**CURICULUM VITAE**

**A. Identitas Diri**

|  |  |
| --- | --- |
| Nama  | Nufian S Febriani |
| Jenis Kelamin | Perempuan |
| Jabatan/Pangkat/Gol | Dosen/Lektor/IIIB |
| NIP/NIK/Identitas lainnya | 201304860242001 |
| NIDN | 0004028602 |
| Tempat dan tanggal lahir | Malang, 04-02-1986 |
| Alamat Rumah | Jalan Tlogo Suryo No 47 Tlogomas Malang |
| Nomor Telepon/Faks/HP | 085649749998 |
| Alamat Kantor | Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Brawijaya Jl. Veteran Malang. |
| Nomor Telepon/Faks. | 0341 575755 |
| Alamat Email  | Nufian.febriani@ub.ac.id |
| Lulusan yang Telah Dihasilkan | S-1= 183 orang; S-2= - orang; S-3= - orang |
| Mata Kuliah yang diampu | Metode Penelitian Komunikasi, Strategi Kreatif Iklan, Komunikasi Pemasaran, Perilaku Konsumen |
| h-Index ccopus | - |
| h-index google scholar | 5 |

**B. Riwayat Pendidikan**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | S-1 | S-2 |
| Nama Perguruan Tinggi | Universitas Brawijaya | Universitas Padjadjaran |
| Bidang Ilmu | Ilmu Komunikasi | Komunikasi Bisnis |
| Tahun Masuk-Lulus | 2005 – 2009 | 2010 – 2012  |
| Judul Skripsi/Thesis/Disertasi | Pengaruh Faktor-Faktor Individual dan *reference groups* terhadap Perilaku Komunikasi *Word of Mouth* Konsumen AUTO 2000 Sukun Malang | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Konsumen Telkom Speedy Kota Kediri |
| Nama Pembimbing/Promotor | 1. Dr. Bambang Dwi Prasetyo2. Diyah Ayu., M.Si | 1. Prof. Dr. Hj. Nina W. Syam, M.S  2. Dr. Asep Suryana, M.Si. |

**C. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tahun** | **Judul Penelitian** | **Pendanaan** |
| Sumber | Jml (Juta Rp) |
| 1. | 2017 |  Identifying Local Wisdom In Elementary School Anti-Corruption Education In Malang | BOPTN FISIP UB | 30.000.000 |
| 2. | 2018 | Faktor Kebudayaan Pendorong Munculnya Loyalitas Pada Konsumen Kuliner Kota Kediri Jawa Timur | BOPTN FISIP UB | 16.000.000 |
| 3. | 2019 | Preferensi Media Sosial Generasi Milenial Pada Tingkat Pengetahuan Calon Legislatif | DPP/SPP FISIP UB | 18.500.000 |
| 4. | 2019 | User Interface Dan User Experience Webqual 4.0 Rollover-Reaction.com Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen | DPP/SPP FISIP UB | 25.000.000 |
| 5. | 2020 | Perilaku Konsumen Terhadap Kualitas E-Service Pada E-Commerce | DPP/SPP FISIP UB | 25.000.000 |
| 6. | 2020 | Model Kampanye Perubahan Perilaku Konsumen Berbasis Adopsi-Inovasi Energi Terbarukan Untuk Mewujudkan Ketahanan Energi Yang Berkelanjutan | HPP LPPM UB | 30.000.000 |

**D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tahun** | **Judul Pengabdian Kepada Masyarakat** | **Pendanaan** |
| Sumber | Jml (Juta Rp) |
| 1. | 2016 | Membentuk Agent Of Change Untuk Lebih Peduli Terhadap Lingkungan Sekitarnya | DPP/SPP FISIP UB | 6.000.000 |
| 2. | 2017 | *Social Marketing:*Pendampingan Implementasi *Realtime* Kampanye Media Sosial Instagram *Earth Hour* Malang  | DPP/SPP FISIP UB | 9.000.000 |
| 3. | 2018 | Pendampingan Kampanye Pemasaran Sosial Digital Penggunaan Dan Penghematan Energi Melalui Generasi Muda Sebagai Agen Perubahan Lingkungan | DPP/SPP FISIP UB | 15.500.000 |
| 4. | 2019 | Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Digital Melalui Kampanye Perubahan Sosial Bagi Keberlangsungan Lingkungan Dan Gaya Hidup Ramah Lingkungan  | DPP/SPP FISIP UB | 12.000.000 |
| 5. | 2020 | Pendampingan Dan Pelatihan Komunikasi Pemasaran Sosial Untuk Meningkatkan Gerakan Literasi Dan Perubahan Sikap Terkait Permasalah Global Mencegah Berkembangnya Virus Covid19 Dengan Membentuk Komunitas Baca “Sebar Berita Baik” | DPP/SPP FISIP UB | 11.000.000 |

**E. Pengalaman Penulisan Artikel Ilmiah dalam Jurnal**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Judul Artikel Artikel Ilmiah** | **Volume/Nomor/ Tahun** | **Nama Jurnal** |
| 1. | Identifying Local Wisdom In Elementary School Anti-Corruption Education In Malang | 68/8/2017 | Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences |
| 2. | Faktor Kebudayaan Pendorong Munculnya Loyalitas pada Konsumen Kuliner Kota Kediri Jawa Timur | 1/3/2017 | Jurnal Studi Komunikasi |
| 3. | Agen Perubahan dalam Model Komunikasi Pemasaran Sosial Kampung Wisata | 2/1/2018 | Jurnal Komunikasi Profesional |
| 4. | Preferensi Media Sosial Generasi Milenial pada Tingkat Pengetahuan Calon Legislatif | 4/1/2020 | Nyimak: Journal of Communication. |
| 5. | Consumer Behavior toward E-Service Quality on E-Commerce | 12/2/2020 | Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi |
| 6. | Mengukur Dan Merancang Model Ketahanan Energi Melalui Perubahan Perilaku Konsumen Energi Terbarukan | 20/1/2021 | SOSIOTEKNOLOGI |
| 7 | Webqual 4.0 Untuk Meningkatkan Keterlibatan Pengusaha Umkm Di Indonesia (Studi Pada Www.Berrybenka.Com Sebagai Platform E-Commerce Produk Lokal Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) | 4/2/2021 | JCommsci - Journal Of Media And Communication Science |

**F. Pengalaman Penulisan Artikel Ilmiah dalam Prosiding Internasional Bereputasi dan Prosiding Nasional**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Judul Artikel** | **Volume/Nomor/Tahun** | **Nama Prosiding** |
| 1 | *Societal Marketing* Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Literasi Pemasaran | 2/1/2020 | Semnaskom Unram |

**G. Pengalaman Penyampaian Makalah Secara Oral pada Pertemuan/Seminar Ilmiah dalam 5 Tahun Terakir**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar** | **Judul Artikel Ilmiah** | **Waktu dan Tempat** |
| 1 | Semnaskom Unram | *Societal Marketing* Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Literasi Pemasaran | 22 Oktober 2020Mataram |
| 2 | The 4th LSPR International Conference on Communication and Business 2021 | Potential Consumer Acceptance for Renewable Energy in Indonesia | 9 – 10 Maret 2021Daring Zoom |

**H. Pengalaman Penulisan Buku dalam 5 Tahun Terakhir**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Judul Buku** | **Tahun**  | **Jumlah Halaman** | **Penerbit** |
| 1. | Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu | 2018 | 118 | UB PRESS |
| 2. | Komunikasi pemasaran terpadu: pendekatan tradisional hingga era media baru | 2018 | 240 | UB PRESS |
| 3. |  Perilaku Konsumen di Era Digital: Beserta Studi Kasus | 2019 | 146 | UB PRESS |
| 4 | Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis | 2020 | 232 | UB PRESS |

**I. Pengalaman Perolehan HKI dalam 5 Tahun Terakhir**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Judul/Tema/HKI** | **Tahun Pemberian** | **Jenis**  | **Nomor P/ID** |
| 1. | Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu | 2018 | Buku Ajar (Hak Cipta) | EC00201951704 |
| 2. | Komunikasi pemasaran terpadu: pendekatan tradisional hingga era media baru | 2018 | Buku Ajar (Hak Cipta) | EC00201951709  |
| 3. | Perilaku Konsumen di Era Digital: Beserta Studi Kasus | 2019 | Buku Ajar (Hak Cipta) | EC00202006219 |
| 4. | Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis | 2020 | Buku Ajar (Hak Cipta) |  |
| Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, maka saya sanggup menerima sanksi.**Malang, Agustus 2021****Nufian S Febriani., M.I.Kom** |