

PROPOSAL
COMMUNICATION DAYS 2018



13th Annual of Communication Days 2018

DIMENSI

Dinamika Media Komunikasi



Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi

Periode 2018 / 2019

Universitas Budi Luhur Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan berkah karunia-Nya acara *Communication Days* telah mencapai tahun ke-13. *Communication Days* merupakan serangkaian acara insan akademis mahasiswa/i yang berbasis penelitian, pendidikan, dan hiburan. Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur menyelenggarakan *Communication Days* pertama kali pada tahun 2006, dan terus berlanjut hingga saat ini seiring dengan berkembangnya Ilmu Komunikasi.

Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur pada tahun ini menyelenggarakan *Communication Days* tahun ke-13 dengan tema “**DIMENSI (Dinamika Media Komunikasi)**”. Media komunikasi merupakan sebuah sarana penyampaian informasi atau pesan, yang sangat penting peranannya dalam berbagai bidang kehidupan manusia. Media komunikasi juga digunakan sebagai sarana bagi partai politik untuk menyampaikan dan memperkenalkan siapa dirinya, melakukan kampanye, mengukung kandidatnya, membangun citra, dan mensosialisasikan agenda partai serta hal-hal lain yang terkait dengan organisasinya. Komunikasi Politik adalah komunikasi yang melibatkan pesan-pesan politik dan aktor-aktor politik, atau berkaitan dengan kekuasaan, pemerintahan, dan kebijakan pemerintah. Dengan pengertian ini, sebagai sebuah ilmu terapan, komunikasi politik bukanlah hal yang baru.

Maka kami Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur, akan menyelenggarakan serangkaian acara ke-13 *Communication Days* dengan tema **DIMENSI (Dinamika Media Komunikasi)**.

Jakarta, Mei 2018

Tim Panitia *Communication Days*

A. Latar Belakang

Media merupakan industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang, dan jasa, serta menghidupkan industri lain yang terkait; media juga merupakan industri tersendiri yang memiliki peraturan dan norma-norma yang menghubungkan institusi tersebut dengan masyarakat dan institusi sosial lainnya. Seiring dengan sejarah perkembangan teknologi komunikasi yang kini memasuki era digital, berbagai media massa di Indonesia juga mulai memanfaatkan kehadiran internet sebagai media komunikasi untuk menyampaikan jenis-jenis informasi dan jenis-jenis berita kepada khalayak yang jauh lebih luas. Selain portal berita, berbagai platform media sosial pun turut dimanfaatkan oleh pemilik media dan jurnalis guna menyampaikan pesan-pesan kepada khalayak. Media pada akhirnya menjadi sebuah perebutan berbagai kelompok kepentingan, dari politikus dan bisnis berjuang untuk mendapatkan kontrol dan pengaruh. Karena menguasai media sama dengan menguasai publik.

Pertumbuhan industri media tidak bisa lepas dari sistem ekonomi politik. seperti yang terjadi di Indonesia, perubahan situasi politik dan ekonomi berdampak pada dinamika industri media. Tidak hanya media yang sekarang digunakan sebagai kendaraan bagi kepentingan politik tetapi juga alat bisnis yang powerful. Bahkan politik dan bisnis seakan dipasangkan di industri media. Industri media di Indonesia telah berkembang dengan pesat dan telah menjadi bisnis yang berorientasi pada keuntungan, membentuk kebutuhan publik dan kepentingan masyarakat.

Semenjak kemajuan teknologi dan informasi yang revolusioner, media cetak maupun elektronik mengantarkan informasi kepada khalayak sangat efektif. Kekuatan media massa (*powerful media*) sebagai saluran untuk mempengaruhi khalayak, telah banyak memberikan andil. Kemampuan melipatgandakan pesan-pesan di media massa mempunyai dampak terhadap berubahnya perilaku.

B. Maksud Dan Tujuan

Acara ini diselenggarakan dengan maksud untuk memberikan informasi kepada yang hadir pada acara ini atau yang bersangkutan, tentang media dalam melaksanakan tugasnya yakni memberikan informasi, memberikan pendidikan, memberikan hiburan, dan melakukan kontrol sosial. Dalam acara ini juga membahas mengenai berita bohong (*hoax*) di media sosial atau media elektronik yang kini semakin marak seiring perkembangan internet yang semakin canggih dan tumbuh pesatnya pengguna media. Bahkan terkadang dalam pemilihan pemimpin suatu daerah banyaknya penyebaran berita *hoax* di media sosial yang diistilahkan dengan kampanye hitam.

Tujuan menyelenggarakan acara ini :

1. Umum

Memberikan informasi tentang media massa yang tak jarang menemui kesulitan-kesulitan tersendiri seperti media massa yang dituntut untuk tidak memihak pihak manapun. Di satu sisi, media massa dituntut untuk melaksanakan fungsinya agar pembaca, pemirsa, atau pendengar kian memiliki sikap kritis, kemandirian, dan kedalaman berpikir.

2. Khusus

- a. Mengajak mahasiswa/i agar dapat mengolah informasi yang disampaikan media terutama tentang hal yang bersangkutan dengan Dinamika Media Komunikasi.
- b. Memberikan informasi kepada mahasiswa/i bahwa peran media adalah sebagai yang memberikan informasi, memberikan pendidikan, memberikan hiburan, dan melakukan kontrol sosial.
- c. Meningkatkan minat baca pemuda/i khususnya tentang kekuatan media massa (*powerful media*) sebagai saluran untuk mempengaruhi khalayak.
- d. Mengemas sebuah acara mahasiswa yang berbasis penelitian, pendidikan dan hiburan melalui serangkaian acara yang bertemakan DIMENSI (Dinamika Media Komunikasi).

- e. Menjalin hubungan antar Universitas yang ada di Indonesia.

C. Tema Kegiatan

Tema Kegiatan *13th Annual Of Communication Days 2018* adalah **DIMENSI (Dinamika Media Komunikasi)**. Pada tahun ini *Communication Days 2018* mengangkat tema **DIMENSI (Dinamika Media Komunikasi)** dengan alasan menjadikan *Communication Days* tahun ini menjadi sarana untuk menjawab peran media sesungguhnya yaitu memberikan informasi kepada masyarakat. Seperti yang kita ketahui bahwa media massa mempunyai peran yang sangat signifikan dalam kehidupan manusia. Tak bisa dipungkiri bahwa hampir pada setiap aspek kegiatan manusia, baik secara individu maupun kelompok, selalu berhubungan dengan aktifitas komunikasi massa. Hasrat interaksi antar individu atau masyarakat yang tinggi tersebut menemukan salurannya yang paling efektif dan terandalkan dalam berbagai bentuk media massa, guna saling berkomunikasi dan bertukar informasi. Selain sebagai sarana untuk bertukar informasi, penyampaian informasi atau pesan, media sangat penting peranannya dalam berbagai bidang kehidupan manusia termasuk didalamnya dalam bidang politik.

D. Konsep Acara

Media komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam hal publisitas informasi kepada masyarakat. Publisitas melalui media sangat efektif dan efisien untuk dilakukan, sehingga para elit politik berlomba-lomba untuk dapat menguasai media. Dapat dikatakan bahwa kemenangan telah nyaris dimiliki oleh kelompok yang menguasai media.

Ada beberapa contoh media yang digunakan untuk memberikan informasi kepada masyarakat salah satunya adalah internet. Internet telah menjadi saluran komunikasi yang paling populer dan paling banyak digunakan di era milenial ini. Berbagai surat kabar, radio, hingga tayangan televisi pun kini dapat dinikmati melalui internet (*streaming*). Banyak jenis program aplikasi internet yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian informasi. Misalnya dengan membuat situs/ *website* berisi profil diri, serta beragam artikel yang memuat kehidupan sosial dan politik. Internet

memberikan banyak kemudahan dalam pengaksesan informasi, namun juga dapat membingungkan konsumen dengan banyaknya informasi yang beredar, entah itu benar atau hanya *hoax*. Oleh karena itu media internet menuntut konsumen untuk memperhatikan lebih detail sumber informasi yang dibacanya, apakah valid dan dapat dipertanggungjawabkan atau tidak. Internet bersifat fleksibel, aturan yang dimilikinya rendah, namun interaktif dan dapat berfungsi untuk umum ataupun privat.

Alasan kami memilih konsep ini karena media mempunyai peran yang signifikan terhadap kehidupan sosial masyarakat Indonesia. Oleh karena itu masyarakat yang menerima informasi dituntut untuk memperhatikan lebih detail sumber informasi yang dilihatnya.

E. Sasaran

Target peserta dalam kegiatan *13th Annual Of Communication Days 2018 DIMENSI (Dinamika Media Komunikasi)* adalah 1000 peserta, yang merupakan mahasiswa dari berbagai Universitas Negeri dan Swasta di Indonesia. Yang meliputi peserta *National Essay Competition*, Seminar Nasional, *Talkshow*, dan peserta *Workshop* serta *Closing*.

F. Bentuk Kegiatan

1. National Essay Competition

Kompetisi penulisan karya *essay* mahasiswa jenjang Strata 1 & D3 yang diselenggarakan dalam tingkat Nasional dari seluruh perguruan tinggi di Indonesia dengan mengangkat tema Demokrasi dan Keterbukaan Informasi. Memasuki tahun penyelenggaraan yang ketiga belas, diadakannya *National Essay Competition* ini merupakan bentuk usaha untuk mengamalkan salah satu Tri Dharma perguruan tinggi yaitu penelitian.

2. Lomba Iklan Layanan Masyarakat SMA/SMK Sederajat

Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang menyajikan pesan-pesan sosial yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah

yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keselarasan dan kehidupan umum.

3. Seminar Nasional, *Talkshow*, dan *Workshop*

Sebuah konten acara yang berbasis pendidikan untuk para civitas akademika di tingkat Nasional yang akan membahas tentang peran media terhadap kehidupan.

4. *Closing*

Sebagai akhir rangkaian acara *Communication Days 2018* kami menampilkan berbagai hiburan penampilan band.

G. Waktu dan Tempat

1. *Ceremonial Pembukaan*

Hari/Tanggal : Senin, 29 Oktober 2018

Waktu : 09.00 – 12.00 WIB

Tempat : Auditorium Universitas Budi Luhur

Keynote Speaker :

- Prof. Deddy Mulyana, M.A., Ph.D (Pakar Ilmu Komunikasi)*
- Prof. H. Mohamad Nasir, Ph.D. Ak (Menteri Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi)*

Penampilan :

- Gita Swara UBL*
- Saman Budi Luhur*
- Marching Band*

2. Seminar Nasional

Hari/Tanggal : Senin, 29 Oktober 2018

Waktu : 13.00 – 15:00 WIB

Tempat : Auditorium Universitas Budi Luhur

Tema : Media Sebagai Alat Pemersatu Bangsa

Pembicara : - Dadang Hidayat (Ketua Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI)*

- J. Kristiadi (Peneliti senior CSIS) *

- Wisnu Nugroho (Kompas)*

3. National Essay Competition

Hari/tanggal : Senin, 29 Oktober 2018

Waktu : 13.00 – 15.00 WIB

Tempat : Auditorium Universitas Budi Luhur

Tema : Media Sebagai Sarana Informasi

Sub Tema : - Peran Media Dalam Komunikasi Politik

- Demokrasi dan Keterbukaan Informasi

- Etika Dalam Komunikasi

- Hoax dan Ujaran Kebencian

- Media diantara Idealisme, Keberagaman, dan Pemilik Modal

Dewan Juri : - Indah Suryawati, M.Si (Dosen FIKOM Univ. Budi Luhur)*

- Dr. Nawiroh Vera, M.Si (Dosen FIKOM Univ. Budi
Luhur)*

- Dudi Iskandar, S.Ag., M.I.Kom (Dosen FIKOM Univ.
Budi Luhur)*

4. Talkshow

Hari/Tanggal : Selasa, 30 Oktober 2018

Waktu : Pukul 10.00 – 12.00 WIB

Tempat : Auditorium Universitas Budi Luhur

Tema : Media dan Generasi Millennial

Pembicara :

- Tasya Kamila*

- Rudy Gunawan*

- Najwa Shihab*

- Wishnutama*

- Okky Lukman*

- Maudy Ayunda*

- Nadya Julia*

5. Workshop

- Hari/Tanggal : Rabu, 31 Oktober 2018
- Waktu : 10.00 – 12.00 WIB
- Tempat : Auditorium Universitas Budi Luhur
- Tema : Media For Content Creators
- Pembicara :
- Andy Garcia (Youtubers/Content Creators)*
 - Anggi Kurniawan (Editor Production House)*
 - Rai Pendet (Director&Film Maker)*
 - Fellya Hartono (News Reporter NET TV)*

6. Lomba Iklan Layanan Masyarakat SMA/SMK Sederajat se-JABODETABEK

- Hari/Tanggal : Rabu, 31 Oktober 2018
- Waktu : 10.00 – 12.00 WIB
- Tempat : Auditorium Universitas Budi Luhur
- Tema : Stop Money Politic
- Dewan Juri :
- Haronas Kutanto, S.PT., M.I.Kom (Dosen FIKOM Univ. Budi Luhur)*
 - Arbi Cristional Lokananta, M.I.Kom (Dosen FIKOM Univ. Budi Luhur)*
 - Bintarto Wicaksono, S.PT, M.Sn (Dosen FIKOM Univ. Budi Luhur)*

7. Closing Ceremony

- Hari/Tanggal : Rabu, 31 Oktober 2018
- Waktu : Pukul 15.00 – 20.00 WIB
- Tempat : Auditorium Universitas Budi Luhur
- Pengisi Acara :
- Danilla*
 - KMM Budi Luhur *

- Agung Akhdani*
- Kylian Friend*
- The Dosen*
- Kamplay Beatbox*

(*) dalam konfirmasi

H. HASIL YANG DIHARAPKAN

Memasuki tahun ke-13 Communication Days 2018 ini mengangkat tema **DIMENSI (Dinamika Media Komunikasi)** diharapkan tahun ini Commdays dapat menjadi sebuah sarana untuk mendapatkan jawaban atas apa yang masyarakat serta mahasiswa pertanyakan tentang pentingnya media yang sangat berpengaruh atas opini-opini publik nantinya dan menjadi tidak terarah karena banyak media yang masih memberikan informasi yang menyimpang, disitu peran media harusnya ada dengan memberikan informasi yang akurat dan terpercaya kepada masyarakat.

SUSUNAN PANITIA

No.	Nama	Program Studi/Jurusan	Posisi
1	Silvia Safitri	Ilmu Komunikasi	Penanggung Jawab
2	Danisha Umairoh Rosyadi	Ilmu Komunikasi	Ketua Pelaksana
3	Muhammad Sukma Alam W	Ilmu Komunikasi	Wakil Ketua Pelaksana
4	Witriani	Ilmu Komunikasi	Sekretaris Acara
5	Dita Arista Dewi	Ilmu Komunikasi	Bendahara Acara
6	Hastina Triyani	Ilmu Komunikasi	Koordinator Divisi Acara
7	Rizka Ahadisara	Ilmu Komunikasi	Divisi Acara
8	Febi Ariani	Ilmu Komunikasi	Divisi Acara
9	Dyah Mayangsih Ningrum	Ilmu Komunikasi	Divisi Acara
10	Siti Zuhriyah	Ilmu Komunikasi	Divisi Acara
11	Ade Putra	Ilmu Komunikasi	Divisi Acara
12	Annisa Risyanthi	Ilmu Komunikasi	Divisi Acara
13	Nurmiati Istiqomah	Ilmu Komunikasi	Koordinator Divisi Sponsorship
14	Siti Aisyah	Ilmu Komunikasi	Divisi Sponsorship
15	Farah Novianti	Ilmu Komunikasi	Divisi Sponsorship
16	Helda Ningrum	Ilmu Komunikasi	Koordinator Divisi Konsumsi
17	Lisca Ifa	Ilmu Komunikasi	Divisi Konsumsi
18	Adi Surya MK	Ilmu Komunikasi	Koordinator Divisi Perlengkapan & Akomodasi
19	Muhammad Fadli	Ilmu Komunikasi	Divisi Perlengkapan & Akomodasi
20	Dwi Aditya Lestary	Ilmu Komunikasi	Koordinator Divisi Desain dan Publikasi
21	Aditya Mahadika	Ilmu Komunikasi	Divisi Dokumentasi

DOKUMENTASI KEGIATAN TELAH TERLAKSANA

➤ **Communication Days 2017 “ CODE (Communication In The Digital Era)”**



COMMUNICATION IN THE DIGITAL ERA



➤ Communication Days 2016 “SASKTA BAHASA”



➤ Communication Days 2015 “METAMORFOSA – WAJAH PARIWISATA INDONESIA”



➤ Communication Days 2014 “GEMA BERDAYA”



➤ Communication Days 2013 "DEMOCRACY 3.0"



➤ Communication Days 2012 "SI PRABUDAYA"



➤ Communication Days 2011 "COMMYOUTHNALISM"



➤ Communication Days 2010 “OUT OF THE BOX COMMUNICATION”



➤ Communication Days 2009 “CHOCOLART”



➤ Communication Days 2008 “SAVE OUR CULTURE”



➤ Communication Days 2007 “HUMAN RIGHT IN YOUR EYES”



BAB II
LAMPIRAN
SEJARAH COMMUNICATION DAYS (COMMDAYS)
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI, UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Communication Days

Suatu rangkaian acara insan akademis mahasiswa Ilmu Komunikasi yang berbasis pendidikan, pengetahuan, dan hiburan. Kegiatan acara ini diselenggarakan seiring dengan perkembangan ilmu komunikasi. Communication Days pertama kali diselenggarakan pada tahun 2006 dan terus berlanjut hingga sekarang memasuki tahun keduabelas.

➤ **2006 “COLORFULL COMMUNICATION”**

Tahun ini merupakan pertama kali diselenggarakan Communication Days. Ide awal tercetus ketika disadari bahwasanya dunia komunikasi semakin berkembang pesat. Communication Days 2006 mengangkat tema warna-warni komunikasi, membahas mengenai ragam dunia komunikasi yang berkembang saat itu. Diselenggarakan secara sederhana dan hanya mencakup kalangan internal mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur.

➤ **2007 “HUMAN RIGHTS IN YOUR EYES”**

Di tahun kedua ini, Communication Days 2007 membahas mengenai hak asasi manusia dilihat dari perspektif Ilmu Komunikasi. Diadakan berbagai kompetisi, di antaranya fotografi, poster, presenter, film indie, serta *workshop* oleh presenter kondang, Meutia Hafidz.

➤ **2008 “SAVE OUR CULTURE”**

Communication Days 2008 membahas mengenai kebudayaan Indonesia yang dapat diimplikasikan dalam perkembangan komunikasi saat itu. Dikemas dalam kegiatan talkshow sesuai konsentrasi penerapan Ilmu Komunikasi, diantaranya *Broadcasting* (Peran Media dalam Pelestarian Budaya Indonesia), *Public Relation* (Pembentukan Citra Kebudayaan Indonesia) dan *Visual-Advertising* (Pelestarian Budaya Melalui Iklan). Dengan dukungan oleh Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia saat itu, *Communication Days* 2008 juga menyajikan pentas dan pameran budaya.

➤ **2009 “CHOCOLART”**

Pada *Communication Days* tahun ini, dipilih tema *Challenge of Communication Media Online and Art* yang disingkat **CHOCOLART**. Sebuah pembahasan yang memperkenalkan media *online* sebagai perkembangan teknologi komunikasi yang berkontribusi positif dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam bidang Ilmu Komunikasi. Diselenggarakan dalam seminar yang mengundang para praktisi dibidang *Public Relation* (mencari format PR 2.0), *Broadcasting* (*Cyber Media*), dan Komunikasi Visual (Karikatur sebagai Media Sehat). Dihadiri oleh mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di Jakarta, siswa SMA dan wartawan dari berbagai elemen media.

➤ **2010 “OUT OF THE BOX COMMUNICATION”**

Merupakan suatu pembahasan yang mengajak segenap insan mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk berfikir secara kreatif dan membuat inovasi baru dalam dunia komunikasi. Dengan menggabungkan unsur kreativitas, edukasi, dan hiburan, tak dipungkiri lagi bahwa inovasi dan pemikiran kreatif menjadi suatu keharusan karena tuntutan zaman yang terus berkembang, terutama dalam bidang Ilmu Komunikasi. *Communication Days 2010* dihadiri oleh mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di Jakarta dan siswa SMA/SMK dengan mengundang para praktisi yang ahli di bidangnya sebagai pembicara seminar.

➤ **2011 “COMMYOUTNALISM”**

Sebuah singkatan dari *Communication, Youth, and Nationalism*. Bertepatan dalam suasana sumpah pemuda, tema ini diangkat dengan maksud untuk melihat lebih jauh pengaruh perkembangan media komunikasi terhadap nasionalisme pemuda Indonesia di era globalisasi. Pada tahun ini, untuk pertama kalinya *Communication Days 6th Annual* mengadakan kegiatan lomba penulisan karya ilmiah (Call for Paper) mahasiswa tingkat nasional, dalam upaya penerapan terhadap pemikiran-pemikiran aktif dalam dinamika ilmu komunikasi bagi segenap mahasiswa guna memenuhi tantangan zaman yang kian berkembang dan menumbuhkembangkan semangat Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Selain itu, pada *Communication Days* tahun keenam ini diselenggarakan pula berbagai kompetisi bidang ilmu komunikasi tingkat regional se-Jabodetabek, workshop dan hiburan lain sebagai ajang kreativitas yang dikemas dalam sebuah *Communication Festival*.

➤ **2012 “SI PRABUDAYA”**

Pada *Communication Days* tahun ini mengangkat kebudayaan dengan tema SI PRABUDAYA “*Generasi Penerus Ragam Budaya*”, berangkat dari sebuah “kegelisahan” bahwa pada realitasnya masyarakat Indonesia mulai melupakan budaya aslinya, akibat terkikis oleh budaya asing yang mewarnai kehidupan masyarakat Indonesia. Maka, kehadiran tema ini diharapkan mampu mengingatkan kita, khususnya para generasi muda, untuk ikut bertanggung jawab terhadap keberlangsungan budaya asli Indonesia. *Communication Days* pada tahun ini mengadakan kegiatan Call For Paper, Seminar Nasional & Talk Show, *Communication Fair*, yang terdiri dari *workshop*, kompetisi siswa-siswi SMA, dan pameran.

➤ **2013 “DEMOCRACY 3.0”**

Pada tahun ini, *Communication Days* mengangkat tema “**DEMOCRACY 3.0**”. Tema ini diangkat berdasarkan fakta bahwa pada saat ini, Indonesia telah memasuki era ketiga dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Di mana dalam era ketiga ini, masyarakat dapat mengakses informasi dengan lebih mudah karena adanya *cross-application* dalam media. Namun sangat disayangkan jika melihat realitas yang terjadi adalah para pemuda yang tidak dapat memanfaatkan perkembangan tersebut untuk menjadi produktif bagi bangsanya. *Communication Days* pada tahun ini mengadakan kegiatan Call For Paper, Seminar Nasional, Talkshow, *Workshop*, dan Pentas Seni.

➤ **2014 “Gema Berdaya”**

“**Gema Berdaya**” merupakan akronim dari **Gerakan Pemuda Berbudaya**. Tema ini muncul karena melihat realitas yang terjadi saat ini para pemuda kurang mempunyai sikap yang

mencerminkan generasi penerus bangsa, yang harusnya mempunyai rasa peduli dan bangga terhadap budaya sendiri. Sehingga berdampak pada kurang diminatinya Kebudayaan Indonesia dan terancam tidak memiliki generasi penerus lagi. Lunturnya moral dan perilaku yang mencerminkan manusia berbudaya di kalangan pemuda, menjadi salah satu faktor yang berpengaruh besar terhadap kurangnya kepedulian pemuda terhadap kebudayaannya sendiri. Sehingga perlu adanya sebuah pergerakan pemuda untuk membenahi hal tersebut, dengan pendidikan moral yang baik, secara tidak langsung karakter pemudapun akan semakin lebih baik dan berdampak pada, semakin dicintainya kebudayaan Indonesia.

➤ **2015 “Metamorfosa – Wajah Pariwisata Indonesia”**

Metamorfosis, atau perubahan merujuk kepada banyak aspek, baik realitas maupun abstrak. Perubahan itu dinamis, ia adalah historis, presentatif dan futuristik. Kehidupan yang dinamis selalu mengusung perubahan. Perubahan dekat dengan adaptasi. Alasan kami memilih konsep ini karena, kami generasi muda Indonesia, ingin merubah pandangan akan keindahan alam Indonesia. Hal itu dapat dilihat dengan banyaknya masyarakat yang berwisata keluar negeri. Padahal jika kita bandingkan keindahan alam Indonesia dengan alam Negara lain, Indonesia memiliki keindahan dan kekayaan alam yang sangat luar biasa. Hal tersebut mendorong kami untuk mengbranding Wisata Alam Indonesia.

➤ **2016 “SASKTA BAHASA”**

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia, terdiri dari ribuan pulau yang tersebar dari Sabang sampai Merauke dengan potensi wilayah yang luas. Dengan ini, Indonesia memiliki berbagai warisan budaya, dan kehidupan masyarakat yang beranekaragam. Keanekaragaman budaya inilah yang menjadi salah satu daya tarik bangsa lain untuk datang ke Indonesia.

➤ **2017 “CODE (Communication In The Digital Era)”**

Pada zaman di era sekarang banyak informasi salah atau *hoax* yang beredar di media sosial dikarenakan banyak yang mengubah informasi namun tidak sesuai peraturan atau hal yang sebenarnya terjadi. Dimana *CODE* juga masuk dalam unsur komunikasi yaitu kode verbal dan kode nonverbal yang tidak terlepas dari proses komunikasi manusia sehari-hari. Karena dalam berkomunikasi di era sekarang yang sudah maju, banyak hal-hal yang memudahkan dalam berkomunikasi dengan adanya gadget dan internet.

BAB III PENUTUP

Seiring berkembangnya jaman teknologi semakin canggih, media saat ini sangat berpengaruh terhadap masyarakat. Karena media dapat menciptakan opini publik yang kuat. Media massa juga digunakan untuk mempromosikan, membentuk, dan menciptakan citra. Maka dengan itu sebagai masyarakat kita harus bisa berfikir cerdas, Oleh karena itu masyarakat yang menerima informasi dituntut untuk memperhatikan lebih detail sumber informasi yang dilihatnya.

Communication Days tahun ke-13 dengan tema besar “DIMENSI (Dinamika Media Komunikasi)”. Media komunikasi merupakan sebuah sarana penyampaian informasi atau pesan, yang sangat penting peranannya dalam berbagai bidang kehidupan manusia. Semenjak kemajuan teknologi dan informasi yang revolusioner, media cetak maupun elektronik mengantarkan informasi kepada khalayak sangat efektif. Media pada akhirnya menjadi sebuah perebutan berbagai kelompok kepentingan, dari politikus dan bisnis berjuang untuk mendapatkan kontrol dan pengaruh. Karena menguasai media sama dengan menguasai publik.

Untuk itu, kami berharap dapat menjalin kerjasama yang baik dengan pihak- pihak terkait demi kelancaran dan kesuksesan acara ini, sehingga dengan terselenggaranya acara ini, dapat memberikan manfaat yang positif bagi semua pihak. Atas perhatian dan kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

BAB IV
LEMBAR PENGESAHAN

Ketua Pelaksana
13th Annual of Communication Days 2018


Danisha Umairoh Rosyadi
NIM. 1671504643

Sekretaris Pelaksana
13th Annual of Communication Days 2018


Witriani
NIM. 1771501606

Ketua BEM FIKOM
Universitas Budi Luhur

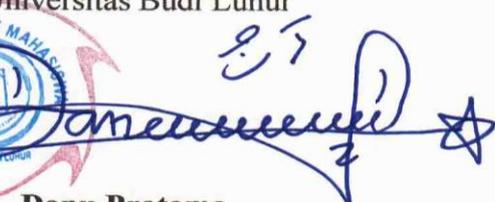

Silvia Safitri
NIM. 1671505111

Mengetahui/Menyetujui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Budi Luhur


Rocky Prasetyo Jati, M.Si

Presiden Mahasiswa
Universitas Budi Luhur


Danu Pratama
NIM. 1543500142

Rektor
Universitas Budi Luhur


Prof. Dr. Sc. Agr. Ir. Didik Sulistyanto, M. Sc

Ka. Sub. Dit. Pelayanan Kemahasiswaan
Universitas Budi Luhur


Muhammad Nur Farid Thoha, S.E, M.Si