



**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



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	NAMA
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



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>

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

Abyaktama

SERTIFIKAT

Diberikan kepada :

Rachmi Kurnia Siregar, M.I.Kom

Atas partisipasinya sebagai :

Peserta

Dalam Kegiatan Seminar

Basic Social Media Management

Yang bertempat di Gedung MUI Kecamatan Ciledug

5 Mei 2024


Abyaktama

Kevin Chaidir Pratama S.Kom.
General Manager



Edukasi pada Masyarakat tentang Pemanfaatan Social Media Managemen Sebagai Media Pemasaran

By : Dr. Indah Suryawati, M.Si, Dr. Dudi Iskandar, M.Ikom, Denada F. L. Gaol, M.Si, Rachmi Kurnia Siregar, M.I.Kom

data BPS

Menurut data BPS dari hasil pendataan Survei Susenas 2021, 62,10 persen populasi Indonesia telah mengakses internet di tahun 2021. Tingginya penggunaan internet ini mencerminkan iklim keterbukaan informasi dan penerimaan masyarakat terhadap perkembangan teknologi dan perubahan menuju masyarakat informasi. Tingginya jumlah pengguna internet di Indonesia tidak terlepas dari pesatnya perkembangan telepon seluler. Pada tahun 2021 tercatat 90,54 persen rumah tangga di Indonesia telah memiliki/menguasai minimal satu nomor telepon Seluler. Angka ini meningkat jika dibandingkan dengan kondisi tahun 2018 yang mencapai 88,46 persen.



19,3%

Berusia antara 25 & 34 tahun (pengguna Sosial Media)



14,8%

Pemanfaatan Social Media Managemen Sebagai Media Pemasaran



Social media management adalah proses mengelola, mengawasi, dan memanfaatkan media sosial untuk mencapai tujuan bisnis serta menganalisis pengguna media sosial untuk mengembangkan strategi pemasaran.

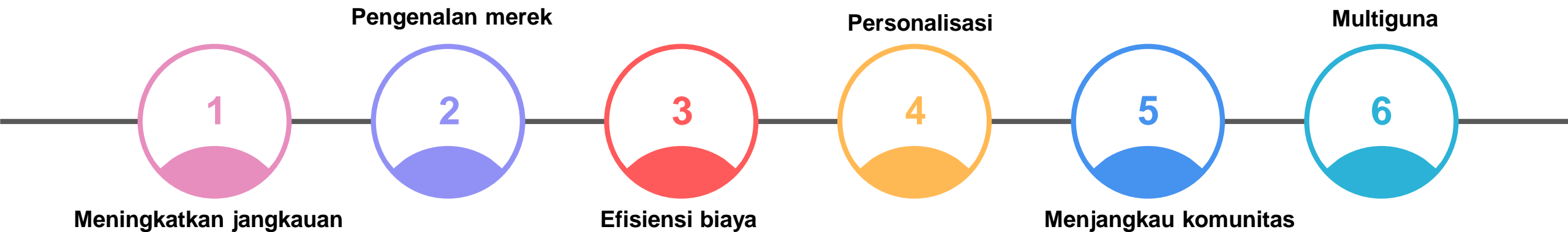


Hal ini meliputi **seluruh** proses digital *marketing* seperti merencanakan strategi media sosial, mengelola konten, memantau performa, serta berinteraksi dengan pengikut atau pengguna lainnya.



Untuk memastikan **kesuksesan** dalam social media management, seorang harus memiliki pengetahuan yang luas mengenai media sosial termasuk perubahan yang terjadi di dalamnya serta kemampuan untuk memanfaatkan alat-alat analisis yang tersedia.

Manfaat Social Media Management



Tools dari *social media management*

SocialOomph

digunakan untuk meningkatkan kinerja pada media sosial, misalnya mengikuti seseorang di media sosial secara otomatis.

Tweepi

merupakan tools yang digunakan pada akun media sosial twitter yang bisa menaikkan jumlah pengikut, dan memudahkan dalam mengatur pengikut akun media sosial bisnis

Buffer

membuat jadwal publish konten, dengan jangka waktu yang panjang. Hal tersebut menjadikan tidak perlu repot untuk publish konten setiap harinya, karena dengan **buffer**, bisa mengatur jadwal publish selama satu minggu

Hootsuite

membantu mempermudah dalam mengelola akun media sosial, pasalnya **hootsuite** bisa digunakan untuk membuat jadwal publish, memberikan respon, dan juga melihat traffic media sosial sekaligus. **Hootsuite** menjadi salah satu **tools** yang cukup dikenal pada **social media management**.

Social Bro

tools yang sangat memudahkan untuk membuat jadwal dan membuat campaign marketing bersama followers media sosial. **Social Bro** ini merupakan sebuah web yang memberikan pelayanan dalam penyajian data yang bisa menaikkan tingkat penjualan

BuzzSumo

tools yang bisa memberi data terkait hal apa saja yang sedang digemari banyak orang dengan memperlihatkan analisis data konten dalam tampilan dashboardnya. **Buzzsumo** juga mempunyai fitur yang bisa digunakan untuk mencari konten dengan kata kunci dan juga melakukan penyaringan konten



Beberapa *Platform* Media Sosial yang Bisa Dimanfaatkan



Dengan lebih dari 104 juta pengguna di Indonesia, Instagram menjadi salah satu *platform* yang paling efektif untuk *social media marketing*. Fitur visualnya memungkinkan *brand* untuk menampilkan produk atau jasa melalui postingan foto maupun fitur *video reels* yang ada



TikTok saat ini menjadi *platform* dengan pengaruh yang sangat tinggi. Kebanyakan trend bahkan di media sosial bahkan awal mulanya berasal dari aplikasi TikTok. Pemakaian *platform* TikTok semakin meluas, terutama di kalangan muda



Last but not least, Facebook rasanya menjadi media sosial yang paling familiar ya? Facebook hingga kini tetap menjadi *platform* yang kuat dengan berbagai fitur iklan dan targeting yang canggih. Terlebih, Facebook juga kini terkoneksi dengan Instagram melalui Meta yang membuat eksistensi Facebook dengan berbagai fiturnya tidak akan tergeserkan sampai kapanpun.



01

Posting reguler

Melakukan posting terjadwal di platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn dengan menggunakan konten visual seperti gambar, video, dan infografis.

02

Melakukan Kampanye Iklan

Membuat dan mengelola kampanye iklan di media sosial seperti iklan Facebook, iklan Instagram, dan iklan Twitter. Kampanye ini menggunakan Ads yang disediakan oleh fitur Google.

03

Penggunaan Influencer untuk promosi

Menggunakan influencer atau selebriti sosial media untuk mempromosikan produk atau merek Anda di media sosial.

04

Memanfaatkan Giveaway

Menyelenggarakan kontes atau giveaway di media sosial untuk meningkatkan keterlibatan dan kesadaran merek.

05

Melakukan Live streaming

Menyelenggarakan acara live streaming di media sosial seperti Instagram Live, Facebook Live, atau YouTube Live untuk menghubungkan dengan audiens secara langsung.



CONTOH Social Media Managemen Sebagai Media Pemasaran



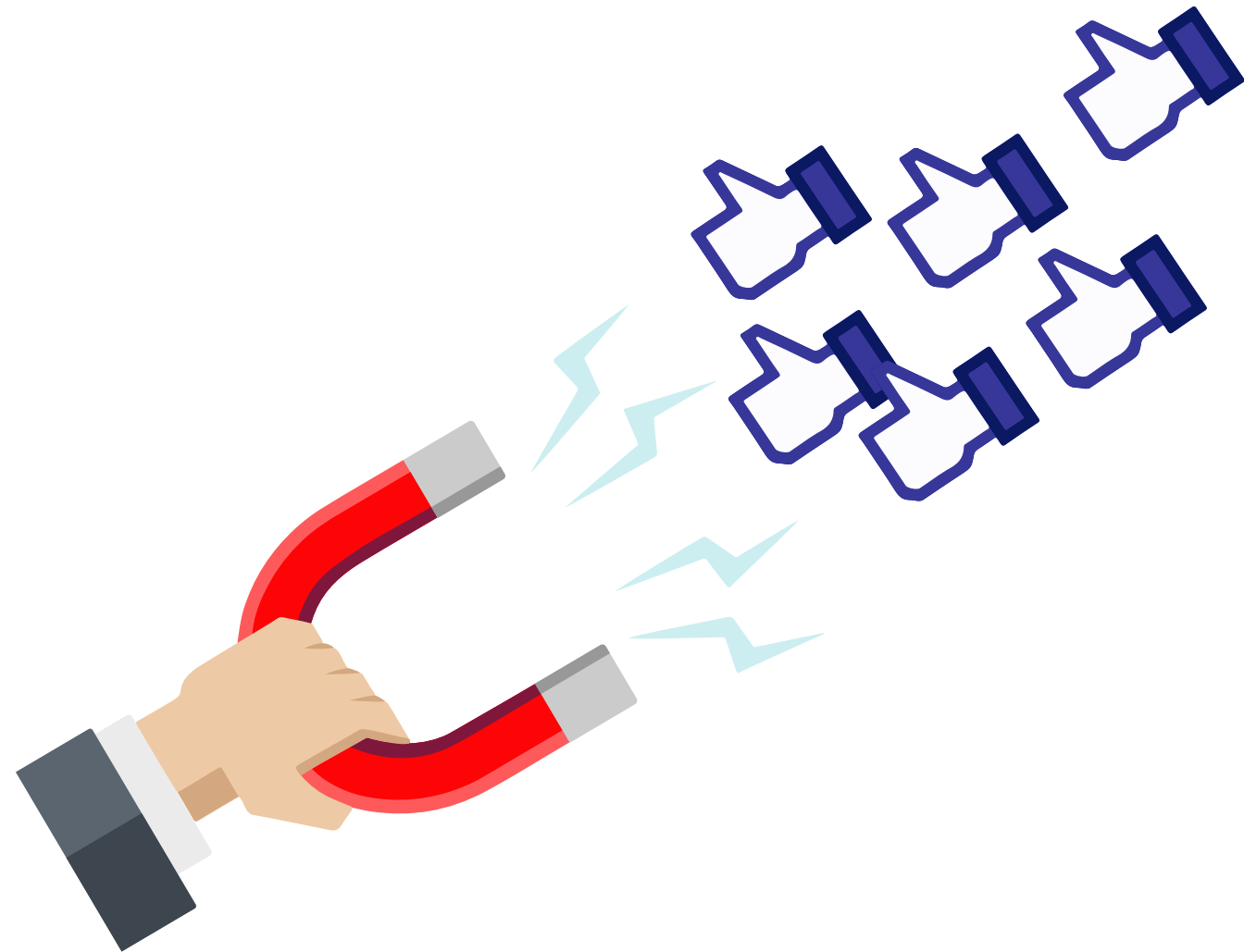
Berdasarkan data dari **Kominfo**, ditunjukkan persentase bahwa sebanyak 95% dari total 63 juta orang pengguna internet di Indonesia, mereka menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial.

Ini berarti dari total 63 juta pengguna internet tersebut, memang sebagian besar didominasi oleh penggunaan media sosial.

Dari banyaknya pengguna tersebut, dapat dibayangkan saat 1% saja orang melihat brand yang kita buat di beranda media sosial, ini mengartikan angka atau potensi yang fantastis. Artinya, postingan bisnis yang kita kelola berpeluang menjangkau lebih banyak audiens.



Social Media Management : Strategi Terkini Dunia Pemasasaran



Dengan pengelolaan dan perencanaan yang baik, sebuah media sosial dapat memberikan banyak manfaat sebagai media pemasaran.

Sebaliknya, ketika media sosial tidak dikelola dengan baik dan profesional, maka Anda telah melewatkan kesempatan besar untuk berkembang



Section Break

Thank you,