|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Logo UPJ | RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER | F-0653 | |
| Issue/Revisi | : |
| Tanggal Berlaku | : 1 Januari 2017 |
| Untuk Tahun Akademik | : 2016/2017 |
| Masa Berlaku | : 4 (empat) tahun |
| Jml Halaman | : 7 halaman |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Mata Kuliah | : Komunikasi Persuasif | Kode MK | : COM 208 |
| Program Studi | : Ilmu Komunikasi | Penyusun | : Melisa Arisanty, S.I.Kom, M.Si |
| Sks | : 3 | Kelompok Mata Kuliah | : Mayor |

1. Deskripsi Singkat: Mata kuliah ini menjelaskan pemahaman konsep dan teori-teori dalam Komunikasi Persuasif, Pentingnya Komunikasi Persuasif, dan Implementasi Komunikasi Persuasif dalam ruang lingkup Interpersonal, Organisasi, Publik, Massa dan Media Digital
2. Unsur Capaian Pembelajaran: Mahasiswa mampu memiliki pemahaman terkait teori dan konsep Komunikasi Persuasif, serta implementasi dari Komunikasi Persuasif dalam kehidupan sosial bermasyarakat
3. Komponen Penilaian

* Kehadiran 10%
* Partisipasi di Dalam Kelas, Quiz, Tugas, Attitude 30 %
* UTS 30%
* UAS 30 %

1. Kriteria Penilaian

* Kemampuan memahami melalui penjelasan dalam forum diskusi
* Kemampuan presentasi terkait beberapa topik yang ditugaskan secara berkelompok
* Menjawab quiz tertulis
* Analisis sederhana terhadap contoh kasus
* Kemampuan membuat pesan-pesan persuasive dalam media cetak, elektronik dan digital.

Daftar Referensi: Perloff, Richard M. 2010. The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitudes in The 21st Century. New York. Routledge.

Larson, Charles U. 2004. Persuasion : reception and Responsibility. Canada : Wadsworth

1. RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Minggu** | **Kemampuan Akhir yang Diharapkan** | **Bahan Kajian**  **(Materi Ajar)** | **Bentuk Pembelajaran** | **Kriteria/Indikator Penilaian** | **Bobot Nilai** | **Standar Kompetensi Profesi** |
| 1 | Mahasiswa memahami dasar-dasar persuasi dan komunikasi persuasif serta implementasinya dalam kehidupan sehari-hari | 1. Pengantar Persuasi 2. Dasar-Dasar Peruasif 3. Komunikasi Persuasif secara umum 4. Implementasi Komunikasi Persuasif dalam kehidupan sehari-hari | 1. Ceramah 2. Diskusi | Mahasiswa mampu menjelaskan Komunikasi Persuasif secara umum dan mampu menjelaskan implementasi komunikasi persuasif dalam kehidupan sehari-hari |  |  |
| 2 | Mahasiswa memahami konsep-konsep dari Komunikasi Persuasif serta implementasi komunikasi persuasif dalam Era TIK (Teknologi, Informasi dan Komunikasi) | 1. Definisi Komunikasi Persuasif 2. Ciri-ciri Komunikasi Persuasif 3. Model Komunikasi Persuasif 4. *Doublespeak* dalam Komunikasi Persuasif 5. Komunikasi Persuasif dalam Era TIK (Teknologi, Informasi dan Komunikasi) | 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Studi Kasus | Mahasiswa mampu menjelaskan konsep-konsep komunikasi persuasif |  |  |
| 3 | Mahasiswa memahami perspektif etika dalam Komunikasi Persuasif | 1. Definisi etika dan pentingnya etika 2. Etika, Propaganda dan *The Demagogue* 3. Standar Etika untuk Komunikasi Persuasif dalam Politik 4. Standar Etika dalam iklan 5. Standar Etika dalam Menyampaikan Pesan Verbal dan Nonverbal dalam persuasi | 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Studi Kasus | Mahasiswa mampu mendeskripsikan dan mengimplementasikan Etika Komunikasi Persuasif dalam membuat dan menyampaikan semua jenis pesan persuasif |  |  |
| 4 | Mahasiswa memahami *Attitude* (sikap) dalam komunikasi persuasif | 1. Definisi Konsep “*Attitudes*” 2. Nilai dan Keyakinan 3. Struktur dari “*Attitudes*” 4. Sikap dan Perilaku 5. Sikap dan Persuasi 6. Model-model dari Hubungan Sikap-Perilaku | 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Studi Kasus | Mahasiswa mampu menjelaskan dan mendeskripsikan *Attitude* dalam komunikasi persuasif |  |  |
| 5 | Mahasiswa mampu menjelaskan dan mengimplementasikan proses komunikasi persuasif | 1. *Elaboration Likelihood Model* 2. Proses *Peripheral* dalam kehidupan sehari-hari 3. Proses Central dalam kehidupan sehari-hari | 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Studi Kasus | Mahasiswa mampu menjelaskan dan mengimplementasikan Etika Komunikasi Kelompok |  |  |
| 6-7 | Mahasiswa mampu menjelaskan persuader (komunikator) dan pesan dalam komunikasi persuasif | 1. Karakteristik Persuader (Komunikator) yang persuasif 2. Struktur Pesan Persuasif 3. Konsep “*Fear Appeals*” dalam komunikasi persuasif 4. Bahasa Persuasif 5. Pemahaman tentang Audiens 6. Analisis Demografi dan Audiens | 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Studi Kasus | Mahasiswa mampu menjelaskan dan mengimplementasikan menjadi komunikator yang persuasif dan membuat pesan persuasif yang menarik dan mengubah sikap serta perilaku audiens |  |  |
| 7 | **QUIZ** | | | | | |
| 8 | **UJIAN TENGAH SEMESTER** | | | | | |
| 9 | Mahasiswa mampu menjelaskan cara pesan-pesan Nonverbal dalam komunikasi persuasif | 1. Media Nonverbal 2. Perbedaan Gender dalam Komunikasi Nonverbal; 3. Penggunaan Taktik Nonverbal dalam Komunikasi Persuasif 4. Pesan Nonverbal persuasive lainnya | 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Studi Kasus | Mahasiswa mampu menjelaskan , menganalisi pesan-pesan Nonverbal persuasif serta dapat membuat pesan Nonverbal persuasive yang efektif |  |  |
| 10 | Mahasiswa mampu menjelaskan dan mengimplementasikan persuasi interpersonal | 1. Teknik *Foot in The Door* 2. Teknik *Door in The Face* 3. Teknik Persuasi Intepersonal lainnya | 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Studi Kasus | Mahasiswa mampu menjelaskan dan mengimplementasikan persuasi interpersonal dalam kehidupan sehari-hari |  |  |
| 11 | Mahasiswa mampu memahami dan mengimplementasikan media modern dalam komunikasi persuasif | 1. Inovasi Media 2. Perspektif Schwartz dalam Penggunaan Media 3. Perspektif Mc Luhan dalam Penggunaan Media Persuasi 4. Agenda Setting Media 5. Manipulasi berita dan Persuasi | 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Studi Kasus | Mahasiswa mampu menjelaskan dan menerapkan media modern sebagai media persuasi yang efektif |  |  |
| 12 | Mahasiswa mampu memahami dan menerapkan implementasi komunikasi persuasif pada iklan dan IMC | 1. Iklan dan Budaya Barat 2. Iklan, Promosi dan Posisitiong 3. Memahami cara pandang konsumen : Pendekatan Penelitian tentang Iklan 4. Perubahan dunia sosial : Implikasi dalam Periklanan 5. Pendekatan Seksual dan persuasi subliminal dalam periklanan | 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Studi Kasus | Kemampuan presentasi, menjelaskan/ menceritakan dan contoh dari implementasi komunikasi persuasive pada iklan dan IMC |  |  |
| 13 | Mahasiswa mampu memahami dan menyusun perencanaan kampanye persuasif yang efektif | 1. Definisi Perencanaan Kampanye Komunikasi 2. Perspektif teoritikal mengenai kampanye komunikasi 3. Efek Kampanye Komunikasi 4. Penyusunan Perencanaan Kampanye Komunikasi 5. Perkembangan terkini dalam kampanye komunikasi | 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Studi Kasus | Kemampuan menyusun perencanaan komunikasi persuasif yang efektif |  |  |
| 14-15 | **PRAKTEK (PEMBUATAN VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT)** | | | | | |
| 16 | **UJIAN AKHIR SEMESTER** | | | | | |

1. DESKRIPSI TUGAS

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Mata Kuliah | : Komunikasi Persuasif | Kode MK | : |
| Minggu ke | : 7 dan 15 | Tugas ke | : 1 dan 2 |

|  |  |
| --- | --- |
| Tujuan Tugas: | Mahasiswa mampu mengaitkan antara materi komunikasi persuasif dengan implementasinya dalam membuat pesan persuasif yang menarik audiens |
| Uraian Tugas: | 1. Obyek    Konsep komunikasi persuasif dan pesan persuasif yang menarik |
|  | 1. Yang Harus Dikerjakan dan Batasan-Batasan   Membuat analisis sederhana dari konsep yang telah dipelajari bersama kelompok kecil dan mendiskusikan kasus tersebut bersama seluruh kelompok di kelas. |
|  | 1. Metode/Cara Kerja/Acuan yang Digunakan   Dikerjakan oleh kelompok kecil (3-5 orang) diskusi kelompok masing-masing, setelah selesai didiskusikan dengan seluruh kelompok dan dilakukan pembahasan bersama dosen. |
|  | 1. Dekripsi Luaran Tugas yang Dihasilkan   Tulisan hasil analisa dari masing-masing kelompok. |
| Kriteria Penilaian: | Kedalaman analisis terkait teori dan konsep yang telah dipelajari. |

1. **RUBRIK PENILAIAN**

**(Keterangan: format umum adalah yang di bawah ini, namun Prodi dapat membuat format tersendiri, sesuai dengan penilaian yang akan dibuat. Misalnya untuk penilaian presentasi atau penilaian praktek memiliki rubrik yang berbeda, jadi bisa lebih dari 1 rubrik untuk setiap mata kuliah)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Jenjang/Grade** | **Angka/Skor** | **Deskripsi/Indikator Kerja** |
| A | 90 - 100 | Menghasilkan luaran (tulisan/ materi presentasi) yang sesuai dengan arahan dosen dan secara komprehensif sesuai dengan pembahasan dari konsep atau teori dari *teks book* atau materi ajar dosen, dan secara kreatif/ kritis melakukan pembahasan berdasarkan temuan pribadi/ kelompok. |
| B | 75 - 89 | Menghasilkan luaran (tulisan/ materi presentasi) yang sesuai dengan arahan dosen dan secara komprehensif sesuai dengan pembahasan dari konsep atau teori dari *teks book* atau materi ajar dosen, |
| C | 60 - 74 | Menghasilkan luaran (tulisan/ materi presentasi) yang sesuai dengan pembahasan dari konsep atau teori dari teks book atau materi ajar dosen, namun minim kontribusi serta pembahasan yang tidak menyeluruh dan sulit dipahami oleh anggota diskusi/ dosen. |
| D | 50 - 59 | Mengasilkan luaran yang minim hanya membaca naskah presentasi/ menuliskan kembali teori dan konsep yang ada pada buku teks atau sumber lain yang relevan. |
| E | < 50 | Hadir dalam kelas namun tidak berkontribusi/ mengahasilkan tulisan. |

1. **PENUTUP**

**Rencana Pembelajaran Semester (RPS) ini berlaku mulai tanggal 26 Agustus, untuk mahasiswa UPJ Tahun Akademik 2016/ 2017 dan seterusnya. RPS ini dievaluasi secara berkala setiap semester dan akan dilakukan perbaikan jika dalam penerapannya masih diperlukan penyempurnaan.**

1. **STATUS DOKUMEN**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Proses** | **Penanggung Jawab** | | **Tanggal** |
| **Nama** | **Tandatangan** |
| 1. Perumusan | Melisa Arisanty, S.I.Kom, M.Si |  |  |
| 1. Pemeriksaan & Persetujuan | Reni Dyanasari, S.I.Kom, M.Si |  |  |
| 1. Penetapan | Prof. Emirhadi Suganda, M.Sc |  |  |