

**PEDOMAN PRAKTIKUM
MATA KULIAH KOMUNIKASI BISNIS
PERIKANAN**



**DISUSUN OLEH :
Eko Sugiharto,S.Pi,M.Si**

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERIKANAN
FAKULTAS PERIKANAN DAN ILMU KELAUTAN
UNIVERSITAS MULAWARMAN
Tahun. 2023**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Mata Kuliah : KOMUNIKASI BISNIS PERIKANAN

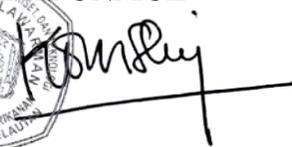
Dosen : Eko Sugiharto,S.Pi,M.Si

SKS : 3 SKS

Semester : 4 (empat)

Samarinda, 3 Maret 2023

Mengetahui,

**Dekan
FPIK UNMUL**



**Dr.Ir Komsanah Sukarti,MP
NIP. 196405101989032003**

Dosen Kord. Praktikum,



**Eko Sugiharto,,M.Si
NIP. 1978092920001204**

SATUAN ACARA PRAKTIKUM MATA KULIAH KOMUNIKASI BISNIS

A. Judul Praktikum

Promosi Bisnis Pemasaran dengan menggunakan Poster

B. Tujuan Instruksi Umum

1. Mahasiswa dapat mengetahui model promosi dengan menggunakan media Poster
2. Mahasiswa dapat membuat pesan promosi yang lebih efektif
3. Mahasiswa mengetahui pola desain promosi dan pengiklanan dengan menggunakan Poster.

C. Tujuan Instruksional Khusus

1. Mahasiswa dapat mencoba komunikasi bisnis pemasaran ini
2. Mahasiswa dapat memahami arti penting dari bisnis layanan informasi dan promosi melalui media Poster

D. Ringkasan Teori

Komunikasi Publik, merupakan proses komunikasi yang terjadi antara seseorang yang bertindak sebagai sumber dalam menyampaikan pesan informasi kepada khalayak banyak yang tidak diketahui berapa besarnya

Perkembangan teknologi komunikasi sejalan dengan perkembangan teknologi. Teknologi komunikasi sebagai suatu sarana/media yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi agar lebih cepat sampai ke Receiver. Media tersebut merupakan suatu bentuk teknologi pengiriman pesan melalui suara yang keluar dari seseorang ke orang lain.

(Misal: Berbicara, Telepon, ceramah, TV, Radio, leaflet, poster, spanduk maupun X-Banner).

E. Tugas Pendahuluan

1. Mahasiswa mengumpulkan bahan, literatur dan pustaka yang berkaitan dengan materi pesan yang akan dibuat dalam Poster
2. Setelah itu diharapkan mahasiswa dapat membuat laporan guna menjelaskan pesan promosi yang akan dibuat dalam Poster
3. Mahasiswa mengumpulkan Poster yang dibuat dengan ukuran 70 cm x 70 cm

F. Alat dan Bahan yang Digunakan

1. Literatur berkaitan dengan topic dan isi pesan yang akan dibuat dalam Poster
2. Konsep isi pesan dalam Poster anda konsultasikan kepada percetakan.

G. Metode Praktikum

1. Mahasiswa yang wajib mengikuti praktikum adalah yang mengambil mata kuliah Komunikasi Bisnis
2. Praktikum Komunikasi Bisnis Perikanan dibagi menjadi 4 Kelompok dengan substansi isi pesan yang berbeda

3. Setiap kelompok membuat laporan secara tertulis dengan format yang sudah ditentukan

H. Pertanyaan/Evaluasi

1. Ketepatan Pengumpulan laporan dan Poster
2. Kesesuaian dan keakuratan pesan yang akan disampaikan
3. Keaktifan dan kekompakan mahasiswa dalam praktikum

I. Penilaian

Penilaian praktikum ini didasarkan kepada ketepatan waktu pengumpulan dan kesesuaian serta keakuratan pesan yang akan dibuat dalam Poster serta keaktifan dan kekompakan mahasiswa dalam praktikum. Laporan harus sudah dikumpulkan selambatnya **3 minggu setelah responsi praktikum.**

**DAFTAR NAMA KELOMPOK PRAKTIKUM
KOMUNIKASI BISNIS**

KELOMPOK I (Bidang Budidaya)	KELOMPOK II (Bidang Pengolahan hasil)
KELOMPOK III (Bidang Pemasaran)	KELOMPOK IV (bidang pengkapan)

J. Tehnik Pelaporan

Setiap kelompok membuat laporan praktikum berdasarkan topik isi pesan yang dipilih dalam Poster yang dibuat:

SUB COVER

HALAM PENGESAHAN

1. Pendahuluan

a. Latar Belakang

b. Tujuan Praktikum

2. Penjelasan Penunjang mengenai topik isi pesan

3. Kesimpulan dan Saran

4. Daftar Pustaka

MT KULIAH KOMUNIKASI BISNIS PERIKANAN
SURVEI SEBAGAI BAHAN PEMBUATAN PROMOSI MELALUI POSTER
(masyarakat)

I Pertanyaan- Pertanyaan Pendukung

1. Bidang usaha apa yang bapak/ibu tekuni saat ini?
2. Sudah berapa lama usaha bapak/ibu dilakukan?
3. Tujuan apa bapak/ibu membuka usaha ini?
4. Berasal dari mana modal usaha yang bapak/ibu lakukan? Sendiri / Pinjaman
5. berapa jumlah karyawan/pekerja yang bapak/ibu libatkan?
6. Berasal dari mana karyawan/pekerja bapak/ibu saat ini?
7. Adakah perencanaan usaha dan perencanaan Pemasaran yang dilakukan?
8. Kendala-kendala apa yang dihadapi saat ini?
9. Bagaimana solusi mengatasi permasalahan tersebut

