



PENGANTAR DAN PERKENALAN MATA KULIAH KAPITA SELEKTA KOMUNIKASI

By:

Nur Atnan, S.IP., M.Sc.



Materi Hari Ini



- Perkenalan
- Gambaran Umum Mata Kuliah Ini
- Metode Pembelajaran
- Tata Tertip Perkuliahan



Pengertian Kapita Selekta Komunikasi



Kapita Selekta Komunikasi

- Bunga rampai karya ilmiah yg dianggap penting (KBI)
- Isu-isu Kontemporer dalam perkembangan ilmu komunikasi
- Mengajarkan materi-materi penting komunikasi yang belum masuk dalam kurikulum



PROFIL MATA KULIAH



Mata kuliah Kapita Selekta Komunikasi
Pemasaran membahas **Isu-isu
Kontemporer dalam Bidang Marcom dan
Menganalisis Fenomena-fenomenanya**



CAPAIAN PEMBELAJARAN



Setelah mengikuti mata kuliah mahasiswa mampu **memahami isu-isu kontemporer dan mampu menganalisis fenomena-fenomenanya.**



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER



Pertemuan 1 : Pengantar Kapita Selekta Komunikasi

Pertemuan 2 : Markom Konvensional menuju Markom Digital

Pertemuan 3 : Pemasaran Sedang Berubah

Pertemuan 4 : Media Pemasaran di Era Digital

Pertemuan 5 : Perubahan Perilaku Komunikasi Pemasaran di Era Digital

Pertemuan 6 : Dampak Perubahan Komunikasi Pemasaran di Era Digital

Pertemuan 7 : Pemanfaatan Media Sosial dalam Komunikasi Pemasaran

Pertemuan 8 : Pemanfaatan Media Sosial dalam Komunikasi Pemasaran

Pertemuan 9 : Riset dalam Komunikasi Pemasaran

Pertemuan 10 : Integrasi Program Media Sosial

Pertemuan 11 : Manajemen Program Media Sosial

Pertemuan 12 : Pengukuran Program Media Sosial I (ROI)

Pertemuan 13 : Pengukuran Program Media Sosial II (Frekuensi, Jangkauan, dan Hasil dari Media Sosial)

Pertemuan 14 : Pengukuran Program Media Sosial III (Analisis dan Pelaporan Program Media Sosial)

Buku Bacaan Wajib:

- Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, and Hooi Den Huan. *Marketing for Competitiveness*. Mizan Media Utama : Bandung
- Olivier Blanchard. *Social Media ROI*. Kompas Gramedia : Jakarta

Buku Bacaan Wajib:

- Hart, Norman (1999) *Implementing an Integrated Marketing Communication Strategy*. Thorogood Limited: London.
- Nasrullah, Rulli (2015) *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media: Bandung.
- Percy, Larry (2008) *Strategic Integrated Marketing Communication: Theory and Practice*. Butterworth-Heinneman: Oxford.
- Sulaksana, Uyung (2003) *Integrated Marketing Communications: Teks dan Kasus*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Varey, Richard (2002) *Marketing Communications: Principles and Practice*. Routledge: London.
- Blythe, Jim (2006) *Essentials of Marketing Communications*. Prentice-Hall: Essex.
- Egan, John (2015) *Marketing Communications*. Sage: London.
- Smith, PR & Ze Zook (2011) *Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media*. Kogan Page: London.



KOMPONEN PENILAIAN



- TUGAS 40% (Termaksud Keaktifan di Kelas)
- UTS 30%
- UAS 30%

Perubahan paradigma dalam pembelajaran



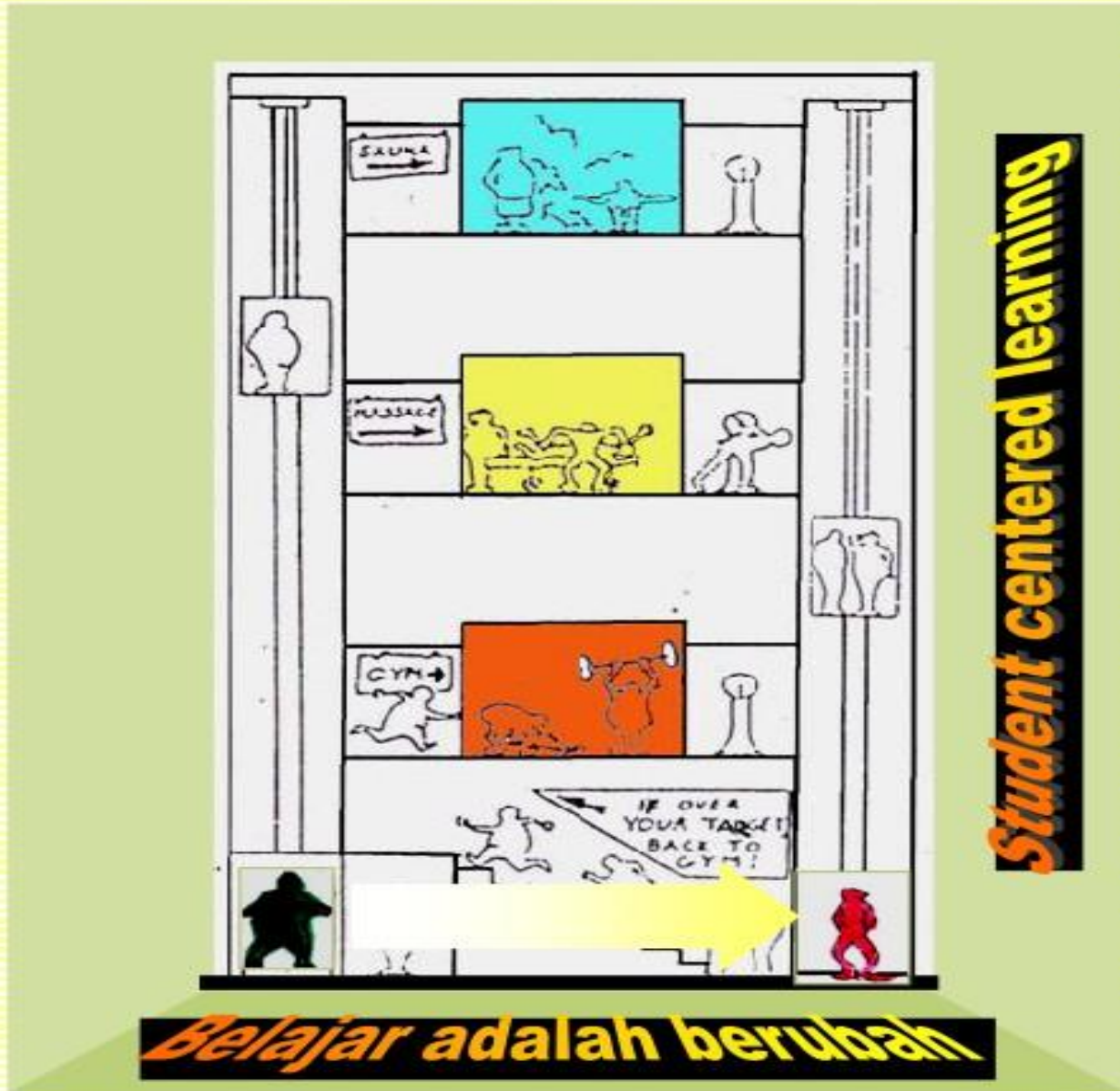
Teacher Centered Learning

Belajar bukan hanya menerima pengetahuan, bersifat pasif-reseptif

**SERING DINAMAKAN
PENGAJARAN
(teaching)**

Dengan cara ini kemampuan apa yang didapat mahasiswa ?

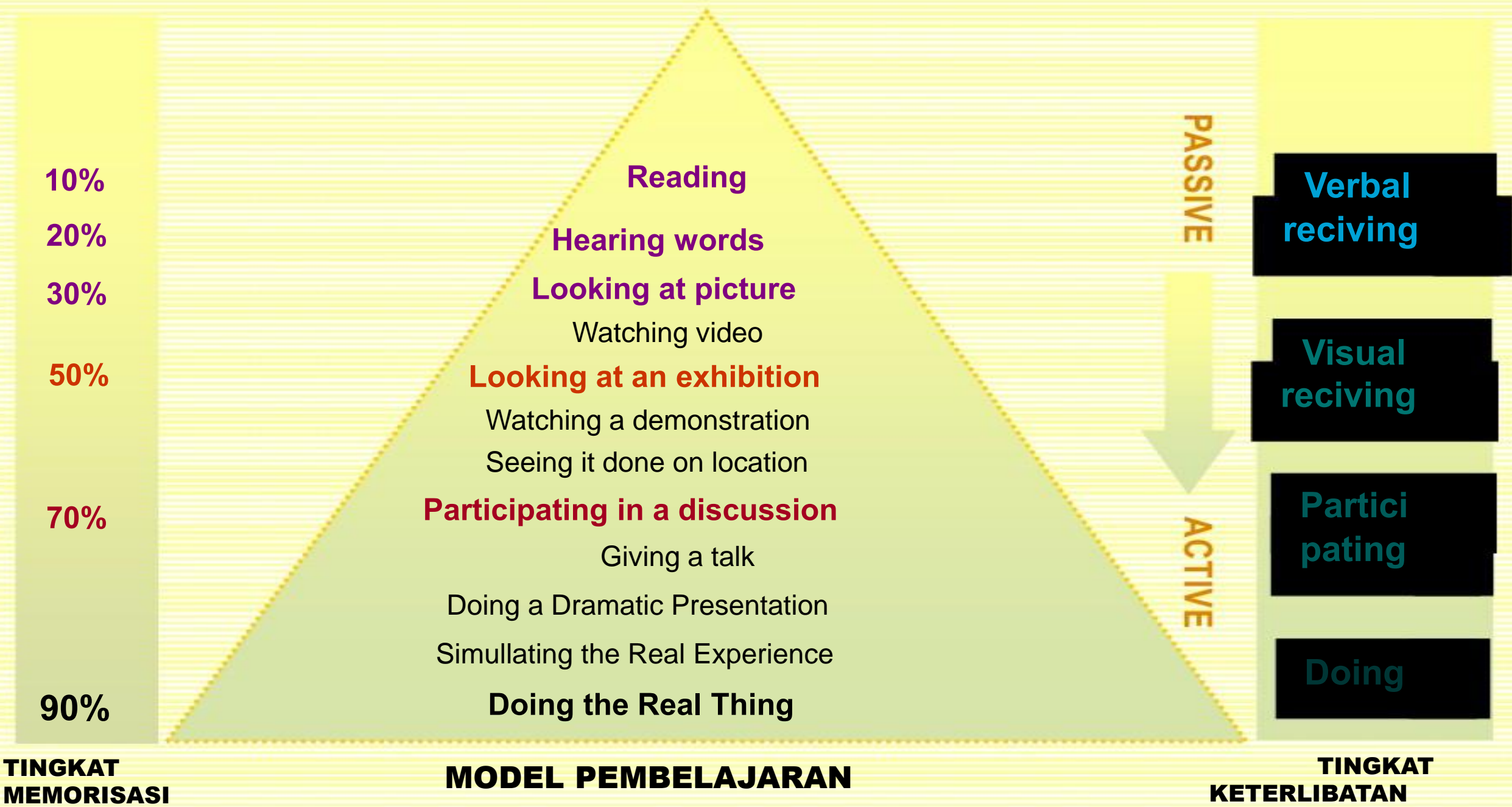
Perubahan paradigma dalam pembelajaran



Siapa yang menjadikan dirinya kurus ?

Apa tugas dosen dalam proses belajar ini?

Belajar adalah mencari dan mengkonstruksi pengetahuan lewat berbagai strategi



Direkonstruksi dari Dr.Vernon A. Magnesen, 1983, dalam QUATUM TEACHING.



Keterampilan yang Dibutuhkan Menghadapi Perkembangan Kecerdasan Buatan*

Kemampuan di bidang digital dan teknologi	42%
Berpikir kreatif dan eksperimentasi	33%
Analisis dan interpretasi data	31%
Pengembangan strategi	30%
Perencanaan dan administrasi	23%
Berjejaring sosial**	21%
Pengembangan dan pendampingan orang**	21%
Berkolaborasi**	20%
Manajemen kualitas dan standar	20%
Peningkatan keterampilan dari kepakaran yang sudah dimiliki	20%
Manajemen tampilan dan pelaporan	17%

*) Hasil survei terhadap 1.770 manajer di 14 negara. Daftar keterampilan ini adalah tiga keterampilan teratas yang menurut manajer dibutuhkan dalam lima tahun ke depan.

***) Keterampilan "manusia" yang cenderung diremehkan oleh responden manajer.



Sumber: Litbang "Kompas"/PUR/KPP, diolah dari bbc.co.uk, forbes.com, Harvard Business Review Edisi Maret-April 2017, buku "The New Communication Technology Fifth Edition" oleh Michael M.A. Mirabito dan Barbara L. Morgenstern (2004)



INFOGRAFIK: GUNAWAN





TUGAS



- **Tugas Perkelompok**
- **Observasi Lingkungan Sekitar**
- **Menganalisis Fenomena-fenomena terkait isu-isu kontemporer Marcom**
- **Gunakan Teori/Konsep untuk Menganalisis Fenomena Tersebut**
- **Sistematika Bebas. Minimal mengandung Fenomena dan Analisis Fenomena**



Tata Tertip Mata Kuliah Ini



- Keterlambatan : Paling lama 15 menit. Lebih dari itu tidak dapat mengikuti kuliah
- Absen maksimal 3 Kali. Lebih dari itu, tidak dapat mengikuti UAS
- Keterlambatan Dosen : Paling lama 15 menit. Jika tidak ada kabar, silahkan mahasiswa absen dan laporkan ke Jurusan bahwa dosen yang bersangkutan tidak hadir