

Program Studi	SI - Ilmu Komunikasi	Periode	2023/2024 Genap
Mata Kuliah	WK01042329 - Strategic Brand Communication - 3 SKS	Nama Kelas	H
Kurikulum	2021	Sistem Kuliah	Reguler
Peserta / Kapasitas	22 / 45	Kampus Merdeka	✓

Peserta Reguler



	NPM	Nama Mahasiswa	Program Studi	Angkatan	Status KRS	Presensi	Hadir (%)
<input type="checkbox"/>	2017140134	DAFFA AULIA FALAH	SI - Ilmu Komunikasi	2017	Disetujui	12 / 16	75.00
<input type="checkbox"/>	2019140048	HAFIDZ FIRGIAWAN	SI - Ilmu Komunikasi	2019	Disetujui	16 / 16	100.00
<input type="checkbox"/>	2019140122	RIFQI WIDYAN FARHAN	SI - Ilmu Komunikasi	2019	Disetujui	12 / 16	75.00
<input type="checkbox"/>	2019140124	MUHAMMAD FAHMI ABDUL JABBAR	SI - Ilmu Komunikasi	2019	Disetujui	3 / 16	18.75
<input type="checkbox"/>	20200110400071	ATHALLAH RAJA FAJARI	SI - Ilmu Komunikasi	2020	Disetujui	12 / 16	75.00
<input type="checkbox"/>	20210110400005	AMANDA NOVIYANTI	SI - Ilmu Komunikasi	2021	Disetujui	15 / 16	93.75
<input type="checkbox"/>	20210110400009	ALMA ANINDITHA ZALIANTY	SI - Ilmu Komunikasi	2021	Disetujui	15 / 16	93.75
<input type="checkbox"/>	20210110400016	FITALIA BUNGA FANDILA	SI - Ilmu Komunikasi	2021	Disetujui	14 / 16	87.50
<input type="checkbox"/>	20210110400027	REIDHIA SALSABILA DIYU	SI - Ilmu Komunikasi	2021	Disetujui	13 / 16	81.25
<input type="checkbox"/>	20210110400040	HASNAH KHONSA	SI - Ilmu Komunikasi	2021	Disetujui	15 / 16	93.75
<input type="checkbox"/>	20210110400062	AHMAD MUTHORIQQY ANDIKA SAPUTRA	SI - Ilmu Komunikasi	2021	Disetujui	13 / 16	81.25




<input type="checkbox"/>	20210110400027	REIDHIA SALSABILA DIYU	S1 - Ilmu Komunikasi	2021	Disetujui	13 / 16	81.25
<input type="checkbox"/>	20210110400040	HASNAH KHONSA	S1 - Ilmu Komunikasi	2021	Disetujui	15 / 16	93.75
<input type="checkbox"/>	20210110400062	AHMAD MUTHORIQQY ANDIKA SAPUTRA	S1 - Ilmu Komunikasi	2021	Disetujui	13 / 16	81.25
<input type="checkbox"/>	20210110400087	DENI ARYA SAPUTRA	S1 - Ilmu Komunikasi	2021	Disetujui	15 / 16	93.75
<input type="checkbox"/>	20210110400090	IKHWAN NUR HAKIM	S1 - Ilmu Komunikasi	2021	Disetujui	15 / 16	93.75
<input type="checkbox"/>	20210110400098	MUHAMMAD DIVA FADHILA	S1 - Ilmu Komunikasi	2021	Disetujui	11 / 16	68.75
<input type="checkbox"/>	20210110400099	MUHAMMAD FRITZY	S1 - Ilmu Komunikasi	2021	Disetujui	8 / 16	50.00
<input type="checkbox"/>	20210110400102	PRASETYO DWI APANCA	S1 - Ilmu Komunikasi	2021	Disetujui	12 / 16	75.00
<input type="checkbox"/>	20210110400123	MUKTAMAR ZAKY	S1 - Ilmu Komunikasi	2021	Disetujui	14 / 16	87.50
<input type="checkbox"/>	20210110400132	SYAIFUL ABDY	S1 - Ilmu Komunikasi	2021	Disetujui	15 / 16	93.75
<input type="checkbox"/>	20210110400155	MUHAMMAD YUSUF WIBISENO	S1 - Ilmu Komunikasi	2021	Disetujui	16 / 16	100.00
<input type="checkbox"/>	20210110400162	REFANSYAH ADI PUTRA	S1 - Ilmu Komunikasi	2021	Disetujui	13 / 16	81.25
<input type="checkbox"/>	20210110400170	ANDIN NABIL HERNAWAN	S1 - Ilmu Komunikasi	2021	Disetujui	12 / 16	75.00
<input type="checkbox"/>	20210110400171	DIDI SUWANDI	S1 - Ilmu Komunikasi	2021	Disetujui	13 / 16	81.25





Peserta Kampus Merdeka Eksternal








Nama Mahasiswa	Perguruan Tinggi Asal	Periode Masuk
2203110233 Carissa Syifani	Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Prodi : S1 - Ilmu Komunikasi	2023/2024 Genap

Program Studi	SI - Ilmu Komunikasi	Periode	2023/2024 Genap
Mata Kuliah	WK01042329 - Strategic Brand Communication - 3 SKS	Nama Kelas	H
Kurikulum	2021	Sistem Kuliah	Reguler
Peserta / Kapasitas	22 / 45	Kampus Merdeka	✓

Sesi	Waktu	Rencana & Realisasi Materi	Pengajar	Ruang	Hadir	%	Absen
1	Kamis, 7 Mar 2024 13:00 - 15:25	<p>Pengenalan Brand Communication. Tujuan materi: (1) Memahami konsep dasar Strategic Brand Communication. (2) Mengetahui pentingnya komunikasi merek dalam konteks pemasaran. (3) Mengidentifikasi elemen-elemen kunci dari sebuah merek. (4) Mengetahui tren dan tantangan terkini dalam komunikasi merek.</p> <hr/> <p>Ceramah mengenai Brand Communication. Diskusi mengenai strategi komunikasi merek Dove Real Beauty.</p>	Robby Milana, M.I.Kom, Velda Murdiana, S.I.Kom, M.Si	GP301	21	91.30	
2	Kamis, 14 Mar 2024 11:00 - 12:00	<p>Identifikasi Target Audiens. Tujuan materi: Mahasiswa mampu memahami (1) Definisi profil target audiens, Karakteristik target audiens, Kebutuhan target audiens. (2) Memahami segmentasi, targeting dan positioning. (3) Memahami marketing mix atau bauran pemasaran.</p> <hr/> <p>Ceramah dan diskusi mengenai Target Audiens.</p>	Robby Milana, M.I.Kom, Velda Murdiana, S.I.Kom, M.Si	GP301	15	65.22	

3	Kamis, 21 Mar 2024 11:00 - 12:00	<p>Strategi Branding dan Branding Techniques. Tujuan materi: Mahasiswa memahami, mampu menjelaskan dan mampu mengidentifikasi: (1) Konsep dasar dari strategi branding. (2) Perbedaan antara brand, branding, dan rebranding. (3) Konsep brand positioning dan pentingnya dalam strategi branding. (4) Konsep brand identity dan cara membangunnya. (5) Konsep brand equity dan pentingnya dalam memperkuat merek. (6) Berbagai teknik branding yang dapat diterapkan dalam strategi pemasaran.</p> <hr/> <p>Ceramah dan diskusi mengenai Strategi dan Teknik Branding. Studi kasus mengenai positioning, brand identity, brand equity dan teknik branding BMW.</p>	Robby Milana, M.I.Kom, Velda Murdiana, S.I.Kom, M.Si	GP301	19	82.61	
4	Kamis, 28 Mar 2024 11:00 - 12:00	<p>Iklan dan Promosi. Tujuan materi: Mahasiswa memahami, mampu menjelaskan dan mampu mengidentifikasi: (1) Konsep dasar iklan dan promosi. (2) Jenis-jenis iklan dan promosi. (3) Tujuan dari iklan dan promosi. (4) Perbedaan antara iklan dan promosi. (5) Efektivitas iklan dan promosi beserta contohnya.</p> <hr/> <p>Ceramah mengenai iklan dan promosi. Studi kasus: Analisis dan diskusi tentang iklan dan promosi yang efektif di tengah perkembangan strategi pemasaran yang beragam.</p>	Robby Milana, M.I.Kom, Velda Murdiana, S.I.Kom, M.Si	GP301	18	78.26	
5	Kamis, 4 Apr 2024 11:00 - 12:00	<p>Media Planning. Tujuan materi: Mahasiswa memahami, mampu menjelaskan dan mampu mengidentifikasi: (1) Konsep dasar dan pentingnya media planning dalam komunikasi merek. (2) Audiens target dan memilih media yang sesuai untuk mencapai tujuan komunikasi merek. (3) Proses pembelian media, termasuk negosiasi dan evaluasi media. (4) Mengetahui</p>	Robby Milana, M.I.Kom, Velda Murdiana, S.I.Kom, M.Si	GP301	11	47.83	

6	Kamis, 25 Apr 2024 13:00 - 15:25	<p>Pemasaran Digital. Tujuan Materi: Mahasiswa memahami, mampu menjelaskan dan mampu mengidentifikasi: (1) Konsep dasar dan pentingnya pemasaran digital dalam konteks komunikasi merek. (2) Strategi pemasaran digital yang efektif. (3) Alat dan teknik pemasaran digital yang efektif untuk memperkuat citra merek. (4) Keterampilan dalam mengukur dan menganalisis keberhasilan kampanye pemasaran digital. (5) Peran pemasaran digital dalam membangun dan mempertahankan kesetiaan konsumen terhadap merek.</p> <hr/> <p>Ceramah interaktif mengenai pemasaran digital. Studi kasus: Analisis dan diskusi tentang pemasaran digital Shopee.</p>	Robby Milana, M.I.Kom, Velda Murdiana, S.I.Kom, M.Si	GP301	21	91.30	
7	Kamis, 2 Mei 2024 13:00 - 15:25	<p>Proses Membuat Brand Sendiri. Tujuan materi: (1) Mahasiswa mampu Memahami langkah-langkah dalam proses pembuatan brand. (2) Mengidentifikasi tujuan dan nilai-nilai brand, mengidentifikasi target pasar, pembuatan elemen visual dan penelitian pesaing. (3) Melakukan pengembangan strategi pemasaran dan komunikasi merek.</p> <hr/> <p>Ceramah interaktif mengenai proses membuat brand. Studi kasus: Analisis dan diskusi proses pembuatan brand "Tesla." Pemberian tugas pembuatan brand sendiri.</p>	Robby Milana, M.I.Kom, Velda Murdiana, S.I.Kom, M.Si		17	73.91	
8	Kamis, 9 Mei 2024 13:00 - 15:25	<p>UTS (Laporan Membuat Brand)</p> <hr/> <p>Pemberian tugas Ujian Tengah Semester. Bahan pembelajaran yang telah dibagikan adalah Tugas Ujian Tengah Semester</p>	Robby Milana, M.I.Kom, Velda Murdiana, S.I.Kom, M.Si	GP301	22	95.65	
9	Kamis, 16 Mei 2024 13:00 - 15:25	<p>Peran Teknik Kreativitas dalam Pengembangan Brand. Tujuan materi: 1. Mahasiswa mampu memahami pentingnya kreativitas dalam</p>	Robby Milana, M.I.Kom, Velda Murdiana, S.I.Kom, M.Si	GP301	22	95.65	

10	Kamis, 23 Mei 2024 13:00 - 15:25	Brainstorming dan laporan mengenai ide-ide kreatif dari brand terkenal. <hr/> Pembuatan tugas dan presentasi.	Robby Milana, M.I.Kom, Velda Murdiana, S.I.Kom, M.Si	GP301	19	82.61	
11	Kamis, 30 Mei 2024 13:00 - 15:25	Pada akhir pertemuan ini, mahasiswa diharapkan mampu: 1. Memahami konsep dan pentingnya integrasi komunikasi merek. 2. Menganalisis berbagai kanal komunikasi dan alat yang digunakan dalam komunikasi merek. 3. Merancang strategi komunikasi merek yang terintegrasi dengan baik. 4. Mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi merek yang telah diterapkan. <hr/> 1. Ceramah mengenai "Integrasi Komunikasi Merek." 2. Analisis dan diskusi mengenai Integrasi Komunikasi Pepsodent. 3. Tugas: Mahasiswa diminta untuk merancang kampanye komunikasi merek yang terintegrasi untuk produk kesehatan.	Robby Milana, M.I.Kom, Velda Murdiana, S.I.Kom, M.Si		9	39.13	
12	Kamis, 6 Jun 2024 13:00 - 15:25	Brand Equity. Tujuan materi: 1. Mahasiswa memahami konsep dasar dari brand equity. 2. Mahasiswa mampu menjelaskan komponen-komponen utama dari brand equity. 3. Mahasiswa dapat menganalisis pentingnya brand equity dalam komunikasi merek strategis. <hr/> 1. Ceramah : Penjelasan teori dan konsep dasar brand equity. 2. Tanya jawab dan diskusi. 3. Studi Kasus : Analisis studi kasus nyata dari brand yang berhasil membangun brand equity kuat (Apple, Starbucks, dan Gojek).	Robby Milana, M.I.Kom, Velda Murdiana, S.I.Kom, M.Si	GP301	20	86.96	
13	Kamis, 13 Jun 2024 13:00 - 15:25	Etika dalam Komunikasi Merek. Tujuan materi: 1. Memahami konsep & prinsip dasar etika dalam komunikasi merek. 2. Mengidentifikasi praktik komunikasi merek yang etis dan tidak etis. 3. Menganalisis dampak dari praktik kom	Robby Milana, M.I.Kom, Velda Murdiana, S.I.Kom, M.Si	GP301	20	86.96	
14	Kamis, 20 Jun 2024 13:00 - 15:25	Branding/Rebranding Merek Klien. Tujuan materi: 1. Memahami konsep dasar branding dan rebranding. 2. Mengidentifikasi perbedaan antara branding dan rebranding. 3. Mampu menyusun strategi branding dan rebranding untuk merek klien. 4. Menilai kasus-kasus nyata dari branding dan rebranding. 5. Mengaplikasikan teori branding dan rebranding dalam studi kasus praktis. <hr/> Ceramah dan diskusi bagaimana melakukan branding atau rebranding merek klien.	Robby Milana, M.I.Kom, Velda Murdiana, S.I.Kom, M.Si	GP301	21	91.30	
15	Kamis, 27 Jun 2024 13:00 - 15:25	Panduan Penulisan Laporan Project Branding/Rebranding. <hr/> 1. Ceramah. 2. Diskusi.	Robby Milana, M.I.Kom, Velda Murdiana, S.I.Kom, M.Si		20	86.96	
16	Kamis, 11 Jul 2024 13:30 - 15:00	Tugas Laporan Project Branding/Rebranding <hr/> Penugasan. Bahan pembelajaran yang telah dibagikan adalah Tugas Laporan Project Branding/Rebranding	Robby Milana, M.I.Kom, Velda Murdiana, S.I.Kom, M.Si	GP301	23	100.00	



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA

Kampus A: Jl. K. H. Ahmad Dahlan Cirendeui Ciputat Tangerang Selatan
Kampus B: Jl. Cempaka Putih Tengah XXVII, Jakarta Pusat 10510
Website: umj.ac.id | email: info@umj.ac.id | Telp: +6221-7492862/7401894, +6221-4256024

NILAI PERKULIAHAN MAHASISWA

PRODI : ILMU KOMUNIKASI

PERIODE : 2023/2024 GENAP

Mata kuliah : Strategic Brand Communication

Nama Kelas : H

Kelas / Kelompok :

Kode Mata kuliah : WK01042329

SKS : 3

No	NPM	Nama Mahasiswa	TUGAS (30%)	UJIAN TENGAH SEMESTER (30%)	UJIAN AKHIR SEMESTER (40%)	Nilai	Grade	Lulus	Sunting KRS?	Info
1	2017140134	DAFFA AULIA FALAH	75.00	80.00	85.00	80.50	A-	✓		
2	2019140048	HAFIDZ FIRGIWAN	85.00	85.00	80.00	83.00	A-	✓		
3	2019140122	RIFQI WIDYAN FARHAN	85.00	85.00	80.00	83.00	A-	✓		
4	2019140124	MUHAMMAD FAHMI ABDUL JABBAR	0.00	0.00	0.00	0.00	E			
5	20200110400071	ATHALLAH RAJA FAJARI	85.00	85.00	80.00	83.00	A-	✓		
6	20210110400005	AMANDA NOVIYANTI	90.00	85.00	90.00	88.50	A	✓		
7	20210110400009	ALMA ANINDITHA ZALIANTY	90.00	90.00	90.00	90.00	A	✓		
8	20210110400016	FITALIA BUNGA FANDILA	90.00	90.00	85.00	88.00	A	✓		
9	20210110400027	REIDHIA SALSABILA DIYU	90.00	95.00	85.00	89.50	A	✓		
10	20210110400040	HASNAH KHONSA	90.00	90.00	85.00	88.00	A	✓		
11	20210110400062	AHMAD MUTHORIQQY ANDIKA SAPUTRA	85.00	85.00	90.00	87.00	A	✓		
12	20210110400087	DENI ARYA SAPUTRA	85.00	85.00	90.00	87.00	A	✓		
13	20210110400090	IKHWAN NUR HAKIM	85.00	80.00	85.00	83.50	A-	✓		
14	20210110400098	MUHAMMAD DIVA FADHILA	75.00	80.00	85.00	80.50	A-	✓		

11	20210110400062	AHMAD MUTHORIQQY ANDIKA SAPUTRA	85.00	85.00	90.00	87.00	A	✓		
12	20210110400087	DENI ARYA SAPUTRA	85.00	85.00	90.00	87.00	A	✓		
13	20210110400090	IKHWAN NUR HAKIM	85.00	80.00	85.00	83.50	A-	✓		
14	20210110400098	MUHAMMAD DIVA FADHILA	75.00	80.00	85.00	80.50	A-	✓		
15	20210110400099	MUHAMMAD FRITZY	75.00	75.00	80.00	77.00	B+	✓		
16	20210110400102	PRASETYO DWI APANCA	75.00	80.00	85.00	80.50	A-	✓		
17	20210110400123	MUKTAMAR ZAKY	85.00	80.00	85.00	83.50	A-	✓		
18	20210110400132	SYAIFUL ABDY	90.00	85.00	85.00	86.50	A	✓		
19	20210110400155	MUHAMMAD YUSUF WIBISENO	85.00	80.00	85.00	83.50	A-	✓		
20	20210110400162	REFANSYAH ADI PUTRA	85.00	90.00	90.00	88.50	A	✓		
21	20210110400170	ANDIN NABIL HERNAWAN	90.00	85.00	85.00	86.50	A	✓		
22	20210110400171	DIDI SUWANDI	85.00	80.00	85.00	83.50	A-	✓		
Rata-rata nilai kelas			80.91	80.45	81.36	80.95	3.65			

Pengisian nilai untuk kelas ini ditutup pada **Senin, 12 Agustus 2024** oleh 10488

Tanggal Cetak : **Jumat, 16 Agustus 2024, 14:47:57**

Paraf Dosen :