

MODUL PEMBELAJARAN

ASAS MANAJEMEN DALAM PRAKTIK ILMU KOMUNIKASI

HARYATI, S.SOS., M.SI

HAIRUNNISA HUSAIN, S.SOS., MM



KATA PENGANTAR

Salam Komunikasi!!!

Puji Syukur pada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Kuasa, akhirnya terselesaikan penulisan dan penyusunan Asas-asas Manajemen dalam Kegiatan Komunikasi ini dengan baik. Shalawat serta salam untuk Rasulullah Muhammad, yang penulis lafalkan sebelum dan sesudah penulisan modul ini, semoga karya ini mendapatkan berkah melimpah dari Beliau karena merupakan bagian Jihad Ilmu dalam memberikan kontribusi pengetahuan dan keterampilan untuk para pengguna/pembaca modul ini.

Penulisan dan penyusunan modul ini dilatari oleh keperluan dan kebutuhan mahasiswa dan dosen dalam beberapa mata kuliah di Prodi Ilmu Komunikasi yaitu Asas Manajemen dan Manajemen Komunikasi serta Pengorganisasian Event Organizer. Dengan adanya modul ini akan mempermudah dosen dalam menjelaskan secara rinci baik teori dan praktik bagaimana dan seperti apa kolaborasi dua ilmu sosial ini dalam satu fragmen kegiatan, bagaimana menyelaraskan dua sudut pandang dalam satu praktik.

Didalam modul ini disajikan pengenalan Ilmu Komunikasi dan Ilmu Manajemen serta Manajemen Komunikasi dimana didalamnya sarat dengan aspek dan asas manajemen yang melebur untuk menghasilkan sinergi dalam suatu kegiatan pada dua perspektif ilmu.

Terima kasih juga untuk anak-anak Gadisku yang membantu penulisan modul ini dalam ide, pengetikan, design dan searching foto-foto koleksi akademik Insan Komunikasi untuk ditampilkan dalam modul ini, Agnes Viony dan Wisda Aprilia Syaka, terima kasih semangat dan kerja kerasnya. Semoga modul ini memberi banyak manfaat dalam perkembangan Ilmu Komunikasi .

Samarinda, 27 Desember 2021

Hariyati - Hairunnisa Husain
Penulis

Modul Pembelajaran
Asas Manajemen dalam Praktik Ilmu Komunikasi
Haryati-Hairunnisa

DAFTAR ISI

Mengenal Manajemen

A. Definisi Manajemen	1
B. Hakikat Asas Manajemen	1
C. Fungsi Manajemen	6
D. Prinsip Manajemen	7
E. Urgensi Kegiatan Manajemen dalam Kegiatan Sehari-hari	11
F. Rangkuman	13
G. Formatif	13
H. Praktikum	13

Manajemen Komunikasi

A. Definisi Komunikasi Manajemen	14
B. Contoh-contoh Manajemen Komunikasi	17
C. Rangkuman	20
D. Tes Formatif	20
E. Praktikum	20

Contoh-contoh Proposal dan Laporan dalam Praktik Manajemen Ilmu Komunikasi

A. Contoh-contoh Proposal Kegiatan	22
--	----

Daftar Pustaka	33
-----------------------------	----

Modul Pembelajaran Asas Manajemen Dalam Praktik Ilmu Komunikasi

MENGENAL MANAJEMEN

A. Definisi Manajemen

Manajemen termasuk kelompok ilmu pengetahuan sosial dan merupakan salah satu bidang yang sangat penting untuk pelajari dan di implementasikan dalam aktivitas sehari-hari. Secara umum aktivitas manajemen dalam organisasi diarahkan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Jika ilmu manajemen dapat diimplementasikan dengan baik maka peluang pencapaian tujuan dapat diwujudkan secara teratur karena manajemen mencakup langkah menetapkan tujuan dan strategi mencapainya dengan memanfaatkan sumber daya yang ada secara efisien dan efektif.

Manajemen berasal dari Bahasa Perancis Kuno ”*management*” yang berarti seni melaksanakan dan mengatur. Dalam Bahasa Inggris kata ”*management*” dengan kata kerja ”*to manage*” yang berarti mengurus, mengatur, mengemudikan, mengelola, menjalankan, membina, atau memimpin. Terdapat pula pakar yang



berpandangan bahwa kata manajemen berasal dari Bahasa Latin, yaitu berasal dari kata ”*mantis*” yang berarti tangan dan ”*agere*” yang berarti melakukan. Dua kata tersebut digabung menjadi kata kerja ”*managere*” yang artinya menangani. ”*Managere*” diterjemahkan ke dalam Bahasa Inggris dalam bentuk kata kerja ”*to manage*”, dengan kata benda ”*management*”, dan ”*manage*” untuk orang yang melakukan kegiatan manajemen. Namun ada juga kemungkinan lain jika istilah manajemen berasal dari Bahasa Italia, yaitu dari kata ”*meneggiare*” yang memiliki arti ”mengendalikan”, dan biasanya digunakan dalam konteks mengendalikan kuda kala itu.

Beberapa pihak ada juga yang mengartikan manajemen dengan perspektif yang berbeda yaitu ketatalaksanaan, ketatapengurusan, pembinaan, pemimpin dan sebagainya. Masing-masing pihak memberikan istilah diwarnai latar belakang pekerjaan mereka,

meskipun dalam kenyataan memiliki makna yang berbeda. Seperti pendapat yang disampaikan para ahli berikut:

1. Manajemen merupakan suatu proses yang khas terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya (George R. Terry).
2. Manajemen adalah ilmu dan seni yang mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu (Drs. Malayu S.P. Hasibuan).
3. Manajemen adalah ilmu dan seni merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan, mengkoordinasikan dan mengawasi tenaga manusia dengan bantuan alat-alat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu (Oei Liang Lee)
4. Manajemen adalah proses dari perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengawasan pekerjaan anggota-anggota organisasi dan penggunaan semua sumber organisasi yang ada untuk mencapai tujuan organisasi (Stoner dan Freeman).

Terlepas dari pemikiran dan pemahaman yang berbeda tersebut, pada hakikatnya manajemen mengandung dasar falsafah dan unsur-unsur yang memiliki kemiripan, yaitu :

1. Manajemen memiliki tujuan yang ingin dicapai, di mana tujuan tersebut telah ditetapkan terlebih dahulu (*Predetermined objectives*).
2. Pencapaian tujuan dilaksanakan melalui pendelegasian wewenang kepada pegawai (*Through the effort of other people*).
3. Pencapaian tujuan organisasi dilaksanakan melalui fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan.
4. Kepemimpinan, dan pengawasan sehingga penggunaan faktor “*Human*” dan “*Non Human*” dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien (*How to Manage of Effectively*).



Sejalan dengan perkembangan zaman, pengetahuan manajemen bukan hanya karya-karya dalam praktik nyata, tetapi dikukuhkan kedudukannya sebagai disiplin suatu pengetahuan yang dapat dipelajari. Dalam perkembangannya, manajemen menjadi ilmu terapan (*applied sciences*) atau lebih terkenal dengan istilah ‘manajemen

keilmuan' (*scientific management*).

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa definisi manajemen adalah ilmu dan seni untuk mendapatkan sesuatu dengan memanfaatkan sumber daya dan pemberian fasilitas kerja, yang direncanakan, diorganisasi, diarahkan, dikoordinasi dan dikendalikan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.



B. Hakikat Asas-Asas Manajemen

Pada prinsipnya manajemen merupakan alat untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh lembaga/organisasi bersangkutan.

Manajemen tidak saja mengidentifikasi dan menganalisis, namun juga mengkombinasikan secara efektif bakat orang dan mendayagunakannya untuk mencapai tujuan.

Unsur utama yang terdapat dalam proses manajemen sebuah organisasi atau suatu kegiatan termasuk kegiatan komunikasi, dikenal dengan formula 6 M sebagai *Tools of Management*, sebagai berikut.

1. **Men (Pegawai)**, tenaga kerja manusia, baik dalam level pegawai manajerial maupun operasional merupakan unsur yang berperan penting dalam pelaksanaan manajemen, pegawai berfungsi bukan hanya sebagai perencana, pelaksana, dan pengaktualisasi, namun juga sebagai pengawas. dengan demikian keberadaan pegawai sangat strategis.
2. **Money (Dana)**, anggaran yang diperlukan dalam menggerakkan roda kegiatan organisasi dan merupakan unsur yang bersifat sentral termasuk dalam mengelola kegiatan komunikasi.
3. **Methods (Metode)**, cara-cara, teknik atau usaha yang dipergunakan dalam operasional organisasi. Metode biasanya disusun secara sistematis tahapan-tahapan yang perlu dilakukannya agar hasil dan tujuan yang diinginkan dapat dicapai dengan mudah.

4. **Materials (Material)**, bahan yang diperlukan dalam proses manajemen organisasi untuk mencapai hasil dan tujuan yang diinginkan.
5. **Machines (Mesin)**, mesin atau alat yang diperlukan dan dipergunakan untuk mencapai tujuan dan memberikan hasil yang optimal dalam operasional organisasi.
6. **Markets (Pasar)**, pasar untuk menjual hasil produksi barang atau jasa yang dihasilkan organisasi.

C. Fungsi Manajemen

Drs. May Rudy SH, MIR, MSc, mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan fungsi manajemen adalah berbagai jenis tugas atau kegiatan manajemen yang mempunyai peranan dan saling menunjang secara terpadu. Fungsi-fungsi manajemen yang dirumuskan beberapa pakar, berdasarkan sudut pandang masing-masing dapat dikemukakan diantaranya sebagai berikut.

No.	Penulis	Judul Buku	Fungsi
1	Harold Koontz dan Cyril O'Donnel	<i>Principles of Management</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Planning</i> 2. <i>Organizing</i> 3. <i>Staffing</i> 4. <i>Controlling</i>
2	George R. Terry	<i>Principles of Management</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Planning</i> 2. <i>Organizing</i> 3. <i>Actuating</i> 4. <i>Controlling</i>
3	Henry Fayol	<i>General and Industrial Management</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Planning</i> 2. <i>Organizing</i> 3. <i>Commanding</i> 4. <i>Coordinating</i> 5. <i>Controlling</i>
4	Stephen P. Robbins	<i>The Administrative Process</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Planning</i> 2. <i>Organizing</i> 3. <i>Leading</i>

5	The Liang Gie	Ilmu Administrasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perencanaan 2. Pembuatan Keputusan 3. Pembimbing 4. Pengkoordinasi 5. Pengendalian 6. Penyempurnaan
---	---------------	-------------------	---

Andrew F. Sikula (1973) menjelaskan bahwa manajemen pada umumnya dikaitkan dengan aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, penempatan, pengarahan, pemotivasian, komunikasi, dan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh setiap organisasi dengan tujuan untuk mengkoordinasikan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sehingga akan menghasilkan suatu produk atau jasa secara efisien.

a. *Planning* (Perencanaan)

Melalui perencanaan dapat dipersatukan kesamaan pandangan, sikap, dan tindakan dalam pelaksanaan di lapangan. Planning dilakukan sebelum kegiatan dilaksanakan dengan mempertimbangkan beberapa unsur, seperti komunikator, pesan, media, khalayak, dan efek.



b. *Organizing* (Pengorganisasian)

Organizing merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan penyiaran, sumber daya yang dimiliki, dan lingkungan yang melingkupinya. Adapun penyusunan struktur organisasi, yaitu pengelompokan kegiatan kerja yang konkret dan tegas sesuai dengan lingkup pekerjaan dan pembagian tugas. Melalui struktur organisasi ini, semua tugas mencapai tujuan diatur. Baik-buruknya struktur organisasi diatur dari berbagai hubungan, baik hubungan fungsional, manajer, maupun staf.

c. *Actuating* (Pelaksanaan)

Actuating adalah membangkitkan dan mendorong semua personel organisasi agar berusaha untuk mencapai tujuan



dengan ikhlas serta serasi dengan perencanaan dan usaha pengorganisasian dari pihak pimpinan.

d. Controlling (Pengawasan)

Pengawasan adalah proses penetapan ukuran kinerja dan pengambilan tindakan untuk mendukung tercapainya tujuan organisasi. Tujuan pengawasan adalah menghindari penyelewengan atau penyimpangan atas tujuan yang hendak dicapai.

D. Prinsip Manajemen

Prinsip manajemen adalah dasar-dasar atau pedoman kerja yang bersifat pokok yang tidak boleh diabaikan oleh setiap manajer atau pemimpin. Menurut Henry Fayol, prinsip-prinsip manajemen terdiri dari empat belas macam, yaitu:

a. Pembagian Kerja yang Berimbang

Dalam membagi-bagikan tugas dan jenisnya kepada semua kerabat kerja, seorang manajer hendaknya tidak bersifat pilih kasih atau pilih bulu, melainkan harus bersikap sama baik dan memberikan beban kerja yang berimbang.

b. Pemberian Kewenangan dan Rasa Tanggung Jawab yang Tegas dan Jelas

Setiap kerabat kerja atau karyawan hendaknya diberi wewenang sepenuhnya untuk melaksanakan tugasnya dengan baik dan mempertanggung-jawabkannya kepada atasan langsung.



c. Disiplin

Disiplin ialah kesediaan untuk melakukan usaha atau kegiatan nyata (bekerja sesuai dengan jenis pekerjaan yang menjadi tugas dan tanggung jawabnya) berdasarkan rencana, peraturan dan waktu (waktu kerja) yang telah ditetapkan.

d. Kesatuan Perintah

Setiap karyawan atau kerabat kerja hendaknya hanya menerima satu jenis perintah dari seorang atasan langsung (mandor/kepala seksi/kepala bagian), bukan dari beberapa orang yang sama-sama merasa menjadi atasan para karyawan/kerabat kerja tersebut.

e. Kesatuan Arah

Kegiatan hendaknya mempunyai tujuan yang sama dan dipimpin oleh seorang atasan langsung serta didasarkan pada rencana kerja yang sama (satu tujuan, satu rencana, dan satu pimpinan).

f. Mendahulukan Kepentingan Umum Diatas Kepentingan Pribadi

Ketika seseorang sedang bekerja sebagai kerabat kerja. maka semua kepentingan pribadi harus dikesampingkan/diabaikan atau disimpan dalam hati.

g. Penggajian

Pemberian gaji dan cara pembayarannya hendaknya diusahakan sedapat mungkin bisa memuaskan.

h. Pemusatan Wewenang (Sentralisasi)

Wewenang atau kewenangan untuk menentukan kebijakan yang bersifat umum hendaknya dipegang oleh administrator (sentralisasi/dari pusat).



i. Jenjang Jabatan (Hirarki)

Para karyawan harus tunduk dan taat kepada mandor, para mandor harus tunduk dan taat kepada kepala seksi (manajemen tingkat rendah), para kepala seksi harus tunduk dan taat kepada kepala bagian (manajemen tingkat menengah) dan para kepala bagian harus tunduk dan taat kepada administrator (manajemen tingkat atas).

j. Tata Tertib

Di dalam tata tertib terdapat perintah dan larangan, perizinan dan berbagai peraturan lainnya yang menjamin kelancaran pekerjaan segenap kerabat kerja tanpa kecuali.

k. Keadilan

Segenap karyawan harus dianggap sama pentingnya dan sama baiknya serta kalau terjadi perselisihan antarmereka tidak boleh ada yang dibela, melainkan harus dileraikan melalui musyawarah dan mufakat berdasarkan rada kekeluargaan.

l. Pemantapan Jabatan

Setiap pejabat atau karyawan hendaknya tidak sering diubah-ubah dalam tugas, jabatan dan wewenangnya.

m. Prakarsa

Prakarsa atau inisiatif yang timbul di kalangan kerabat kerja hendaknya mendapat penghargaan/sambutan yang layak.

n. Solidaritas atau Rasa Setia Kawan

Rasa setia kawan biasanya muncul berkat kerja sama dan hubungan baik antarkawan. Hal ini hendaknya dimanfaatkan untuk kepentingan-kepentingan yang positif, konstruktif dan rasional.

E. Urgensi Manajemen dalam Kegiatan Sehari-Hari

Manajemen berperan sebagai penggerak aktivitas komunikasi dalam usaha pencapaian tujuan komunikasi. Untuk mencapai tujuan tersebut, asas-asas manajemen dan kegiatan komunikasi harus dipadukan dan disesuaikan dengan landasan tujuan yang hendak dicapai.



Pada prinsipnya manajemen merupakan alat untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh lembaga atau organisasi bersangkutan. Manajemen yang baik akan memudahkan terwujudnya tujuan perusahaan/lembaga atau organisasi, karyawan, dan masyarakat. Manajemen sangat diperlukan sebab,

1. Pekerjaan itu berat dan sulit untuk dikerjakan sendiri, sehingga diperlukan pembagian kerja, tugas, dan tanggung jawab dalam penyelesaiannya.
2. Perusahaan akan dapat berhasil baik, jika manajemen diterapkan dengan baik.
3. Manajemen yang baik akan meningkatkan daya guna dan hasil guna semua potensi yang dimiliki.
4. Manajemen yang baik akan mengurangi pemborosan-pemborosan.
5. Manajemen menetapkan tujuan dan usaha untuk mewujudkan dengan memanfaatkan 6 M dalam proses manajemen tersebut.
6. Manajemen perlu untuk kemajuan dan pertumbuhan.
7. Manajemen mengakibatkan pencapaian tujuan secara teratur.
8. Manajemen merupakan suatu pedoman pikiran dan tindakan.
9. Manajemen selalu dibutuhkan dalam setiap kerja sama sekelompok orang.



F. Rangkuman

Manajemen adalah ilmu dan seni untuk mendapatkan sesuatu dengan memanfaatkan sumber daya dan pemberian fasilitas kerja, yang direncanakan, diorganisasi, diarahkan, dikoordinasi dan dikendalikan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Manajemen juga penting untuk pelajari dan di implementasikan dalam aktivitas sehari-hari untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

Unsur utama dalam manajemen dikenal dengan formula 6 M, yakni *Men* (Pegawai), *Money* (Dana), *Methods* (Metode), *Materials* (Material), *Machines* (Mesin), dan *Markets* (Pasar). Fungsi manajemen menurut Andrew F. Sikula ialah berupa *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Pelaksanaan), dan *Controlling* (Pengawasan).

G. Tes Formatif

1. Berdasarkan penjelasan diatas bagaimana opini anda tentang pengertian manajemen dalam kehidupan sehari-hari serta jelaskan tujuan dan fungsi kegiatan manajemen.
2. Jelaskan tentang urgensi manajemen dalam kehidupan sehari-hari di dalam keluarga dan masyarakat. Kemudian berikan contoh masing-masing.
3. Dalam kegiatan manajemen yang dilakukan sehari-hari sebut dan jelaskan unsur-unsur manajemen apa saja yang melatari dan berikan contoh!
4. Jelaskan menurut pendapat anda dari hasil pengamatan kegiatan manajemen, apa saja hambatan yang akan ditemui didalamnya!
5. Bagaimana agar suatu kegiatan atau proses manajemen bisa disebut sebagai komunikasi yang efektif? Jelaskan dan berikan contoh!

H. Praktikum

Buatlah satu kelompok kerja yang terdiri dari 10 orang kemudian buatlah bahasan atau diskusi manajemen mengenai rekrutmen HIMA di Ilmu Komunikasi, dimana masing-masing orang merumuskan tentang konsep rekrutmen pada suatu kegiatan tertentu. Kemudian amati dan analisa proses diskusi yang sedang berjalan dan paparkan :

1. Jalannya manajemen yang berlangsung antar anggota
2. Hambatan komunikasi mengenai manajemen dalam diskusi yang berlangsung
3. Bentuk-bentuk manajemen dalam diskusi
4. Manajemen efektif yang dilakukan oleh anggota dalam kelompok

Modul Pembelajaran

Asas Manajemen Dalam Praktik Ilmu Komunikasi

MANAJEMEN KOMUNIKASI

A. Definisi Manajemen Komunikasi

Komunikasi yang awalnya hanya dipandang satu arah, kini mulai berkembang sehingga menghasilkan berbagai bentuk komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi massa dan komunikasi public. Studi tentang komunikasi berkembang pesat sejak Perang Dunia ke-1 sejalan dengan kemajuan teknologi dan terbitnya buku-buku yang membahas komunikasi secara khusus.



Menurut Suriasumantri, Ilmu Komunikasi tidak dapat dilepaskan dari tiga komponen filsafat ilmu, yaitu ontologi, epistemologi dan aksiologi.

- a. Perspektif ontologi memfokuskan pada pemahaman mengenai hakikat objek kajian ilmu dan teori.
- b. Perspektif epistemologi berkaitan dengan prosedur dan metode mendapatkan pengetahuan.
- c. Perspektif aksiologi berkaitan dengan manfaat ilmu pengetahuan bagi kehidupan manusia.

Ketiga komponen tersebut merupakan pijakan ilmu komunikasi setelah menjadi bagian kajian ilmiah atau keilmuan. Dalam tiga perspektif filsafat ilmu, komunikasi sebagai kajian ilmu yang mempelajari tentang pesan antarmanusia sebagai objek telaah, hakikat dan wujud pesan-pesan itu. Dalam aspek epistemologi, ilmu komunikasi dikaji lebih mendalam. Hal ini terbukti dan banyaknya ilmuwan yang mempertanyakan proses membangun pengetahuan atau teori. Adapun dalam aspek aksiologi, ilmu komunikasi dipandang dari sisi nilai kajian dan etika tentang pengaruh ilmu tersebut dalam

masyarakat yang tujuannya sebagai kritik sosial, transformasi, emansipasi dan *social empowerment*.

Komunikasi adalah hal yang sangat mendasar dan sangat dekat dengan kehidupan kita sehari-hari sebagai seorang manusia. Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia. Sebagai seorang makhluk sosial kita perlu bersosialisasi dan tidak dapat hidup sendiri tanpa bantuan orang lain sedangkan komunikasi adalah salah satu cara untuk bersosialisasi dengan orang lain. Menurut Dr. Everett Kleinjan dari East West Center Hawaii, komunikasi merupakan bagian kekal dari kehidupan manusia seperti halnya bernapas. Banyak pakar menilai bahwa komunikasi



adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Wilbur Schramm juga menyebutkan bahwa komunikasi dan masyarakat adalah dua kata yang tidak terpisahkan. Sebab menurutnya tanpa komunikasi tidak akan mungkin terbentuk masyarakat dan sebaliknya tanpa

masyarakat tidak akan terbentuk suatu proses komunikasi. Oleh karena itu komunikasi merupakan salah satu hal penting yang mendasar dalam kehidupan sehari-hari manusia. Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *Communis* yang berarti 'sama' ; *communico, communicatio atau communicare* yang berarti membuat sama (*make to common*). Melalui komunikasi, sikap dan perasaan seseorang atau sekelompok orang dapat dipahami oleh pihak lain. Akan tetapi, komunikasi hanya akan efektif apabila pesan yang disampaikan dapat ditafsirkan sama oleh penerima pesan tersebut. Definisi lain komunikasi disampaikan oleh Everett M. Rogers seorang pakar Sosiologi Pedesaan Amerika yang telah memberi perhatian pada studi riset komunikasi, menurutnya komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Tomy Suprpto (2009 : 7) menggolongkan komunikasi pada tiga pengertian utama, yaitu pada pengertian secara etimologis, terminologis dan paradigmatik.

a. Pengertian Komunikasi Secara Etimologis

Secara etimologis, komunikasi dipelajari menurut asal-usul katanya, yaitu berasal dari bahasa Latin, *communication*, kata ini bersumber pada kata *communis*, yang artinya sama makna dalam hal-hal yang dikomunikasikan.

b. Pengertian Komunikasi Secara Terminologis

Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Oleh karena itu, komunikasi yang dimaksud disini adalah komunikasi manusia atau *human communication*, yang sering disebut komunikasi sosial atau *social communication*.

c. Pengertian Komunikasi Secara Paradigmatis

Secara paradigmatis, komunikasi berarti pola yang meliputi sejumlah komponen, berkorelasi satu sama lain secara fungsional untuk mencapai satu tujuan tertentu. Komunikasi dalam pengertian paradigmatis bersifat intensional mengandung tujuan sehingga memerlukan perencanaan.



Konsep manajemen sebagai suatu proses menunjukkan bahwa aktivitas harus dilakukan secara terstruktur dan sistematis. Pemahaman manajemen sebagai seni menunjukkan bahwa aktivitas manajemen tidak bisa terstrukturasi dengan pasti karena berbagai keadaan yang tidak pasti dan secara terus menerus memengaruhi jalannya suatu organisasi perusahaan. Tujuan dari manajemen komunikasi adalah mengelola kegiatan komunikasi agar dapat berjalan dan mencapai hasilnya secara efektif. Untuk mencapai tujuan tersebut, seorang manajer komunikasi harus menguasai keahlian dasar komunikasi yang dapat dipelajari dalam tugas atau program formal dan Latihan yang berkesinambungan sehingga keahlian tersebut menjadi bagian dari modal seorang manajer dalam berhubungan dan mengelola orang lain.

Manajemen komunikasi pada dasarnya adalah suatu perpaduan ilmu komunikasi dengan teori manajemen untuk bisa diterapkan dalam berbagai latar tempat belakang suatu komunikasi. Manajemen Komunikasi juga bisa diartikan sebagai suatu perencanaan

yang sistematis, penerapan, pemantauan, serta revisi dari seluruh saluran komunikasi dalam suatu perusahaan atau organisasi dan juga antar organisasi yang mencakup organisasi serta penyebaran instruksi pada komunikasi baru yang tersambung dengan jaringan, organisasi atau suatu teknologi komunikasi. Manajemen komunikasi ini adalah cara setiap individu dalam mengelola proses komunikasi yang berhubungan dengan pihak lain dalam hal berkomunikasi. Manajemen komunikasi juga akan membentuk suatu alur komunikasi agar nantinya bisa melahirkan koordinasi yang tidak saling berbenturan dan untuk menghasilkan solusi jika nantinya ada perbedaan pendapat.

Michael Kaye dalam bukunya yang berjudul *Communication Management* menjelaskan bahwa terdapat model komunikasi pada orang dewasa yang sering dianalogikan dengan *Russian Matouschka dolls*. Menurutnya, boneka terkecil adalah bagian yang terdapat pada suatu konsep komunikasi orang dewasa belakangan ini. Bagian ini akan menggambarkan suatu diri. Mengerti dan memahami diri adalah tahapan yang sangat penting dalam meraih suatu self-management yang efektif. Artinya, komunikasi intrapersonal yang terjadi harus mencakup suatu persepsi, sensasi, memori, dan cara berpikir. Sedangkan boneka yang membungkus atau *self doll* adalah interpersonal doll. Fokus interpersonal ini terletak pada bagaimana diri bisa berhubungan dengan orang lain, serta bagaimana individu tersebut mampu berinteraksi dengan individu lainnya dalam melakukan kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk membangun suatu makna. Untuk boneka ketika, yakni *people-in-system doll*, akan lebih fokus pada suatu sistem sosial atau suatu organisasi pada tempatnya bekerja mampu berdampak pada orang tersebut dari caranya berkomunikasi dengan orang lain yang ada di dalam sistem tersebut. Untuk boneka keempat yaitu *competence doll*, akan lebih fokus untuk membungkus seluruh boneka lainnya. Model kompetensi ini sangat penting untuk dipahami karena model kompetensi ini tidak hanya bisa dinilai dari bagian luar saja, namun pada seluruh level "Russian Matouschka doll". Seseorang akan menjadi ahli dalam bidang komunikasi interpersonalnya saat dirinya mampu memahami dirinya sendiri serta mampu menimbulkan suatu kontrol atas dirinya. Selain itu, seseorang juga akan dinilai lebih kompeten dalam komunikasi ketika dirinya mampu membangun, mengkoordinasi dan menjelaskan sesuatu pada orang lain atau rekannya. Terakhir, seseorang juga akan dinilai ahli dalam komunikasi saat dirinya mampu mengubah sistem yang sebelumnya sudah



berlaku.

B. Contoh-Contoh Manajemen Komunikasi

Udin dan Abin (2006: 24-25) merumuskan tahapan proses perencanaan yang lebih logis dan sederhana untuk dipahami, yaitu sebagai berikut

- a. *Need assessment*, kajian terhadap kebutuhan yang mencakup berbagai aspek seperti keberhasilan, kesulitan, kekuatan, kelemahan, sumber yang tersedia, sumber yang perlu disediakan, aspirasi rakyat yang berkembang, harapan dan cita-cita yang merupakan dambaan masyarakat.
- b. *Formulation of goals and objective*, perumusan tujuan dan sasaran perencanaan yang merupakan arah perencanaan serta merupakan jabaran operasional dari aspirasi filosofis masyarakat.
- c. *Policy and priority setting*, penentuan dan penggarisan kebijakan dan prioritas dalam perencanaan sebagai msuara *need assessment*.
- d. *Program and project formulation*, rumusan program dan proyek kegiatan yang merupakan komponen operasional perencanaan



- e. *Feasibility testing*, hal ini dilakukan melalui alokasi sumber yang tersedia terutama sumber dana, biaya suatu rencana yang disusun secara logis akurat dan cermat merupakan petunjuk tingkat kelayakan rencana. jika rencana dengan alokasi biaya tidak akurat, dianggap memiliki tingkat feasibilitas yang kecil.

- f. *Plan implementation*, pelaksanaan rencana untuk mewujudkan rencana yang tertulis dalam perbuatan atau action. Penjabaran rencana dalam perbuatan menentukan suatu rencana itu feasible, baik dan efektif.
- g. *Evaluation and revision for future plan*, kegiatan untuk menilai tingkat keberhasilan pelaksanaan rencana yang merupakan *feedback* untuk merevisi dan mengadakan penyesuaian rencana untuk periode rencana berikutnya. Dengan adanya *feedback* seperti ini, perencana memperoleh *input* yang berharga untuk meningkatkan rencana pada tahap berikut.

Menurut George R. Terry, manajemen komunikasi dalam organisasi terdiri dari 5 komponen penting, antara lain:

1. **Komunikasi**

Formal, Komunikasi antara atasan dan bawahan yang membutuhkan pengaturan khusus. Jenis komunikasi ini digunakan pada jalur komunikasi formal, memiliki wewenang



dan tanggung jawab yaitu melalui instruksi-instruksi bentuk lisan dan tulisan sesuai dengan prosedur secara fungsional yang berlaku dari arus atasan ke bawahan atau sebaliknya.

Contoh: Peraturan Perusahaan mengenai jam kerja yang disampaikan dalam surat kontrak kerja.

2. **Komunikasi Non-Formal**, Komunikasi yang tidak membutuhkan pengaturan khusus dan biasanya terjadi secara spontan. Jenis komunikasi ini umumnya terjadi secara spontan. Misalnya memberikan masukan terkait tugas dan tanggungjawab dalam pekerjaan. Contoh: Anggota organisasi mengutarakan pendapat dan masukan saat menerima tugas.

3. **Komunikasi Informal**, Komunikasi yang dilakukan untuk membicarakan hal-hal yang di luar pekerjaan. Jenis komunikasi ini lebih menekankan pada hubungan antar manusianya. Contoh: Dua orang karyawan yang saling menceritakan tentang kehidupan pribadi di luar pekerjaan.

4. **Komunikasi Teknis**, Komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan strategi tertentu kepada orang lain. Contoh: Seorang manajer pemasaran menjelaskan cara teknis dalam melakukan



pemasaran melalui media sosial.

- 5. Komunikasi Prosedural**, Komunikasi yang diterapkan untuk membuat sesuatu pelaporan kinerja perusahaan.

Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendy, komunikasi dalam manajemen dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian, diantaranya:

1. Komunikasi Vertikal

Hampir sama dengan komunikasi formal, komunikasi ini adalah hubungan timbal balik antara atasan dan bawahan melalui suatu etika komunikasi. Arus komunikasi vertikal ini timbal balik dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, bisa dari atas ke bawah (*downward communication*) atau dari bawah ke atas (*upward communication*).

2. Komunikasi Horizontal

Komunikasi antar karyawan atau antar pimpinan dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Dengan kata lain, komunikasi horizontal adalah arus komunikasi yang berada di satu level dalam organisasi.

3. Komunikasi Eksternal

Komunikasi antara perusahaan dengan perusahaan atau organisasi lain yang terjalin di luar perusahaan



C. Rangkuman

Komunikasi yang awalnya hanya dipandang satu arah, kini semakin berkembang sehingga menghasilkan berbagai bentuk komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi massa dan komunikasi public. Menurut Suriasumantri, Ilmu Komunikasi tidak dapat dilepaskan dari tiga komponen filsafat ilmu, yaitu ontologi, epistemologi dan aksiologi. Ketiga komponen tersebut merupakan pijakan ilmu komunikasi setelah menjadi bagian kajian ilmiah atau keilmuan. Dalam tiga perspektif filsafat ilmu, komunikasi sebagai kajian ilmu yang mempelajari tentang pesan antarmanusia sebagai objek telaah, hakikat dan wujud pesan-pesan itu. Dalam aspek epistemologi, ilmu komunikasi dikaji lebih mendalam. Hal ini terbukti dan banyaknya ilmuwan yang mempertanyakan proses membangun pengetahuan atau teori. Adapun dalam aspek aksiologi, ilmu komunikasi dipandang dari sisi nilai kajian dan etika tentang pengaruh ilmu tersebut dalam masyarakat yang tujuannya sebagai kritik sosial, transformasi, emansipasi dan *social empowerment*. Manajemen komunikasi pada dasarnya adalah suatu perpaduan ilmu komunikasi dengan teori manajemen untuk bisa diterapkan dalam berbagai latar tempat belakang suatu komunikasi. Manajemen komunikasi juga bisa diartikan sebagai suatu perencanaan yang sistematis, penerapan, pemantauan, serta revisi dari seluruh saluran komunikasi dalam suatu perusahaan atau organisasi dan juga antar organisasi yang mencakup organisasi serta penyebaran instruksi pada komunikasi baru yang tersambung dengan jaringan, organisasi atau suatu teknologi komunikasi.

D. Tes Formatif

1. Buatlah 1 kelompok yang terdiri dari 20 orang mahasiswa, kemudian rancanglah skema suatu kegiatan yang melibatkan media, instansi, perusahaan, masyarakat yang bersama-sama mengkomunikasikan dan berkoordinasi untuk kesuksesan serta mengusahakan kelancaran kegiatan tersebut. Design lah proposal kegiatan dengan rinci
2. Deskripsikan secara terperinci urgensi kegiatan manajemen dalam program komunikasi, sertakan contoh konkrit pada kegiatan tersebut.

E. Praktikum


1. Implementasikan tentang kegiatan sehari-hari anda dengan menggunakan skema manajemen, misalnya dalam kegiatan belajar-mengajar, kegiatan pencapaian prestasi kegiatan organisasi, kegiatan melakukan penelitian.

Modul Pembelajaran

Asas Manajemen Dalam Praktik Ilmu Komunikasi

CONTOH-CONTOH PROPOSAL DAN LAPORAN DALAM PRAKTIK MANAJEMEN ILMU KOMUNIKASI

A. Contoh Proposal Kegiatan

<p>PROPOSAL KEGIATAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI B TAHUN 2019</p>  <p>Talkshow Pelecehan Seksual: "Fashion dan Sexual Harrasment"</p> <p>Media Partner By :</p>	<p>Latar Belakang</p> <p>Berdasarkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa 90% perempuan pernah mengalami kekerasan di wilayah publik (Wattie, 2002) adapun Faktor sosial, kultural, dan perspektif gender membuat sebagian perempuan mengalami subordinasi, marginalisasi, dominasi, dan bahkan kekerasan seksual. Pentingnya perbincangan tentang tindak kekerasan yang terjadi, karena saat ini kekerasan merupakan manifestasi perilaku emosional dibanding dengan perilaku rasional manusia. Faktor lainnya mengikutsertakan fashion dan pakaian yang dianggap menjadi alasan utama pelecehan seksual terjadi.</p> <p>Hasil survei Koalisi Ruang Publik Aman pada 32.341 responden memaparkan bahwa 17% korban pelecehan seksual mengenakan pakaian berupa rok atau celana panjang 17,47% (5.651 responden), baju lengan panjang 15,82% (5.117 responden), baju seragam sekolah 14,23% (4.601 responden), baju longgar 13,80% (4.462 responden), berhijab pendek/ sedang 13,20% (4.268 responden), baju lengan pendek 7,72% (2.496 responden), baju seragam kantor 4,61% (1.492 responden), berhijab panjang 3,68% (1.190 responden), rok atau celana selutut 3,02% (976 responden), baju/celana ketat 1,89% (612 responden), rok atau celana pendek 1,31% (425 responden), turban/tutup kepala 0,70% (227 responden), lainnya 0,54% (174 responden), jaket 0,50% (163 responden), celana jeans 0,46% (149 responden), baju agaktransparan 0,44% (143 responden), tank top/ tankpalengan 0,36% (115 responden), berhijab dan bercadar 0,17% (55 responden), dress 0,08% (25 responden).</p> <p>Para perempuan khususnya remaja yang berpakaian terlalu minim "dianggap" memicu terjadinya pelecehan seksual, namun berdasarkan riset, ternyata wanita dengan pakaian tertutup pun juga sering mengalaminya. Artinya, kejadian pelecehan seksual sendiri tidak sepenuhnya disebabkan oleh kondisi fisik dan penampilan perempuan, melainkan juga dari sisi pelaku. Umumnya para korban memilih tutup mulut karena alasan ketakutan, penyangkalan instuisi, menyabahkan diri sendiri dan alasan lainnya. Maka dari itu, untuk menjawab pertanyaan mengenai "Apakah pakaian berhubungan dengan terjadinya kasus pelecehan seksual?" pada event talkshow ini kami berupaya untuk meyakinkan masyarakat bahwa pakaian bukanlah penyebab dari terjadinya kasus pelecehan seksual. Pakaian tidak bisa dijadikan alasan bagi pelaku pelecehan seksual untuk membenarkan perlakuannya. Serta dalam tema kali ini kami berupaya membahas lebih dalam mengenai "Fashion dan Sexual Harrasment" dalam program talkshow yang akan kami selenggarakan, sehingga nantinya akan terjawab pertanyaan "Apakah fashion dapat dijadikan alasan bagi pelaku atas terjadinya pelecehan seksual?" dan "bagaimana cara membangun kepribadian dalam berfashion sebagai bentuk kebebasan berekspresi tanpa takut dilecehkan?" serta "cara pemulihan bagi korban agar berani speak up dan mampu mendapatkan kepercayaan diri kembali secara mental"</p>
--	---

A. Tujuan
 Adapun Tujuan dilaksanakan Event ini adalah sebagai berikut :

- Untuk Partisipan : Mendapatkan pengetahuan bahwa pakaian tidak berhubungan dengan terjadinya kasus pelecehan seksual, mendapat ruang aman dan perasaan yang lega untuk dapat bercerita mengenai pengalamannya, serta mendapat pengetahuan mengenai tahap-tahap memulihkan diri bagi korban pelecehan seksual. Serta menyandingkan data penelitian yang dijadikan dasar untuk berdiskusi dengan para pemateri.
- Untuk penyelenggara : Sebagai syarat kelulusan ujian akhir semester Mata Kuliah Perencanaan dan Pengorganisasian Event, memberi pengetahuan kepada masyarakat bahwa pakaian tidak berhubungan dengan terjadinya kasus pelecehan seksual berdasarkan data yang ada, memberi ruang aman kepada partisipan untuk dapat bebas bercerita mengenai pengalamannya, serta memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai tahapan memulihkan diri dari terjadinya pelecehan seksual.

B. Pasar Sasaran

1. Perempun-perempun yang pernah mengalami atau peduli dengan kasus pelecehan seksual, dengan rentang usia 17 tahun keatas/ Mahasiswa.
2. Perempun-perempun yang ingin berbagi cerita dan pengalaman mereka mengenai pelecehan seksual.
3. Laki-laki yang peduli dengan kasus pelecehan seksual, dengan rentang usia 17 tahun keatas.
4. Perempun dan Laki-laki yang ingin mendapat pengetahuan mengenai tahapan untuk pulih dari trauma pelecehan seksual.

C. Tema Acara
 "Talk Show Pelecehan Seksual" dengan judul "Fashion & Sexual Harrasment" akan membahas tentang diskusi dan edukasi berdasarkan data penelitian yang diangkat menjadi tema bahwa tidak adanya korelasi pemakaian fashion pada Wanita dan maraknya terjadi kasus-kasus pelecehan seksual yang artinya tidak ada alasan membenarkan dari sisi pelaku. Serta membangun kepercayaan diri dan proses pemulihan diri bagi korban kasus pelecehan seksual.

D. Implementasi Tema Acara
 Talkshow akan dibuka dengan serangkaian pembukaan yang akan dijabarkan di bawah. Setelah pembukaan, maka acara inti talkshow akan dimulai. Pemateri pertama yaitu perwakilan dari Akademisi Fashion Designer sebagai mentor keprabdian fashion untuk menyampaikan materi dan

berbicara dengan moderator mengenai cara membangun kepercayaan diri dalam berfashion yang merupakan manifestasi kebebasan dalam berpakaian tanpa takut merasa dilecehkan.

Setelah pemateri pertama menyampaikan materi, panitia akan membuka ruang berbagi cerita bagi para peserta acara talkshow yang ingin mengemukakan cerita dan pengalaman mengenai pelecehan seksual yang dialaminya. Peserta yang ingin mengemukakan ceritanya, sebelumnya telah dipilih terlebih dahulu oleh panitia melalui google form pendaftaran yang telah diisi. Panitia akan menghubungi peserta dan bertanya mengenai ketersediaannya untuk membagikan cerita di sesi ini. Identitas peserta bersifat rahasia dan peserta akan mengubah nama dan profil zoom menjadi anonim.

Pemateri kedua kemudian akan diisi oleh Psikolog berpengalaman yang akan membahas mengenai cerita peserta terpilih dari sudut pandang psikologi, lalu dilanjutkan dengan materi mengenai cara yang dapat dilakukan korban pelecehan seksual untuk dapat sembuh dari traumanya.

RUNDOWN KEGIATAN

JAM	KEGIATAN	KET
08.15-08.30	Persiapan	Panitia, peserta, dan pemateri memasuki room zoom
08.30-08.35	Pembukaan	Dibuka oleh MC
08.35-08.40	Pembacaan Doa	Yang bersangkutan
08.40-08.45	Menyanyikan Indonesia Raya	Seluruh peserta, panitia, dan pemateri
08.45-09.05	Sambutan	- Ucapan terima kasih pada Dekan, Kaprodi, Dosen, Sponsor, Donatur, dan Media Partner - Bapak Dr. Muhammad Noor, M.Si selaku Dekan FISIP Urmul - Ibu Dr. Rina Juwita, S.IP., MHRIR selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi - Ibu Hj. Hairunnisa, S.Sos., MM sebagai Dosen Pengampu Mata Kuliah Perencanaan dan Pengorganisasian Event
09.05-09.35	Talkshow Pemateri 1	Akademisi Fashion Designer didampingi oleh Moderator
09.35-09.45	MusikalisasiPuisi	Talent
09.45-10.00	Confession (Berbagi/Cerita)	Peserta terpilih, masing-masing diberi waktu 5 menit
10.00-10.30	Talkshow Pemateri 2	Psikolog didampingi oleh Moderator

10.30-11.00 Sesi Tanya Jawab Peserta memberi pertanyaan pada kedua pemateri

11.00-11.15 Pembagian *Doorprize*, Sesi Dokumentasi, dan Penutupan Dipandu oleh MC

E. Mekanisme Rangkaian Acara

BREAKDOWN ACARA

WAKTU	KEGIATAN	Penanggung Jawab
08.15-08.30	Persiapan Peserta dan Panitia - Panitia, peserta, dan pemateri memasuki room zoom - Panitia memasuki room zoom lebih awal 5 menit	Operator zoom : Cleopatra Amanda
08.30-08.35	Pembukaan - Mc mulai membuka acara dengan serangkaian kegiatan pembukaan acara yang telah disiapkan	MC : Nayla Azizah
08.35-08.40	Pembacaan doa - Pembacaan doa agar acara dapat berjalan dengan lancar	MC: Nayla Azizah Pembaca Doa; Rachmat Hidayat
08.40-08.45	Menyanyikan Indonesia Raya - Pemutar lagu Indonesia Raya yang akan dinyanyikan secara bersama-sama oleh panitia, peserta, dan pemateri.	Share Screen : Cleopatra Amanda
08.45-09.05	Sambutan Ucapan terima kasih kepada Dekan FISIP, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, dan Dosen Pengampu mata kuliah Perencanaan & Pengorganisasian Event, serta Sponsor, Donatur, dan Media Partner. - Pemberian sambutan oleh: 1. Dekan FISIP Dr. H. Muhammad Noor, M.Si 2. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Dr. Rina Juwita,	MC : Nayla Azizah Time Keeper : Muhammad Hedy

S.IP., MHRIR
 3. Dosen Pengampu mata kuliah Perencanaan & Pengorganisasian Event Hj. Hairunnisa, S.Sos., MM

09.05-09.35 Talkshow Pemateri 1
 - Pemateri 1 menyampaikan materi sesuai dengan TOR dan didampingi oleh Moderator
 Time Keeper: Muhammad Hedy

09.35-09.45 MusikalisasiPuisi
 - MC mempersilahkan talent untuk tampil membawakan musikalisasi puisi
 Talent : Eksa Tri Imarti

09.45-10.00 Confession
 - Moderator membacakan cerita dari 3 partisipan terpilih yang ingin membagikan ceritanya saat menjadi korban pelecehan seksual
 PJ Confession; Rachmat Hidayat & Unggul
 Moderator: Marisda & Kaleb
 Time Keeper : Muhammad Hedy

10.00-10.30 Talkshow Pemateri 2
 - Moderator mempersilahkan pemateri untuk menanggapi cerita yang telah diungkapkan oleh peserta
 - Dilanjutkan penyampaian materi oleh pemateri 2 sesuai dengan TOR dan didampingi oleh Moderator
 Time Keeper : Muhammad Hedy

10.30-11.00 Sesi Tanya Jawab
 - Moderator mempersilahkan peserta untuk bertanya kepada kedua pemateri lalu pemateri menjawab
 Moderator: Marisda & Kaleb

11.00-11.15 Pembagian *Doorprize*, Sesi Dokumentasi, dan Penutupan
 MC: Nayla Azizah
 PJ Dokumentasi:

	- MC menyimpulkan tentang obrolan talkshow - MC mengumumkan pemenang <i>doorprize</i> - MC memandu sesi dokumentasi bersama panitia, peserta, dan pemateri - MC menutup acara	Nada Paramita
--	--	---------------

F. Pendukung Acara/Talent

MC : Nayla Azzizah
Moderator : Marisa & Kaleb Bernard P
Pembaca Doa : Rachmat Hidayat
Pemateri 1 : Amin Wahyuning Tyas, S.Sos
Pemateri 2 : Ayunda Rahmadani, S.Psi., M.Psi
MusikalisasiPuisi : Eksa Tri Imarti

G. Set Panggung

Talkshow dilaksanakan secara online melalui media Video Conference Zoom Meeting, namun para Narasumber, MC, Moderator, Pengisi Acara dan Panitia dilakukan offline di satu ruangan.

H. Promosi Kegiatan Program

Event "Talkshow Pelecehan Seksual: Fashion dan Sexual Harrasment" akan dipromosikan dengan cara melakukan kampanye di berbagai media sosial yaitu Instagram, Twitter, dan WhatsApp. Kegiatan kampanye yang dilakukan diantaranya:

- Penyebaran poster event
- Melakukan Q&A (tanya jawab) di media sosial instagram
- Menciptakan hashtag kampanye yaitu: #LoveYourself #FashionIsMe #FashionIsNotTheReason

I. Dana Penyelenggaraan

No.	Nama Barang	Jumlah Item	Total
1.	Sewa tempat	-	-
2.	Fee pemateri	1	Rp. 300.000
3.	Cinderamata pemateri	4	Rp. 850.000
4.	Sertifikat dan Frame pemateri	2	Rp. 120.000

5.	Voucher konsultasi psikolog gratis (<i>doorprize</i>)	1	Rp. 150.000
6.	Nerflix premium 1 bulan (<i>doorprize</i>)	1	Rp. 30.000
7.	Sakdo shopee pay (<i>doorprize</i>)	1	Rp. 50.000
8.	Air mineral botol tanggung (isi 24) untukdosen dan pemateri	1	Rp. 50.000
9.	Air mineral gelas (isi 48) untuk panitia	1	Rp. 30.000
10.	Nasi kotak (konsumsi)	40	Rp. 650.000
11.	Snack (isi 4 varian) untuk panitia, pemateri dan dosen)	40	Rp. 250.000
12.	Kouta Internet untuk menghubungi sponsor dan media partner	3	Rp. 150.000
13.	Print dan fotocopy proposal	7	Rp. 180.000
14.	Map dokumen	7	Rp. 35.000
15.	badge name	5	Rp. 15.000
Jumlah			Rp. 2.860.000
(Dua Juta DelapanRatus EnamPuluhRibu Rupiah)			

J. Bentuk Penawaran Sponsor



Bentuk penawaran yang kami tawarkan kepada pihak sponsor adalah sebagai berikut:

- Platinum Sponsor
Platinum sponsor adalah pihak yang bersedia berpartisipasi penuh dalam kegiatan event dan akan menanggung anggaran operasional kegiatan event 100% yaitu sebesar Rp. 2.860.000
Kontraprestasi yang dapat kami berikan untuk Platinum Sponsor adalah sebagai berikut:
 1. Nama dan logo pihak sponsor dicantumkan dan ditampilkan dengan ukuran 2x lebih besar pada semua media publikasi dan media promosi seperti poster
 2. Video iklan atau poster pihak platinum sponsor akan di *upload* oleh panitia event sebanyak 3x di media sosial instagram (dalam bentuk *story* dan *feeds* instagram)
 3. Pemutaran video promosi berupa iklan atau poster pihak platinum sponsor di *roomzoom* sebelum acara dimulai
 4. Nama dan logo pihak sponsor akan ditampilkan dengan ukuran 2x lebih besar di *room zoom* sebelum acara dimulai

<ul style="list-style-type: none"> • Gold Sponsor Gold sponsor adalah pihak yang bersedia berpartisipasi dan akan menanggung anggaran operasional kegiatan event 60% yaitu sebesar Rp 1.800.000 Kontraprestasi yang dapat kami berikan untuk Gold Sponsor adalah sebagai berikut: 1. Nama dan logo pihak sponsor dicantumkan dan ditampilkan pada semua media publikasi dan media promosi seperti poster 2. Video iklan atau poster pihak gold sponsor akan di <i>upload</i> oleh panitia event sebanyak 1x di media sosial instagram (dalam bentuk <i>story</i> instagram) 3. Nama dan logo pihak sponsor akan ditampilkan di <i>room zoom</i> sebelum acara dimulai • Silver Sponsor Silver Sponsor adalah pihak yang bersedia berpartisipasi dan akan menanggung anggaran operasional kegiatan event 40% yaitu sebesar Rp 1.200.000 Kontraprestasi yang dapat kami berikan untuk Silver Sponsor adalah sebagai berikut: 1. Nama dan logo pihak sponsor dicantumkan dan ditampilkan pada semua media publikasi dan media promosi seperti poster 2. Nama dan logo pihak sponsor akan ditampilkan di <i>room zoom</i> sebelum acara dimulai K. Donator Pihak donator adalah pihak yang bersedia berpartisipasi dalam event "Talkshow Pelecehan Seksual: Fashion & Sexual Harrasment" dengan memberikan sumbangan baik dalam bentuk dana maupun fasilitas kegiatan dengan sukarela sesuai kesediaan. L. Media Partner Media partner merupakan pihak yang bersedia melakukan publikasi pada event "Talkshow Pelecehan Seksual: Fashion dan Sexual Harrasment" baik sebelum maupun sesudah acara. Adapun kontraprestasi yang dapat kami berikan pada pihak media partner adalah penempatan logo pada tiap media publikasi dan media promosi. 	<p>M. Susunan Panitia</p> <p>Penasehat & Dosen Pengampu : Kadek Dristiana Dwivayani, S.Sos., M.Med.Kom Hj. Hairunnisa, S.Sos., M.M</p> <p>Ketua Pelaksana : Marisda Sekertaris : Sharon Salsabila Bendahara : Faradilla Puspardini</p> <p>Sie. Acara : Ananda Gamas Octavia : Tegar Unggul Respati Setyobudi : Cleopatra Amanda : Fajria Tsaabita : Muhammad Heldy : Nayta Azizah : Rachmat Hidayat : Robby Candra</p> <p>Sie. Humas dan Sponsorship : Kinanthi Riandifa : Luthfi Nuralfian : Charles Barita Hasugian : Kaleb Bernard</p> <p>Sie. Publikasi dan Dokumentasi : Helmania Putri : Nada Paramita : Rizma Ramadhana : Mallisa, Leslye A</p> <p>N. Penutup Demikianlah sekiranya proposal kegiatan "Talkshow Pelecehan Seksual: Fashion dan Sexual Harrasment" yang akan kami selenggarakan. Kami berharap dengan diselenggarakannya event ini maka akan tercipta sebuah <i>awareness</i> bagi masyarakat luas mengenai kasus pelecehan seksual dan mengetahui informasi mengenai data riset tentang pelecehan yang bukan dasar dari alasan terjadinya pelecehan seksual. Sebagai panitia penyelenggara event, kami menyadari bahwa acara ini tidak akan terlaksana dengan lancar tanpa ada bantuan dari dosen pengampu mata kuliah Perencanaan dan Pengorganisasian Event, pihak sponsor, donator, media partner, panitia dan peserta yang sudah bergabung.</p>
---	--

Untuk menutup proposal kegiatan ini, kami mengucapkan terima kasih atas waktu dan pertimbangan Anda. Kami mengharapkan adanya partisipasi dan kerjasama yang baik demi kelancaran acara ini dan bersama-sama meningkatkan *awareness* mengenai kasus pelecehan seksual.

Hormat kami,





<p>Ketua Event</p>  <p><u>Marisda</u> NIM.1902056087</p>	<p>Dosen Pembanggung Jawab</p>  <p><u>Hj. Hairunnisa, S.Sos., M.M</u> NIP.19730552006042002</p>
---	--

Mengetahui,

<p>Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik</p> <p><u>Dr. M. Hairul Saleh, S.Sos., MA</u> NIP. 197303082003121002</p>	<p>Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi</p> <p><u>Rina Juwita, S. IP., MHRIR</u> NIP.198104172005012001</p>
--	---

Contact Person
Nomor/Tip/WhatsApp : 085247666022 (Marisda)
: 085730341902 (Kinanthi)
Email : sidamarisda@gmail.com
: kinanthidifan@gmail.com

Contoh Terms Of Reference (TOR)

<p style="text-align: center;"> PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MULAWARMAN Jl.Tanah Grogot Gk Kelua Samarinda 75118 Telp (0811) 5519 990 E-mail :ilmukomunikasi_fisipol@yahoo.com</p> <p style="text-align: center;">TERMS OF REFERENCE (TOR) KEGIATAN TALKSHOW PR INTERNASIONAL & DIPLOMACY (Kegiatan Laboratorium Fotografi dan Televisi Fisip Ummul, Kolaborasi Prodi Ilmu Komunikasi - Prodi Hubungan Internasional)</p> <p>1. Pendahuluan</p> <p>Kegiatan Public Relations merupakan bentuk komunikasi dua arah yang dilakukan beberapa pihak yang memiliki kepentingan sama untuk mencapai tujuan yang sama serta memperoleh kepuasan masing-masing pihak yang bekerjasama. Public Relations dapat dilakukan oleh siapapun dalam tuturan individu ataupun institusi. Dalam kegiatan individu seringkali orang melakukan kegiatan kegiatan PR tanpa disadari bahwa hal tersebut merupakan Tindakan ke PR an. Dalam praktiknya PR atau sering di istilahkan Humas memiliki beberapa ruang lingkup dalam melaksanakan tugasnya, ada PR:Humas Pemerintahan, PR Sosial, PR Business Corporat dan terakhir PR Internasional.</p> <p>Pembahasan PR Internasional terkait dengan bagaimana Duta Besar dan jajarannya (Public Affair) menjadi Jembatan Komunikasi antar negara dalam menjalin hubungan baik bilateral kedua negara untuk perdamaian dan kegiatan-kegiatan diplomasi negara terkait. Hubungan yang harmonis dan seimbang menjadi tujuan setiap kegiatan PR Internasional untuk membina komunikasi efektif dan berkesinambungan antar negara.</p> <p>Diplomasi merupakan salah satu bentuk kegiatan dan praktik Komunikasi Internasional dalam menjalin keharmonisan komunikasi antar negara terkait, dari keberhasilan komunikasi maka akan melandasi kegiatan lainnya terkait hubungan bilateral antar negara. Komunikasi diplomasi sarat dengan etika dan aturan internasional yang berlaku berbeda di masing-masing negara.</p> <p>Untuk mengenal dan memahami lebih luas dan mendalam maka Laboratorium Fotografi dan Televisi Fisip Ummul Bersama Program Studi Hubungan Internasional (melalui mata kuliah Diplomasi) mengadakan Talkshow yang membahas tugas, peran dan terarah mengenai apa dan bagaimana Praktik Komunikasi Internasional dalam Diplomasi Negara. Adapun tema yang diangkat kali ini dikaitkan dengan isu terupdate di Kalimantan Timur yaitu menuju IKN Tema yang diusung adalah "PR Internasional dan Diplomasi dalam Persiapan Ibu Kota Negara"</p> <p>2. Nama dan Tujuan Kegiatan</p>	<p style="text-align: center;"> PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MULAWARMAN Jl.Tanah Grogot Gk Kelua Samarinda 75118 Telp (0811) 5519 990 E-mail :ilmukomunikasi_fisipol@yahoo.com</p> <p style="text-align: center;">Nama Kegiatan Talkshow PR Internasional dan Diplomasi</p> <p>Tujuan: Menambah referensi keilmuan mahasiswa Ilmu Komunikasi dan Hubungan Internasional terkait Public Relations dan Diplomasi secara baik dan menyeluruh serta memahami secara tuntas dan mendalam tentang proses kegiatan praktik Komunikasi Internasional / Public Relations Internasional dan Diplomasi.</p> <p>3. Rencana Kegiatan</p> <p>Kegiatan yang akan dilaksanakan yaitu Kaliah Tamu PR Internasional dan Diplomasi. Nara sumber kegiatan ini diisi oleh Marvin Awar Arfan selaku Diplomat Indonesia untuk Thailand dan Eny Fatrahmi, S.P., M.Si selaku Akademisi Fisip Ummul dan Host /Moderator Acara Dr. Santi Rande, M.Si</p> <p>4. Pelaksanaan</p> <p>Panitia kegiatan adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIPERS yang merupakan anggota/pengelola Laboratorium Fotografi dan Televisi.</p> <p>5. Tempat dan Waktu Pelaksanaan</p> <p>Hari/Tanggal : Senin, 6 Desember 2021 Waktu : 09.00 – 11.30 WITA Tempat : Ummul HUB (mini theatre) secara Hybrid</p> <p>6. Anggaran Kegiatan</p> <p>Anggaran yang diperlukan sebesar Rp. 2.000.000.-</p> <p>7. Penutup</p> <p>Demikian proposal Kegiatan Talkshow PR Internasional dan Diplomasi ini disusun dengan baik dan benar, guna terlaksananya kegiatan untuk penunjang mata kuliah Advance Public Relations dan Diplomasi secara khusus serta Pengantar Ilmu Komunikasi secara umum. Atas kesediaan dan bantuan semua pihak, kami mengucapkan terima kasih.</p>																																																												
<p style="text-align: center;"> PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MULAWARMAN Jl.Tanah Grogot Gk Kelua Samarinda 75118 Telp (0811) 5519 990 E-mail :ilmukomunikasi_fisipol@yahoo.com</p> <p>LAMPIRAN 1: RINCIAN ANGGARAN BIAYA</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>NO.</th> <th>Rincian</th> <th>Volume</th> <th>Satuan</th> <th>Harga</th> <th>Jumlah</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.</td> <td>Snack Box</td> <td>40</td> <td>Kotak</td> <td>Rp 15.000</td> <td>Rp 600.000</td> </tr> <tr> <td>2.</td> <td>Fee Pemateri</td> <td>2 jam</td> <td>Orang</td> <td>Rp 700.000</td> <td>Rp 1.400.000</td> </tr> <tr> <td colspan="5">TOTAL</td> <td>Rp 2.000.000</td> </tr> </tbody> </table> <p>LAMPIRAN 2: SUSUNAN ACARA</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>No.</th> <th>Waktu</th> <th>Kegiatan</th> <th>Keterangan</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1.</td> <td>09.00 - 09.05</td> <td>Pembukaan</td> <td>MC (Bella Robiatul Adawiyah)</td> </tr> <tr> <td>2.</td> <td>09.05 - 09.10</td> <td>Menyanyikan Indonesia Raya</td> <td>Dirjen</td> </tr> <tr> <td>3.</td> <td>09.10 - 09.30</td> <td>Ketua Panitia</td> <td>Hj. Hairunnisa, S.Sos., M.M Dr. H. Muhammad Noor Dekan</td> </tr> <tr> <td>4.</td> <td>09.30 - 09.35</td> <td>Pembacaan CV Moderator</td> <td>MC (Bella Robiatul Adawiyah)</td> </tr> <tr> <td>5.</td> <td>09.35 - 10.35</td> <td>Penyampian Materi</td> <td>Marvin A. Arfan (Diplomat Indonesia untuk Thailand) Eny Fatrahmi, S.P., M.Si (Akademisi Fisip Ummul)</td> </tr> <tr> <td>6.</td> <td>10.35 - 11.00</td> <td>Sesi Tanya Jawab</td> <td>Moderator (Dr. Santi Rande)</td> </tr> <tr> <td>7.</td> <td>11.00 - 11.10</td> <td>Kesimpulan</td> <td>Moderator (Dr. Santi Rande)</td> </tr> <tr> <td>8.</td> <td>11.10 - 11.30</td> <td>Penutup & Sesi Foto Bersama</td> <td>MC (Bella Robiatul Adawiyah)</td> </tr> </tbody> </table> <p>LAMPIRAN 3: SUSUNAN KEPANTIAAN</p> <p>Ketua Panitia : Hj. Hairunnisa, S.Sos., M.M Sekretaris : Johantan Alfando WS, M.IKom Agnes Viony Bendahara : Nindi Karimah</p>	NO.	Rincian	Volume	Satuan	Harga	Jumlah	1.	Snack Box	40	Kotak	Rp 15.000	Rp 600.000	2.	Fee Pemateri	2 jam	Orang	Rp 700.000	Rp 1.400.000	TOTAL					Rp 2.000.000	No.	Waktu	Kegiatan	Keterangan	1.	09.00 - 09.05	Pembukaan	MC (Bella Robiatul Adawiyah)	2.	09.05 - 09.10	Menyanyikan Indonesia Raya	Dirjen	3.	09.10 - 09.30	Ketua Panitia	Hj. Hairunnisa, S.Sos., M.M Dr. H. Muhammad Noor Dekan	4.	09.30 - 09.35	Pembacaan CV Moderator	MC (Bella Robiatul Adawiyah)	5.	09.35 - 10.35	Penyampian Materi	Marvin A. Arfan (Diplomat Indonesia untuk Thailand) Eny Fatrahmi, S.P., M.Si (Akademisi Fisip Ummul)	6.	10.35 - 11.00	Sesi Tanya Jawab	Moderator (Dr. Santi Rande)	7.	11.00 - 11.10	Kesimpulan	Moderator (Dr. Santi Rande)	8.	11.10 - 11.30	Penutup & Sesi Foto Bersama	MC (Bella Robiatul Adawiyah)	<p style="text-align: center;"> PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MULAWARMAN Jl.Tanah Grogot Gk Kelua Samarinda 75118 Telp (0811) 5519 990 E-mail :ilmukomunikasi_fisipol@yahoo.com</p> <p>Divisi Acara</p> <p>Kordinator : Muhammad Iqbal Anggota : Insalinda Georgina Anyari Patricia</p> <p>Divisi Publikasi Dokumentasi</p> <p>Koordinator : Ibrahim Khalil Anggota : Lasma</p>
NO.	Rincian	Volume	Satuan	Harga	Jumlah																																																								
1.	Snack Box	40	Kotak	Rp 15.000	Rp 600.000																																																								
2.	Fee Pemateri	2 jam	Orang	Rp 700.000	Rp 1.400.000																																																								
TOTAL					Rp 2.000.000																																																								
No.	Waktu	Kegiatan	Keterangan																																																										
1.	09.00 - 09.05	Pembukaan	MC (Bella Robiatul Adawiyah)																																																										
2.	09.05 - 09.10	Menyanyikan Indonesia Raya	Dirjen																																																										
3.	09.10 - 09.30	Ketua Panitia	Hj. Hairunnisa, S.Sos., M.M Dr. H. Muhammad Noor Dekan																																																										
4.	09.30 - 09.35	Pembacaan CV Moderator	MC (Bella Robiatul Adawiyah)																																																										
5.	09.35 - 10.35	Penyampian Materi	Marvin A. Arfan (Diplomat Indonesia untuk Thailand) Eny Fatrahmi, S.P., M.Si (Akademisi Fisip Ummul)																																																										
6.	10.35 - 11.00	Sesi Tanya Jawab	Moderator (Dr. Santi Rande)																																																										
7.	11.00 - 11.10	Kesimpulan	Moderator (Dr. Santi Rande)																																																										
8.	11.10 - 11.30	Penutup & Sesi Foto Bersama	MC (Bella Robiatul Adawiyah)																																																										

Contoh Laporan Pertanggung Jawaban (1)



IDENTITAS KEGIATAN

Kegiatan : Talkshow "PR Internasional dan Diplomasi dalam Persiapan IKN"

Penyelenggara : FISIP UNMUL – Kolaborasi Ilmu Komunikasi – Hubungan Internasional

Tanggal/Waktu : Senin, 6 Desember 2021 / Pukul 09.00 – 11.30 WITA

Tempat : Integrated Laboratory FMIPA UNMUL / Hybrid

Audiens : Dosen, Staff, dan Mahasiswa FISIP UNMUL

Samarinda, 07 Desember 2021

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Ketua Panitia Pelaksana

Dr. H. Muhammad Noor, M.Si
NIP. 19730515 200604 2 002

Hj. Hairunnisa, S.Sos, MM.
NIP. 19600817 198601 1 011

2

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	4
PENDAHULUAN	5
Latar Belakang	5
Nama Kegiatan	5
Waktu dan Tempat	5
Narasumber Kegiatan	6
Peserta Kegiatan	6
LAPORAN KEUANGAN	6
LAMPIRAN	7
Dokumentasi	7
Daftar Hadir	9

3

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan atas kehadiran Allah SWT, bahwa atas rahmat nya kami dapat melaksanakan Kegiatan Talkshow "PR Internasional dan Diplomasi dalam Persiapan IKN".

Adapun kegiatan tersebut dilaksanakan FISIP UNMUL yang berkolaborasi dengan Prodi Ilmu Komunikasi dan Hubungan Internasional. Kegiatan diawali dengan pembukaan oleh MC, kemudian sesi dokumentasi, dan dilanjutkan dengan sesi Talkshow oleh Host bersama dua Narasumber yakni Marvin A. Arpan, S.IP., MA(IR) selaku Diplomat KBRI Bangkok, Emy Fathurachmi, S.IP., M.Si selaku Akademisi FISIP UNMUL dari Program Studi Hubungan Internasional dan dipandu oleh Kadek Dristiana Dwiviyani, S.I.Kom., M.Med.Kom sebagai moderator.

Kegiatan ini dapat terselenggara dengan baik dan memberi manfaat sebesar-besarnya dan menjadi tempat bagi setiap orang untuk belajar maupun berkembang serta membuka perspektif lebih luas lagi.

Samarinda, 07 Desember 2021
Ketua Laboratorium Fotografi dan Televisi

Hj. Hairunnisa, S.Sos, MM.
NIP. 19730515 200604 2 002

4

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kegiatan Public Relations merupakan bentuk komunikasi dua arah yang dilakukan beberapa pihak yang memiliki kepentingan sama untuk mencapai tujuan yang sama serta memperoleh kepuasan masing-masing pihak yang bekerjasama. Public Relations dapat dilakukan oleh siapapun dalam tataran individu ataupun institusi. Dalam kegiatan individu seringkali orang melakukan kegiatan PR tanpa disadari bahwa hal tersebut merupakan Tindakan ke PR an. Dalam praktiknya PR atau sering di istilahkan Humas memiliki beberapa ruang lingkup dalam melaksanakan tugasnya, ada PR/Humas Pemerintahan, PR Sosial, PR Bussiness Corporat dan terakhir PR Internasional.

Pembahasan PR Internasional terkait dengan bagaimana Duta Besar dan jajarannya (Public Affair) menjadi Jembatan Komunikasi antar negara dalam menjalin hubungan baik bilateral kedua negara untuk perdamaian dan kegiatan-kegiatan diplomasi negara terkait. Hubungan yang harmonis dan seimbang menjadi tujuan setiap kegiatan PR Internasional untuk membina komunikasi efektif dan berkesinambungan antar negara.

Diplomasi merupakan salah satu bentuk kegiatan dan praktik Komunikasi Internasional dalam menjalin keharmonisan komunikasi antar negara terkait, dari keberhasilan komunikasi maka akan melandasi kegiatan lainnya terkait hubungan bilateral antar negara. Komunikasi diplomasi sarat dengan etika dan aturan internasional yang berlaku berbeda di masing-masing negara.

Nama Kegiatan

Kegiatan ini merupakan salah satu rangkaian kegiatan kerja sama antara ilmu komunikasi dan hubungan internasional . Kegiatan ini bernama "TALKSHOW" dengan mengusung Tema "PR Internasional dan Diplomasi dalam Persiapan IKN".

Waktu dan Tempat

Kegiatan ini diadakan pada,

- Hari & Tanggal : Kamis, 07 Desember 2021
- Pukul : 09.00 – 11.30 WITA
- Lokasi : *Integrated Laboratory* FMIPA UNMUL / Hybrid

Narasumber Kegiatan

No	Nama	Jabatan
1.	Marvin A. Arpan, S.IP, MA (IR)	Diplomat KBRI Bangkok
2.	Enny Fathurachmi, S.IP., M.Si	Akademis Fisip Unmul prodi Hubungan Internasional

Peserta Kegiatan

Kegiatan ini dihadiri langsung oleh Dekan FISIP UNMUL beserta Wakil-wakil beserta jajarannya di Ruang *Integrated Laboratory* FMIPA UNMUL, serta seluruh Dosen, Staff, Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman secara virtual melalui zoom dan youtube FISIP UNMUL.

LAPORAN KEUANGAN

Pembiayaan kegiatan ini berasal dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan rincian sebagai berikut:

NO.	Rincian	Volume	Satuan	Harga	Jumlah
1.	Snack Box	40	Kotak	Rp 15.000	Rp 600.000
2.	Fee Pemateri	2 jam	Orang	Rp 700.000	Rp 1.400.000
TOTAL					Rp 2.000.000

LAMPIRAN

Dokumentasi



Daftar Hadir



Contoh Laporan Pertanggung Jawaban (2)

 <p style="text-align: center;">LAPORAN HASIL KEGIATAN FISIPERS</p>	<p style="text-align: center;">IDENTITAS KEGIATAN</p> <p>Kegiatan : Talkshow “Strategi Komunikasi Politik dan Pembangunan Kota Samarinda” Penyelenggara : FISIP UNMUL – Laboratorium Fotografi & Televisi (FISIPERS) Tanggal/Waktu : Kamis, 09 September 2021/Pukul 10.00 -12.00 WITA Tempat : Ruang Serbaguna Fisip Unmul Audiens : Dosen, Staf, dan Mahasiswa FISIP UNMUL</p> <p style="text-align: right;">Samarinda, 09 September 2021</p> <p>Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Ketua Panitia Pelaksana</p> <p><u>Dr. H. Muhammad Noor, M.Si</u> <u>Hj. Hairunnisa Husain, S.Sos, MM.</u> NIP.19600817 198601 1 011 NIP. 19730515 200604 2 002</p> <p style="text-align: center;">2</p>
<p style="text-align: center;">DAFTAR ISI</p> <p>KATA PENGANTAR.....4 PENDAHULUAN.....5 Latar Belakang.....5 Nama Kegiatan.....5 Waktu dan Tempat.....5 Narasumber Kegiatan.....6 Peserta Kegiatan.....6 LAPORAN KEUANGAN.....6 LAMPIRAN.....7 Dokumentasi.....7 Daftar Hadir.....8 Bukti Pembayaran.....10</p> <p style="text-align: center;">3</p>	<p style="text-align: center;">PENDAHULUAN</p> <p>Latar Belakang Strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Sedangkan komunikasi politik adalah sebuah proses pengoperasian lambang-lambang atau simbol-simbol komunikasi yang berisi pesan-pesan politik dari seseorang atau kelompok kepada orang lain dengan tujuan untuk membuka wawasan atau cara berfikir, serta mempengaruhi sikap dan tingkah laku khalayak yang menjadi target politik.</p> <p>Pilkada Samarinda telah usai. Pemimpin baru telah hadir. Saatnya menunggu janji politik untuk memenuhi harapan masyarakat dan kemajuan kota Samarinda. Melalui kegiatan ini, bisa menjadi sumber informasi untuk menjermbahkan strategi komunikasi yang akan dilakukan oleh Bapak Wali Kota Samarinda agar masyarakat mampu memahami apa yang akan menjadi visi misinya. Komunikasi yang baik akan menjadi penjawantahan agar masyarakat bisa lebih dekat dan menerima program Wali Kota.</p> <p>Maka dengan alasan kegiatan Talkshow ini dilakukan dengan menghadirkan Bapak Wali Kota Samarinda Dr. H. Andi Harun,SH.,M.Si. dan akademisi dari Universitas Mulawarman sebagai mitra urun gagasan dalam menyelesaikan program Wali Kota. Adapun tema Talkshow ini adalah “Strategi Komunikasi Politik dan Pembangunan Kota Samarinda.”</p> <p>Nama Kegiatan Kegiatan ini merupakan salah satu rangkaian kegiatan Dies Natalies FISIP UNMUL ke-59. Kegiatan ini bernama “TALKSHOW” dengan mengusung Tema “Strategi Komunikasi Politik dan Pembangunan Kota Samarinda”.</p> <p>Waktu dan Tempat Kegiatan ini diadakan pada,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hari & Tanggal : Kamis, 09 September 2021 • Pukul : 10.00 - 13.00 WITA • Lokasi : Ruang Serbaguna FISIP UNMUL <p style="text-align: center;">5</p>

Narasumber Kegiatan

No	Nama	Jabatan
1.	Dr. H Andi Harun, SH, M.Si	Wali Kota Samarinda
2.	Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si	Dosen Ilmu Komunikasi
3.	Arwin Sanjaya S.E. M.Si	Dosen Administrasi Bisnis

Peserta Kegiatan

Kegiatan ini dihadiri langsung oleh Dekan FISIP UNMUL beserta Wakil-wakil beserta jajarannya di Ruang Serbaguna FISIP UNMUL, serta seluruh Dosen, Staff, Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman secara virtual melalui zoom dan youtube FISIP UNMUL.

LAPORAN KEUANGAN

Pembiayaan kegiatan ini berasal dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan rincian sebagai berikut:

No.	Jenis Pengeluaran	Kuantitas	Nilai	Jumlah
2.	Cinderamata			
	- Sertifikat	6 Lembar	Rp. 16.000,-	Rp. 90.000,-
	- Frame Sertifikat	4 Buah	Rp. 28.500,-	Rp. 114.000,-
TOTAL				Rp. 204.000,-

6

LAMPIRAN Dokumentasi



7

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RELEGIASI DAN TENGAH RUMAH TANGGA			BIDANG DAN TEKNOLOGI		
UNIVERSITAS MULAWARMAN			UNIVERSITAS MULAWARMAN		
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK			FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK		
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS			JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS		
KAMPUS MULAWARMAN			KAMPUS MULAWARMAN		
JALAN MULAWARMAN, SAMARINDA			JALAN MULAWARMAN, SAMARINDA		
Telp: (0541) 412122			Telp: (0541) 412122		
Faks: (0541) 412123			Faks: (0541) 412123		
Email: fisip@unmul.ac.id			Email: fisip@unmul.ac.id		
NO	NAMA	LEMBAGAPENGANTAR	NAMA	LEMBAGAPENGANTAR	FUNGSI
01	Dr. H. Andi Harun, SH, M.Si		Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si		
02	Dr. H. Andi Harun, SH, M.Si		Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si		
03	Dr. H. Andi Harun, SH, M.Si		Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si		
04	Dr. H. Andi Harun, SH, M.Si		Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si		
05	Dr. H. Andi Harun, SH, M.Si		Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si		
06	Dr. H. Andi Harun, SH, M.Si		Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si		
07	Dr. H. Andi Harun, SH, M.Si		Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si		
08	Dr. H. Andi Harun, SH, M.Si		Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si		
09	Dr. H. Andi Harun, SH, M.Si		Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si		
10	Dr. H. Andi Harun, SH, M.Si		Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si		
11	Dr. H. Andi Harun, SH, M.Si		Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si		
12	Dr. H. Andi Harun, SH, M.Si		Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si		
13	Dr. H. Andi Harun, SH, M.Si		Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si		
14	Dr. H. Andi Harun, SH, M.Si		Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si		
15	Dr. H. Andi Harun, SH, M.Si		Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si		
16	Dr. H. Andi Harun, SH, M.Si		Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si		
17	Dr. H. Andi Harun, SH, M.Si		Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si		
18	Dr. H. Andi Harun, SH, M.Si		Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si		
19	Dr. H. Andi Harun, SH, M.Si		Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si		
20	Dr. H. Andi Harun, SH, M.Si		Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Si		





9

Bukti Pembayaran



10

Contoh Laporan Pertanggung Jawaban (3)

 <p style="text-align: center;">LAPORAN HASIL KEGIATAN Talkshow Komunikasi Partisipatif Masyarakat Kaltim Menuju IKN Tangguh</p> <p style="text-align: center;">PRODI S1 ILMU KOMUNIKASI FISIP UNMUL</p>	<p style="text-align: center;">IDENTITAS KEGIATAN</p> <p>Kegiatan : Talkshow "Komunikasi Partisipatif Masyarakat Kaltim Menuju IKN Tangguh" Penyelenggara : Prodi S1 Ilmu Komunikasi Fisip Unmul Tanggal/Waktu : Selasa, 09 November 2021/Pukul 14.00 -16.30 WITA Tempat : Ruang Serbaguna Fisip Unmul Auidiens : Dosen, Staf, Mahasiswa FISIP UNMUL dan Masyarakat Umum</p> <p style="text-align: right;">Samarinda, 10 November 2021</p> <p>Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  Dr. H. Muhammad Noor, M.Si NIP.19600817 198601 1011</p> <p>Ketua Panitia Pelaksana  Johantan Alfarido, S. I, Kom., M. Ilkom NIDN. 0016069102</p> <p style="text-align: center;">DAFTAR ISI</p> <p style="text-align: center;">2</p>
<p>KATA PENGANTAR.....4</p> <p>PENDAHULUAN.....5</p> <p>Latar Belakang.....5</p> <p>Nama Kegiatan.....6</p> <p>Waktu dan Tempat.....6</p> <p>Narasumber Kegiatan.....6</p> <p>Peserta Kegiatan.....6</p> <p>LAPORAN KEUANGAN.....7</p> <p>LAMPIRAN.....8</p> <p>Dokumentasi.....8</p> <p>Daftar Hadir.....9</p> <p>Bukti Pembayaran.....10</p> <p style="text-align: center;">3</p>	<p style="text-align: center;">KATA PENGANTAR</p> <p>Puji syukur kami panjatkan atas kehadiran Allah SWT, bahwa atas Rahmat Nya, kami dapat melaksanakan Kegiatan Talkshow "Komunikasi Partisipatif Masyarakat Kaltim Menuju IKN Tangguh"</p> <p>Adapun kegiatan tersebut dilaksanakan oleh Prodi S1 Ilmu Komunikasi FISIP UNMUL dalam rangka pendidikan dan pengajaran. Kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar berkat dukungan semua pihak yang membantu kesuksesan Talkshow ini, pun <i>support</i> yang maksimal oleh Tim IT Fisip Unmul.</p> <p>Kegiatan ini diawali dengan pembukaan dipandu oleh MC (Achmad Ghalib dan Raden Almada Putri Warganegara), kemudian sambutan oleh bapak WD I FISIP UNMUL (Bapak Dr. Phil I Ketri Gunawan, MA) kemudian dilanjutkan dengan sesi dokumentasi bersama Wakil Gubernur Kalimantan Timur dan para Narasumber serta dekan dan jajaran struktural Fisip Unmul, setelah itu dilanjutkan dengan sesi Talkshow oleh Moderator (Ibu Dr. Santi Rande, S.Sos., M.Si.) bersama tiga narasumber, yakni Bapak Wakil Gubernur Kalimantan Timur, Direktur Utama Presisi.co dan Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman dengan pembahasan komunikasi partisipatif masyarakat Kaltim sehubungan dengan wacana pemindahan IKN ke wilayah Kalimantan Timur. Kemudian diakhir acara dilakukan sesi penyerahan plakat, sertifikat dan cenderamata bagi ketiga Narasumber serta moderator dan pengisi acara, kemudian penutupan kembali oleh MC.</p> <p>Semoga kegiatan ini dapat memberi manfaat sebesar-besarnya dan menjadi acuan untuk kemajuan wilayah IKN baru kedepannya.</p> <p style="text-align: right;">Samarinda, 10 November 2021 Ketua Panitia Kegiatan</p>  <p style="text-align: center;">4</p>

Johantan Alfando, S.I. Kom., M. Ikom
NIDN. 0016069102

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komunikasi partisipatif merupakan inovasi dalam pembangunan dengan pendekatan bottom up dan wadah pembelajaran yang menuntut melakukan proses belajar untuk memecahkan masalah dan menemukan solusi bersama. Komunikasi partisipatif memberikan ruang bagi masyarakat dan pemerintah untuk saling bertukar informasi dan pengetahuan dengan penerapan yang dilakukan melalui prinsip dialogis.

Rencana pemindahan ibukota negara ini telah disampaikan oleh Presiden Joko Widodo pada pidato kenegaraan tanggal 16 Agustus 2019. Rencana pemindahan ibukota negara ke wilayah Kalimantan Timur ini didasari oleh beban Jakarta yang sudah sangat berat sebagai pusat pemerintahan, pusat bisnis, pusat keuangan, perdagangan dan jasa. Selain itu juga terdapat beberapa pertimbangan lain seperti kepadatan pulau Jawa yang mencapai 54% penduduk Indonesia. Hal itu menyebabkan kesenjangan ekonomi antara pulau Jawa dan luar pulau Jawa. Dengan pemindahan ibukota ke luar Jawa ini diharapkan agar pembangunan bisa dirasakan masyarakat Indonesia khususnya masyarakat Kalimantan Timur. Rendahnya resiko terjadinya bencana alam dan lokasi yang strategis serta berada ditengah-tengah wilayah Indonesia menjadi faktor pendukung Kabupaten Penajam Paser Utara dan Kutai Kartanegara dipilih sebagai wilayah IKN baru.

Maka dengan itu kegiatan Talkshow ini dilakukan dengan menghadirkan Bapak Wakil Gubernur Kalimantan Timur, H. Hadi Mulyadi, S.Si., M.Si. dan akademisi dari Universitas Mulawarman sebagai mitra urun gagasan dalam menyelesaikan rencana pemindahan IKN. Adapun tema Talkshow ini adalah **"Komunikasi Partisipatif Masyarakat Kalimantan Timur menuju IKN Tangguh"**

5

Nama Kegiatan

Kegiatan ini merupakan salah satu program dari kegiatan Laboratorium Televisi dan Fotografi Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Mulawarman. Kegiatan ini bernama "TALKSHOW" dengan mengusung Tema "Komunikasi Partisipatif Masyarakat Kaltim Menuju IKN Tangguh".

Waktu dan Tempat

Kegiatan ini diadakan pada,

- Hari & Tanggal : Selasa, 09 November 2021
- Pukul : 14.00 - 16.30 WITA
- Lokasi : Ruang Serbaguna FISIP UNMUL

Narasumber Kegiatan

No	Nama	Jabatan
1.	H. Hadi Mulyadi, S.Si., M.Si	Wakil Gubernur Kaltim
2.	Oktavianus, S.Ikom.	Direktur Utama Presisi.co
3.	Hj. Hairunnisa Husain, S.Sos., MM.	Dosen Ilmu Komunikasi

Peserta Kegiatan

Kegiatan ini dihadiri langsung oleh Wakil Dekan I dan Wakil Dekan III FISIP UNMUL beserta jajarannya di Ruang Serbaguna FISIP UNMUL, serta seluruh Dosen, Staf, Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman, dan audiens umum secara virtual melalui zoom dan youtube FISIP UNMUL.

LAPORAN KEUANGAN

Pembiayaan kegiatan ini berasal dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan rincian sebagai berikut:

6

No.	Jenis Pengeluaran	Kuantitas	Nilai	Jumlah
1.	Frame sertifikat	6 buah	Rp. 28.000,-	Rp. 168.000,-
2.	Tas kertas B	3 buah	Rp. 10.000,-	Rp. 30.000,-
3.	Tas kertas t9	3 buah	Rp. 6.000,-	Rp. 18.000,-
4.	Seminar Kit	50 buah	Rp. 16.440,-	Rp. 822.000,-
5.	Print kertas linen	6 buah	Rp. 1.000,-	Rp. 6.000,-
6.	Kertas linen + print warna	5 buah	Rp. 2.000,-	Rp. 10.000,-
7.	Print	8 buah	Rp. 1.000,-	Rp. 8.000,-
8.	Laminating	8 buah	Rp. 3.000,-	Rp. 24.000,-
TOTAL				Rp. 1.086.000,-

7

LAMPIRAN

Dokumentasi



8

Daftar Hadir

KEHIMPATAN PENSIUNAN DAN KEBERUSAHAAN
INDONESIA (KAPSI) - KAWASAN
PANGLOSSILAM, WOLLE BAWANG, PONTIEN

DAFTAR HADIR

No	NOVA	KETERANGAN	TANDA TANGAN
1	1. H. H. H. H. H. H.		
2	2. H. H. H. H. H. H.		
3	3. H. H. H. H. H. H.		
4	4. H. H. H. H. H. H.		
5	5. H. H. H. H. H. H.		
6	6. H. H. H. H. H. H.		
7	7. H. H. H. H. H. H.		
8	8. H. H. H. H. H. H.		
9	9. H. H. H. H. H. H.		
10	10. H. H. H. H. H. H.		
11	11. H. H. H. H. H. H.		
12	12. H. H. H. H. H. H.		
13	13. H. H. H. H. H. H.		
14	14. H. H. H. H. H. H.		
15	15. H. H. H. H. H. H.		
16	16. H. H. H. H. H. H.		
17	17. H. H. H. H. H. H.		
18	18. H. H. H. H. H. H.		
19	19. H. H. H. H. H. H.		
20	20. H. H. H. H. H. H.		
21	21. H. H. H. H. H. H.		
22	22. H. H. H. H. H. H.		
23	23. H. H. H. H. H. H.		
24	24. H. H. H. H. H. H.		
25	25. H. H. H. H. H. H.		
26	26. H. H. H. H. H. H.		
27	27. H. H. H. H. H. H.		
28	28. H. H. H. H. H. H.		
29	29. H. H. H. H. H. H.		
30	30. H. H. H. H. H. H.		
31	31. H. H. H. H. H. H.		
32	32. H. H. H. H. H. H.		
33	33. H. H. H. H. H. H.		
34	34. H. H. H. H. H. H.		
35	35. H. H. H. H. H. H.		
36	36. H. H. H. H. H. H.		
37	37. H. H. H. H. H. H.		
38	38. H. H. H. H. H. H.		
39	39. H. H. H. H. H. H.		
40	40. H. H. H. H. H. H.		
41	41. H. H. H. H. H. H.		
42	42. H. H. H. H. H. H.		
43	43. H. H. H. H. H. H.		
44	44. H. H. H. H. H. H.		
45	45. H. H. H. H. H. H.		
46	46. H. H. H. H. H. H.		
47	47. H. H. H. H. H. H.		
48	48. H. H. H. H. H. H.		
49	49. H. H. H. H. H. H.		
50	50. H. H. H. H. H. H.		

9

Bukti Pembayaran

NOTA NO. 23-10-2021

NOTA NO. 23-10-2021

NOTA NO. 23-10-2021

NOTA NO. 9-8-2021

NOTA NO. 7/8-21

NOTA NO. TOKO ANNA 02-11-21

10

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, Onong Uchjana. 1979. *Human Relations dan Public Relations Dalam Manajemen*. Bandung: Alumni.
- Daryanto, dan Abdullah. 2013. *Pengantar Ilmu Manajemen dan Komunikasi*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Khasali, Renald. 1994. *Manajemen Public Relations, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Grafitti.
- Ruslan, Rosady. 2012. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Somad, Risni dan Donni Juni Priansa. 2014. *Manajemen Komunikasi: Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*. Bandung: Alfabeta.
- Cangara, Hafied, 2010, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Rajawali Pers, Jakarta

Hariati

adalah staf pengajar tetap ASN di Universitas Mulawarman (Samarinda) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Administrasi Negara. Dilahirkan di Samarinda, tanggal 3 April 1976, menempuh Pendidikan SD, SMP, SMA di Samarinda. Lanjut Pendidikan Strata 1 di UNTAG 1945 Samarinda pada Fakultas Administrasi Negara dan lanjut Strata 2 Program Studi Magister Ilmu Administrasi Negara di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.



Hairunnisa

lahir di Samarinda 24 September 1974. Menyelesaikan pendidikan di Fakultas Ilmu Komunikasi jurusan Relation di Universitas Islam Bandung dan S2 Ilmu Ekonomi Manajemen bidang Manajemen Sumber Daya Manusia. Merupakan staff pengajar tetap ASN dosen di Universitas Mulawarman (Samarinda) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi.

