



BUKU PANDUAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI DAN MULTIMEDIA
UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA
2019**

BUKU PANDUAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002 Tentang
Hak Cipta
Lingkup Hak Cipta

1. Hak Cipta merupakan hak eksklusif bagi Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak Ciptaannya, yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Ketentuan Pidana
Pasal 72

1. Barangsiapa dengan sengaja atau tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1(satu) bulan dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah)
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

BUKU PANDUAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR



BUKU PANDUAN SKRIPSI DAN TUGAS AKHIR

Tim Fikkom UMBY.

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

All Rights Reserved

90 hal (viii + 82 hal), 14,5 cm x 21 cm

Penulis:

Didik Haryadi Santoso, S.Kom.I., M.A

Kristina Andriyani, Sos., M.I.Kom

Rani Dwi Lestari, S.Sos., M.A

Rosalia Prismarini Nurdiarti, S.Sos., M.A

M. Nastain, S.Sos.I., M.Ikom

Arief Nuryana, S.E., M.I.Kom

Astri Wulandari, S.I.Kom., M.A

Achmad Oddy Widyantoro, M.Sn

Isra Estiqoma, S.E

Mifta Rondiyah, S.Pd

Siti Annisa Hasanah

Editor:

Rizki Wahta Saputra

Perancang Sampul:

Ahmad Zulfikri

Penata Letak:

Rizki Wahta Saputra

Cetakan Pertama, 2019

Diterbitkan Oleh :

MBridge Press

Jl. Ringroad Utara, Condong Catur, Depok,

Kabupaten Sleman, D.I. Yogyakarta

Lab. Multipurpose, Lantai 2 Kampus III UMBY

Hp. 081 324 607 360

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil 'alamiin. Puji syukur atas rahmat Allah swt Tuhan yang Maha Kuasa, panduan Skripsi dan Tugas Akhir Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia, Universitas Mercu Buana Yogyakarta telah disusun dan diterbitkan dengan sistematis. Buku Panduan ini lahir dan hadir dengan tujuan agar dapat dijadikan pedoman baik bagi dosen dalam membimbing maupun bagi mahasiswa dalam menyelesaikan tugas akhir. Penyusunan dan penerbitan buku pedoman skripsi dan tugas akhir ini berawal dari inisiatif bersama untuk memunculkan tugas akhir yang variatif, dan inovatif. Variasi dan inovasi penyelesaian skripsi dan tugas akhir ini juga diupayakan dapat meningkatkan *skill* dan kompetensi mahasiswa. Sehingga kelak pada saat memasuki dunia kerja, lulusan sanggup, siap dan mampu untuk dapat berkontribusi sesuai dengan kompetensi yang dimiliki. Selain itu, skripsi dan tugas akhir ini ditetapkan dengan niatan agar mempercepat masa studi mahasiswa atau lulus studi tepat waktu. Sehingga angka efisiensi edukasi (AEE) dapat meningkat dan mencapai target yang telah ditetapkan oleh Pengelola Fakultas dan Program Studi Ilmu Komunikasi.

Panduan Skripsi dan Tugas Akhir ini lebih detail daripada panduan sebelumnya. Didalam buku pedoman ini terdapat definisi tentang skema-skema skripsi dan tugas akhir, prosedur pelaksanaan tugas akhir, prosedur dan penulisan, serta komponen penilaian di setiap skema tugas akhir. Secara garis besar, skema tugas akhir yang dijelaskan di dalam panduan ini terdiri dari; Tugas Akhir Skripsi, Tugas Akhir Aplikatif, Tugas Akhir Publikasi Ilmiah, Tugas Akhir Prestasi Bidang Kompetensi dan Tugas Akhir Program Kreativitas Mahasiswa (PKM). Kelima skema tugas akhir ini dirumuskan dan disesuaikan dari sisi aspek akademik dan juga disesuaikan dengan kompetensi masing-masing mahasiswa.

Terbitnya buku pedoman ini, berkat bantuan dari seluruh tim dosen dan tim tenaga kependidikan FIKOMM UMBY. Kami ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh tim penyusun buku ini. Semoga Panduan Skripsi dan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan dapat mendukung tercapainya capaian pembelajaran di lingkungan program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi & Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta. *Aamiin Ya Robbal 'alamiin.*

Yogyakarta, 1 September 2019

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi & Multimedia
Universitas Mercu Buana Yogyakarta,

Didik Haryadi Santoso,
S.Kom.I., M.A

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii

BAB I

PENDAHULUAN	1
1.1. Definisi Tugas Akhir	1
1.2. Kompetensi Lulusan	1
1.2.1. Broadcasting	1
1.2.2. Public Relations	1
1.2.3. Marketing Communication	2
1.2.4. Visual Communication.....	3

BAB II

PERSYARATAN ADMINISTRATIF DAN AKADEMIK.....	5
SKRIPSI/TUGAS AKHIR DAN SIDANG SKRIPSI/TUGAS AKHIR.....	5
2.1. Persyaratan Administratif Mata Kuliah Tugas Akhir.....	5
2.2. Persyaratan Administratif Sidang Tugas Akhir	5

BAB III

PROSEDUR BIMBINGAN TUGAS AKHIR	7
3.1. Proses Awal	7
3.2. Pembimbing Tugas Akhir.....	7
3.2.1. Persyaratan Pembimbing.....	7
3.2.2. Prosedur Penunjukan Pembimbing	8
3.2.3. Penggantian Pembimbing	8

3.3.	Wewenang Pembimbing Tugas Akhir	8
------	---------------------------------------	---

BAB IV

Persyaratan Pengajuan Laporan Tugas Akhir dan Sidang Tugas Akhir	11
--	----

4.1.	Persyaratan Pengajuan Laporan Tugas Akhir dan Sidang Tugas Akhir	11
------	--	----

BAB V

TUGAS AKHIR SKRIPSI	15
---------------------------	----

5.1.	Definisi Skripsi	15
5.2.	Kedudukan Skripsi dan Bobot SKS	15
5.3.	Tujuan Skripsi.....	16
5.4.	Kegunaan Skripsi	16
5.5.	Materi Skripsi dan Lembar Kertas Kerja	16
5.6.	Sistematika Penulisan Proposal Skripsi	17
5.6.1.	Desain Penelitian Kuantitatif	17
5.6.2.	Desain Penelitian Kualitatif	22
5.7.	Sistematika Penulisan Skripsi	27
5.7.1.	Desain Penelitian Kuantitatif	27
5.7.2.	DESAIN PENELITIAN KUALITATIF	28
5.8.	PENILAIAN	33

BAB VI

TUGAS AKHIR APLIKATIF	35
-----------------------------	----

6.1.	Definisi Tugas Akhir Aplikatif	35
6.2.	Kedudukan Tugas Akhir Aplikatif dan Bobot SKS	35
6.3.	Tujuan Tugas Akhir Aplikatif.....	36
6.4.	Kegunaan Tugas Akhir Aplikatif.....	36

6.5.	Materi Tugas Akhir Aplikatif	36
6.5.1.	KONSENTRASI BROADCASTING & MULTIMEDIA JOURNALISM.....	37
6.5.2.	KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS	38
6.5.3.	KONSENTRASI MARKETING COMMUNICATION.....	43
6.5.4.	KONSENTRASI KOMUNIKASI VISUAL	48
6.6.	Sistematika Penulisan Laporan TA Aplikatif.....	50

BAB VII

DEFINISI TUGAS AKHIR PUBLIKASI ILMIAH		55
7.1.	Definisi Tugas Akhir Publikasi Ilmiah	55
7.2.	Kedudukan Tugas Akhir Publikasi Ilmiah.....	55
7.3.	Cakupan Tugas Akhir Publikasi Ilmiah	56
7.4.	Bentuk artikel Ilmiah:	56
7.5.	Bentuk Publikasi:.....	56
7.6.	Pilihan tema:	56

BAB VIII

TUGAS AKHIR PRESTASI BIDANG KOMPETENSI.....		61
8.1.	Definisi	61
8.2.	Kedudukan Tugas Akhir Prestasi dan Bobot SKS	61
8.3.	Tujuan Tugas Akhir Prestasi.....	61
8.4.	Kegunaan Tugas Akhir Prestasi.....	62
8.5.	Materi Tugas Akhir Prestasi	62
8.6.	Kompetensi yang dapat dijadikan Tugas Akhir Prestasi Bidang Kompetensi adalah sebagai berikut:	62
8.7.	Prosedur Perijinan Mengikuti Kompetisi:.....	63
8.8.	Bentuk Laporan Untuk Tugas Akhir Prestasi Bidang Kompetensi Tingkat Regional, Nasional dan Internasional	64

8.9.	Sistematika Penyusunan Laporan Tugas Akhir Prestasi Bidang Kompetensi	65
------	---	----

BAB IX

TUGAS AKHIR PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA.....	69
9.1. Definisi Tugas Akhir Program Kreativitas Mahasiswa.....	69
9.2. Tujuan Tugas Program Kreativitas Mahasiswa	70
9.3. Karakteristik Tugas Akhir Program Kreativitas Mahasiswa	70
9.4. Kedudukan Tugas Akhir Program Kreativitas Mahasiswa dan Ketentuan Akademis	71
9.5. Kegunaan Tugas Akhir Program Kreativitas Mahasiswa	71
9.6. Solusi dan Target Luaran.....	71
9.7. Materi Tugas Akhir Program Kreativitas Mahasiswa	71
9.8. Prosedur/Tahapan Kegiatan mencakup.....	72
9.9. Sistematika Penulisan Proposal dan Laporan Tugas Akhir Program Kreativitas Mahasiswa.....	73
9.10. Etika, Pelanggaran dan Sanksi	74
9.11. PENILAIAN.....	74
ALUR SIDANG SKIRPSI MAHASISWA.....	75
DATA MAHASISWA BIMBINGAN.....	93

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Definisi Tugas Akhir

Tugas Akhir (TA) adalah sebuah mata kuliah yang harus ditempuh oleh mahasiswa menjelang akhir studinya. Mata kuliah ini berbentuk proyek mandiri dan/atau kelompok yang dilakukan oleh mahasiswa di bawah supervisi dosen pembimbing. Tugas akhir dapat berbentuk skripsi (karya tulis ilmiah), karya aplikatif, publikasi artikel ilmiah, prestasi terkait bidang kompetensi (nasional dan/atau internasional) dan dalam bentuk program kegiatan peduli negeri.

1.2. Kompetensi Lulusan

1.2.1. Broadcasting

Menjadi perancang program media audio visual dan mampu merancang program televisi yang bersifat “konvergen”

Perancang Program Media Audio Visual

- a. Mampu menyusun konsep program televisi yang mengintegrasikan hasil kajian aspek perilaku, teknis, lingkungan dan nilai-nilai yang terkait dengan broadcasting
- b. Mampu menciptakan program televisi secara mandiri dengan metode broadcasting / sinematografi yang berbasis pada riset dan menghasilkan karya broadcasting yang kreatif, yang merupakan penyelesaian masalah broadcasting yang kontekstual dan teruji secara teoritis
- c. Mampu mengkomunikasikan pemikiran dan hasil ciptaan program televisi dalam bentuk grafis, dan model yang komunikatif dengan teknik digital ataupun manual
- d. Mampu menyunting audio dan atau video sesuai tuntutan naskah menurut kaidah-kaidah broadcasting dan sinematografi
- e. Mampu bersikap etis, estetis, asertif, komunikatif dan adaptif serta apreseatif

1.2.2. Public Relations

Menjadi perancang program komunikasi kehumasan dan mampu menjadi *technical communication* untuk mendukung

pencapaian tujuan organisasi melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi

Perancang program komunikasi kehumasan

- a. Menguasai pemahaman tahapan strategis public relations mulai dari identifikasi masalah, perencanaan dan program, komunikasi, dan evaluasi program dalam rangka membangun, mengembangkan dan mengelola materi budaya dan kearifan lokal (nation building) sebagai materi untuk membangun reputasi positif organisasi
- b. Memiliki pemahaman menyeluruh tentang praktik Humas dalam berbagai setting organisasi baik pemerintah, swasta atau LSM.
- c. Mampu mengelola media dan program komunikasi kehumasan
- d. Memiliki kemampuan melakukan riset opini publik, citra dan kampanye untuk mengembangkan hubungan berdasarkan goodwill.
- e. Memiliki kemampuan komunikasi lisan, menulis, melakukan riset, merencanakan dan menangani krisis komunikasi, konflik dan masalah komunikasi organisasi
- f. Memiliki kemampuan menggunakan keterampilan komunikasi untuk membangun hubungan dengan komunitas media, pemerintah dan berbagai publik terkait
- g. Memiliki keterampilan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi yang terkait dengan bidang penerapan humas termasuk Cyber Public Relations
- h. Memiliki komitmen bekerja secara etis untuk mengembangkan model kerja humas yang profesional.

1.2.3. Marketing Communication

Menjadi perancang program produksi iklan untuk berbagai kanal audio visual dan mampu merancang pemasaran iklan dalam berbagai media berbasis teknologi informasi dan komunikasi.

Perancang produksi dan pemasaran iklan

- a. Mampu menyusun konsep periklanan dan pemasaran iklan yang mengintegrasikan hasil kajian aspek perilaku, teknis, lingkungan dan nilai-nilai yang terkait dengan *Marketing Communication* dan *Advertising*

- b. Mampu merencanakan konsep periklanan dan pemasaran dalam berbagai media berbasis riset dan teknologi informasi serta menghasilkan karya *Marketing Communication* dan *Advertising* yang kreatif.
- c. Mampu menyelesaikan masalah *Marketing Communication* dan *Advertising* yang kontekstual dan teruji secara teoritis
- d. Mampu mengkomunikasikan pemikiran dan hasil ciptaan konsep periklanan dalam bentuk grafis, dan model yang komunikatif dengan teknik digital ataupun manual
- e. Mampu menyusun naskah iklan sesuai dengan prinsip EPI (Etika Pariwisata Indonesia)
- f. Mampu menciptakan peluang usaha dalam bidang *Marketing Communication* dan *Advertising*

1.2.4. Visual Communication

Menjadi perancang produksi desain komunikasi visual dan mampu merancang metode desain yang mampu menghasilkan karya desain yang kreatif, inovatif dan estetik

Perancang produksi desain komunikasi visual

- a. Mampu menyusun konsep desain grafis yang mengintegrasikan hasil kajian aspek perilaku, teknis, lingkungan dan nilai-nilai yang terkait dengan desain komunikasi visual.
- b. Mampu menciptakan aplikasi interaktif multimedia. Mempelajari juga program – program yang terkait bidang desain komunikasi visual, dengan menggunakan software desain sesuai perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.
- c. Mampu mengkomunikasikan pemikiran dan hasil ciptaan program berbagai metode lay out berbagai desain iklan, website, brosur, poster, menu, kalender, buku, dll
- d. Mampu menyusun proses dalam komunikasi visual, persepsi warna, meliputi arti simbolis warna, dan psikologi warna
- e. Mampu menciptakan peluang usaha dalam bidang desain kreatif komunikasi visual
- f. Mampu melakukan supervisi unit tim kecil kerja produksi program desain komunikasi visual.

BAB II
PERSYARATAN ADMINISTRATIF DAN AKADEMIK
SKRIPSI/TUGAS AKHIR DAN SIDANG SKRIPSI/TUGAS AKHIR

2.1. Persyaratan Administratif Mata Kuliah Tugas Akhir

Untuk mengambil mata kuliah tugas akhir, mahasiswa harus memenuhi persyaratan administratif seperti di bawah ini:

1. Mahasiswa terdaftar aktif sebagai mahasiswa yang mengambil mata kuliah tugas akhir (tercantum di Kartu Rencana Studi semester berjalan).
2. Mahasiswa sudah mencapai jumlah SKS sebanyak minimal 110 SKS.
3. Telah mengambil mata kuliah wajib fakultas dan program studi.
4. Pengumpulan proposal tugas akhir maksimal 2 minggu setelah masa KRS berakhir.

2.2. Persyaratan Administratif Sidang Tugas Akhir

Untuk menempuh sidang tugas akhir mahasiswa harus memenuhi persyaratan administratif seperti dibawah ini:

1. Mahasiswa terdaftar aktif sebagai mahasiswa yang mengambil mata kuliah tugas akhir (tercantum di Kartu Rencana Studi semester berjalan).
2. Jangka waktu pengerjaan tugas akhir adalah maksimal 2 semester.
3. Jika melebihi batas waktu 2 semester dan belum sampai pada bab pembahasan, maka mahasiswa harus mengajukan proposal dengan tema baru dan akan ditentukan dosen pembimbing baru, namun jika dalam jangka 2 semester proses sudah sampai bab pembahasan maka bisa dilanjutkan dengan rekomendasi dosen pembimbing
4. Dosen pembimbing bisa memberikan rekomendasi kepada prodi terkait perkembangan mahasiswa bimbingannya. Jika tidak ada berkelanjutan dan perkembangan baik pada proses bimbingan maupun laporan maka dosen pembimbing bisa mengusulkan ke prodi untuk penggantian judul tugas akhir/ tugas akhir aplikatif dengan bukti dokumen buku bimbingan tugas akhir atau bimbingan online jika ada, untuk selanjutnya ditentukan dosen pembimbing baru.

5. Mahasiswa sudah menyelesaikan biaya kuliah, biaya Tugas Akhir, bebas pinjaman buku di Perpustakaan.
6. Mahasiswa tidak sedang dalam terkena sanksi akademik maupun sanksi administrasi dari Fakultas Ilmu Komunikasi dan Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

BAB III

PROSEDUR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Prosedur bimbingan Tugas Akhir disusun dengan pertimbangan bahwa merupakan penjabaran Sistem Kredit Semester yang mengharuskan dilakukannya evaluasi pada akhir semester. Berdasarkan hal itu maka proses bimbingan Tugas Akhir dilakukan melalui prosedur dibawah ini:

3.1. Proses Awal

Mahasiswa harus mengambil mata kuliah Metode Penelitian, Metode Penelitian Komunikasi Kuantitatif dan Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif.

3.2. Pembimbing Tugas Akhir

Selama proses penyusunan dan penulisan Tugas Akhir ini mahasiswa harus dibimbing oleh 1 (satu) orang pembimbing yang ditunjuk oleh Ketua Bidang Studi, dan disahkan dengan Surat Keputusan Dekan.

3.2.1. Persyaratan Pembimbing

- a. Pembimbing pada dasarnya adalah tenaga pengajar tetap Fakultas, yang ada di Bidang Studi yang serendah-rendahnya memiliki jabatan fungsional akademik Lektor yang telah diputuskan oleh Ketua Bidang Studi.
- b. Apabila tenaga tetap yang memenuhi persyaratan butir satu di atas tidak ada atau jumlahnya tidak mencukupi maka Fakultas/ Bidang Studi dapat menunjuk pengajar tetap yang memenuhi persyaratan dibawah ini: serendah-rendahnya berjabatan Asisten Ahli dan memiliki gelar tambahan Doktor atau gelar yang setara, atau serendah-rendahnya berjabatan Asisten Ahli dan atau memiliki gelar tambahan Magister atau gelar yang setara. Apabila tenaga tetap yang memenuhi persyaratan butir (b) diatas jumlahnya tidak mencukupi, maka dapat ditunjuk dosen pengajar tidak tetap yang serendah-rendahnya berjabatan Asisten Ahli dan memiliki gelar yang serendah-rendahnya magister dan ahli dalam bidangnya (praktisi).

3.2.2. Prosedur Penunjukan Pembimbing

- a. Penunjukan pembimbing dilakukan oleh Bidang Studi setelah mahasiswa menyerahkan rancangan (*draft*) proposal Tugas Akhir kepada Bidang Studi.
- b. Atas dasar rancangan proposal Tugas Akhir tersebut, Bidang Studi menunjukan satu atau dua orang pembimbing.
- c. Ketua Bidang Studi secara tertulis menyampaikan penunjukan Pembimbing. Berdasarkan hal tersebut, Dekan segera mengeluarkan surat keputusan pengangkatan para pembimbing Tugas Akhir, yang berlaku 1 (satu) semester dan dapat diperpanjang sampai dengan 2 (dua) semester.
- d. Ketua Bidang Studi mempertimbangkan topik proposal, kompetensi dosen pembimbing dan kuota.

3.2.3. Penggantian Pembimbing

Penggantian pembimbing berdasarkan atas :

- a. Mahasiswa tidak menyelesaikan kewajibannya selama 2 (dua) semester.
- b. Pembimbing yang bersangkutan tidak melaksanakan tugasnya selama 2 (satu) semester.
- c. Ada perubahan topik sehingga tidak sesuai dengan kompetensi pembimbing.
- d. Pengunduran diri dosen pembimbing karena mahasiswa tidak dapat menyelesaikan Tugas Akhir atau minimal melaksanakan Seminar Proposal dalam waktu dua semester.

3.3. Wewenang Pembimbing Tugas Akhir

- a. Pembimbing berhak meminta bukti KRS sebagai tanda bahwa mahasiswa sudah mengambil mata kuliah Tugas Akhir.
- b. Pembimbing memantau proses bimbingannya dengan menggunakan buku bimbingan Tugas Akhir.
- c. Pembimbing mempunyai wewenang yang sama dalam hal memberikan bimbingan (jika terdapat dua pembimbing)
- d. Mahasiswa melakukan penelitian/ produksi/ perancangan program/ penyusunan artikel ilmiah/ persiapan lomba (kompetisi) dengan penyaliaan/ supervisi pembimbing serta penyusunan Tugas Akhir sesuai dengan proses bimbingan.

- e. Pembimbing dapat mengundurkan diri bila mahasiswa yang bersangkutan selama dua semester tidak dapat menyelesaikan tugas akhirnya.
- f. Pembimbing berhak menegur mahasiswa melalui mekanisme yang berlaku di Fakultas.
- g. Pembimbing bertanggung jawab terhadap mahasiswa sampai pada revisi Tugas Akhir setelah sidang Tugas Akhir.

BAB IV

Persyaratan Pengajuan Laporan Tugas Akhir dan Sidang Tugas Akhir

4.1. Persyaratan Pengajuan Laporan Tugas Akhir dan Sidang Tugas Akhir

1. Mahasiswa harus melakukan kegiatan konsultasi dengan pembimbing 7 (tujuh) sampai 10 (sepuluh) kali sampai dengan sidang tugas akhir.
2. Sidang tugas akhir dapat dilaksanakan jika naskah dan karya/program tugas akhir sudah disetujui oleh pembimbing.
3. Mahasiswa yang sudah mendapat ACC dari dosen pembimbing dan akan melaksanakan ujian tugas akhir, dimohon untuk melengkapi persyaratan sebagai berikut :
 - a. Pas foto hitam putih 3x4 : 4 lembar
(tuliskan nama & nim dibagian belakang)
 - b. Pas foto hitam putih 4x6 : 4 lembar
(tuliskan nama & nim dibagian belakang)
 - c. *Fotocopy* KTM : 1 lembar
 - d. *Print out* KRS : 1 lembar
 - e. *Fotocopy* bukti pembayaran : 1 lembar
(Bukti pembayaran ujian skripsi dan SPP tetap & variable dari bagian keuangan)
 - f. Surat keterangan lunas pembayaran : 1 lembar
(SPP tetap & variable dan ujian skripsi dari bagian keuangan)
 - g. *Fotocopy* bukti pengesahan *acc* : 1 lembar
 - h. Surat pernyataan keaslian karya : 1 lembar
(Bermaterai)
 - i. *Fotocopy* sertifikat TOEFL : 1 lembar
(Dikeluarkan oleh Laboratorium Bahasa Inggris UMBY dengan Skor ≥ 450)
 - j. Menyerahkan buku bimbingan : 1 lembar
 - k. Skripsi *Fotocopy* laporan skripsi : 3 bendel
(dijilid mika dan dimasukkan dalam map *plastic* transparan)
4. Sidang tugas akhir dapat dilaksanakan jika mahasiswa sudah menyerahkan persyaratan ke bagian Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi & Multimedia

5. Konsep akhir (*final draft*) tugas akhir yang sudah disetujui oleh pembimbing diserahkan kepada Sekretaris Program Studi sekaligus melakukan penjadwalan sidang.
6. Sekretaris Program Studi mengajukan panitia sidang tugas akhir dan jadwal sidang untuk disahkan oleh Ketua Program Studi. Penjadwalan sidang tugas akhir adalah minimal 1 (satu) minggu sebelum sidang tugas akhir tersebut berlangsung.
7. Jadwal sidang bisa dilihat di web: fikom.mercubuana-yogya.ac.id
8. Mahasiswa yang mengikuti sidang tugas akhir diharuskan berpakaian rapih dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Laki-laki : Celana panjang berwarna hitam atau warna gelap dan atasan berwarna putih.
 - b. Perempuan : Rok berwarna hitam dan atasan berwarna putih (jilbab berwarna putih/hitam, bagi yang mengenakan)
 - c. Menggunakan sepatu formal berwarna hitam
9. Tim sidang tugas akhir terdiri dari Penguji I, Penguji II, dan Pembimbing (ketua penguji).
10. Setelah sidang tugas akhir, apabila dinyatakan lulus, dan setelah dilakukan perbaikan sesuai dengan berita acara, maka mahasiswa wajib mengumpulkan CD Skripsi dengan isi sebagai berikut:
 - a. Skripsi penuh (.pdf+bookmark)
 - b. PDF (secara terpisah):
 - Cover Skripsi (.pdf)
 - Abstrak (Indonesia & *English*) (.pdf)
 - Daftar Isi (.pdf)
 - Pendahuluan (.pdf)
 - Kesimpulan (.pdf)
 - c. Naskah Publikasi (.pdf) (**Maksimal 15 Halaman**)
 - Cover
 - Abstrak (Indonesia & *English*)
 - Pendahuluan
 - Hasil & Pembahasan
 - Kesimpulan & Saran
 - Daftar Pustaka
 - d. Foto berwarna (3x4)

e. Cover CD



11. Hasil sidang tugas akhir dicatat pada berita acara yang ditandatangani oleh ketua sidang.
12. Berita acara sidang tugas akhir diarsip oleh Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi & Multimedia.
13. Sidang tugas akhir ulang dimungkinkan apabila mahasiswa tidak bisa mempertahankan karya tugas akhirnya sesuai dengan ketentuan, yaitu :
 - a. Sidang ulang Skripsi/ Skripsi Aplikatif dilaksanakan berdasarkan hasil keputusan ketua sidang dan tim penguji pada saat sidang pertama dilakukan.
 - b. Sidang ulang dilakukan karena beberapa kriteria mendasar kelulusan tidak dapat dipenuhi mahasiswa, diantaranya:
 - I. Terdeteksi Plagiarisme:
 - Sumber, kutipan, dll
 - Menggunakan video/gambar yang bukan karyanya tanpa mencantumkan sumber
 - Full plagiarism/hanya menyadur karya orang lain
 - II. Tidak memenuhi ketentuan teknis sidang
 - Teknis attitude/ sikap saat sidang yang melanggar norma kesopanan dan etika
 - Tidak menggunakan power point

- Tidak mengumpulkan video (untuk skripsi aplikatif)
 - Dil | Cc. Terdapat revisi mayor (revisi hampir pada seluruh Bab dalam laporan skripsi/skripsi aplikatif)
- c. Jadwal sidang ulang ditentukan langsung oleh ketua sidang berdasarkan hasil musyawarah dengan tim penguji yang harus disampaikan ke prodi
 - d. Batasan proses revisi setelah sidang ulang adalah maksimal 1 minggu atau menyesuaikan dengan waktu yudisium
 - e. Setelah sidang tugas akhir, apabila dinyatakan lulus, tetapi tidak melakukan perbaikan tugas akhir sampai batas waktu yang telah ditetapkan pada saat sidang tugas akhir (selambat-lambatnya satu bulan setelah tanggal sidang), maka mahasiswa bersangkutan diharuskan untuk sidang ulang, dengan kondisi mahasiswa tersebut belum habis masa studi dan dapat memenuhi persyaratan administrasi yang telah ditentukan.

BAB V

TUGAS AKHIR SKRIPSI

5.1. Definisi Skripsi

Skripsi adalah suatu karya tulis ilmiah, berupa luaran yang dihasilkan melalui kegiatan yang memenuhi kaidah dan metode ilmiah secara sistematis sesuai keilmuan dan budaya akademik untuk memperoleh informasi, data, dan keterangan yang berkaitan dengan pemahaman dan/atau pengujian suatu cabang ilmu pengetahuan dan teknologi. Dalam hal ini dalam kajian bidang ilmu komunikasi.

Sebuah skripsi paling tidak memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Merupakan karya ilmiah sehingga harus dihasilkan melalui metode ilmiah.
- b. Merupakan laporan tertulis berupa hasil penelitian terhadap satu masalah yang terjadi di masyarakat atau organisasi. Hasil penelitian ini dikaji dengan merujuk pada suatu fenomena, teori atau hasil-hasil penelitian yang relevan yang pernah dilaksanakan sebelumnya.
- c. Merupakan implementasi konsep dan teori untuk menjawab permasalahan penelitian yang menghasilkan analisa sebagai dasar untuk menyusun kesimpulan-kesimpulan sebagai jawaban terhadap masalah penelitian.
- d. Berisi sistematika dan tahapan penelitian yang dimulai dengan membuat rancangan penelitian secara tertulis yang disebut Proposal Skripsi sebagai dasar penyusunan skripsi.
- e. Proposal skripsi tersebut merupakan penelitian dibidang komunikasi, meliputi penyiaran, kehumasan, periklanan dan komunikasi pemasaran.

5.2. Kedudukan Skripsi dan Bobot SKS

Skripsi mempunyai kedudukan yang sama dengan mata kuliah lain, tetapi dalam kegiatan skripsi seorang mahasiswa dituntut memiliki kemampuan mengimplementasikan kompetensinya dalam mencari berbagai data berkaitan dengan topik yang menjadi permasalahan di bidang komunikasi yang meliputi bidang penyiaran, kehumasan, periklanan dan komunikasi pemasaran serta komunikasi digital. Bobot

skripsi sebesar 6 SKS, setara dengan kegiatan akademik setiap minggu 24 - 30 jam selama satu semester atau setara dengan kegiatan akademik 600 - 750 jam.

5.3. Tujuan Skripsi

Penulisan skripsi bertujuan menciptakan mahasiswa yang mempunyai kemampuan berpikir sistematis, analitik dalam menyusun dan menulis laporan suatu karya ilmiah, sesuai dengan bidang ilmunya. Tujuan diatas mencakup pengembangan kemampuan mahasiswa dalam memadukan pengetahuan dan keterampilannya menjadi suatu sistem yang terpadu dalam memahami, menganalisis, menggambarkan dan menjelaskan suatu masalah yang berhubungan dengan bidang keilmuannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

5.4. Kegunaan Skripsi

- a. Skripsi merupakan salah satu persyaratan akademik yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar sarjana.
- b. Penyusunan skripsi dimaksudkan untuk menilai kemampuan mahasiswa menerapkan ilmu dan pengetahuan yang diperolehnya selama menempuh program pendidikannya.
- c. Pengembangan keilmuan dan sumbangan pemikiran untuk tempat penelitian.

5.5. Materi Skripsi dan Lembar Kertas Kerja

Permasalahan yang akan diangkat menjadi topik skripsi dikembangkan dari bidang ilmu komunikasi. Materi karya tulis didasarkan atas data dan/atau informasi yang berasal dari studi kepustakaan, penelitian laboratorik/eksperimen dan atau penelitian lapangan. Hal ini dimaksudkan agar mahasiswa memperoleh pengalaman penelitian, baik kepustakaan, laboratorik/eksperimen dan atau lapangan serta menuangkan hasilnya dalam bentuk paparan karya tulis ilmiah.

- **Materi yang diuji (baik seminar proposal maupun sidang akhir adalah versi artikel ilmiah dengan melampirkan kertas kerja yang menjelaskan proses penelitian. Untuk seminar proposal (Bab I,II dan III) dan sidang akhir (Bab I.II.III.IV dan V).**

- **Format penulisan artikel ilmiah versi jurnal silakan merujuk pada bagaian tugas akhir skema publikasi ilmiah.**

5.6. Sistematika Penulisan Proposal Skripsi

Jumlah halaman proposal skripsi sebanyak maksimal 30 halaman.

5.6.1. Desain Penelitian Kuantitatif

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan penjelasan secara umum, ringkas dan padat bersifat deduktif yang menggambarkan dan menjabarkan masalah yang hendak diteliti. Dalam bab ini berisi minimal 5 halaman. Terdiri dari:

1.1. Latar Belakang Penelitian

Latar belakang penelitian memaparkan perhatian peneliti pada topik tertentu dalam kajian ilmu komunikasi, atau secara spesifik berkaitan dengan *Broadcasting*, *Public Relations*, *Advertising & Marketing Communication* serta *Desain Visual Komunikasi*. Pada latar belakang penelitian ini diuraikan:

- a. Aspek kontekstual komunikasi yang akan dikaji.
- b. Penelitian ilmiah selalu dimulai dari suatu masalah dan oleh karenanya penentuan masalah merupakan tahap paling penting. Pernyataan tentang gejala/ fenomena yang akan diteliti, boleh diangkat dari masalah teoretis atau diangkat dari masalah praktis. Berdasarkan itu peneliti menegaskan permasalahan yang akan ditelitinya.
- c. Argumentasi tentang pemilihan topik penelitian (menunjukkan permasalahan sebagai perbedaan antara *das sein* (kenyataan) dan *das sullen* (konsep atau teori yang ada).
- d. Situasi yang melatarbelakangi masalah (yang dipermasalahkan).
- e. Alur pikir bersifat deduktif (umum ke khusus)

1.2. Perumusan Masalah

Perumusan masalah ini merupakan substansi dari permasalahan yang akan dikaji dan sebagai batasan penelitian. Dngan adanya perumusan masalah ini akan membantu pembaca untuk

mengetahui dengan jelas dan mudah permasalahan yang sedang menjadi perhatian peneliti. Untuk itu dalam merumuskan masalah penelitian harus memperhatikan :

- a. Menyatakan dengan jelas, tegas, dan konkrit masalah yang akan diteliti.
- b. Berhubungan dengan suatu persoalan teoretis atau praktis.
- c. Berorientasi pada teori (teori merupakan *body of knowledge*).
- d. Dinyatakan dengan kalimat tanya dan diakhiri dengan tanda tanya (?)

1.3. Tujuan Penelitian

Pada bagian ini berisi pernyataan tentang tujuan yang ingin dicapai melalui proses penelitian. Tujuan penelitian merupakan upaya pemecahan dan rencana jawaban terhadap masalah penelitian. Karenanya merumuskan tujuan penelitian hendaknya dilakukan dengan cara yang jelas dan singkat serta harus terkait dengan rumusan masalah.

1.4. Manfaat Penelitian

Tuliskan pada bagian ini berisi tentang sumbangan/ kontribusi positif terkait dengan hasil penelitian. Manfaat penelitian ini ada 3 (tiga) macam yaitu:

- a. Manfaat teoritis/akademis
Aspek teoritis (akademis) dengan menyebutkan kegunaan teoritis apa yang dapat dicapai dari masalah yang diteliti.
- b. Manfaat Praktis
Aspek praktis (guna laksana) dengan menyebutkan manfaat apa yang dapat dicapai dari penerapan pengetahuan yang dihasilkan penelitian ini, terutama untuk perusahaan/organisasi/lembaga dimana penelitian dilakukan.
- c. Manfaat Sosial
Aspek sosial meliputi manfaat bagi masyarakat luas.

1.5 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian pada dasarnya berisi prosedur atau cara yang baku dan ilmiah untuk mendapatkan data penelitian. Pada

bagian ini, penulisan harus memberikan gambaran yang jelas kepada pembaca mengenai cara-cara yang digunakan dalam menjalankan penelitian.

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan cara peneliti memandang atau pendekatan yang digunakan dalam mengamati kenyataan akan menentukan pengetahuan yang kita peroleh sesuai dengan **pendekatan penelitian yang dilakukan**.

1.5.2 Metode Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian kuantitatif, yang dipilih hendaknya disesuaikan dengan tujuan penelitian tersebut. Jenis-jenis metode penelitian yang biasa digunakan dalam penelitian kuantitatif antara lain: Metode penelitian eksperimen, survei, analisa isi, analisis jaringan, audit komunikasi dan lain-lain.

1.6 Populasi dan Sampel

1.6.1 Populasi

- a. Obyek penelitian / satuan analisis (orang, teks, tayangan, iklan, media dll)
- b. Penentuan populasi penelitian (siapa atau apa populasinya) dan jumlahnya

1.6.2 Sampel

Jumlah Sampel (hitung dengan rumus)

1.6.3 Teknik Penarikan Sampel

1.6.4 Alokasi Sampel (jika ada)

1.7 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep (kategorisasi dan definisi kategori untuk analisa isi)

1.7.1 Definisi konsep

Berisi uraian tentang konsep berdasarkan tataran teoretis (buku teks atau artikel ilmiah dalam jurnal yang dirujuk).

1.7.2 Operasionalisasi konsep

Berupa definisi kategori yang lebih operasional (survei) terhadap konsep atau variable yang akan diteliti yang diberikan oleh peneliti. Sedangkan definisi kategori dan kategorisasi diterapkan untuk metode penelitian analisa isi.

1.8 Teknik Pengumpulan Data

Digunakan untuk menjaring data dari satuan-satuan pengamatan. Penentuan metode pengumpulan data inipun sangat tergantung pada permasalahan yang diteliti, jenis data yang dikumpulkan serta satuan-satuan analisis yang digunakan. Ada beberapa metode pengumpulan data, yaitu :

- a. **Data primer** : adalah data utama untuk menjawab rumusan masalah tujuan penelitian. Untuk penelitian survei dan eksperimen, data primer diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner. Untuk penelitian analisis isi diperoleh dengan cara melakukan pengamatan terhadap unit analisis.
- b. **Data sekunder** : adalah data yang digunakan untuk melengkapi data primer, diperoleh meta lui studi kepustakaan atau data yang tujuannya adalah untuk melengkapi data primer, seperti dokumentasi, data statistic dan sebagainya.
- c. **Uji Validitas dan Reliabilitas (Survei) Atau Reliabilitas Koding (Analisis Isi)** : Setiap penelitian kuantitatif harus bersifat objektif, karenanya setiap variabel yang akan diukur dalam penelitian harus memiliki nilai validitas dan reliabilitas. Validitas menunjukkan sejauhmana suatu alat pengukur (kuesioner) itu mengukur apa yang ingin diukur. Sedangkan reliabilitas menunjukkan sejauhmana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (konsisten).

1.9 Teknik Analisa Data

Tulisan pada bagian ini berisi uraian tentang teknik analisis yang digunakan beserta alasan penggunaan teknik tersebut, sesuai dengan tujuan penelitian, hipotesis (hipotesis teori dan hipotesis statistik), dan jenis data penelitian. Asumsi-asumsi

statistik yang mendasari teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian perlu disebutkan secara eksplisit.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Penulisan tinjauan pustaka secara umum terdiri dari dua kategori yaitu:

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dilakukan pada penelitian yang pernah dilakukan atas permasalahan yang akan membantu memberi gambaran tentang apa yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti lain dalam permasalahan tersebut. Selain menunjukkan posisi penelitian juga orisinalitas penelitian yang akan dilakukan. Pada penelitian terdahulu ini **minimal (tiga)** penelitian yang berasal dari jurnal nasional atau Internasional dan skripsi/tesis yang relevan dengan topik dan mewajibkan untuk mensitasi pada hasil karya dosen yang berupa jurnal atau buku karya ilmiah.

2.2 Kajian Teoretis

Terdiri dari dasar-dasar pemikiran yang digunakan untuk memberikan arah pada penelitian yang akan dilakukan dan menuntun analisis hasil penelitian. Pemilihan teori atau konsep harus relevan dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan di Bab I. Berdasarkan teori yang telah ditetapkan tersebut lalu diuraikan menjadi variabel-variabel yang akan diteliti.

2.3 Hipotesis Teori

Hipotesis merupakan simpulan probabilistik sebagai jawaban sementara atas masalah. Perumusan hipotesis diturunkan dari kerangka teori yang telah disusun sebelumnya. Oleh karena itu hipotesis harus konsisten dengan kerangka teori yang digunakan. Arah hipotesis dapat dicantumkan apabila didukung oleh tinjauan pustaka. Hipotesis dapat pula berbentuk hipotesis mayor dan minor.

BAB III OBJEK PENELITIAN

Objek penelitian merupakan gambaran singkat mengenai objek yang diteliti disesuaikan dengan konteks penelitian dan kondisi objek penelitian. Objek penelitian diantara meliputi: sejarah, karakteristik dan aspek lain yang relevan dideskripsikan sesuai dengan tema skripsi yang diangkat.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini memuat daftar literatur yang digunakan dalam seluruh proses penulisan laporan penelitian. Literatur yang dicantumkan dalam bagian daftar pustaka ini adalah semua literatur yang dicantumkan/ditulisikan dalam laporan penelitian ini (minimal 15 buku teks, terbitan 10 tahun terakhir dan minimal 5 jurnal terbitan 5 tahun terakhir). Adapun contohnya dapat dilihat pada lampiran buku panduan ini.

5.6.2. Desain Penelitian Kualitatif

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan penjelasan secara induktif yang menggambarkan fenomena yang hendak diteliti.

1.1. Latar Belakang Penelitian

Bagian ini diawali dengan upaya peneliti untuk menggambarkan konteks komunikasi atau situasi yang mendasari munculnya permasalahan atau fenomena yang unik. Penggambaran akan konteks permasalahan penelitian dapat dilakukan dengan menunjukkan fenomena-fenomena, fakta-fakta empiris atau kejadian-kejadian aktual. Peneliti sebaiknya memberikan argumentasi tentang alasan yang mendasari pemilihan tema/topik penelitian tersebut.

1.2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan substansi dari permasalahan atau fenomena unik yang akan diteliti. Fokus penelitian ini akan membantu peneliti dan pembaca untuk mengetahui dengan jelas dan mudah permasalahan atau fenomena yang sedang menjadi perhatian peneliti. Pada fokus penelitian ini ada dua aspek yang harus diperhatikan, yaitu:

- a. Identifikasi pada gejala-gejala atau fenomena yang mendasari apa yang diteliti
- b. Pertanyaan penelitian.

Pada fokus penelitian ini peneliti harus membuat suatu formulasi dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan penelitian. Pertanyaan-pertanyaan tersebut harus jelas, spesifik, tepat sasaran, dan memungkinkan untuk dijawab oleh peneliti. Pertanyaan-pertanyaan tersebut dinyatakan dengan kalimat tanya dan diakhiri dengan tanda “?” (tanda tanya).

1.3. Tujuan Penelitian

Berbagai pertanyaan-pertanyaan pokok dalam fokus penelitian akan mengarahkan peneliti pada apa yang ingin diperoleh setelah penelitian. Tujuan penelitian harus menunjukkan pernyataan yang berisi tentang apa yang ingin dicapai melalui proses penelitian. Tujuan penelitian harus terkait dengan pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan dalam fokus penelitian. Tujuan penelitian hendaknya dilakukan dengan cara yang jelas dan singkat dan dalam bentuk kalimat pernyataan.

1.4. Manfaat Penelitian

Tulisan pada bagian ini berisi tentang sumbangan/ kontribusi positif terkait dengan hasil penelitian. Manfaat penelitian ini ada 3 (tiga) macam yaitu:

- a. Manfaat akademis
Aspek teoritis (akademis) dengan menyebutkan kegunaan akademis apa yang dapat dicapai dari masalah yang diteliti untuk pengembangan keilmuan komunikasi dan bidang kajian.
- b. Manfaat praktis
Aspek praktis (guna laksana) dengan menyebutkan manfaat apa yang dapat dicapai dari penerapan pengetahuan yang dihasilkan penelitian ini, terutama untuk tempat penelitian (perusahaan/organisasi/lembaga) dimana penelitian yang dilakukan dan praktisi.
- c. Manfaat sosial
Aspek-aspek sosial dengan menyebutkan manfaat pemecahan masalah-masalah kontemporer apa yang

dicapai dari masalah yang diteliti (hanya untuk paradigma kritis).

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan keseluruhan proses berpikir dari suatu pendekatan penelitian yang mendasari bagaimana peneliti menyusun desain penelitian (teori, metode penelitian dan tipe penelitian yang digunakan) yang mencakup bagaimana mengidentifikasi dan merumuskan masalah, menjawab masalah dan menyimpulkan.

1.5.2 Metode Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian kualitatif, yang dipilih hendaknya disesuaikan dengan tujuan penelitian. Pada penelitian kualitatif, peneliti dapat memilih untuk menggunakan desain fenomenologi, studi kasus, etnografi, hermeneutika, analisis framing, wacana, semiotika, dll.

CATATAN: sistematika dan analisis datanya tergantung pada jenis metode yang digunakan.

1.5.3 Subyek Penelitian

(Untuk penelitian teks media menggunakan istilah **unit analisis**) Subyek penelitian adalah sumber yang berkompeten untuk diminta informasi sehubungan dengan penelitian, atau disebut sebagai narasumber. Pada bagian ini menguraikan tentang kualifikasi subjek penelitian, alasan pemilihan subjek. Selain itu peneliti perlu menjelaskan relevansi subyek penelitian dengan topik penelitian. Unit analisis adalah aspek atau apa yang dikaji atau diobservasi. Dengan kata lain unit analisis adalah sasaran analisis.

1.6 Teknik Pengumpulan Data

Digunakan untuk menjangkau data dari satuan-satuan pengamatan. Penentuan metode pengumpulan data inipun sangat tergantung pada permasalahan yang diteliti, jenis data

yang dikumpulkan serta satuan-satuan analisis yang digunakan. Ada beberapa metode pengumpulan data, yaitu:

a. Data primer:

Dalam penelitian kualitatif diperoleh melalui data yang biasa digunakan dalam pengumpulan data antara lain: observasi, wawancara mendalam, *focus group discussion* (FGD), tergantung dari tujuan peneliti.

b. Data sekunder:

Adalah data yang digunakan untuk melengkapi data primer, melalui data yang diperoleh dari studi kepustakaan, dokumen, arsip, data statistik dan lain-lain.

1.7 Teknik Analisis Data

Merupakan teknik yang digunakan dalam menganalisis dan menginterpretasikan (memaknai) data yang ada. Teknik analisis bersifat tentatif tergantung metode yang digunakan. Selain itu dalam penelitian kualitatif teknik analisis datanya sangat bersifat lentur (menyesuaikan).

1.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data (bila diperlukan)

Bagian ini menguraikan cara dan/ atau teknik yang digunakan oleh peneliti untuk memantapkan kredibilitas penelitiannya. Teknik pemeriksaan dan keabsahan data penting sebagai pertanggungjawaban atas proses dan hasil penelitian.

Untuk itu yang harus diperhatikan adalah:

- a. Kemukakan kriteria keabsahan data yang digunakan.
- b. Jelaskan rencana pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian tersebut.

Perlu diperhatikan bahwa dalam kajian-kajian analisis teks media teknik pemeriksaan keabsahan data tidak perlu ditampilkan karena melekat pada teknis analisis data yang dilakukan. Demikian juga dalam kajian kritis (paradigma kritis) sejauh merujuk pada memperhatikan konteks historis, sosial budaya, ekonomi dan politik.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Penulisan tinjauan pustaka secara umum terdiri dari dua kategori yaitu:

1.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dilakukan pada penelitian yang pernah dilakukan atas permasalahan yang akan membantu memberi gambaran tentang apa yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti lain dalam permasalahan tersebut. Selain menunjukkan posisi penelitian juga orisinalitas penelitian yang akan dilakukan. Pada penelitian terdahulu ini minimal **3 (tiga)** penelitian yang berasal dari jurnal Internasional atau Nasional dan skripsi/tesis yang relevan dengan topik. Dan mewajibkan untuk mensitasi pada hasil karya dosen yang berupa jurnal atau buku karya ilmiah.

1.2. Kajian Teoretis

Kajian teoritis memuat secara sistematis dasar-dasar pemikiran secara teoretis maupun konsep yang berkaitan dengan perumusan masalah yang diajukan. Digunakan untuk menjadi kerangka awal yang berfungsi sebagai petunjuk awal bagi peneliti untuk memahami fenomena terkait dengan penelitian yang akan dilakukan secara alamiah.

BAB III OBJEK PENELITIAN

Objek penelitian merupakan gambaran singkat mengenai objek yang diteliti disesuaikan dengan konteks penelitian dan kondisi objek penelitian. Objek penelitian diantara meliputi: sejarah, karakteristik dan aspek lain yang relevan dideskripsikan sesuai dengan tema skripsi yang diangkat.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini memuat daftar literatur yang digunakan dalam seluruh proses penulisan laporan penelitian. Literatur yang dicantumkan dalam bagian daftar pustaka ini adalah semua literatur yang dicantumkan/ditulisikan dalam laporan penelitian ini (minimal 5 jurnal nasional atau internasional terbitan 5 tahun terakhir, 15 buku teks terbitan 10 tahun terakhir). Adapun contohnya dapat dilihat pada lampiran buku panduan ini.

5.7. Sistematika Penulisan Skripsi

Jumlah halaman skripsi minimal **40 halaman** (tidak termasuk lampiran) dan maksimal **150 halaman**. Apabila lebih dari 100 halaman, maka naskah dapat dicetak pada kedua sisi kertas (bolak-balik).

5.7.1. Desain Penelitian Kuantitatif

Untuk Bab 1 sampai dengan Bab 3 urutannya sama dengan sistematika proposal skripsi, hanya saja isi materinya adalah hasil revisi setelah seminar proposal skripsi.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari:

4.1. Hasil dan Temuan Data Penelitian

Sub bab ini meliputi data – data dan hasil selama proses penelitian sebagai bagian dari eksplorasi hasil observasi atau pengamatan lapangan. Dalam penelitian dengan pendekatan kuantitatif, berupa data kuantitatif dari pengolahan statistik dengan model tertentu. Hasil Penelitian yang sesuai dengan tujuan dan hipotesis.

4.2. Pembahasan atau Analisis Data

Sub bab ini memuat hubungan antara konsep/teori yang digunakan dengan hasil penelitian, memuat penalaran dari hasil penelitian baik secara teoritis dan atau empiris terhadap perumusan yang diajukan. Dalam pembahasan tidak perlu lagi memuat tabel, grafik atau bentuk penyajian data lainnya.

4.3. Sub Bab yang Disesuaikan dengan Keperluan Penelitian

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terdiri dari:

5.1. Simpulan

- a. Simpulan merupakan rangkuman dari hasil pembahasan yang menjawab rumusan masalah penelitian dan tujuan penelitian.
- b. Memuat hasil-hasil penelitian yang menonjol dalam bentuk narasi dengan dukungan angka sepanjang diperlukan.

5.2. Saran

Saran terdiri dari :

5.2.1. Saran Akademis

Memuat implikasi dari hasil penelitian terhadap ilmu pengetahuan.

5.2.2. Saran Praktis

Memberi saran bagi penelitian berikutnya, serta penggunaan praktis.

LAMPIRAN

- a. Menyajikan kuesioner
- b. Menyajikan perhitungan statistik (*print out*)
- c. Menyajikan Surat Ijin Penelitian
- d. Surat selesai penelitian dari tempat penelitian
- e. Menyajikan struktur organisasi, peta dan sebagainya yang diperlukan sebagai pendukung lampiran penelitian
- f. Daftar riwayat hidup (*curriculum vitae*) peneliti
- g. Dokumen lainnya yang perlu dilampirkan

5.7.2. DESAIN PENELITIAN KUALITATIF

Untuk Bab 1 sampai dengan Bab 3 urutannya sama dengan sistematika proposal skripsi, hanya saja isi materinya adalah hasil revisi setelah sidang proposal skripsi.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini ditujukan untuk memaparkan temuan-temuan yang didapat oleh peneliti dan bagaimana temuan-temuan tersebut akhirnya dapat menjawab pertanyaan yang menjadi lokus penelitian. Bab ini terdiri dari:

4.1. Temuan Data dan Hasil Penelitian

Bagian ini setidaknya terdiri dari 2 (dua) bagian, yaitu: deskripsi penemuan dan hasil analisis data. Sub-bagian deskripsi penemuan berisi tentang paparan keseluruhan hasil atau data yang diperoleh oleh peneliti berdasarkan kategori-kategori yang dibuat dan mengacu pada ringkasan hasil *coding* (transkrip wawancara, catatan lapangan, data observasi, dll). Sedangkan

sub bagian hasil analisis data memaparkan jawaban peneliti atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan sebelumnya dalam fokus penelitian.

4.2. Pembahasan

Pada bagian ini, peneliti harus dapat mengulas Hasil analisis data (jawaban peneliti atas pertanyaan penelitian) dalam konteks yang lebih luas. Peneliti dapat menambahkan teori-teori lain (yang tidak terdapat dalam kajian teoritik) untuk mendukung hasil penelitian. Peneliti juga dapat mengemukakan tinjauan kritis atas hasil penelitian berdasarkan keberpihakan dan nilai-nilai (value) yang dianut oleh peneliti. Peneliti menggunakan nalar/logika untuk mendapatkan temuan penelitian, pada bagian ini diharapkan dapat disusun jenis-jenis temuan yang digambarkan kedalam skema pemikiran.

4.3. Sub Bab yang Disesuaikan dengan Keperluan Penelitian

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terdiri dari :

5.1. Kesimpulan

- a. Simpulan merupakan rangkuman dari hasil pembahasan yang menjawab fokus penelitian dan tujuan penelitian.
- b. Memuat hasil-hasil penelitian yang menonjol dalam bentuk narasi dengan dukungan angka sepanjang diperlukan.

5.2. Saran

Memuat implikasi dari hasil penelitian terhadap ilmu pengetahuan, memberi saran bagi penelitian berikutnya, serta penggunaan praktis.

DAFTAR PUSTAKA

Adapun aturan dasar penulisan daftar pustaka dengan *Harvard-APA Style* yaitu:

- a. Sumber kutipan yang dinyatakan dalam Laporan Tugas Akhir harus ada dalam Daftar Pustaka, dan sebaliknya.
- b. Daftar pustaka tidak dibagi-bagi menjadi bagian-bagian berdasarkan jenis pustaka, misalnya buku, jurnal, internet dan sebagainya.

- c. Ditulis satu spasi, berurutan secara alfabetis tanpa nomor berdasarkan nama akhir pengarang atau organisasi yang bertanggung jawab. Jika suatu referensi tidak memiliki nama pengarang maka judul referensi digunakan untuk mengurutkan referensi tersebut diantara referensi lain yang tetap diurutkan berdasarkan nama belakang pengarang.
- d. Jika literatur ditulis oleh satu orang, nama penulis ditulis nama belakangnya lebih dulu, kemudian diikuti singkatan (inisial) nama depan dan nama tengah, dilanjutkan penulisan tahun, judul dan identitas lain dari literatur/ pustaka yang dirujuk.
- e. Apabila ada beberapa karya yang ditulis oleh pengarang yang sama, urutkan berdasarkan tanggal terbitnya (dimulai dari yang paling lama ke yang paling baru).
- f. Jika seorang pengarang mengeluarkan beberapa karya dalam tahun publikasi yang sama, maka diurutkan berdasarkan huruf kecil yang menyertai tanggal publikasi (contoh: 1988a, 1988b, 1988c, dst.).
- g. Tanggal publikasi dituliskan setelah nama(-nama) pengarang.
- h. Judul referensi dituliskan secara *italic*, jika daftar pustaka ditulis tangan maka judul digarisbawahi.
- i. Cara penulisan setiap daftar pustaka berbeda-beda, bergantung pada jenis literatur/ pustaka yang menjadi referensi.
- j. Penulisan daftar pustaka dipisahkan oleh koma dan diakhiri dengan tanda titik. Sementara untuk judul sumber kutipan (sitasi) menggunakan huruf kapital untuk setiap kata kecuali kata penghubung. Meskipun demikian, terdapat beberapa perbedaan dalam penulisannya sebagai berikut:

1. Buku

Pola dasar penulisan referensi berjenis buku adalah:

Nama Belakang Pengarang, Inisial tahun terbit, Judul buku (Edisi jika edisinya lebih dari satu), Tempat diterbitkan, Penerbit.

Hal yang perlu diperhatikan adalah judul buku yang dituliskan secara *italic* dengan penggunaan huruf kapital mengikuti standar penulisan kalimat. Jumlah pengarang yang boleh didaftarkan di satu referensi maksimal berjumlah enam. Jika pengarang berjumlah lebih dari

enam maka pengarang ketujuh dan selanjutnya dituliskan sebagai et al.

Contoh:

- a. **Satu pengarang** : Conley, D 2006, *The Daily Miracle: an Introduction to Journalism*, Oxford University Press, New York.
- b. **Dua pengarang** : Severin, J & Tankard, J 2011, *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa edisi kelima*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- c. **Lebih dari dua pengarang** : Kotler, P, Adam, S, Brown, L & Armstrong, G 2009, *Principles of Marketing*, 4th edn, Pearson Education Australia, Melbourne.
- d. **Tidak ada nama pengarang** : *Computer Graphics Inter-Facing* 1996, 3rd edn, Modern technology Corporation, Minneapolis.

2. Artikel jurnal

Penulisan untuk artikel jurnal yaitu,

Nama belakang pengarang, inisial Tahun Publikasi, Judul artikel menggunakan tanda kutip tunggal, Nama jurnal menggunakan format italic, Nomor volume (ditulis vol.), Nomor halaman.

Contoh:

- a. **Pengarang tunggal**: Yuliawati, Elly, 2016, 'Ketahanan budaya desa global: Studi tentang diaspora Indonesia di Malaysia', *Jurnal Visi Komunikasi*, vol. 6, no. 1, hh. 20-29.
- b. **Dua pengarang**: Setiawan, A, Judhie, & Tyas Puji Rahayu, 2017, 'Customer retention marketing blue bird dalam mempertahankan loyalitas pelanggan', *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi WACANA*, vol. 16, no. 1, hh. 1-14.
- c. **Lebih dari dua pengarang**: Yoedtadi, Muhammad Gafar, Muhammad Adi Pribadi, & Kurniawan Hari Siswoko, 2017, 'Proses produksi acara siaran langsung televisi untuk menghasilkan acara yang

layak tonton', Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi WACANA, vol. 16, no. 1, hh. 157-170.

- d. **Tanpa pengarang:** '*Building human resources instead of landfills*' 2000, Biocycle, vol. 41, no. 12, hh. 28-29.

Sementara, untuk penulisan jurnal online penulisannya adalah sama dengan jurnal full-text hanya pada jurnal online setelah penulisan nomor volume jurnal (vol.) selanjutnya ditambahkan dengan tanggal diakses dan alamat web. Adapun penulisannya yaitu:

Birbeck, D & Drummond, M 2006, 'Very young children's body image: bodies and minds under construction', International Education Journal, vol. 7, no.4, dilihat 12 Desember 2006, <http://iej.com>.

3. Halaman Web

Penulisan daftar pustaka untuk artikel yang dikutip dari web polanya adalah:

Nama pengarang atau editor atau penyusun Tahun, Judul Artikel Nama laman yang memuat, Tanggal akses, Alamat web.

Contoh:

desJardins, M 1998, How to succeed in postgraduate study, Applied Ecology Research Group, University of Canberra, dilihat 26 April 2001, <<http://aerg.canberra.edu.au/jardins/t.htm>>. (Disarikan dari berbagai sumber).

LAMPIRAN

- a. Menyajikan pedoman wawancara
- b. Menyajikan hasil transkrip wawancara
- c. Menyajikan pedoman observasi
- d. Menyajikan Surat izin penelitian
- e. Surat selesai penelitian dari tempat penelitian
- f. Menyajikan struktur organisasi, peta dan sebagainya yang diperlukan sebagai pendukung lampiran penelitian
- g. Daftar riwayat hidup (*curriculum vitae*) peneliti
- h. Dokumen lainnya yang perlu dilampirkan.

5.8. PENILAIAN

PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR SKRIPSI

Aspek dan Prosentase Penilaian		
Aspek Penilaian	Prosentase Penilaian	Nilai (0 – 100)
Judul dan Rumusan Masalah	25 %	
Latar Belakang	20 %	
Metodologi	25 %	
Kerangka Teori / Konsep	30 %	
Nilai Total		
Nilai rata – rata		

Rentang Skor (Skala 100)	Huruf
85 – 100	A
80 – 84,99	A-
70 – 79,99	B+
65 – 69,99	B
60 – 64,99	B-
50 – 59,99	C+
40 – 49,99	C
20 – 39,99	D
0 – 19,99	E

PENILAIAN MAHASISWA SIDANG TUGAS AKHIR SKRIPSI

Aspek dan Prosentase Penilaian		
Aspek Penilaian	Prosentase Penilaian	Nilai (0 – 100)
Materi utama skripsi : - Substansi - Pemahaman Materi - Analisis dan desain - Implementasi	30 %	
Format dan Teknik Penulisan	25 %	
Proses tanya jawab	20 %	
Presentasi skripsi	25 %	
Nilai Total		
Nilai rata – rata		

Rentang Skor (Skala 100)	Huruf
85 – 100	A
80 – 84,99	A-
70 – 79,99	B+

70 – 79,99	B+
65 – 69,99	B
60 – 64,99	B-
50 – 59,99	C+
40 – 49,99	C
20 – 39,99	D
0 – 19,99	E

BAB VI

TUGAS AKHIR APLIKATIF

6.1. Definisi Tugas Akhir Aplikatif

Tugas Akhir (TA) aplikatif adalah suatu bentuk tugas akhir yang dikerjakan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, untuk konsentrasi *Broadcasting & Multimedia Journalism*, *Public Relations*, *Marketing Communication* dan *Visual Communication* dalam format sebagai berikut:

1. Konsentrasi *Broadcasting & Multimedia Journalism*
 - a. Paket dokumenter
 - b. Paket film pendek
2. Konsentrasi *Public Relations*
 - a. Perancangan *Company Profile*
 - b. Perancangan Kampanye Public Relations
 - c. Perancangan Marketing Public Relations
 - d. Perancangan Program *Coorporate Social Responsibility* (CSR)
 - e. Manajemen Event
3. Konsentrasi *Marketing Communication*
 - a. Perancangan Kampanye komunikasi pemasaran terpadu (*branding*)
 - b. Perancangan Iklan Kreatif
 - c. Manajemen Event
4. Konsentrasi *Visual Communication*
 - a. Produksi konten media digital
 - b. Perancangan iklan kreatif
 - c. Perancangan desain kemasan
 - d. Perancangan corporate identity (*visual branding*)

6.2. Kedudukan Tugas Akhir Aplikatif dan Bobot SKS

Tugas Akhir (TA) aplikatif mempunyai kedudukan yang sama dengan mata kuliah lain, tetapi dalam kegiatan TA Aplikatif seorang mahasiswa dituntut lebih mandiri dalam mencari berbagai data berkaitan dengan topik yang menjadi permasalahannya. Bobot TA Aplikatif sebesar 6 SKS, setara dengan kegiatan akademik setiap minggu 24 - 30 jam

selama satu semester atau setara dengan kegiatan akademik 600 - 750 jam.

6.3. Tujuan Tugas Akhir Aplikatif

1. Tugas akhir aplikatif ditujukan untuk memberikan kesempatan lebih besar kepada mahasiswa untuk mengembangkan pengetahuan, kemampuan dan keterampilan serta sikap yang dimilikinya dalam perencanaan dan produksi konten dan program di bidang ilmu komunikasi.
2. Tugas akhir aplikatif memberi peluang kepada mahasiswa untuk mempraktekkan seluruh pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki selama kuliah.
3. Mahasiswa yang mengambil jalur ini diharapkan menjadi terlatih dan siap terjun dalam industri komunikasi.

6.4. Kegunaan Tugas Akhir Aplikatif

1. TA Aplikatif merupakan salah satu persyaratan akademik yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar sarjana.
2. Pembuatan TA aplikatif dimaksudkan untuk menilai kemampuan mahasiswa menerapkan ilmu dan pengetahuan yang diperolehnya selama menempuh program pendidikannya dalam menyelesaikan permasalahan melalui karya.
3. Pengembangan keilmuan dan sumbangan keterampilan dalam bidang yang mereka masing-masing.

6.5. Materi Tugas Akhir Aplikatif

Permasalahan yang akan diangkat menjadi topik TA aplikatif dikembangkan dari bidang ilmu masing-masing, bidang ilmu yang terkait dan kompetensi mahasiswa. Materi TA aplikatif didasarkan atas data dan atau informasi yang berasal dari studi kepustakaan, penelitian laboratorik/eksperimen, riset lapangan atau pengamatan langsung terhadap dinamika sosial masyarakat. Hal ini dimaksudkan agar mahasiswa memperoleh pengalaman dalam mengidentifikasi masalah sosial dan mengimplementasikan hasilnya dalam bentuk perencanaan, program dan konten komunikasi lainnya untuk berkontribusi dalam memberikan rekomendasi solusi atas permasalahan sosial yang diangkat.

6.5.1. KONSENTRASI BROADCASTING & MULTIMEDIA JOURNALISM

A. Produksi Dokumenter

Produksi dokumenter harus didasari oleh realita dan fakta yang sebenarnya, apakah itu sejarah, profil, human interest, pariwisata dan lain-lain. Karya dokumenter yang dihasilkan harus mengangkat topik dan permasalahan yang relevan dengan bidang keilmuan komunikasi dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Gaya penuturan dan genre dalam dokumenter sangat beragam, sehingga mahasiswa dituntut untuk melakukan riset secara mendalam dalam memproduksi karya dokumenter ini. Persyaratan dalam TA aplikatif dokumenter:

1. Karya dokumenter memiliki durasi minimal 15 menit dan maksimal 20 menit.
2. Karya yang dihasilkan merupakan ide orisinal dan bukan plagiat ide dari karya-karya sebelumnya.
3. Belum pernah dipublikasikan di media mana pun (Televisi, Internet dan sebagainya)

B. Produksi Film Pendek

Film pendek adalah konten yang diproduksi dengan tema yang beragam seperti remaja, tragedi kehidupan, sosial, cinta dan agama. Meski dapat dikemas dalam bentuk karya fiksi, namun dalam film pendek ini harus mengandung nilai-nilai humaniora yang memiliki kemanfaatan bidang keilmuan khususnya dan masyarakat pada umumnya. Dalam drama pendek ini disarankan dibuat dalam format HD (*High Devinition*).

Persyaratan:

1. Karya film pendek memiliki durasi minimal 15 menit dan maksimal 20 menit.
2. Karya yang dihasilkan merupakan ide orisinal dan bukan plagiat ide dari karya-karya sebelumnya.
3. Belum pernah dipublikasikan di media mana pun (Televisi, Internet dan sebagainya)
4. Harus berisi muatan edukasi.

5. Karya bukan berasal dari tugas mata kuliah yang sifatnya berkelompok.

6.5.2. KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS

A. Perancangan Video *Company Profile*

Video Company Profile adalah media informasi perusahaan dalam bentuk grafis bergerak yang mencakup gambaran perusahaan secara singkat dan jelas. Gambaran perusahaan tidak sepenuhnya lengkap, detail, dan mendalam. Karena video company profile bertujuan untuk memberikan informasi secara efektif dan praktis.

Fungsi Video Company Profile:

1. Sebagai media informasi perusahaan.
2. Media representasi perusahaan
3. Marketing tool perusahaan
4. Sebagai media penawaran (proposal)
5. Media informasi dalam kegiatan IPO (Initial Public Offering)
6. Sebagai materi publikasi perusahaan dalam kegiatan sponsorship

Prasyarat dari Video Company Profile:

1. Siapa dan apa yang dilakukan perusahaan. Bergerak dibidang apa perusahaan? Seperti apa produk yang dihasilkan? Visual dari perusahaan, dapat membantu meringkas siapa dan apa yang dilakukan perusahaan. Kita juga dapat menambahkan sambutan dari pimpinan perusahaan tentang gambaran dari perusahaan.
2. Budaya perusahaan, dapat memperlihatkan bagaimana budaya kerja di perusahaan. Bagaimana karyawan bekerja, apa yang dikerjakan di perusahaan tersebut. Seberapa baik kinerja perusahaan.
4. Motivasi, inspirasi, dan latar belakang perusahaan. Pelanggan dapat menilai bagaimana pengalaman perusahaan. Sejak kapan perusahaan anda berdiri. Apa keunggulan perusahaan. Pencapaian apa saja yang pernah didapat oleh perusahaan.

5. Visi dan Misi Perusahaan. Anda juga dapat menampilkan visi dan misi perusahaan. Tentunya visi dan misi perusahaan ini tidak hanya ditampilkan dengan monoton, namun dengan penulisan naskah serta konsep video yang dibuat dapat menunjang penyampaian visi dan misi
6. Sejarah Perusahaan. Kita bisa menampilkan sejarah perusahaan secara singkat, agar audience lebih bisa mengetahui perusahaan dari sisi seapak terjang serta perkembangannya.

B. Perancangan Kampanye Public Relations

Pembuatan program kampanye Public Relations meliputi pembuatan kampanye atas isu-isu internal korporasi dalam mendukung terbentuknya sense of belonging karyawan dan branding nilai budaya korporasi. Program kampanye dibuat dalam bentuk Event. Media Public Relations tersebut merupakan visualisasi lembaga, perusahaan profit / non profit, profil individu yang memiliki prestasi, pengaruh besar dalam kehidupan dan profil komunitas I kelompok masyarakat secara etnografis memiliki nilai kearifan lokal, dalam kerangka mendukung terciptanya reputasi positif organisasi / individu / komunitas.

Fungsi Kampanye Public Relations:

1. Meningkatkan kesadaran dan pengetahuan khalayak sasaran (target audience) untuk merebut perhatian serta menumbuhkan persepsi atau opini yang positif terhadap suatu kegiatan dari suatu lembaga atau organisasi (corporate activities)
2. Agar tercipta suatu kepercayaan dan citra yang baik dari masyarakat melalui penyampaian pesan secara intensif dengan proses komunikasi dengan jangka waktu tertentu yang berkelanjutan.
3. Kampanye PR memberikan penerangan terus-menerus serta pengertian dan memotivasi masyarakat terhadap suatu kegiatan atau program tertentu melalui proses dan teknik komunikasi yang berkesinambungan dan terencana untuk mencapai publisitas dan citra yang positif .

Prasyarat Kampanye Public Relations:

1. Program kampanye Public Relations dapat direalisasikan melalui produksi Internal Public Relations yang meliputi special event, seminar internal, sosialisasi, gathering internal dan event lain yang relevan. Program tersebut harus didukung dengan pembuatan printed dan non printed material (poster, pin, topi, kaos, stiker, audio visual, penggunaan media luar ruang (spanduk, balon, hanging banner, roll up banner, X banner, dan media lain yang dapat dioptimalkan di perusahaan / lembaga terkait). Dalam pelaksanaan program kampanye diwajibkan mengundang media massa, dengan menyiapkan media release, daftar media massa dan hasil publikasinya.
2. Pembuatan diawali penyusunan standard operating procedure (SOP) special event dan melaksanakan proses riset khalayak (*fact finding*), perencanaan program kampanye, pelaksanaan program kampanye dan evaluasi kampanye. Keseluruhan proses tersebut harus menyertakan hasil berbentuk tercetak dan portofolio karya.

C. Perancangan Marketing Public Relations

Marketing public relations adalah proses merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi program yang mendorong pembelian dan kepuasan pelanggan melalui komunikasi informasi dan impresi yang kredibel. Seperti halnya iklan, hubungan masyarakat (public relations) juga menjadi kiat pemasaran penting. Perusahaan tidak hanya harus berhubungan secara konstruktif dengan pelanggan, pemasok dan penyalur, namun juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan masyarakat besar.

Prasyarat perancangan Marketing Public Relations:

Program marketing public relations yang dirancang secara terpadu. Program ini harus memiliki beberapa kegiatan, yaitu:

1. Sosialisasi dan Roadshow
2. Social Media Campaign: Dilaksanakan melalui Instagram dengan tujuan untuk meningkatkan brand

awareness merek dan produk Evoware melalui digital marketing.

3. Newsletter: Dirancang secara berkala dan ditujukan untuk target market bisnis dalam rangka membangun dan memperkuat kerjasama business-to-business.
4. Talkshow: Mata acara yang memiliki dua topik pembahasan sesuai dengan target market
5. Kompetisi: Kompetisi ditujukan untuk target market individu dengan tujuan untuk menciptakan target sasaran . Rangkaian kegiatan kompetisi terbagi menjadi dua, yaitu photo competition dan idea competition.
6. Special event: Diadakan pada akhir rangkaian program sebagai puncak acara

Fungsi Program Marketing Public Relations:

Program ini Berfungsi untuk mengatasi permasalahan komunikasi dengan menciptakan brand awareness dalam tahap unaided awareness di benak calon konsumen melalui program pemasaran humas terpadu yang mengedukasi target market mengenai kehidupan berkelanjutan di mana program akan dilaksanakan dalam satu tahun serta ditinjau dan dievaluasi secara berkala.

D. Perancangan Program *Coorporate Social Responsibility* (CSR)

Perancangan Program CSR: Produksi iklan Layanan Masyarakat / Public Service Announcement (Audio Visual). Iklan layanan masyarakat ILM (public service announcement - PSA) adalah iklan yang diproduksi oleh lembaga profit atau non profit, yang menyajikan pesan-pesan sosial yang bertujuan membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah isu isu lingkungan, kondisi yang bisa mengancam keselarasan dan kehidupan umum, pendidikan, kesenian dan isu isu lain yang relevan untuk dikomunikasikan untuk edukasi stakeholder lebih luas. Produksi PSA atas nama lembaga ini memperhitungkan relevansi dan signifikansinya dengan citra lembaga. Format karya diarahkan dalam bentuk audio visual. Jika hanya seorang

mahasiswa yang berminat memproduksi PSA ini, maka karyanya dibuat dalam format visual, cetak, atau digital.

Prasyarat Program PSA:

1. Durasi 2-5 menit, kualitas gambar HD (High Devinition).
2. Pembuatan diawali dengan penyusunan standard operating procedure (SOP) ILM dan melaksanakan proses riset khalayak (fact finding), perencanaan program kampanye, pelaksanaan program kampanye dan evaluasi kampanye. Keseluruhan proses tersebut harus menyertakan hasil berbentuk tercetak dan portofolio karya ILM / PSA audio visual.

Fungsi Program PSA:

Konsep ini mencakup berbagai kegiatan dan tujuannya adalah untuk mengembangkan masyarakat yang sifatnya produktif dan melibatkan masyarakat didalam dan diluar perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung, meski perusahaan hanya memberikan kontribusi sosial yang kecil kepada masyarakat tetapi diharapkan mampu mengembangkan dan membangun masyarakat dari berbagai bidang. Kegiatan CSR penting dalam upaya membangun citra dan reputasi perusahaan yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan baik dari konsumen maupun mitra bisnis perusahaan tersebut.

1. Layak Mendapatkan sosial licence to operate
2. Mereduksi Resiko Bisnis Perusahaan
3. Melebarkan Akses Sumber Daya
4. Membentangkan Akses Menuju Market
5. Mereduksi Biaya
6. Memperbaiki Hubungan dengan Stakehoder
7. Memperbaiki Hubungan dengan Regulator
8. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
9. Peluang Mendapatkan Penghargaan

6.5.3. KONSENTRASI MARKETING COMMUNICATION

A. Kampanye Komunikasi Pemasaran Terpadu

Kampanye komunikasi pemasaran terpadu meliputi elemen Strategi Komunikasi Pemasaran (*What to say*), Kreatif (*How to say*) yaitu mencakup konsep (ide dasar) desain, *art* serta produksinya. Serta perencanaan media dan pembelian (*where, when and how many/much*).

Bidang kerja dalam kampanye komunikasi pemasaran terpadu harus meliputi:

1. *Account Executive*

Bidang kerja *Account Executive* bertugas mengatur strategi pemasaran yang akan dijalankan serta menawarkan dan melakukan negosiasi spot iklan kepada pengiklan/ klien yang menjadi objek TA Aplikatif.

2. *Creative*

Bidang kerja *Creative* bertanggung jawab dalam proses produksi hingga mendapat persetujuan dari klien yang dituju. Bukti persetujuan klien harus berupa surat persetujuan tertulis dan bermaterai yang menerangkan bahwa desain atau *blue print* yang diajukan kepada klien sudah disetujui untuk proses produksi selanjutnya.

3. *Media Planner*

Bidang kerja *Media Planner* bertanggung jawab dalam menentukan media mana yang tepat untuk kampanye sesuai dengan kriteria pemilihan jenis paket iklan yang sudah ditentukan.

Jenis paket iklan

Sebagai bagian dari pemasaran terpadu, promosi melalui IKLAN meliputi iklan komersial, sosial, maupun korporasi. Media periklanannya dapat bersifat auditif (radio), visual (cetak/outdoor/transit), audio-visual (televisi), maupun digital/interaktif (online). Mahasiswa dapat memilih jenis dan formatnya secara argumentatif.

1. **Iklan komersial:** merupakan penyampaian pesan/informasi dengan cara atau bentuk yang

menarik/persuasif agar khalayak terbujuk atau lebih tertarik untuk menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan iklan. Dengan demikian, iklan bertujuan mendukung kampanye pemasaran suatu produk atau jasa dengan memperhitungkan konsep pemasaran terpadu.

2. **Iklan non-komersial (Iklan Layanan Masyarakat/ ILM atau Public Service Advertising /PSA):** merupakan bagian dari kampanye social marketing yang bertujuan menjual gagasan atau ide untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan demi kepentingan umum atau mengubah suatu kebiasaan atau perilaku masyarakat “yang kurang/ tidak baik” supaya menjadi lebih baik. Misalnya masalah pembuangan sampah, berlalu lintas dengan tertib, keluarga berencana, berhenti merokok, menghindari AIDS, dan sebagainya.
3. **Iklan korporasi:** merupakan iklan yang bertujuan membangun citra (*image*) suatu perusahaan yang pada akhirnya tentu diharapkan juga membangun citra positif produk-produk atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Kampanye Iklan korporasi dilakukan simultan bersama kampanye PR. Iklan *corporate* didukung dengan fakta-fakta yang kuat, yang mempunyai nilai berita (*news value*) dan biasanya selalu dikaitkan dengan kegiatan atau pencapaian perusahaan di bidang tertentu yang berorientasi pada kepentingan masyarakat atau kelompok tertentu dalam masyarakat.

Durasi/Luas:

1. Spot iklan televisi ditentukan dalam hitungan detik, dengan pilihan durasi: 30”, 60” dan 120”.
2. Spot Iklan radio berkisar antara 10” hingga 2 menit, dengan ketentuan sebagai berikut :

Waktu	Jumlah Kata
10 detik	20-25
20 detik	40-45
30 detik	60-65
60 detik	120-125
90 detik	185-190
2 menit	240-250

3. Luas space iklan pada media cetak (surat kabar, majalah, dan tabloid), yaitu:
 - a. Iklan display : minimal seukuran A4
 - b. Iklan advertorial : minimal seukuran A4, namun penyampaian pesan lebih diarahkan pada bentuk seperti sebuah berita.

Content : sesuai dengan jenis iklan

Media: Iklan tersebut ditempatkan pada media yang dipilih secara strategis, di antaranya:

1. Televisi (TVC): iklan audio-visual yang ditayangkan melalui televisi komersial
2. Radio (Adlib)
3. Iklan Cetak (Surat kabar/majalah/tabloid): (Iklan display, *Advertorial*, *Creative Advertisement*)
4. Out of Home:
 - a. billboard, baliho, atau Megatron
 - b. LED Billboard
 - c. Poster Panel
 - d. Inflatables
 - e. Kinetic Board (Rotating panels)
 - f. Neonbox
 - g. Geometrics
 - h. Prismatext
 - i. Neonsign
 - j. Ambience advertising
 - k. Transit Advertising : iklan untuk kampanye dengan memanfaatkan moda transportasi dan infrastrukturnya, misalnya di; kereta api, bis,

kereta bawah tanah, taksi, terminal, bandar udara, dan stasiun.

- 1) Iklan televisi dalam kereta atau bis
- 2) Tempat koran di *public service area*
- 3) Display di depan bis (*head-light*)
- 4) Bus pannel di samping badan bis dengan ukuran; travelling display, queen size, king size.
- 5) Display di belakang bis (*tail-light spectacullar*)
- 6) *Running text*.

Komponen produksi

1. Iklan cetak:
 - a. Membuat lay-out dan artwork
 - b. Merancang Main Visual (gambar utama yang mengkomunikasikan konsep kreatif)
 - c. Membuat Baseline
 - d. Mandatory (unsur-unsur dalam iklan; merek, gambar produk/jasa, nama/logo perusahaan/produsen, slogan, dll.)
 - e. Membuat Caption (tulisan pendek yang merupakan catatan atau penjelasan singkat tentang gambar atau foto di samping main-visual.
 - f. Penggunaan model untuk keperluan testimonial.
2. Iklan Radio :
 - a. Membuat script
 - b. Memilih Suara orang (Voice talent)
 - c. Memilih ilustrasi musik dan SFX/SoundEffect
3. Iklan Televisi:
 - a. Pre-production
 - b. Production (Location and/or Studio Shooting)
 - c. Post-production (Color grading, Editing)
 - d. Tahap akhir (finishing)

B. Perancangan Iklan Kreatif

Produksi perancangan iklan kreatif harus mengangkat produk barang dan jasa lokal/ UMKM/ UKM/ produk *home industry*. Bidang kerja kreatif dalam perancangan iklan kreatif yaitu:

- i. Pembuatan rancangan/ desain kreatif dalam bentuk visual (gambar/ foto)
- ii. *Copywriter*: Naskah (teks) iklan
- iii. *Visualizer*: Materi iklan (pembuatan gambar/ visual iklan)

Media penempatan iklan:

1. *Through The Line*: Banners, Social Media, Events
2. *Above The Line*: Radio, TVC, Newspapers, Magazines, Outdoor, Press
3. *Below The Line*: Contextual Text Ads, Vertical Banners, Email Marketing, Telemarketing

C. Manajemen Event

Manajemen event dikelola secara professional, sistematis, efektif dan efisien yang kegiatannya meliputi dari konsep (perencanaan) sampai dengan pelaksanaan hingga pengawasan. Kriteria perencanaan penyelenggaraan event adalah dengan mengajak kerjasama Asosiasi, Organisasi Kemasyarakatan, atau Perusahaan besar yang tengah melakukan promosi.

Jenis Event

Jenis event yang dikelola:

- a. Pameran
- b. Festival
- c. Bazaar
- d. Konser Musik
- e. Kompetisi Olah Raga

Kerjasama Sponsorship

Penyelenggaraan event harus didukung oleh sponsorship utama dan sponsorship pendukung dibuktikan dengan MoU atau surat kerjasama penyelenggaraan event.

Media Publikasi Event

- A. Media Cetak
 - a. Iklan display : minimal seukuran A4

- b. Iklan advertorial : minimal seukuran A4, namun penyampaian pesan lebih diarahkan pada bentuk seperti sebuah berita.

B. Media

- a. Televisi (TVC): iklan audio-visual yang ditayangkan melalui televisi komersial
- b. Media Sosial: iklan visual dan audiovisual yang ditayangkan melalui media sosial yang dipilih.
- c. Media Cetak: publikasi event minimal artikel pada Surat Kabar

6.5.4. KONSENTRASI KOMUNIKASI VISUAL

A. Paket Konten Media Digital

Konten media digital merupakan berbagai bentuk konten isi dalam sebuah media di dunia teknologi yang seperti *blog*, *wild*, forum diskusi, *catting*, *tweet*, *podcasting*, pin, gambar digital, video yang terbentuk melalui buatan dari para pengguna system atau layanan online yang sering dilakukan lewat situs media sosial. Kegiatan dan program online yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan secara langsung atau tidak langsung meningkatkan kesadaran, memperbaiki citra, atau menciptakan penjualan produk atau jasa. Persyaratan untuk paket konten media digital adalah :

- a. Harus bermuatan content yang atraktif (menarik dan komunikatif), efisien dan efektif.
- b. Content berisikan gabungan dari teks dan visual atau teks, visual dan audio.
- c. Konten-konten media tidak pernah dipublikasi secara online atau muncul di tempat lain, sehingga terdapat upaya kreatif.

B. Perancangan Iklan Kreatif

Iklan kreatif merupakan bentuk pemahaman strategi produk secara terpadu untuk kemudian menciptakan gagasan pesan yang kreatif, mulai dari kemampuan menganalisis situasi dan menemukan problem solving, mencari gagasan dengan berpikir kreatif, mewujudkannya dalam pesan iklan, meramu fakta dengan

gagasan besar, desain verbal dan visual, bermain simbol, tanda, warna dalam iklan cetak dan TVC. Kreativitas merupakan kata kunci dalam perancangan Skripsi aplikatif ini. Persyaratan untuk perancangan Iklan Kreatif adalah :

- a. Memilih obyek yang layak dan bersedia untuk dirancangan Iklan Kreatifnya
- b. Karya harus bermuatan pesan komunikasi yang atraktif, efisien dan efektif.
- c. Karya berisikan gabungan dan teks (copywriting) dan visual atau teks, visual dan audio.
- d. Bisa diarahkan ke ambient ads dan bentuk iklan kreatif dengan nilai kebaruan yang tinggi

C. Perancangan Desain Kemasan dan Merchandising

Pada perancangan desain kemasan, mahasiswa dituntut untuk mampu memberikan problem solving dari segi bentuk kemasan baru dengan nilai estetis dan komunikasi yang tinggi. Sementara merchandise yang dimaksud adalah luaran alternatif dari paket desain yang telah dibuat dengan mengutamakan kaidah produk souvenir layak jual.

- a. Memilih obyek yang layak dan bersedia untuk dirancangan desain kemasannya (diutamakan produk dari umkm atau startup di bidang industri kreatif)
- b. Karya harus bermuatan pesan komunikasi yang atraktif, efisien dan efektif.
- c. Karya berisikan gabungan dan teks (copywriting) dan visual
- e. Bentuk kemasan mampu diterapkan diberbagai macam media lain yang
- f. Terdiri dari creative brief, concept brief, tahapan desain, hingga desain final dan implementasi desain yang sudah dibuat dalam bentuk mock up.

D. Perancangan corporate identity (visual branding)

Corporate identity meliputi kebutuhan *visual branding* seperti logo, graphics standard manual, corporate illustrations, penerapan-penerapan desain identitas perusahaan.

- a. Boleh mendesain baru atau me-redesain yang sudah ada sebelumnya
- b. Memilih obyek yang layak dan bersedia untuk dirancang corporate identity nya (diutamakan brand dari umkm atau startup di bidang industri kreatif)
- c. Terdiri dari creative brief, concept brief, tahapan desain, hingga desain final dan implementasi desain yang sudah dibuat dalam bentuk mock up.

6.6. Sistematika Penulisan Laporan TA Aplikatif

Jumlah halaman Laporan TA Aplikatif minimal 40 halaman. Sistematika ini diterapkan pada TA Aplikatif *Broadcasting & Multimedia Journalism, Public Relations, Marketing Communication, Visual Communication*. Sistematika laporan TA Aplikatif adalah sebagai berikut.

1. BAB I PENDAHULUAN

- 1.1. Latar Belakang: Mencakup latar belakang/rasionalisasi masalah, alasan pemilihan karya, alasan pemilihan tema dan logika dalam pembuatan karya.
- 1.2. Rumusan Masalah: Berdasarkan permasalahan yang ada, rumuskan permasalahan sesuai dengan tema yang diangkat
- 1.3. Tujuan Skripsi Aplikatif: Pada bagian ini dirumuskan kalimat pernyataan yang berisi tentang tujuan yang ingin dicapai melalui pembuatan karya. Perumusan tujuan disesuaikan dengan permasalahan bidang karya yang dibuat.
- 1.4. Manfaat Perancangan
 - 1.4.1. Manfaat Akademis: perumusan manfaat diarahkan pada kontribusi karya terhadap dunia akademis (wawasan teoritis)
 - 1.4.2. Manfaat Praktis: perumusan manfaat diarahkan pada kontribusi terhadap pembuatan karya secara praktis.

2. BAB II KERANGKA / DASAR PEMIKIRAN

Pada bagian ini diuraikan dasar-dasar pemikiran yang digunakan untuk memberikan arah dalam membuat karya.

2.1. Landasan Teori

Mengulas tentang aspek Komunikasi, media komunikasi (audio/radio, visual/gambar/teks audio-visual), detail karya (dari teori umum, middle, applied theory), serta uraian pengertian secara teori.

2.2. Referensi karya (yaitu karya-karya yang menjadi rujukan, memberi inspirasi/ide), dan hal/konsep lain yang mendukung pembuatan karya.

3. BAB III KONSEP PERANCANGAN

3.1. Tujuan Komunikasi: menjelaskan obyektif dari pembuatan karya

3.2. Strategi Komunikasi: menjelaskan cara-cara untuk mencapai tujuan komunikasi di atas.

3.3. Analisa Spesifikasi Program

A. Jelaskan gambaran rancangan bentuk karya (deskripsi program)

1. Format Program : (film pendek, documenter, iklan, company profile, advertorial, dll)
2. Format Media : (bahan baku yang digunakan)
3. Judul Program :
4. Durasi Program : 20 — 30 menit
5. Target Audience

- a. Usia : Anak-anak (6-12)
Remaja (13-18)
Dewasa (19-35)
Orang tua (36 ke atas)

b. Jenis Kelamin Pria/Wanita

- c. Status Sosial Ekonomi: (kelas atas)
(menengah atas) (menengah ke bawah)
(kelas bawah)

B. Konsep yang digunakan dalam mengeksekusi karya Alasan pilihan karya

C. Gambaran isi pesan dan media Promosi (d disesuaikan dengan karyanya)

3.4. Konsep Perancangan: Berisi konsep yang akan divisualisasikan.

3.4.1. Rencana Pra Produksi

Pada bagian ini mahasiswa menjelaskan langkah-langkah (sesuai SOP) yang akan dilakukannya jika proposal disetujui yang mencakup rencana pra produksi yang berisi daftar keinginan (*wish list*) yang terdiri atas:

- a. Peuggunaan model untuk keperluan testimonial
- b. Daftar narasumber yang akan digunakan
- c. Rencana wawancara (jika diperlukan).
- d. Rencana wawancara (sounbite) yang akan diambil
- e. Gambar-gambar yang dibutuhkan (shot list).
- f. Jadwal produksi keseluruhan (time schedule).
- g. Rencana anggaran biaya (budgeting).
- h. Rencana talent yang akan digunakan (untuk film pendek, *company profile*, *corporate advetorial*, PSA, iklan komersial).

3.4.2. Rencana Produksi

Pada bagian ini mahasiswa menjelaskan kegiatan yang akan dilakukannya selama proses produksi:

- a. Garis besar (*outline*) dari rencana liputan/shooting
- b. Teknik pengambilan gambar (*shooting technique*) yang dibuat dalam format shooting script.
- c. Perangkat / peralatan shooting yang akan digunakan.

3.4.3. Rencana Pasca Produksi

Pada bagian ini mahasiswa, harus membuat konsep editing yang akan digunakan. Pada tahap ini mahasiswa diwajibkan menyusun rencana proses editing, mencakup: konsep warna, grafts, sound dan teknik editing. Mahasiswa juga harus menjelaskan perangkat editing yang akan digunakan.

4. BAB IV ANALISIS PROSES

- 4.1. Analisis program yang diproduksi, termasuk juga sinopsisnya.
- 4.2. Analisis proses produksi, yaitu penjelasan mengenai proses produksi dan menganalisis setiap kendala dan penyelesaian dari permasalahan tersebut.
- 4.3. Analisis hasil produksi, yaitu penjelasan mengenai hasil tayangan/program yang telah diproduksi. Penjelasan terdiri dari penjelasan non teknis (filosofis) dan penjelasan teknis (proses produksi).

5. BAB V PENUTUP

- 5.1. Kesimpulan: menuliskan kesimpulan penyelesaian karya yang dinilai dapat mencapai tujuan pembuatan karya dan kesimpulan tentang solusi terhadap hambatan-hambatan yang dihadapi selama proses produksi.
- 5.2. Saran: mendeskripsikan saran akademis (seperti: solusi pemecahan masalah melalui pembuatan karya) dan saran praktis bagi pembuatan karya sejenis.

BAB VII

DEFINISI TUGAS AKHIR PUBLIKASI ILMIAH

7.1. Definisi Tugas Akhir Publikasi Ilmiah

Publikasi ilmiah adalah publikasi hasil riset dan kajian teoritis yang ditulis berdasar pada pengetahuan, hasil observasi dan referensi sumber ilmiah dengan cara dan prosedur penulisan ilmiah terpublikasi (gaya selingkung / teknik penulisan publikasi ilmiah). Sebagian besar karya akademis diterbitkan dalam jurnal ilmiah atau dalam bentuk buku prosiding.

Sebagian besar bidang akademik yang telah mapan memiliki jurnal dan bentuk publikasi tersendiri, meskipun banyak pula terdapat jurnal akademik yang bersifat interdisipliner (antar cabang) yang bisa dituju untuk mengirim tulisan ilmiah mahasiswa.

Publikasi ilmiah saat ini sedang mengalami perubahan yang besar, yang muncul akibat transisi dari format penerbitan cetak ke arah format elektronik, yang memiliki model bisnis berbeda dengan poly sebelumnya. Tren umum yang berjalan sekarang jurnal ilmiah online internasional, jurnal nasional terakreditasi, jurnal dengan e_issn disediakan secara terbuka maupun berbayar. Hal ini berarti semakin banyak media publikasi ilmiah yang dapat dituju maupun akses secara gratis melalui internet, baik yang disediakan oleh pihak penerbit jurnal online dan fakultas atau pihak tertentu.

7.2. Kedudukan Tugas Akhir Publikasi Ilmiah

Kedudukan Tugas Akhir Publikasi Ilmiah (TAPI) sama dengan mata kuliah Tugas Akhir Skripsi, Tugas Akhir Aplikatif, Tugas Akhir Prestasi Bidang Kompetensi, yaitu berbobot 6 SKS, dalam pengertian harus mengikuti prosedur, persyaratan dan mekanisme penyelesaian tugas akhir, namun bentuk penulisan hasil kajian berbeda dengan format penulisan tugas akhir skripsi.

Mahasiswa bisa menyiapkan, merancang dari hasil pernahannya dari mata kuliah-mata kuliah sepanjang kuliah. Pengerjaan disertai pembimbingan diselenggarakan pada semester 6 sampai 8.

Penjelasan mengenai sistematika dan teknik penulisan tugas akhir Publikasi Ilmiah akan dijelaskan pada bab selanjutnya.

7.3. Cakupan Tugas Akhir Publikasi Ilmiah

1. Nasional e-ISSN (2 Jurnal Terpublikasi)
2. Nasional terakreditasi Dikti (1 Jurnal Terpublikasi)
3. Nasional bereputasi (DOAJ, Google Scholar, InasSTI, IPI, Sinta) (1 Jurnal Terpublikasi)
4. Jurnal Internasional (DOAJ, Google Scholar, Ebsco) (1 Jurnal Terpublikasi)
5. Jurnal Internasional Bereputasi (SCOPUS, ISI Thompson, Copernicus, dll) (1 Jurnal Terpublikasi)
6. Proceeding Internasional (1 Jurnal Terpublikasi)

Note: Semua artikel sudah terpublikasi disertakan DOA (url) sebagai bukti disertakan keterangan lainnya yang terkait.

7.4. Bentuk artikel Ilmiah:

Bentuk artikel ilmiah yang dapat dipublikasikan dalam jurnal Ilmiah dimaksud pada poin 7.3 adalah:

1. Hasil penelitian
2. Kajian literatur

7.5. Bentuk Publikasi:

1. Jurnal Ilmiah (sumbernya hasil riset)
2. Bentuk laporan kegiatan ilmiah berupa: undangan, bukti keikutsertaan, sertifikat, Buku Prosiding, e-prosiding dan dokumentasi.

7.6. Pilihan tema:

1. Kajian Media (*Media Studies*)
2. Periklanan (*Advertising*)
3. Kajian Kehumasan (*Public Relations*)
4. Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communications*)
5. Ekonomi Politik Media (*Political Economy of Communication*)
6. Etika Filsafat Komunikasi (*Ethics and Philosophy of Communication*)
7. Kajian Budaya (*Cultural Studies*)
8. Kajian Wacana Kritis
9. Kajian Semiotika
10. Kajian Framming Media (*Content and Framing Analysis*)

11. Jurnalisme Penyiaran / Jurnalistik media baru (*Broadcast Journalism/Online Journalism*)
12. Penyiaran (*Broadcasting*)
13. Melek Media (*Media Literacy*)
14. Komunikasi Pembangunan (*Development Communication*)
15. Komunikasi Politik (*Political Communication*)
16. Komunikasi Sosial (*Social Communication*)
17. Komunikasi Budaya (*Cultural Communication*)
18. Komunikasi Antar Budaya (*Intercultural Communication*)
19. Komunikasi Interpersonal (*Interpersonal Communication*)
20. Komunikasi Organisasi (*Organizational Communication*)
21. Media Massa (*Mass Media*)
22. Sejarah Media (*Media History*)
23. Komunikasi Visual (*Visual Communication*)
24. Kajian Perempuan (*Feminis Gender & Feminism*)
25. Informasi dan Teknologi Komunikasi (*Information and Communications Technology*)
26. Kajian Film dan Sinematografi (*Film and Cinema Studies*)
27. Kajian Televisi (*Television Studies*)
28. Kajian Media (*Radio Studies*)
29. Kajian Komunitas Media (*Community Media Studies*)
30. Komunikasi Partisipatif (*Participatory Communication*)
31. Kajian Media Sosial (*Social Media*)
32. Kajian Informasi (*Information Studies*)
33. Kajian Kebijakan Komunikasi (*Communication and Policy*)
34. Kajian Khalayak (*Audience Studies*)
35. Kajian komunikasi intruktusional
36. Kajian entertainment communication

SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan jurnal menyesuaikan gaya selingkung masing-masing jurnal yang dituju.

Pedoman Penilaian Seminar Proposal TA Publikasi Ilmiah

Tugas akhir publikasi ilmiah juga melalui proses sidang pertama proposal tentang rencana publikasi ilmiah dihadiri pembimbing dan ketua sidang atas persetujuan Ketua Program

Proposal tentang rencana publikasi ilmiah meliputi :

- a. Draf tulisan ilmiah
- b. Rencana jurnal yang dituju
- c. Pemahaman tata cara dan gaya selingkung jurnal yang dituju
- d. Tahap-tahap rencana publikasi ilmiah
- e. Lampiran (korespondensi, bukti pengiriman, bukti review dsb)

Contoh Artikel Terlampir:

Lampiran contoh Artikel Jurnal Ilmiah visi Komunikasi

Contoh Artikel Jurnal Terakreditasi Aspiikom

Contoh Artikel Jurnal teknik

PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL TA PUBLIKASI ILMIAH

UNSUR PENILAIAN	BOBOT	NILAI	BOBOT X NILAI
I. Isi Artikel			
a. Tema atau Fokus kajian	15 %		
b. Alur berfikir	15%		
c. Kajian teori dan Metodologi (analisis)	20%		
II. Teknik Penulisan			
a. Sistematika, Pengutipan, Penulisan dan kelengkapan syarat penverahan	15%		
b. Jumlah Rujukan jurnal: internasional bereputasi, jurnal nasional terakreditasi dan Jurnal Nasional e issn	15%		
c. Bahasa Tullisan Ilmiah	5%		
III. Presentasi			
a. Cara dan isi presentasi	10%		
b. Etika dan penampilan	5%		
TOTAL	100%		

7.7. Sidang Akhir TA Publikasi Ilmiah

Tugas akhir publikasi ilmiah juga melalui proses sidang yang dihadiri pembimbing dan ketua sidang atas persetujuan Ketua Program Studi. Sidang akhir TA Publikasi Ilmiah meliputi

- a. Hasil publikasi ilmiah
- b. Hasil penerimaan jurnal (hasil korespondensi)
- c. Lampiran (korespondensi, bukti pengiriman, bukti review, link jurnal, terbitan jurnal, dsb)

PENILAIAN MAHASISWA SIDANG KELAYAKAN TA PUBLIKASI ILMIAH

UNSUR PENILAIAN	BOBOT	NILAI	BOBOT X NILAI
I. Isi Artikel			
a. Tema atau Fokus kajian	15 %		
b. Alur berfikir	15%		
c. Kajian teori dan Metodologi (analisis)	20%		
II. Teknik Penulisan			
a. Sistematika, Pengutipan, Penulisan dan kelengkapan syarat penyerahan	15%		
b. Jumlah Rujukan jurnal: internasional bereputasi, jurnal nasional terakreditasi dan Jurnal Nasional e issn	15%		
c. Bahasa Tullisan Ilmiah	5%		
III. Presentasi			
a. Cara dan isi presentasi	10%		
b. Etika dan penampilan	5%		
TOTAL	100%		

BAB VIII

TUGAS AKHIR PRESTASI BIDANG KOMPETENSI

8.1. Definisi

Tugas akhir prestasi bidang kompetensi merupakan suatu bentuk tugas akhir setara skripsi yang dikerjakan oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, bidang studi Penyiaran (*Broadcasting*), Hubungan Masyarakat (*Public relations*), Marketing Komunikasi dan Desain Komunikasi Visual yang telah memperoleh pencapaian atau penghargaan dalam kompetisi yang sesuai dengan bidang ilmu komunikasi. Prestasi yang dimaksud adalah hasil nyata dan produk/wujud karya/portfolio dalam kompetisi yang telah mendapatkan pengakuan baik di tingkat regional, nasional, maupun internasional.

8.2. Kedudukan Tugas Akhir Prestasi dan Bobot SKS

Tugas Akhir Prestasi mempunyai kedudukan yang sama dengan mata kuliah lain, tetapi dalam kegiatan tugas akhir prestasi, seorang mahasiswa dituntut lebih mandiri dalam mengidentifikasi permasalahan, merencanakan, memproduksi, merancang, mengelola program komunikasi yang berkaitan dengan kompetisi yang sesuai dengan kompetensi bidang ilmu dan profil lulusan.

Bobot Tugas Akhir Prestasi sebesar 6 SKS, setara dengan kegiatan akademik setiap minggu 24-30 jam selama satu semester atau setara dengan kegiatan akademik 600-750 jam.

8.3. Tujuan Tugas Akhir Prestasi

- a. Tugas Akhir Prestasi ditujukan untuk memberikan kesempatan lebih besar kepada mahasiswa untuk mengembangkan pengetahuan, kemampuan dan keterampilan serta sikap yang dimilikinya dalam perencanaan dan produksi konten dan program di bidang ilmu komunikasi.
- b. Tugas Akhir Prestasi memberi peluang kepada mahasiswa untuk mempraktekkan seluruh pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki selama kuliah dengan mengikuti kompetisi dan memperoleh pencapaian yang sesuai dengan bidang kompetensi.

- c. Mahasiswa yang mengambil jalur ini diharapkan menjadi terlatih dan siap terjun dalam industri komunikasi.

8.4. Kegunaan Tugas Akhir Prestasi

- a. Tugas Akhir Prestasi merupakan salah satu persyaratan akademik yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar strata 1 (S1) atau sarjana.
- b. Pembuatan Tugas Akhir Prestasi dimaksudkan untuk menilai kemampuan mahasiswa menerapkan ilmu dan pengetahuan yang diperolehnya selama menempuh program pendidikannya.
- c. Pengembangan keilmuan dan sumbangan keterampilan dalam bidang yang mereka masing-masing.

8.5. Materi Tugas Akhir Prestasi

Permasalahan yang akan diangkat menjadi topik Tugas Akhir Prestasi dikembangkan dari bidang ilmu masing-masing dan bidang ilmu yang terkait. Tugas Akhir Prestasi didasarkan atas kompetensi bidang ilmu komunikasi. Hal ini dimaksudkan agar mahasiswa memperoleh pengalaman dalam mengidentifikasi masalah sosial dan mengimplementasikannya hasilnya dalam bentuk perencanaan, program dan konten komunikasi lainnya untuk berkontribusi dalam memberikan rekomendasi solusi atas permasalahan sosial yang diangkat.

8.6. Kompetensi yang dapat dijadikan Tugas Akhir Prestasi Bidang Kompetensi adalah sebagai berikut:

- 1. Broadcasting
 - a. Kompetisi/festival feature
 - b. Kompetisi/festival dokumenter
 - c. Kompetisi/festival film pendek
 - d. Kompetisi/festival film cerita
 - e. Lomba jurnanisme warga (*citizen journalism*)
 - f. Kompetisi kewirausahaan bidang produksi audio visual
- 2. Studi *Public Relations*
 - a. Kompetisi pembuatan program kampanye PR
 - b. Kompetisi pembuatan program marketing PR
 - c. Kompetisi pembuatan program CSR

- d. Kompetisi produksi media PR (*company profile, website korporat, annual report*)
- e. Kompetisi *public speaking*
- f. Kompetisi debat
- g. Kompetisi pemilihan duta (*spoke person*, program ambassador) tingkat provinsi, nasional, regional dan internasional.
- h. Kompetisi kewirausahaan bidang komunikasi
- 3. Marketing Komunikasi
 - a. Kompetisi perencanaan komunikasi pemasaran terpadu
 - b. Kompetisi iklan cetak, audio, audio visual dan interaktif (*online*)
 - c. Kompetisi digital activation program
 - d. Kompetisi fotografi/video periklanan
 - e. Kompetisi kewirausahaan bidang periklanan dan komunikasi pemasaran.
- 4. Komunikasi Visual
 - a. Kompetisi desain komunikasi visual
 - b. Kompetisi sayembara logo nasional dan internasional
 - c. Kompetisi visual branding nasional dan internasional
 - d. Kompetisi desain produk nasional dan internasional

8.7. Prosedur Perijinan Mengikuti Kompetisi:

1. Jumlah Peserta:
 - a. Kompetisi Tingkat Internasional: maksimal 5 orang mahasiswa per kelompok.
 - b. Kompetisi Tingkat Nasional: maksimal 5 orang mahasiswa per kelompok.
 - c. Kompetisi Tingkat Regional: maksimal 5 orang mahasiswa per kelompok.
2. Periode Kompetisi: diselenggarakan seawal-awalnya pada saat mahasiswa menjadi mahasiswa prodi ilmu komunikasi.
3. Mahasiswa mengajukan proposal keikutsertaan kompetisi sebagai proposal tugas akhir.
4. Mahasiswa melampirkan print out leaflet kompetisi dan *copy link* dalam proposal tugas akhir.
5. Proposal disetujui oleh Pembimbing Tugas Akhir, Ketua Program Studi.

6. Mahasiswa wajib mengikuti seminar proposal dan sidang kelayakan.
7. Mahasiswa dianggap memenuhi syarat untuk mengikuti penyelenggaraan tugas akhir prestasi jika;
 - a. Tingkat internasional; mahasiswa yang bersangkutan memperoleh predikat juara (I, II dan III) atau mendapatkan penghargaan kategori tertentu (nominasi). Jumlah prestasi internasional yang diraih sejumlah 1 (satu) prestasi internasional.
 - b. Tingkat nasional; mahasiswa yang bersangkutan memperoleh predikat juara 1, 2 atau 3. Jumlah prestasi yang diraih sebanyak 2 (dua) prestasi nasional.
 - c. Tingkat regional; mahasiswa yang bersangkutan memperoleh predikat juara 1, 2 atau 3. Jumlah prestasi yang diraih sebanyak 3 (tiga) prestasi regional.
8. Personel dalam kelompok yang diakui sebagai syarat tugas akhir prestasi merupakan tim produksi utama seperti produser, sutradara, penulis naskah, DOP, editor, desain grafis atau peran lain yang relevan dan akan dipertimbangkan oleh kepala program studi dan sekretaris program studi ilmu komunikasi.

8.8. Bentuk Laporan Untuk Tugas Akhir Prestasi Bidang Kompetensi Tingkat Regional, Nasional dan Internasional

Setiap mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia meliputi *Broadcasting, Public Relations, Marketing communications* dan Desain Komunikasi Visual yang memiliki prestasi sesuai dengan bidang kompetensi keilmuan berhak untuk memilih tugas akhir prestasi. Adapun cakupan wilayah lomba/kompetisi rang diikuti meliputi regional, nasional dan internasional.

Tahapan lain yang harus dilakukan oleh mahasiswa yang ingin mengerjakan/menempuh pengerjaan tugas akhir jalur prestasi bidang kompetensi adalah menyusun sebuah laporan. Laporan akhir tersebut dimaksudkan untuk menjelaskan rangkaian proses yang telah dijalani oleh mahasiswa. Berikut adalah tahapan-tahapan penyusunan laporan Tugas Akhir mahasiswa jalur prestasi regional, nasional dan internasional Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia;

1. Tahap persiapan

Pada tahap ini, mahasiswa membuat deskripsi terkait berbagai persiapan yang dilakukan oleh mahasiswa sebelum mengikuti suatu kompetisi. Misalnya untuk mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia yang berprestasi dalam bidang *Public Speaking*. Pada tahap ini mahasiswa menuliskan rangkaian persiapan yang dilakukan sebelum berkompetisi seperti proses penggalian ide, latihan dan berbagai persiapan lainnya agar tampil maksimal ketika berkompetisi.

2. Lomba/pelaksanaan ketika lomba

Pada tahap mahasiswa mendeskripsikan bagaimana kondisi yang dihadapi oleh mahasiswa yang bersangkutan ketika mengikuti kompetisi.

3. Hasil

Pada tahap ini, mahasiswa memberikan deskripsi tentang hasil akhir dari kompetisi yang diikuti oleh mahasiswa tersebut.

8.9. Sistematika Penyusunan Laporan Tugas Akhir Prestasi Bidang Kompetensi

BAB I

1.1. Latar belakang

Latar belakang berisi deskripsi tentang mengapa mahasiswa fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia perlu untuk mengikuti kompetisi tersebut. Mengapa tertarik dan apa sisi menariknya dari kompetisi yang diikuti. Latar belakang harus merujuk pada standar kompetensi yang harus dimiliki oleh mahasiswa sesuai dengan konsentrasi masing masing.

1.2. Tujuan

Pada bagian ini kalimat dibuat dalam bentuk pernyataan berisi (deskripsi tentang tujuan yang ingin dicapai dalam kompetisi. Merumuskan tujuan hendaknya dilakukan dengan cara yang jelas dan singkat.

1.3. Manfaat

Tulisan pada bagian ini berisi tentang sumbangan/kontribusi positif terkait kompetensi mahasiswa. Manfaat ini ada macam yaitu:

- 1.3.1. Manfaat teoritis/akademis
Aspek teoritis (akademis) merupakan deskripsi tentang bagaimana penerapan teoritis dalam kompetisi.
- 1.3.2. Manfaat Praktis
Aspek praktis menyebutkan manfaat apa yang ingin dicapai dari penerapan ilmu pengetahuan sesuai bidang kompetensi.

BAB II

2.1. Tinjauan Pustaka

Pada bab ini, mahasiswa menggunakan teori-teori/konsep-konsep yang relevan dengan kompetisi di mana mahasiswa menjadi peserta dan atau pemenang kompetisi.

BAB III

3.1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Merupakan gambaran atau deskripsi umum tentang jenis kompetisi yang diikuti oleh mahasiswa. Termasuk di dalamnya mekanisme dari pihak penyelenggara yang menunjukkan ruang lingkup kompetisi.

3.2. Gambaran Umum Penyelenggara

Merupakan deskripsi tentang profil penyelenggara kegiatan. Berisi tentang informasi pihak penyelenggara/organisasi seperti nama organisasi, spesialisasi bidang usaha, struktur organisasi dan tujuan organisasi.

BAB IV

4.1. Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Bab ini berisi tentang deskripsi capaian hasil kompetisi yang diikuti oleh mahasiswa. Hasil penelitian yang dimaksud dalam bab ini adalah peringkat “juara” dalam lomba, sertifikat/plakat/piagam.

4.2. Evaluasi

Bab ini berisi tentang review persiapan, pelaksanaan, hasil, serta memberi uraian tentang keberhasilan dan hambatan yang dihadapi.

BAB V

5.1. Simpulan

Simpulan dari hasil deskripsi dan evaluasi yang menggambarkan pencapaian prestasi mahasiswa.

5.2. Saran

Merupakan deskripsi tentang hal hal yang dianggap perlu untuk dipersiapkan dan dilakukan untuk mengantisipasi hambatan untuk mencapai prestasi yang lebih baik.

Daftar Pustaka

Lampiran-lampiran;

Dokumentasi perijinan keikutsertaan kompetisi Foto dan atau video

Sertifikat/piala/piagam penghargaan

Produk/wujud karya/portofolio kompetisi

PENILAIAN

PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR PRESTASI BIDANG KOMPETENSI

UNSUR PENILAIAN	BOBOT	NILAI	BOBOT X NILAI
I. Produk/wujud karya/portofolio kompetisi			
a. Materi Kompetisi	15%		
b. Inovasi Produk	15%		
c. Kreativitas	20%		
d. Kerjasama Tim	15%		
II. Teknik Penulisan			
a. Sistematika	15%		
b. Penulisan Proposal Kegiatan	10%		
III. Presentasi			
a. Isi Presentasi	10%		
b. Cara Presentasi	5%		
c. Etika dan Penampilan	5%		
TOTAL	100%		

PENILAIAN KELAYAKAN TUGAS AKHIR PRESTASI BIDANG KOMPETENSI

UNSUR PENILAIAN	BOBOT	NILAI	BOBOT X NILAI
I. Produk/wujud karya/portofolio kompetisi			
a. Materi Kompetisi	15%		
b. Inovasi Produk	15%		
c. Kreativitas	20%		
d. Kerjasama Tim	15%		
II. Teknik Penulisan			
a. Sistematika	15%		
b. Penulisan Proposal Kegiatan	10%		
III. Presentasi			
a. Isi Presentasi	10%		
b. Cara Presentasi	5%		
c. Etika dan Penampilan	5%		
TOTAL	100%		

PENILAIAN SIDANG TUGAS AKHIR PRESTASI BIDANG KOMPETENSI

UNSUR PENILAIAN	BOBOT	NILAI	BOBOT X NILAI
I. Produk/wujud karya/portofolio kompetisi			
a. Materi Kompetisi	15%		
b. Inovasi Produk	15%		
c. Kreativitas	20%		
d. Kerjasama Tim	15%		
II. Teknik Penulisan			
a. Sistematika	15%		
b. Penulisan Proposal Kegiatan	10%		
III. Presentasi			
a. Isi Presentasi	10%		
b. Cara Presentasi	5%		
c. Etika dan Penampilan	5%		
TOTAL	100%		

BAB IX

TUGAS AKHIR PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

9.1. Definisi Tugas Akhir Program Kreativitas Mahasiswa

Tugas akhir program kreativitas mahasiswa (PKM) merupakan adaptasi dari upaya kemenristekdikti yang berorientasi pada lulusan Perguruan Tinggi yang memiliki *academic knowledge*, *skill of thinking*, *management skill* dan *communication skill*. PKM ini memiliki delapan (8) kriteria diantaranya, mengungkap bukti saintifik atas tradisi atau informasi baru. Kedua, produk iptek sebagai komoditas udaha mahasiswa. Ketiga dan keempat, solusi iptek bagi mitra profit dan non profit. Kelima, karya berupa hasil konstruksi karsa yang fungsional. Keenam, artikel ilmiah hasil kegiatan akademik mahasiswa. Ketujuh, karya tulis yang memuat ide berupa konsep perubahan di masa depan. Kedelapan, Isu SDGs dan nasional. Sinergisme akan tercermin melalui kemampuan lulusan dalam kecepatan menemukan solusi atas persoalan yang dihadapi. Kreativitas merupakan perwujudan dari tiga faktor utama dalam diri manusia, yaitu : kognitif, afektif dan psikomotorik. Faktor kognisi termasuk imajinasi, persepsi dan nalar. Faktor perasaan terdiri dari emosi, estetika dan harmonisasi. Faktor psikomotorik mengandung bakat, motorik dan pengalaman. Dengan demikian mahasiswa dapat mencapai level kreatif.

Tugas akhir program kreativitas mahasiswa memberikan kesempatan mahasiswa untuk mengembangkan ide kreatif, menerapkan hubungan sebab – akibat perilaku sosial, ekonomi, pendekatan dan budaya baik aspek eksperimental maupun deskriptif. Selain itu PKM ini untuk menumbuhkan pemahaman dan ketrampilan mahasiswa dalam menghasilkan komoditas unik serta merintis kewirausahaan yang berorientasi profit. Program ini juga menumbuhkan empati mahasiswa pada persoalan yang dihadapi masyarakat melalui IPTEK kampus. PKM juga memberi pengalaman mahasiswa dalam membuat karya tulis ilmiah, meningkatkan daya imajinasi dalam merespon tantangan jaman serta memikirkan tata kelola yang futuristik konstruktif sebagai upaya pencapaian tujuan SDGs di Indonesia. Melalui PKM mahasiswa

sekaligus didorong untuk terlibat dalam seluruh kegiatan yang memberikan kontribusi bagi budaya dan peradaban bangsa Indonesia.

9.2. Tujuan Tugas Program Kreativitas Mahasiswa

Tugas akhir PKM bertujuan sebagai berikut:

- a. Tugas akhir PKM bertujuan menciptakan calon lulusan yang peduli terhadap masalah di sekitarnya.
- b. Tugas akhir PKM untuk menumbuhkan kreativitas dan inovasi mahasiswa yang menjadi bagian tidak terpisahkan dalam pembentukan karakter, ketrampilan berpikir serta bertindak mahasiswa
- c. Merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan prestasi mahasiswa dan perguruan tinggi dalam pemerinkatan riset, teknologi dan perguruan tinggi.
- d. Calon lulusan mampu mengenali kompetensi yang dimilikinya dan bekal keilmuannya untuk menyelesaikan masalah tersebut.

9.3. Karakteristik Tugas Akhir Program Kreativitas Mahasiswa

Karakteristik dari tugas akhir ini mencerminkan:

- a. Topik yang diangkat sesuai skema yang sudah ditentukan oleh kemenristekdikti
- b. PKM menumbuhkembangkan HOTS (*Higher Order Thinking Skills*), *creative thinking*, *critical thinking*.
- c. Kegiatan berupa penelitian pengembangan, penelitian eksploratif, penelitianverifikatif, riset operasi, riset pemasaran, riset pasar.
- d. Mencerminkan pemahaman dan kreativitas mahasiswa menjadi wirausaha. Komoditas tim tidak menjadi competitor produk sejenis yang merupakan penghasilan masyarakat.
- e. Pendampingan dan pemberdayaan masyarakat dalam upaya menyelesaikan persoalan atau memenuhi kebutuhan masyarakat yang kehidupannya tidak berorientasi profit.
- f. Hasil riset sampai tahap gambar desain teknis dan belum menghasilkan prototipe dan siap diujicoba. Pengembangan atau penyempurnaan fungsi produk eksisting dengan tetap memperhatikan kaidah keilmuan yang relevan dengan menunjukkan perbedaan.
- g. Sumber artikel ilmiah adalah kegiatan yang telah selesai dilakukan kelompok mahasiswa penulisan artikel.

9.4. Kedudukan Tugas Akhir Program Kreativitas Mahasiswa dan Ketentuan Akademis

- a. Bobot tugas akhir PKM adalah 6 (enam) SKS.
- b. Tugas akhir PKM dapat dilakukan secara berkelompok. Pada tugas akhir berkelompok, setiap kelompok berisi maksimal 3 (tiga) orang (menyesuaikan aturan PKM Dikti). Setiap anggota mengambil salah satu topik atau skema yang ada dalam aturan PKM Dikti
- c. Topik tugas akhir harus selaras dengan kebutuhan masyarakat yang menjadi mitra kegiatan dan kompetensi mahasiswa.
- d. Sidang tugas akhir meliputi laporan **pengumuman lolos PKM Dikti** dan sidang akhir. Seminar laporan akhir dan luaran merupakan tahapan presentasi topik dan hasil pelaksanaan kegiatan dan program yang telah dilakukan.

9.5. Kegunaan Tugas Akhir Program Kreativitas Mahasiswa

Adapun kegunaan tugas akhir kreativitas mahasiswa adalah sebagai berikut:

- a. Tugas akhir kreativitas mahasiswa digunakan untuk menilai kemampuan mahasiswa dalam menerapkan kompetensi yang dimilikinya dan keilmuan yang diperolehnya selama proses belajar mengajar dan kepedulian terhadap permasalahan yang ada di masyarakat.
- b. Sumbangsih bagi pemerintah daerah/institusi/organisasi/kelompok/komunitas.

9.6. Solusi dan Target Luaran

Solusi dan target luaran tugas akhir peduli negeri sebagai berikut:

- a. Solusi harus terkait prioritas permasalahan mitra.
- b. Setiap solusi mempunyai luaran tersendiri yang terukur atau dapat diquantifikasikan.
- c. Berupa terbentuknya pengetahuan, prototipe, karya ilmiah, perubahan sikap dan atau tindakan

9.7. Materi Tugas Akhir Program Kreativitas Mahasiswa

Permasalahan yang akan diangkat menjadi topik didapat melalui proses identifikasi permasalahan yang terjadi di masyarakat. Mensinergikan

proses identifikasi tersebut dengan kemampuan analisis mahasiswa dan dijadikan dasar dalam pengerjaan tugas akhir serta pelaporannya. Permasalahan meliputi topik yang terkait dengan aturan dalam PKM Dikti.

9.8. Prosedur/Tahapan Kegiatan mencakup

- a. Identifikasi masalah/Analisis situasi melalui *environmental scanning* secara formal melalui penggalian data primer maupun sekunder. Data meliputi lokasi, target sasaran, permasalahan terutama aksi komunikasi yang akan dibentuk.
- b. Identifikasi mitra yang memiliki potensi mendukung terselenggaranya program kegiatan.
- c. Menentukan tujuan dengan cara
 - 1) Mengindikasikan Publik yang akan disasar
 - 2) Kategori tujuan jelas mencakup
- d. Arah gerak yang ingin dicapai (*create/increase/maximize/optimize, enhance, etc*),
- e. Dampak Spesifik yang ingin dicapai: Misalnya prubahan sikap, pemberdayaan masyarakat, solusi sebuah permasalahan
- f. *awareness-understanding, acceptance-interest/apatis-empati, action-buying*,
- g. Ukuran kinerja/performance yang jelas: pernyataan level pencapaian yang ingin dicapai Misalnya 50%, 3000 orang, dll.
- h. Periode waktu: kerangka waktu yang jelas, termasuk periodenya single atau multiple. Misalnya selama 2 tahun terakhir, selama dua kali periode, dll.
- i. Penentuan kualitas taktik yang akan digunakan: mengkombinasikan cara-cara komunikasi dan kegiatan mulai dari ide, perencanaan kegiatan hingga pelaksanaan, evaluasi dan dokumentasi pelaporan.
- j. Penentuan kualitas tools berupa konsep ide, isi komunikasi, media komunikasi, cara mengkombinasikan media, isi dan cara komunikasi. Tahapan ini meliputi perencanaan, pelaksanaan dan penilaian keberhasilan pemanfaatan tools.
- k. Pelibatan khalayak program, pelibatan mitra, prosedur teknis kegiatan (undangan, daftar hadir dan kelengkapan kesekretariatan).

1. Merencanakan dan membuat prosedur teknis kegiatan yang meliputi
 - 1) Kelengkapan kesekretariatan
 - 2) Narasumber dan komunikator yang terlibat
 - 3) Akomodasi, transportasi, konsumsi
 - 4) Dekorasi, Dokumentasi, Protokoler, Acara
 - 5) Perijinan, keamanan, peralatan dan perlengkapan
 - 6) Pendanaan: termasuk di dalamnya pembuatan proposal kerjasama/sponsorship
 - 7) Publikasi pra, on site dan post
 - 8) Instrumen pengukuran keberhasilan program
 - 9) Instrumen cek, koreksi dan daftar periksa (*checklist* dan verifikasi)
 - m. Tahapan penyelesaian kegiatan (*close down*) meliputi pembuatan laporan pertanggungjawaban, laporan kegiatan, serah terima dengan sponsor/supplier, pengembalian barang, pelunasan, evaluasi, dokumentasi, rekomendasi perbaikan dan kegiatan selanjutnya.
- Dalam pelaksanaan perencanaan hingga evaluasi perlu mempertimbangkan 3 hal berikut:
- a. Menentukan langkah koreksi dalam kondisi darurat (*contingency*).
 - b. Melakukan komunikasi dalam pelaksanaan pekerjaan/ tugas (koordinasi dengan tim dan mitra).
 - c. Mentransfer inovasi dan keunikan ke dalam program yang dilakukan.

9.9. Sistematika Penulisan Proposal dan Laporan Tugas Akhir Program Kreativitas Mahasiswa

Pada bagian ini mahasiswa diharapkan untuk memahami prosedur pengajuan proposal dan mencermati **waktu upload** proposal dan *upload* laporan melalui website <https://belmawa.ristekdikti.go.id/wp-content/uploads/2018/12/Pedoman-PKM-2018.pdf>. Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada website tersebut:

1. Sistematika dan aturan penulisan masing – masing skema Program Kreativitas Mahasiswa.
2. Proses dan prosedur *upload* proposal melewati beberapa tahap, silakan croscek pada web tersebut

3. Lembar pengesahan dan lampiran yang harus disertakan
4. Syarat administratif yang wajib dipenuhi oleh tim PKM

9.10. Etika, Pelanggaran dan Sanksi

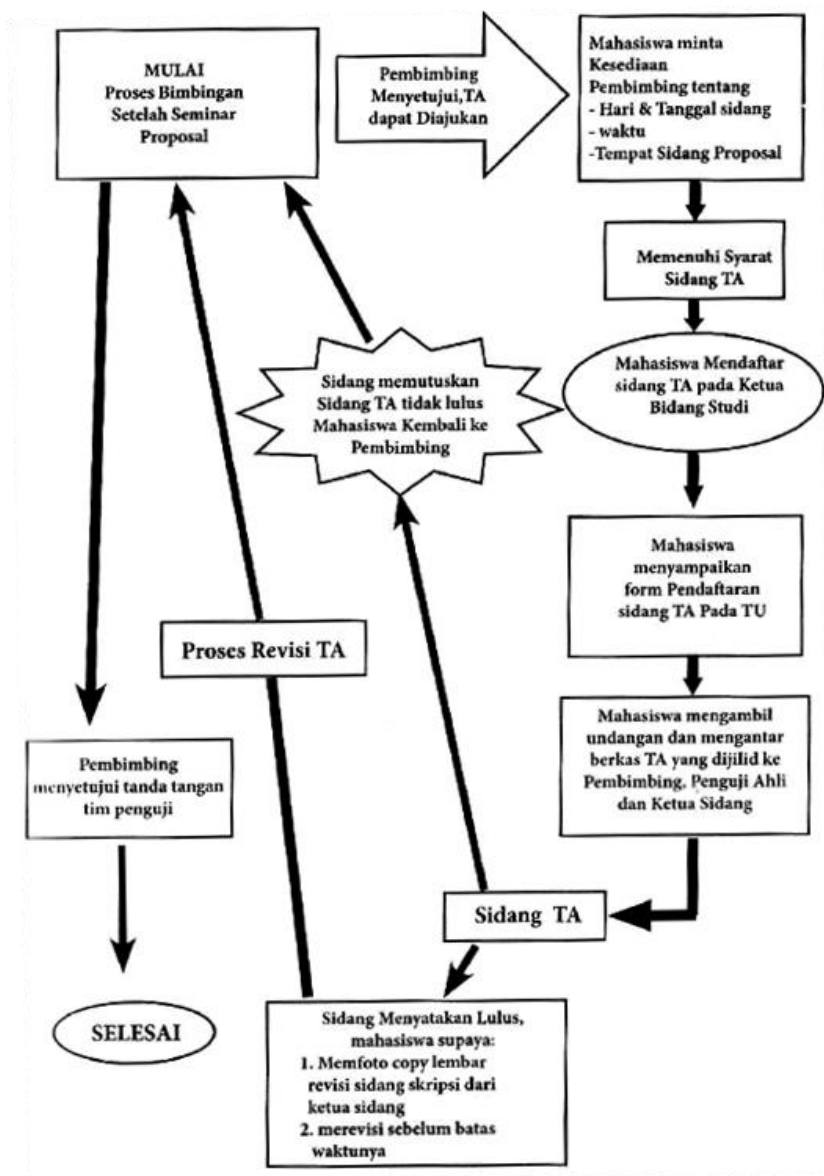
- a) Karya merupakan pengerjaan program yang diharapkan mengacu pada prinsip kualitas terbaik dari sisi pembuktian kompetensi, keilmuan komunikasi, metodologi komunikasi dan standar administratif, standar etika akademik dan profesi
- b) Memegang teguh pertimbangan etika kejujuran dalam proses perencanaan, pengerjaan dan penyusunan laporan
- c) Memegang teguh pertimbangan etika kejujuran dengan tidak melakukan manipulasi data dan informasi. Jika terjadi pelanggaran, sanksi dapat diberikan berupa pembatalan tugas akhir, skorsing akademik hingga pemberhentian sebagai mahasiswa.

9.11. PENILAIAN

PENILAIAN SIDANG AKHIR TUGAS AKHIR PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

Kinerja	Bobot	Nilai	Bobot x Nilai
I. Pendahuluan: Konsep ide meliputi keunikan dan manfaat	15%		
II. Gambaran Umum Masyarakat Sasaran: kualitas dan kuantitas pelibatan mitra	10%		
III. Metode Pelaksanaan: instrumen yang digunakan	10%		
IV. Hasil yang dicapai dan Potensi Keberlanjutan	20%		
V. Penutup: rekomendasi untuk pengembangan	5%		
VI. Lampiran	10%		
VII. Teknik Penulisan			
a. Sistematika	5%		
b. Penulisan Proposal Kegiatan	10%		
VIII. Presentasi			
a. Isi Presentasi	5%		
b. Cara Presentasi	5%		
c. Etika dan Penampilan	5%		
IX. Publikasi Kegiatan	5%		
TOTAL	100%		

ALUR SIDANG SKIRPSI MAHASISWA



DATA MAHASISWA



Nama Lengkap : _____

NIM : _____

Bidang Studi : _____

Tempat/ Tanggal Lahir : _____

Alamat Lengkap : _____

No. Telp/ Handphone : _____

Email : _____

(diisi oleh mahasiswa yang bersangkutan)

Pertemuan ke : _____

Hari & Tanggal : _____

Materi : _____

Dosen Pembimbing

(.....)

Pertemuan ke : _____

Hari & Tanggal : _____

Materi : _____

Dosen Pembimbing

(.....)

Pertemuan ke : _____

Hari & Tanggal : _____

Materi : _____

Dosen Pembimbing

(.....)

Pertemuan ke : _____

Hari & Tanggal : _____

Materi : _____

Dosen Pembimbing

(.....)

Pertemuan ke : _____

Hari & Tanggal : _____

Materi : _____

Dosen Pembimbing

(.....)

Pertemuan ke : _____

Hari & Tanggal : _____

Materi : _____

Dosen Pembimbing

(.....)

Pertemuan ke : _____

Hari & Tanggal : _____

Materi : _____

Dosen Pembimbing

(.....)

Pertemuan ke : _____

Hari & Tanggal : _____

Materi : _____

Dosen Pembimbing

(.....)

Pertemuan ke : _____

Hari & Tanggal : _____

Materi : _____

Dosen Pembimbing

(.....)

Pertemuan ke : _____

Hari & Tanggal : _____

Materi : _____

Dosen Pembimbing

(.....)

Pertemuan ke : _____

Hari & Tanggal : _____

Materi : _____

Dosen Pembimbing

(.....)

Pertemuan ke : _____

Hari & Tanggal : _____

Materi : _____

Dosen Pembimbing

(.....)

Pertemuan ke : _____

Hari & Tanggal : _____

Materi : _____

Dosen Pembimbing

(.....)

VISI FAKULTAS

"Menjadi fakultas ilmu komunikasi yang unggul, bermutu & bermanfaat dalam bidang komunikasi yang berwawasan pada teknologi komunikasi dan informasi berbasis multimedia serta *entrepreneurship* bertaraf internasional pada tahun 2029"

VISI PROGRAM STUDI

"Menjadi program studi unggul dalam bidang komunikasi yang berwawasan pada teknologi komunikasi dan informasi berbasis multimedia serta *entrepreneurship* bertaraf internasional pada tahun 2029"

MISI

- Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran di bidang komunikasi yang berwawasan pada teknologi informasi dan komunikasi berbasis multimedia.
- Mengembangkan penelitian di bidang komunikasi yang berorientasi pada riset konseptual dan terapan.
- Menyelenggarakan pengabdian di bidang komunikasi yang didukung dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dan Multimedia.
- Meningkatkan kemampuan kewirausahaan berbasis industri kreatif.
- Meningkatkan kerjasama baik antarfakultas, masyarakat dan instansi negeri dan swasta di bidang komunikasi

TUJUAN

- Menghasilkan lulusan yang profesional, memiliki jiwa kompetitif dan mampu mengikuti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.
- Menghasilkan lulusan yang memiliki kemampuan untuk mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam ilmu komunikasi.
- Menghasilkan lulusan yang mampu menjadi agent of change bagi kehidupan masyarakat sosial dan lingkungan sekitar.