Sunarya, S.Sos, M.Si
23.	Doddy Wihardi, S.I.P, M.I.Kom
24.	Dominggo Subandrio, S.I.Kom
25.	Dr. Dudi Iskandar, S.Ag., M.I.Kom
26.	Dr. Dwi Agus Susilo, S.Kom, M.Si
27.	Dwi Christianto, S.H, M.Si
28.	Dwi Kristanto, S.H., M.M
29.	Drs. Dwi Prijono Soesanto, M.I.Kom
30.	Dr. Eko Putra Boediman, S.S, MM, M.I.Kom
31.	Eko Sumardi, S.Sos., M.I.Kom
32.	Elizabeth, S.E, M.M
33.	Eryco Muhdaliha, S.E, M.M
34.	Fatma Misky, S.I.Kom., M.Sn
35.	Geri Suratno, S.I.Kom., M.I.Kom
36.	Dr. Ir. Goenawan Brotosaputro, S.Kom, M.Sc
37.	Dr. Hakim, M.Pd
38.	Harningsih, S.I.Kom., M.I.Kom
39.	Haronas Kutanto, S.P.T., M.I.Kom
40.	Dr. I.G.P. Wiranegara, S.Sn., M.Sn
41.	Dr. Indah Suryawati, S.Sos, M.Si
42.	Ikg. Supranata, MBA
43.	Ilham Akbar Afandi, S.I.Kom., M.I.Kom
44.	Jeanie Annissa, S.I.P, M.Si
45.	Joko Sutrisno, S.Kom., M.Kom.
46.	Justin Bongsoikrama, B.Sc., M.Sc
47.	Laksmi Rachmaria, S.Sos., M.I.Kom
48.	Lies Andayani, S.Pd., M.Pd.
49.	Liza Dwi Ratna Dewi, S.Sos, M.Si
50.	Medya Apriliansyah, S.E, M.Si
51.	Mira Herlina, S.Sos., M.I.Kom

52.	Moh Syamsul Arifin, S.S, M.I.Kom
53.	Muhammad Ikhwan, S.Sos., M.I.K
54.	Muhammad Iqbal Naufal, S.I.Kom., M.I.Kom
55.	Muhammad Shaufi, S.Pd.I., M.Pd.I
56.	Muhammad Syaid Agustiar, S.Sos., M.I.Kom
57.	Mulyati, S.I.Kom., M.I.Kom
58.	Dr. Nawiroh Vera, S.Sos, M.Si
59.	Nexen Alexandre Pinontoan, S.I.Kom., M.I.Kom
60.	Dr. Ni Gusti Ayu Ketut Kurniasari, S.I.P, M.Si
61.	Panca Maulana Firdaus, S.E, M.M
62.	Dr. Ir. Prudensius Maring, M.A
63.	Putro Nugroho, S.S.T
64.	Ir. R. Priadi Soefjanto
65.	Dra. Rachmi Kurnia Siregar, M.I.Kom
66.	Raden Wahyu Utomo Martianto, S.I.Kom., M.I.Kom
67.	Rahajeng Puspitosari, S.I.Kom., M.I.Kom
68.	Rana Syakirah Rinaldi, S.I.Kom
69.	Dr. Rocky Prasetyo Jati, S.P.T., M.Si
70.	Ricky Widyananda Putra, S.I.Kom., M.Sn
71.	Rifqi Muflih, S.Sos, M.Si
72.	Rini Lestari, S.Sos., M.I.Kom
73.	Ritantri Kristina, S.E, M.M
74.	Dra. Riyodina Ganefsri Pratikto, M.Si
75.	Dr. Safriady, S.Sos, M.Si
76.	Saeno, S.Sos., M.I.Kom
77.	Sangga Arta Witama, S.I.Kom., M.I.Kom
78.	Sekarseta Prihatmadi, S.P.T., M.I.Kom
79.	Prof. Dr. Setyani Dwi Lestari, M.E
80.	Shinta Kristanty, S.Sos, M.Si
81.	Sinta Dwi Utami, S.I.P, M.I.Kom
82.	Sukma Alam, S.I.Kom., M.I.Kom
83.	Suwadi, S.P.T., M.I.Kom
84.	Suwarno, S.Sos., M.I.Kom
85.	Taqwa Putra Budi Purnomo Sidi Hiram, S.E, M.M
86.	Taufan Prahara Gunadi, S.I.Kom., M.I.Kom
87.	Dr. Umaimah, S.Fil., M.Si
88.	Wahyu Arnisa, S.I.Kom
89.	Wedha Stratesti Yudha, S.S., M.Sc
90.	Wenny Maya Arlena, S.Sos, M.Si
91.	Yori Pusparani, S.Ds, M.Ds
92.	Yousep Eka Irawan Apriandi, S.P.T., M.I.Kom
93.	Dr. Yusran, S.I.P, M.Si
94.	Zakaria Satrio Darmawan, S.P.T., M.I.Kom

Ditetapkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 26 Februari 2024
Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur

Rocky Prasetyo Jati



Optimalisasi Pemanfaatan Social Media Management pada Masyarakat Kelurahan Paninggilan Utara

Lestari Sayudi, M.Pd & Harningsih, S.I.Kom, M.I.Kom



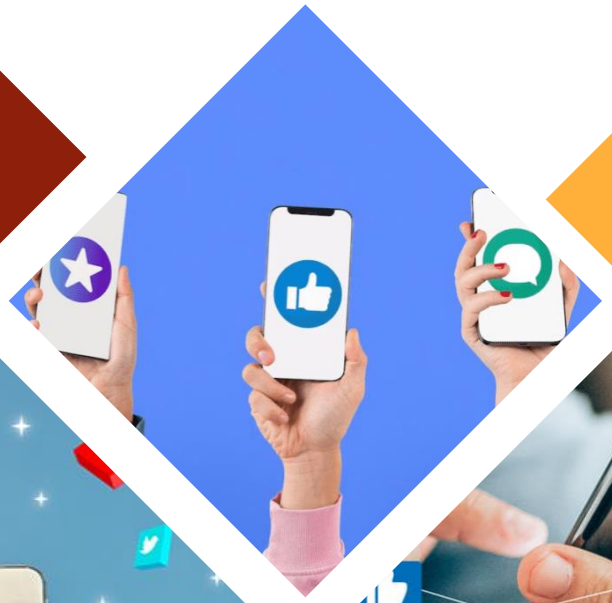


Paninggilan Utara adalah sebuah kelurahan di wilayah Kecamatan Ciledug, Kota Tangerang, Provinsi Banten, Indonesia. Kelurahan ini memiliki 52 rukun tetangga dan 17 rukun warga

Jumlah Keseluruhan masyarakat di Kelurahan Paninggilan Utara ada 15.610 jiwa. Jika dihitung dari jumlah keseluruhan ada 10.078 yang bekerja, sisanya termasuk pelajar dan lansia atau yang tidak bekerja. Jumlah pelajar sekitar 3.625, sedangkan jumlah lansia sekitar 1.294.

Melihat perkembangan dan penetrasi teknologi di berbagai belahan dunia saat ini, social media tampaknya bukan merupakan hal asing untuk diperbincangkan. Sebagai salah satu hasil evolusi teknologi komunikasi terkini, media sosial memiliki kedekatan dan kecenderungan pemanfaatan yang tinggi, termasuk di Indonesia.









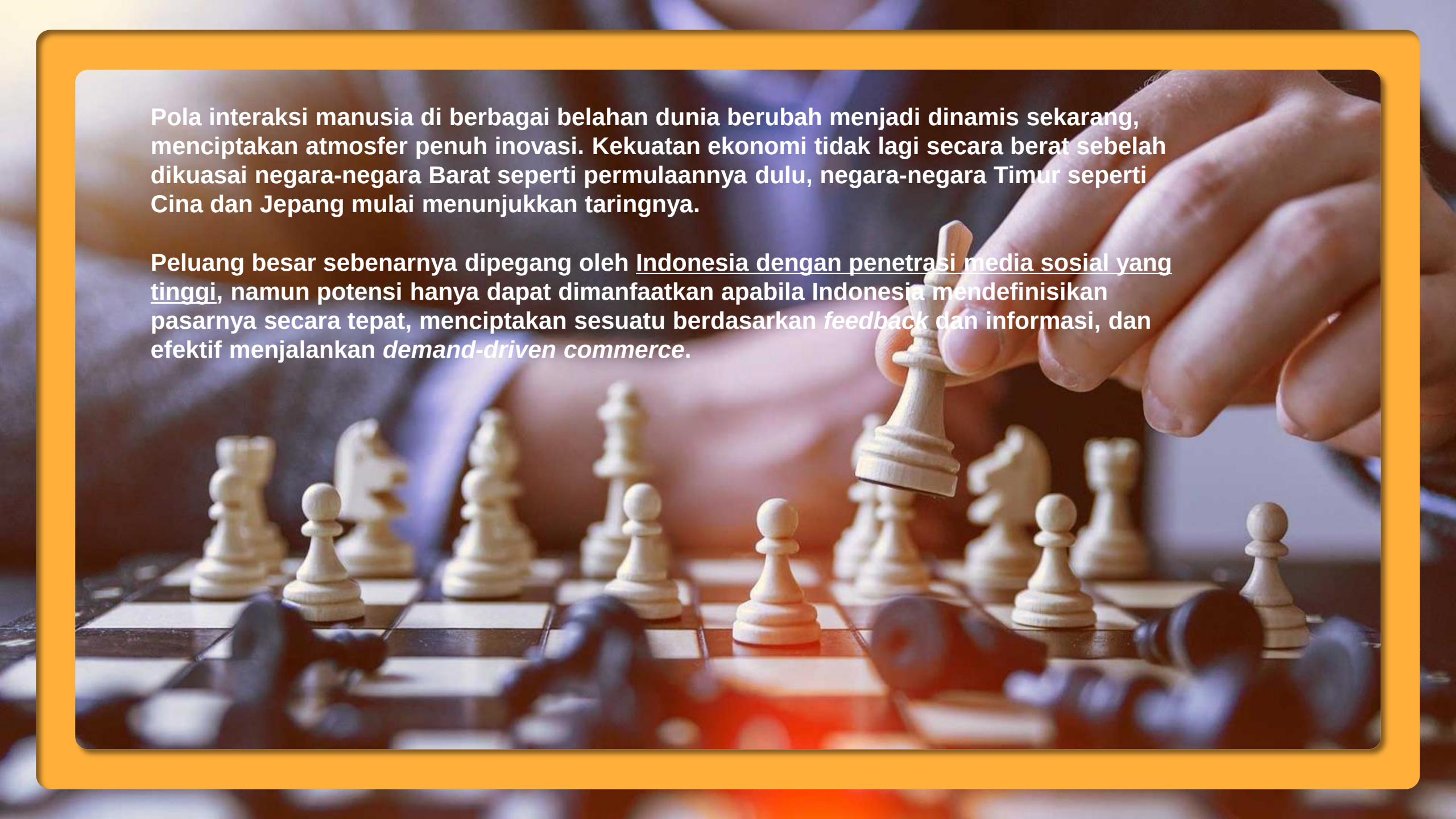


Optimalisasi Pemanfaatan Social Media Management



Promosi melalui media sosial menjadi alternatif yang banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha saat ini karena dinilai efektif dan cepat untuk menjangkau konsumen tanpa harus mendatangi langsung. Berbagai platform dimanfaatkan

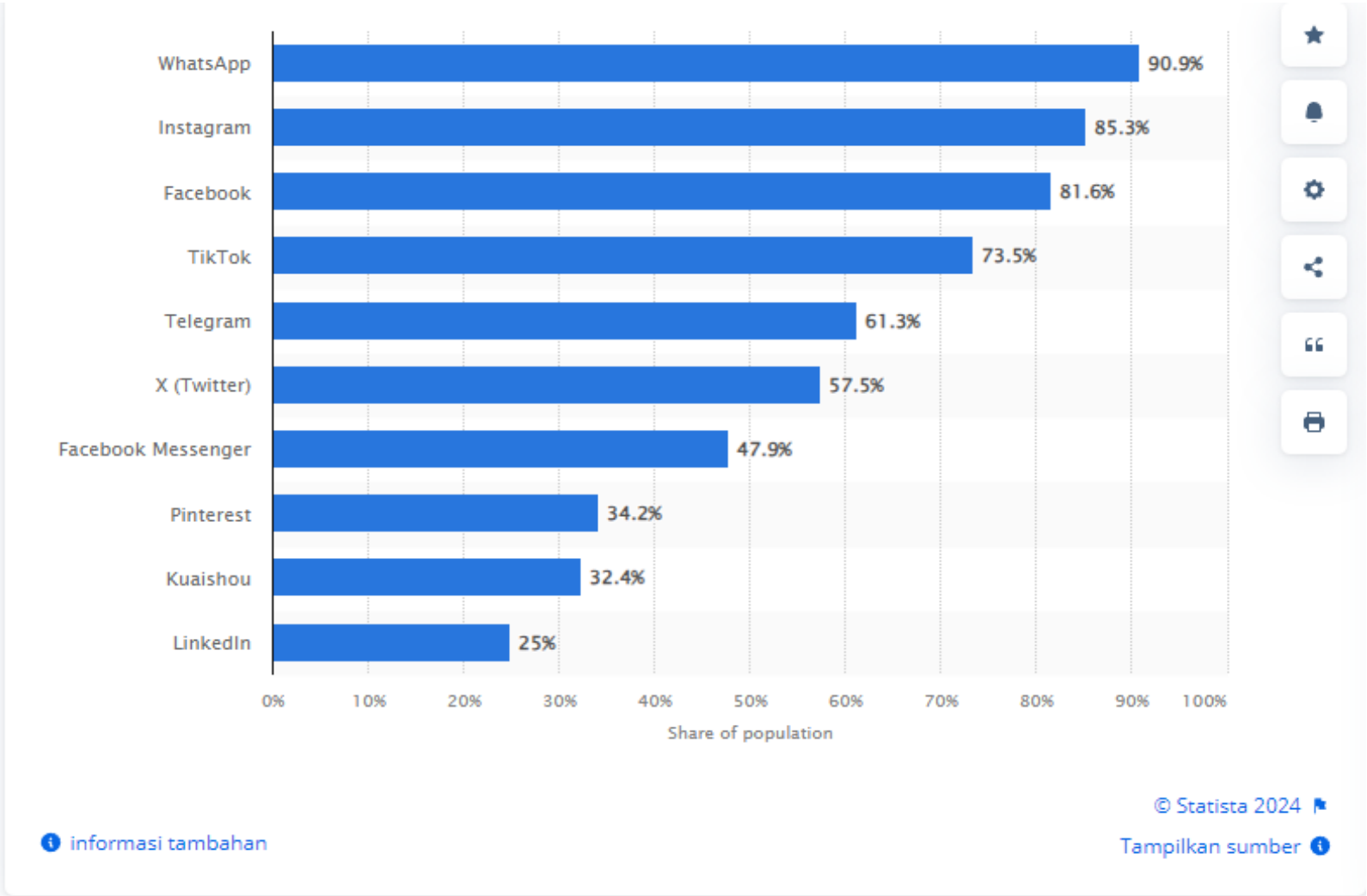
Menurut hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggaraa Jaringan Internet Indonesia (APJII) merilis hasil survei terbaru yang mencatat sepanjang tahun 2022-2023 mencapai 78,19 persen sebanyak 215.626.156 jiwa dari total 275.773.901 jiwa dimana pengguna internet mengalami peningkatan dibanding 2021-2022 sebesar 1,17 persen

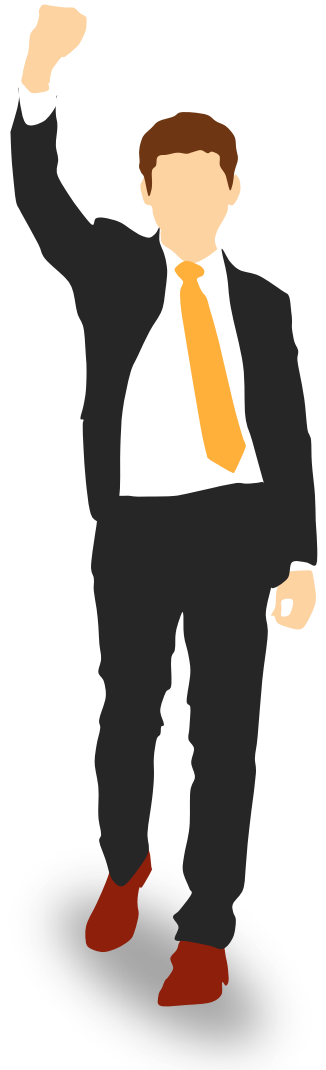


Pola interaksi manusia di berbagai belahan dunia berubah menjadi dinamis sekarang, menciptakan atmosfer penuh inovasi. Kekuatan ekonomi tidak lagi secara berat sebelah dikuasai negara-negara Barat seperti permulaannya dulu, negara-negara Timur seperti Cina dan Jepang mulai menunjukkan taringnya.

Peluang besar sebenarnya dipegang oleh Indonesia dengan penetrasi media sosial yang tinggi, namun potensi hanya dapat dimanfaatkan apabila Indonesia mendefinisikan pasarnya secara tepat, menciptakan sesuatu berdasarkan *feedback* dan informasi, dan efektif menjalankan *demand-driven commerce*.

Penetrasi jejaring sosial terkemuka di Indonesia per Q3 2023





Apa yang Dimaksud dengan Optimalisasi Media Sosial?

Proses meningkatkan kinerja dan efektivitas aktivitas yang dilakukan di berbagai *platform* media sosial. Hal ini dapat meliputi penggunaan kata kunci yang relevan, penggunaan konten yang menarik dan konsisten, serta pemanfaatan fitur-fitur *platform* media sosial yang ada.

Tujuan utama dari optimalisasi media sosial adalah untuk mencapai hasil yang lebih baik dalam hal interaksi, keterlibatan pengguna, visibilitas, dan akhirnya mencapai tujuan yang diinginkan.



Cara Mengoptimalkan Media Sosial

01
Pantau Interaksi Secara Aktif

02
Gunakan Kata Kunci dan Hashtag

03
Gunakan Social Media Management Tools



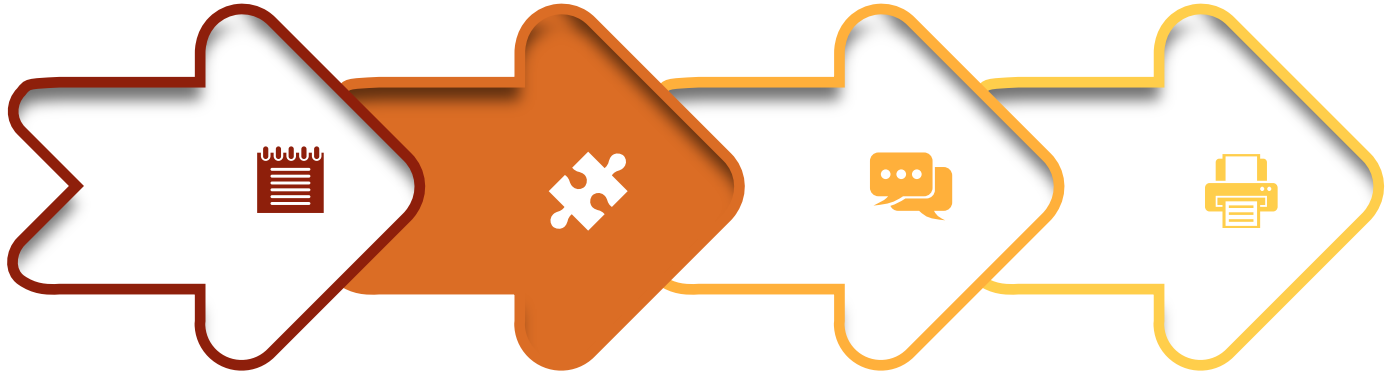
04
Bentuk Tim Siap Tanggap

05
Terapkan Layanan Pelanggan Proaktif

06
Konsisten dalam Penerbitan Konten

07
Tingkatkan Keterlibatan Audiens

Fungsi Social Media Management



01

Meningkatkan Awareness

Meningkatkan *awareness* atau kesadaran merek adalah salah satu fungsi utama *Social Media Management*. Hal ini dilakukan dengan merancang dan menyebarkan konten yang menarik dan relevan secara teratur.

02

Membangun Citra Merek

Melalui penciptaan konten yang konsisten dengan karakteristik merek, manajemen media sosial berusaha membentuk persepsi positif di mata pengikut

03

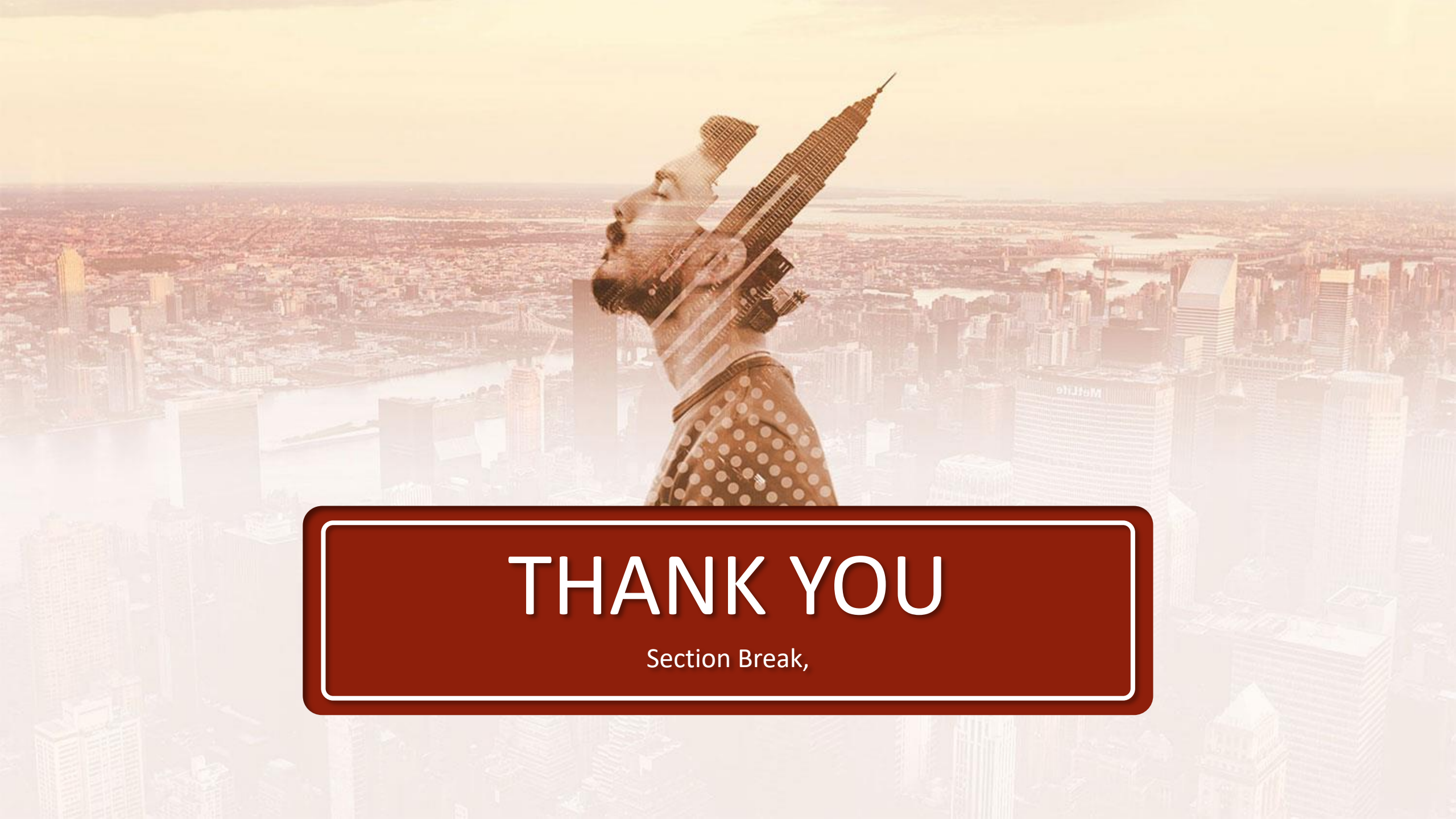
Meningkatkan Impression

Meningkatkan jumlah *impression* atau tampilan konten adalah tujuan lain dari SMM. Hal tersebut dilakukan dengan memahami perilaku pengguna dan menggunakan alat manajemen media sosial untuk penjadwalan posting yang tepat.

04

Menjadi Media Promosi dan Informasi

Social Media Management juga dapat berfungsi sebagai platform promosi yang efektif. Melalui kampanye pemasaran dan informasi terkini, SMM menjadi saluran untuk mempromosikan produk, layanan, maupun acara.



THANK YOU

Section Break,

Sertifikat

Diberikan kepada

Harningsih, M.I.kom

Pembicara Pengabdian Masyarakat

"Optimalisasi Pemanfaatan Social Media Management Untuk Pengelola UMKM"

dilaksanakan pada 4 Mei 2024.

Ketua PC Fatayat NU Kota Tangerang

Menawati, S.HI

Sekretaris PC Fatayat NU Kota Tangerang

Soebatul Islamiyah, S.Sos.I