

Tinjauan Mata Kuliah

Mata kuliah Komunikasi Sosial merupakan kajian yang memberi mahasiswa penguasaan pada perancangan komunikasi kepada masyarakat. Mahasiswa akan dipandu untuk mempelajari berbagai bentuk komunikasi yang ada di masyarakat, serta bagaimana suatu informasi diterima dan dikirim oleh kelompok masyarakat. Pemahaman tersebut merupakan dasar bagi seorang perancang komunikasi sosial yang bertugas membangun program komunikasi sosial.

Mahasiswa diharapkan mampu merancang suatu program komunikasi sosial setelah menyelesaikan 9 modul. Tahap pertama terdiri dari tiga Modul pertama yaitu Modul 1 – Komunikasi dan Interaksi Sosial, kemudian Modul 2 – Komunikasi Sosial, Perubahan Sosial dan Pembangunan serta Modul 3 – Pengaruh Sosial dan Persuasi dalam Komunikasi Sosial, akan memberi dasar pemahaman dan posisi kajian ini.

Pada tahap berikutnya, Modul 4 – Teori Komunikasi Sosial dan Modul 5 – Perencanaan Program Komunikasi Sosial. Dua modul tersebut memberikan wawasan konseptual dan praktis operasionalisasinya. Modul 4 akan khusus menguraikan Teori dan model Komunikasi Sosial, baru setelah itu Modul 5 dimaksudkan untuk memberi uraian dan diskusi tentang bagaimana berbagai konsep dan teori tersebut dioperasionalisasikan dalam sebuah program yang realistis.

Pada tahap ke tiga, mahasiswa akan dipandu untuk memahami proses penyusunan program komunikasi sosial. Modul 6 – Analisa Lingkungan Sosial memberikan uraian dan cara menyusun analisa atas lingkungan teraktual. Pada tahap ini diuraikan berbagai jenis informasi penting serta dibicarakan cara pengumpulannya. Modul 7 – Target Khalayak, Tujuan dan Sasaran akan memberi pemahaman pada mahasiswa akan pentingnya pengenalan target *audience*, penentuan tujuan dan hasil dengan baik. Modul 8 – Strategi Komunikasi, berusaha untuk membuka wawasan mahasiswa akan pentingnya sebuah strategi komunikasi yang baik serta cara penentuannya. Modul ini lebih panjang dibanding dengan modul yang lain karena dalam modul ini dibahas empat aspek penting dalam menyusun strategi komunikasi. Dalam pendekatan Pemasaran Sosial terdapat konsep 4P yang diuraikan satu persatu di modul ini. Penentuan produk sosial (*product*), harga sosial (*price*), titik-titik lokasi adopsi (*place*) dan aspek komunikasi

(*promotion*). Empat aspek penting tersebut sengaja tidak dibicarakan terpisah agar mahasiswa bisa memahami strategi ini secara komprehensif, oleh karena itu diharapkan mahasiswa bisa bekerja lebih keras di modul ini. Keseriusan untuk menyelesaikan modul ini sangat diperlukan, karena bisa dikatakan bahwa modul ini merupakan jantung dari program komunikasi sosial. Modul 9 – Evaluasi dan Monitoring, modul terakhir ini memberikan penekanan pada pentingnya fungsi monitoring dan evaluasi. Di samping itu, diuraikan juga cara bagaimana menentukan cara terbaik untuk mendisain metode evaluasi dan monitoring terbaik bagi program.

Dalam beberapa modul yang bersifat praktis, diselipkan berbagai tantangan praktis yang harus didiskusikan atau dikerjakan oleh mahasiswa yang bertujuan memperdalam pemahaman dan kepekaan atas konteks belajar. Mahasiswa didorong untuk memperluas wawasan atas berbagai program komunikasi sosial yang pernah ada atau yang sedang berjalan di lingkungan sekitar atau di Indonesia.

Peta Kompetensi
Komunikasi Sosial/SKOM4441/3 sks

