







**RENCANA TUGAS MAHASISWA (RTM)
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUMANIORA DAN BISNIS**

**SPT-I/03/BP/POB-
01/F-03**

Issue/Revisi : A0

Mata Kuliah	: Komunikasi Persuasif	Tanggal	: 27 Juni 2023
Kode MK	: KOM204	Rumpun MK	: MKWP
Bobot (sks)	T (Teori) : 3 P (Praktik/Praktikum) : 0	Semester	: 4
Dosen Pengembang RPS,  Fathiyah Nur Rahmi, M.I.Kom.	Koordinator Keilmuan,  Fathiyah Nur Rahmi, M.I.Kom.	Kepala Program Studi,  Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom.	Dekan,  Dra. Clara Evi C. Citraningtyas, M.A., Ph.D

NOMOR TUGAS
1
BENTUK TUGAS
Unjuk Kerja
JUDUL TUGAS
Tugas Individu
SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (SUB CPMK)
Mahasiswa mampu menjelaskan kembali dasar- dasar komunikasi persuasif dan konsep persuasif dalam era Teknologi, Informasi dan Komunikasi. (C2)
DESKRIPSI TUGAS
Membuat essay studi kasus mengenai konsep komunikasi persuasif
METODE Pengerjaan Tugas
<ul style="list-style-type: none"> Studi kasus mengenai teori dan penggunaan etika profesi.



**RENCANA TUGAS MAHASISWA (RTM)
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUMANIORA DAN BISNIS**

**SPT-I/03/BP/POB-
01/F-03**

Issue/Revisi : A0

<ul style="list-style-type: none">• Diskusi• Penulisan essay
BENTUK DAN FORMAT LUARAN
Essay / paper
INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN
Indikator: Ketepatan dalam menjelaskan dasar- dasar persuasi dan komunikasi persuasif serta implementasinya dalam kehidupan sehari- hari. Kriteria: Rubrik Holistik Bobot Penilaian: <ul style="list-style-type: none">• Deskripsi teori dan studi kasus: 30%• Ketepatan hasil analisis: 50%• Diskusi: 20%
JADWAL PELAKSANAAN
Minggu ke-3
LAIN-LAIN
-
DAFTAR RUJUKAN
Perloff, Richard M. 2017. The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitudes in The 21st Century. New York. Routledge

NOMOR TUGAS
2
BENTUK TUGAS
Unjuk Kerja
JUDUL TUGAS
Tugas Individu
SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (SUB CPMK)

Mahasiswa mampu menelaah konsep dan teori komunikasi persuasif dengan fenomena komunikasi mengenai kredibilitas komunikator, pesan, dan media komunikasi untuk mempersuasi komunikan. (C4)

DESKRIPSI TUGAS

Membuat video narasi persuasi

METODE Pengerjaan Tugas

- Diskusi
- Pembuatan video

BENTUK DAN FORMAT LUARAN

Video narasi

INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN

Ketepatan dalam mengimplementasikan komunikasi persuasif pada berbagai bentuk narasi.

Kriteria: Rubrik Holistik

Bobot Penilaian:

- Naskah: 30%
- Kualitas hasil video: 50%
- Diskusi: 20%

JADWAL PELAKSANAAN

Minggu ke 10

LAIN-LAIN

-

DAFTAR RUJUKAN

Perloff, Richard M. 2017. The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitudes in The 21st Century. New York. Routledge

NOMOR TUGAS
3
BENTUK TUGAS
Unjuk Kerja
JUDUL TUGAS
Diskusi Kelompok
SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (SUB CPMK)
Mahasiswa mampu mengimplementasikan komunikasi persuasif dalam berbagai bentuk narasi, serta mengimplementasikan persuasi komunikasi interpersonal di kehidupan sehari-hari. (C3)
Mahasiswa mampu menelaah konsep dan teori komunikasi persuasif dengan fenomena komunikasi mengenai kredibilitas komunikator, pesan, dan media komunikasi untuk mempersuasi komunikan. (C4)
DESKRIPSI TUGAS
Makalah, yang terdiri dari latar belakang, konsep, analisis implementasi berbagai konsep komunikasi persuasif
METODE Pengerjaan Tugas
<ul style="list-style-type: none"> • Studi kasus • Diskusi • Pembuatan makalah
BENTUK DAN FORMAT LUARAN
Makalah
INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN
<p>Indikator: Ketepatan dalam menelaah konsep dan teori komunikasi persuasif dengan fenomena komunikasi mengenai kredibilitas komunikator, pesan, dan media komunikasi untuk mempersuasi komunikan.</p> <p>Kriteria: Rubrik Holistik</p> <p>Bobot Penilaian:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deskripsi teori dan studi kasus: 30% • Ketepatan hasil analisis: 50% • Diskusi: 20%



**RENCANA TUGAS MAHASISWA (RTM)
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUMANIORA DAN BISNIS**

**SPT-I/03/BP/POB-
01/F-03**

Issue/Revisi : A0

JADWAL PELAKSANAAN
Minggu ke 4-7
LAIN-LAIN
-
DAFTAR RUJUKAN
Perloff, Richard M. 2017. The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitudes in The 21st Century. New York. Routledge

NOMOR TUGAS
4
BENTUK TUGAS
Unjuk Kerja dan Observasi
JUDUL TUGAS
Presentasi dan Proyek
SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (SUB CPMK)
Mahasiswa mampu menyusun perencanaan kampanye persuasif dan merencanakan penerapan tools Integrated Marketing Communication menggunakan media digital mengenai isu komunikasi dalam berbagai konteks.(C6)
DESKRIPSI TUGAS
Membuat proposal perencanaan bentuk kampanye persuasif yang terdiri dari latar belakang, konsep, analisis implementasi berbagai konsep komunikasi persuasi. Produksi salah satu bentuk kampanye persuasif
METODE Pengerjaan Tugas
<ul style="list-style-type: none">• Studi kasus• Diskusi• Pembuatan proposal• Produksi karya persuasif
BENTUK DAN FORMAT LUARAN



**RENCANA TUGAS MAHASISWA (RTM)
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUMANIORA DAN BISNIS**

**SPT-I/03/BP/POB-
01/F-03**

Issue/Revisi : A0

Produksi dan Karya Persuasif

INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN

Indikator: Ketepatan menyusun perencanaan kampanye persuasif dan merencanakan penerapan tools Integrated Marketing Communication menggunakan media digital mengenai isu komunikasi dalam berbagai konteks

Indikator: Rubrik Holistik

Bobot Penilaian:

- Proposal: 30%
- Karya persuasif: 50%
- Presentasi: 20%

JADWAL PELAKSANAAN

Minggu ke 13-15

LAIN-LAIN

-

DAFTAR RUJUKAN

Perloff, Richard M. 2017. The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitudes in The 21st Century. New York. Routledge