




## RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 310

Issue/Revisi	: R2	Tanggal	: Jan 2020
Mata Kuliah	: Manajemen Reputasi	Kode MK	: COM310
Rumpun MK	: MKMI	Semester	: 6 (Enam)
Dosen Penyusun	: Emma Rachmawati	Bobot (sks)	: 3 SKS
Penyusun,	Menyetujui,	Mengesahkan,	
			
(Emma Rachmawati S.Sos., M.I.K.)	Naurissa Biasini, S.Si, M.I.Kom	Dr. Hendy Tannady, ST., MT., MM., MBA.	

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER	
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	<b>CPL - PRODI</b>
	S6 Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan
	S9 Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri.
	P9 Pengetahuan faktual tentang pentingnya manajemen reputasi dan peran Public Relations dalam pengelolaan reputasi perusahaan.
	KU1 Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya.
	KU2 Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur.
	KU3 Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni.
	KU5 Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data.
	KU7 Mampu bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi serta evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggung jawabnya.
	KU8 Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada di bawah tanggung jawabnya, dan mampu mengelola pembelajaran secara mandiri. Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi.
KK1 Mampu menggunakan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam menyelesaikan masalah.	

## RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 310

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER		
	KK2	Mampu menerapkan nilai-nilai Jaya untuk menjadi insan yang bermartabat.
	KK7	Mampu memproduksi isi pesan untuk berbagai tujuan komunikasi dengan menggunakan berbagai jenis saluran konvensional dan saluran digital yang bermanfaat bagi masyarakat sesuai dengan norma hukum, norma sosial dan etika yang berlaku.
	KK9	Mampu menjalankan program komunikasi untuk mencapai tujuan melalui tahap perencanaan, implementasi, dan evaluasi pelaksanaan program komunikasi;
	KK12	Mampu membangun hubungan dengan komunitas, media, pemerintah, swasta, dan lembaga swadaya masyarakat dengan menggunakan keterampilan komunikasi dan memanfaatkan teknologi komunikasi terbaru dan terkini.
	<b>CP-MK</b>	
	M1	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep reputasi, bagaimana perusahaan mengelola reputasi dan peran penting public relations dalam membangun reputasi perusahaan. (C2)
M2	Mahasiswa mampu membuat isi pesan untuk berbagai tujuan komunikasi dalam lingkup kegiatan manajemen reputasi menggunakan berbagai jenis saluran konvensional dan saluran digital yang bermanfaat bagi masyarakat sesuai dengan norma hukum, norma sosial dan etika yang berlaku. (C6)	
M3	Mahasiswa mampu menyusun program komunikasi dalam lingkup kegiatan Manajemen Reputasi yang meliputi tahap perencanaan, implementasi, dan evaluasi. (C6)	
<b>Deskripsi Singkat MK</b>	Mata kuliah ini membahas tentang pentingnya manajemen reputasi dan peran penting Public Relations dalam pengelolaan reputasi perusahaan.	
<b>Materi Pembelajaran/Pokok Bahasan</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsep Reputasi</li> <li>2. Konsep-Konsep yang terkait dengan reputasi: brand, citra.</li> <li>3. Unsur-Unsur pembentukan reputasi perusahaan</li> <li>4. Corporate Identity</li> <li>5. Corporate Responsibility</li> <li>6. Etika &amp; Komunikasi</li> <li>7. Social Media Challenge for Corporate</li> <li>8. Stakeholders Mapping</li> <li>9. Media Relations</li> <li>10. Community Relations</li> <li>11. Employee Relations</li> <li>12. Government Relations</li> </ol>	
<b>Pustaka</b>	<b>Utama</b>	
		John Doorley and Helio Fred Garcia, Reputation Management 3 <sup>RD</sup> Edition, The Key to Successful Public Relations and Communication, Routledge, 2015, New York
	<b>Pendukung</b>	



# RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 310

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER		
	Andrew Griffin, Crisis, Issues and Reputation Management, Kogan Page Limited, 2014, UK Agung Laksamana, Internal Public Relations, Strategi Membangun Reputasi Perusahaan, penerbit Republika, 2010.	
<b>Media Pembelajaran</b>	<b>Perangkat Lunak:</b>	<b>Perangkat Keras:</b>
	Ms, Office Ms. Powerpoint video	Proyektor Laptop
<b>Team Teaching</b>	-	
<b>Mata Kuliah Prasyarat</b>	Strategi dan Taktik Humas	
<b>Bobot Penilaian</b>	Kehadiran	10%
	Tugas mandiri dan tugas kelompok, aktivitas kelas	30%
	Ujian Tengah Semester	30%
	Ujian Akhir Semester	30%

# RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 310

## RANCANGAN PEMBELAJARAN SEMESTER

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa mampu memahami kompetensi yang diharapkan, proses perkuliahan, tugas dan kontrak belajar. (C2)</li> <li>Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan konsep reputasi secara umum (C2)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Kemampuan untuk memahami RPS, kontrak kuliah dan bobot penilaian.</li> <li>Kemampuan untuk memahami dan menjelaskan kembali konsep reputasi secara umum.</li> </ol>	<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan memahami RPS, kontrak kuliah dan bobot penilaian.</li> <li>Ketepatan memahami dan menjelaskan kembali konsep reputasi secara umum.</li> </ol> <p>Bentuk penilaian: Diskusi dan tanya jawab</p>	<p>TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60"</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pengenalan reputasi melalui contoh kasus sehari-hari</li> <li>Membaca artikel di media online terkait reputasi</li> </ol> <p><b>Buku: John Dorley &amp; Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3<sup>rd</sup> edition, Routledge,2015</b></p>	2,8
2	<p><b>Mahasiswa mampu memahami definisi reputasi dan konsep-konsep yang terkait dengan reputasi seperti Citra dan Branding. (C2)</b></p>	<p>Kemampuan untuk memahami dan menjelaskan kembali definisi reputasi dan konsep-konsep yang terkait dengan reputasi seperti konsep Citra dan Branding.</p>	<p>Kriteria: Ketepatan dan penguasaan tentang definisi reputasi dan konsep-konsep yang terkait dengan reputasi seperti Citra dan Branding.</p> <p>Bentuk penilaian: Diskusi dan tanya jawab.</p>	<p>TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60"</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Definisi Reputasi</b></li> <li><b>Konsep Citra, Branding.</b></li> <li><b>Perbedaan antara Citra, Branding dan keterkaitannya dengan pembentukan reputasi.</b></li> </ol> <p><b>Buku: John Dorley &amp; Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3<sup>rd</sup> edition, Routledge,2015</b></p> <p><b>Buku: Andrew Griffin, Crisis, Issues and Reputation Management, Kogan Page Limited,2014, UK</b></p>	2,8

# RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 310

## RANCANGAN PEMBELAJARAN SEMESTER

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
3	Mahasiswa mampu memahami tentang paradigma reputasi, pentingnya reputasi, serta faktor-faktor yang berpengaruh dalam pembentukan reputasi perusahaan. (C2)	Kemampuan untuk memahami tentang paradigma reputasi, pentingnya reputasi, serta faktor-faktor yang berpengaruh dalam pembentukan reputasi perusahaan.	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan tentang paradigma reputasi, pentingnya reputasi, serta faktor-faktor yang berpengaruh dalam pembentukan reputasi perusahaan.  Bentuk penilaian: Diskusi dan tanya jawab.	TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60"	<ol style="list-style-type: none"> <li>Paradigma Reputasi</li> <li>Faktor-Faktor yang berpengaruh dalam pembentukan reputasi perusahaan.</li> </ol> <p><b>Buku: John Dorley &amp; Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3<sup>rd</sup> edition, Routledge,2015</b></p>	2,8
4	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa mampu memahami peran Public Relations dalam pembentukan reputasi perusahaan. (C2)</li> <li>Review materi pertemuan 1-3. (C2)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Kemampuan untuk memahami dan menjelaskan kembali peran Public Relations dalam pembentukan reputasi perusahaan.</li> <li>Kemampuan menjelaskan kembali pemahaman terkait materi pertemuan 1-3.</li> </ol>	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan tentang peran Public Relations dalam pembentukan reputasi perusahaan.  Ketepatan dan penguasaan tentang materi yang disampaikan dalam pertemuan 1-3 dan mampu menjelaskan kembali pemahaman terkait materi pertemuan 1-3.  Bentuk penilaian: Diskusi, tanya jawab dan kuis dalam bentuk esai.	TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60"	<ol style="list-style-type: none"> <li>Peran Public Relations dalam membangun reputasi perusahaan.</li> <li>Review pertemuan 1-3.</li> </ol> <p><b>Buku: John Dorley &amp; Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3<sup>rd</sup> edition, Routledge,2015</b></p>	2.8
5	Mahasiswa mampu memahami pengertian Corporate Identity dan peran Corporate Identity dalam pembentukan reputasi perusahaan. (C2)	Kemampuan untuk memahami dan menjelaskan kembali pengertian Corporate Identity dan peran Corporate Identity dalam pembentukan reputasi perusahaan.	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan tentang pengertian Corporate Identity dan peran Corporate Identity dalam pembentukan reputasi perusahaan.  Bentuk penilaian: Diskusi dan tanya	TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60"	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pengertian Corporate Identity.</li> <li>Peran corporate Identity dalam pembentukan Reputasi perusahaan.</li> </ol> <p><b>Buku: John Dorley &amp; Helio Fred Garcia,</b></p>	2.8

## RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 310

### RANCANGAN PEMBELAJARAN SEMESTER

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
			jawab.		<b>Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3<sup>rd</sup> edition, Routledge,2015</b>	
6	Mahasiswa mampu memahami pengertian Corporate Citizenship dan praktik Good Corporate Citizenship. (C2)	Kemampuan untuk memahami dan menjelaskan kembali pengertian Corporate Identity dan peran Corporate Identity dalam pembentukan reputasi perusahaan	Ketepatan dan penguasaan tentang Corporate Identity dan peran Corporate Identity dalam pembentukan reputasi perusahaan.  Bentuk penilaian: Diskusi dan tanya jawab.	TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60"	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pengertian Corporate Citizenship</li> <li>Studi kasus terkait praktik Good Corporate Citizenship</li> </ol> <b>Buku: Andrew Griffin, Crisis, Issues and Reputation Management, Kogan Page, 2014.</b>	2.8
7 & 9	Mahasiswa mampu memahami pengertian Etika Komunikasi, pentingnya Etika Komunikasi dalam pembentukan reputasi perusahaan. (C2)	Kemampuan untuk memahami dan menjelaskan kembali pengertian Etika Komunikasi, pentingnya Etika Komunikasi dalam pembentukan reputasi perusahaan.	Kemampuan untuk memahami dan menjelaskan kembali pengertian Etika Komunikasi, pentingnya Etika Komunikasi dalam pembentukan reputasi perusahaan.  Bentuk penilaian: Diskusi dan tanya jawab	TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60"	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pengertian Etika Komunikasi.</li> <li>Studi kasus penerapan Etika Komunikasi dalam pembentukan reputasi.</li> </ol> <b>Buku: John Dorley &amp; Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3<sup>rd</sup> edition, Routledge,2015</b>	2.8
8	<b>Evaluasi Tengah Semester : 30</b> <b>Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya</b>					
10	Mahasiswa mampu memahami peran media sosial dalam pembentukan reputasi perusahaan. (C2)	Kemampuan untuk memahami dan menjelaskan kembali tentang peran media sosial dalam pembentukan reputasi perusahaan.	Ketepatan dan penguasaan tentang peran media sosial dalam pembentukan reputasi perusahaan.  Bentuk penilaian: Diskusi dan tanya jawab	TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60"	<b>Social Media Challenge for Organization.</b>  <b>Buku: John Dorley &amp; Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3<sup>rd</sup></b>	2.8

## RANCANGAN PEMBELAJARAN SEMESTER

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
					edition, Routledge,2015	
11	Mahasiswa mampu memahami pentingnya melakukan identifikasi stakeholders dalam membuat perencanaan kegiatan Public Relations yang terkait dengan pembentukan reputasi perusahaan. (C2)	Kemampuan untuk memahami dan menjelaskan kembali tentang pentingnya melakukan identifikasi stakeholders dalam membuat perencanaan kegiatan Public Relations yang terkait dengan pembentukan reputasi perusahaan.	Ketepatan dan penguasaan tentang pentingnya melakukan identifikasi stakeholders dalam membuat perencanaan kegiatan Public Relations yang terkait dengan pembentukan reputasi perusahaan.  Bentuk penilaian: Diskusi dan tanya jawab	TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60"	1. Stakeholders Mapping (pemetaan stakeholders) 2. Analisis Stakeholders.  <b>Buku: John Dorley &amp; Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3<sup>rd</sup> edition, Routledge,2015</b>	2.8
12	<b>Mahasiswa mampu memahami pengertian Media Relations, lingkup kegiatan Media Relations, indikator keberhasilan Media Relations dan keterkaitannya dalam pembentukan reputasi perusahaan. (C2)</b>  <b>Mahasiswa mampu menerapkan prinsip-prinsip pengelolaan reputasi dalam lingkup kegiatan Media Relations. (C6)</b>	Kemampuan memahami pengertian Media Relations, lingkup kegiatan Media Relations, indikator keberhasilan Media Relations dan keterkaitannya dalam pembentukan reputasi perusahaan.  Kemampuan menerapkan prinsip-prinsip pengelolaan reputasi dalam lingkup kegiatan Media Relations	Ketepatan dan penguasaan tentang pengertian Media Relations, lingkup kegiatan Media Relations, indikator keberhasilan Media Relations dan keterkaitannya dalam pembentukan reputasi perusahaan.  Ketepatan dalam menerapkan prinsip-prinsip pengelolaan reputasi dalam lingkup kegiatan Media Relations  Bentuk penilaian: Diskusi dan tanya jawab	TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60"	1. <b>Pengertian Media Relations.</b> 2. <b>Lingkup tanggung jawab Media Relations Person.</b> 3. <b>Bentuk-bentuk kegiatan Media Relations.</b>  <b>Buku: John Dorley &amp; Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3<sup>rd</sup> edition, Routledge,2015</b>	2.8
13	Mahasiswa mampu memahami pengertian Community Relations, lingkup kegiatan Community Relations, indikator keberhasilan Community Relations dan keterkaitannya dalam pembentukan	Kemampuan memahami pengertian Community Relations, lingkup kegiatan Community Relations, indikator keberhasilan Community	Ketepatan dan penguasaan tentang pengertian Community Relations, lingkup kegiatan Community Relations, indikator keberhasilan Community Relations dan keterkaitannya	TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60"	1. Pengertian Community Relations. 2. Lingkup kegiatan Community Relations 3. Indikator keberhasilan	2.8



## RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 310

### RANCANGAN PEMBELAJARAN SEMESTER

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	reputasi perusahaan. (C2)	Relations dan keterkaitannya dalam pembentukan reputasi perusahaan.	dalam pembentukan reputasi perusahaan.  Bentuk penilaian: Diskusi dan tanya jawab		Community Relations.  <b>Buku: John Dorley &amp; Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3<sup>rd</sup> edition, Routledge,2015</b>	
14	Mahasiswa mampu memahami pengertian Employee Relations, lingkup kegiatan Employee Relations, dan keterkaitannya dalam pembentukan reputasi perusahaan. (C2)	Kemampuan memahami pengertian Government Relations, lingkup kegiatan Government Relations, dan keterkaitannya dalam pembentukan reputasi perusahaan.	Ketepatan dan penguasaan tentang pengertian Government Relations, lingkup kegiatan Government Relations, dan keterkaitannya dalam pembentukan reputasi perusahaan.  Bentuk penilaian: Diskusi dan tanya jawab	TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60"	1. Pengertian Employee Relations. 2. Ruang lingkup kegiatan Employee Relations.  <b>Buku: John Dorley &amp; Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3<sup>rd</sup> edition, Routledge,2015</b>  <b>Buku: Agung Laksamana, Internal Public Relations, Strategi Membangun Reputasi Perusahaan, penerbit Republika, 2010.</b>	2.8
15	Mahasiswa mampu memahami pengertian Government Relations, lingkup kegiatan Government Relations, dan keterkaitannya dalam pembentukan reputasi perusahaan. (C2)	Mahasiswa mampu memahami pengertian Internal Relations, lingkup kegiatan Government Relations, dan keterkaitannya dalam pembentukan reputasi perusahaan.	Ketepatan dan penguasaan tentang pengertian Government Relations, lingkup kegiatan Government Relations, dan keterkaitannya dalam pembentukan reputasi perusahaan.  Bentuk penilaian: Diskusi dan tanya jawab	TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60"	1. Pengertian Employee Relations. 2. Ruang lingkup kegiatan Employee Relations.  <b>Buku: John Dorley &amp; Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3<sup>rd</sup> edition, Routledge,2015</b>	2.8



# RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 310

## RANCANGAN PEMBELAJARAN SEMESTER

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
16	<b>Evaluasi Akhir Semester: (30%)</b> <b>Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa</b>					



**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
COM 310**