






RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
 PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
 COM-306
 HUBUNGAN MASYARAKAT ONLINE

Issue/Revisi	: R2	Tanggal	: Januari 2020
Mata Kuliah	: Hubungan Masyarakat Online	Kode MK	: COM 306
Rumpun MK	: Mata Kuliah Wajib	Semester	: 6
Dosen Penyusun	: Dewi Silvialestari, S. KPM., M. Si.	Bobot (sks)	: 3 sks
Penyusun	Menyetujui	Mengesahkan	
			
Dewi Silvialestari, S.KPm., M.Si.	Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom.	Dr. Hendy Tannady, ST., MT., MM., MBA.	

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER	
Capaian Pembelajaran (CP)	CP - PRODI
	<p>S6 Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.</p> <p>S9 Memiliki sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri</p> <p>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</p> <p>KU3 Mampu merencanakan dan menyusun berbagai kegiatan komunikasi baik secara individu maupun kelompok</p> <p>KU6 Memiliki pemahaman konseptual dan keterampilan teknis dalam bidang pekerjaan komunikasi</p> <p>KK7 Mampu memproduksi isi pesan untuk berbagai tujuan komunikasi menggunakan berbagai jenis saluran komunikasi baik saluran konvensional dan saluran digital yang bermanfaat bagi masyarakat dan sesuai dengan norma hukum, norma sosial, dan etika yang berlaku</p>



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
 PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
 COM-306
 HUBUNGAN MASYARAKAT ONLINE

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER					
	KK13 Mampu terlibat dalam pengelolaan dan pengembangan organisasi media konvensional dan digital P8 Sejarah perkembangan, penggunaan, dan dampak teknologi di bidang komunikasi dan media CP-MK M1 Mahasiswa dapat mempelajari hubungan masyarakat online secara teoritis beserta aplikasinya (KU1, KU6, P8) M2 Mahasiswa mampu merancang proyek kampanye kreatif hubungan masyarakat online tepat sasaran (KU3, KK7, KK13)				
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini menjelaskan pemahaman konsep Hubungan Masyarakat <i>Online</i> , Cakupan dan Manfaat Hubungan Masyarakat <i>Online</i> , kegiatan Hubungan Masyarakat <i>Online</i> baik secara eksternal maupun internal, serta kegiatan Hubungan Masyarakat <i>Online</i> dalam konteks organisasi				
Materi Pembelajaran/Pokok Bahasan	1. Dasar-dasar hubungan masyarakat <i>online</i> PR 1.0 hingga PR 4.0 2. Peran hubungan masyarakat <i>online</i> 3. Prinsip, dan ragam hubungan masyarakat <i>online</i> 4. Etika penggunaan media sosial dan etika hubungan masyarakat <i>online</i> 5. <i>Branding</i> dan membangun reputasi melalui media online dan website 6. Kampanye dan publikasi menggunakan media online 7. Pengukuran efektivitas hubungan masyarakat <i>online</i>				
Pustaka	Utama Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intelligence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Pendukung Solis, Brian dan Deirdre Breakenridge. 2009. Putting the Public back in Public Relations: How Social Media is Reinventing the Aging Business of PR. New Jersey: Pearson Education, Inc.				
Media Pembelajaran	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Perangkat Lunak:</th> <th>Perangkat Keras:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Microsoft Power Point</td> <td>LCD Projector</td> </tr> </tbody> </table>	Perangkat Lunak:	Perangkat Keras:	Microsoft Power Point	LCD Projector
Perangkat Lunak:	Perangkat Keras:				
Microsoft Power Point	LCD Projector				
Team Teaching	-				
Mata Kuliah Prasyarat	-				



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
COM-306
HUBUNGAN MASYARAKAT ONLINE

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER		
Indikator, Kriteria dan Bobot Penilaian	Kehadiran (Keaktifan Mahasiswa atau QnA)	15%
	Tugas (Tugas 1 dan Tugas 2)	25%
	Ujian Tengah Semester	30%
	Ujian Akhir Semester	30%
Total Penilaian		100%



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
 PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
 COM-306
 HUBUNGAN MASYARAKAT ONLINE

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	<p>Mahasiswa mampu memahami kompetensi yang diharapkan, proses perkuliahan, tugas dan kontrak belajar. (C2)</p> <p>Mahasiswa mampu memahami dasar-dasar Hubungan Masyarakat Online (C2)</p> <p>Mahasiswa mampu membedakan aplikasi PR 1.0, PR 2.0, PR 3.0, dan PR 4.0 memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi (C4 dan A4)</p>	<ol style="list-style-type: none"> Ketepatan dalam memahami RPS Mata kuliah Ketepatan dalam memahami aturan kelas dan kewajiban mahasiswa Ketepatan dalam memahami dasar Hubungan Masyarakat Online Ketepatan dalam membedakan PR 1.0, PR 2.0, PR 3., dan PR 4.0. 	<p>Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan</p> <p>Bentuk Penilaian:</p> <ul style="list-style-type: none"> Diskusi Q n A 	<p>Kuliah dan Diskusi</p> <p>TM: 3x50 BM: 3x60 BT: 3x60</p> <p>Tugas: <i>Summary</i> atau ringkasan materi</p>	<ol style="list-style-type: none"> RPS Kontrak Kuliah Bobot Penilaian Mata Kuliah Apa itu Hubungan Masyarakat Online (PR 2.0) Mengapa ada Hubungan Masyarakat Online Pokok-pokok perbedaan antara PR 1.0, PR 2.0, PR 3.0, dan PR 4.0 <p>(Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intelligence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.)</p>	1%
2	<p>Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan sejauh mana PR memanfaatkan teknologi internet (C2)</p> <p>Mahasiswa mampu mengaplikasikan peran PR online untuk memenuhi kebutuhan masyarakat online (P1 dan A5)</p>	<ol style="list-style-type: none"> Ketepatan dalam memahami model komunikasi, bidang komunikasi dan nilai-nilai komunikasi Ketepatan dalam menjelaskan aplikasi peran PR online untuk masyarakat online 	<p>Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan</p> <p>Bentuk Penilaian:</p> <ul style="list-style-type: none"> Diskusi Q n A 	<p>Kuliah dan Diskusi</p> <p>TM: 3x50 BM: 3x60 BT: 3x60</p> <p>Tugas: <i>Summary</i> atau ringkasan materi</p>	<ol style="list-style-type: none"> Public Relations memanfaatkan medium internet Peran PR online bagi masyarakat Ragam Media PR 4.0 <p>(Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intelligence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.)</p>	1 %



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
 PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
 COM-306
 HUBUNGAN MASYARAKAT ONLINE

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	<p>Mahasiswa mampu memahami dan mendeskripsikan saluran baru dalam media siber/ media virtual (C2 dan C3)</p> <p>Mahasiswa mampu memahami dan mengaplikasikan pemanfaatan teknologi internet sebagai media PR secara efisien (C2)</p> <p>Mahasiswa mampu mengaplikasikan PR memanfaatkan teknologi sebagai solusi untuk menjangkau masyarakat online (P1 dan A5)</p>	<ol style="list-style-type: none"> Ketepatan dalam memahami ragam media PR Ketepatan dalam memahami pemanfaatan teknologi internet sebagai media PR 	<p>Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan</p> <p>Bentuk Penilaian:</p> <ul style="list-style-type: none"> Diskusi Q n A 	<p>Kuliah dan Diskusi</p> <p>TM: 3x50 BM: 3x60 BT: 3x60</p> <p>Tugas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Summary atau ringkasan materi Analisis Strategi Hubungan Masyarakat Online Merek/Perusahaan 	<ol style="list-style-type: none"> Mengenal berbagai ragam media PR 4.0 (internet based media) Memanfaatkan teknologi internet sebagai media PR Prinsip-prinsip Hubungan Masyarakat Online <p>(Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intelligence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.)</p>	1%
4	<p>Mahasiswa mampu memahami dan mengaplikasikan Online Media Relations (C2)</p> <p>Mahasiswa dapat mengaplikasikan online media relations secara kreatif (P1 dan A5)</p>	<ol style="list-style-type: none"> Ketepatan dalam memahami cyber media relations Kemampuan dalam mengaplikasikan cyber media relations secara kreatif 	<p>Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan</p> <p>Bentuk Penilaian:</p> <ul style="list-style-type: none"> Diskusi Q n A 	<p>Kuliah dan Diskusi</p> <p>TM: 3x50 BM: 3x60 BT: 3x60</p> <p>Tugas: <i>Summary</i> atau ringkasan materi</p>	<ol style="list-style-type: none"> Media-media online yang biasa digunakan untuk menjalin hubungan Mengembangkan Hubungan dengan Komunitas Online/ influencer Mengembangkan Komunitas Online untuk Media Relations Menyebarkan e-News Release <p>(Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intelligence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis</p>	1%



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
 PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
 COM-306
 HUBUNGAN MASYARAKAT ONLINE

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)
					Rekatama Media.)	
5	Mahasiswa mampu memahami dan mendeskripsikan etika dalam menggunakan media sosial (C2) Mahasiswa dapat mengaplikasikan etika PR dalam menggunakan sosial media (P1 dan A5)	<ol style="list-style-type: none"> Ketepatan dalam memahami etika media sosial Kemampuan dalam mengaplikasikan etika PR dalam menggunakan media sosial 	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> Diskusi Q n A 	Kuliah dan Diskusi TM: 3x50 BM: 3x60 BT: 3x60 Tugas: <i>Summary</i> atau ringkasan materi	1. Etika dalam Media Sosial 2. Etika Etika dalam Hubungan Masyarakat Online (Solis, Brian dan Deirdre Breakenridge. 2009. Putting the Public back in Public Relations: How Social Media is Reinventing the Aging Business of PR. New Jersey: Pearson Education, Inc.)	1%
6	Mahasiswa mampu memahami tentang Digital Branding atau cara membangun reputasi merek di dunia maya (C2) Mahasiswa dapat mengaplikasikan cara membangun reputasi merek di dunia maya (P1 dan A5)	<ol style="list-style-type: none"> Ketepatan dalam memahami cara membangun reputasi merek di dunia digital Kemampuan dalam mengaplikasikan cara membangun reputasi merek di dunia maya 	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> Diskusi Q n A 	Kuliah dan Diskusi TM: 3x50 BM: 3x60 BT: 3x60 Tugas: <i>Summary</i> atau ringkasan materi Asistensi: Tugas 1	<ol style="list-style-type: none"> Definisi reputasi online, Reputasi Merk di Dunia Maya; Definisi Digital Branding; Segmentasi online; (Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intellegence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.)	2%
7	Mahasiswa dapat menganalisis digital branding kreatif merek berkolaborasi dengan kelompoknya (C4 dan A5)	<ol style="list-style-type: none"> Kemampuan dalam menganalisis digital branding merek 	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> Presentasi Q n A 	Presentasi dan diskusi Tugas 1 BM: 3x60 BT: 3x90	<ol style="list-style-type: none"> Digital Branding Model (Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intellegence: Bagaimana Big Data dan AI	5%



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
 PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
 COM-306
 HUBUNGAN MASYARAKAT ONLINE

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)
					Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.)	
8	Evaluasi Tengah Semester : Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya (30%)					
9	<p>Mahasiswa memahami penggunaan website sebagai media PR (C2)</p> <p>Mahasiswa mampu memutuskan atau memilih website yang baik dan buruk sebagai media PR (C4 dan A4)</p> <p>Mahasiswa dapat membuat konsep website yang bermanfaat dan mudah digunakan oleh masyarakat online secara berkelompok (P1 dan A5)</p>	<ol style="list-style-type: none"> Ketepatan dalam memahami penggunaan website sebagai media PR Ketepatan dalam membedakan antara website yang baik dan buruk Kemampuan dalam membuat konsep website 	<p>Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan</p> <p>Bentuk Penilaian:</p> <ul style="list-style-type: none"> Diskusi Q n A 	<p>Kuliah dan Diskusi</p> <p>TM: 3x50 BM: 3x60 BT: 3x60</p> <p>Tugas: <i>Summary</i> atau ringkasan materi</p>	<ol style="list-style-type: none"> Memanfaatkan Website untuk PR: Corporate Website & Personal Website Keunggulan dan kelemahan Website sebagai Media PR Contoh-contoh kasus di luar dan di dalam negeri <p>(Solis, Brian dan Deirdre Breakenridge. 2009. Putting the Public back in Public Relations: How Social Media is Reinventing the Aging Business of PR. New Jersey: Pearson Education, Inc.)</p>	1%
10	<p>Mahasiswa mampu memahami perencanaan kampanye hubungan masyarakat online (C2)</p> <p>Mahasiswa mampu membuat perencanaan kampanye hubungan masyarakat online secara kreatif</p>	<ol style="list-style-type: none"> Ketepatan dalam memahami dan perencanaan kampanye hubungan masyarakat online Kemampuan dalam membuat perencanaan hubungan masyarakat online secara kreatif 	<p>Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan</p> <p>Bentuk Penilaian:</p> <ul style="list-style-type: none"> Diskusi Q n A 	<p>Kuliah dan Diskusi</p> <p>TM: 3x50 BM: 3x60 BT: 3x60</p> <p>Tugas: <i>Summary</i> atau ringkasan materi</p>	<ol style="list-style-type: none"> Riset untuk perencanaan kampanye Hubungan Masyarakat Online Mengenal karakteristik khalayak internet dan media sosial Penerapan SEO dan SEM untuk memperluas khalayak dalam kampanye 	1 %



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
 PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
 COM-306
 HUBUNGAN MASYARAKAT ONLINE

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)
	dengan biaya efisien (P1 dan A5)				Hubungan Masyarakat Online 4. Memantau efektivitas kampanye Hubungan Masyarakat Online 5. Mengenal berbagai tolak ukur media Hubungan Masyarakat Online (Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intelligence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.)	
11	Mahasiswa mampu memahami manfaat media sosial dalam melaksanakan kegiatan kehumasan (C2) Mahasiswa mampu membuat konten kreatif media sosial yang menarik dan orisinal/ tidak plagiat (P1 dan A5)	1. Ketepatan dalam memahami media sosial dan PR 2. Kemampuan dalam membuat konten kreatif media sosial	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: • Diskusi • Q n A	Kuliah dan Diskusi TM: 3x50 BM: 3x60 BT: 3x60 Tugas: <i>Summary</i> atau ringkasan materi	1. Definisi Social Media; 2. Ragam Media Sosial; 3. Mengembangkan e-PR melalui Media Sosial; 4. Keunggulan dan kelemahan penggunaan Media Sosial sebagai Media PR; 5. Membuat Content Plan Media Sosial 6. Membuat Content Media Sosial 7. Contoh-contoh kasus di luar dan di dalam negeri (Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial	1%



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
 PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
 COM-306
 HUBUNGAN MASYARAKAT ONLINE

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)
					Intelligence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.)	
12	Mahasiswa mampu membuat konten kreatif media sosial yang menarik dan orisinal/ tidak plagiat (P1 dan C6)	1. Kemampuan dalam membuat konten kreatif media sosial	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: • Diskusi • Q n A	Kuliah dan Diskusi TM: 3x50 BM: 3x60 BT: 3x60 Tugas: <i>Summary</i> atau ringkasan materi	1. Melihat sejauh mana persiapan membuat konten sosial media yang sesuai dengan perencanaan kampanye digital	1%
13	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang Publikasi Online (<i>social media release dan video release</i>) (C2) Mahasiswa dapat mengaplikasikan cara membuat <i>social media release dan video release</i> (P1 dan A5)	1. Ketepatan dalam memahami dan menjelaskan tentang Publikasi Online 2. Ketepatan dalam mengaplikasikan cara membuat <i>social media release dan video release</i>	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: • Diskusi • Q n A	Kuliah dan Diskusi TM: 3x50 BM: 3x60 BT: 3x60 Tugas: - <i>Summary</i> atau ringkasan materi - Rancangan Kampanye Hubungan Masyarakat Online	1. Mengenal ragam publikasi online 2. Social Media Release 3. Video News Release 4. Prinsip-prinsip mengembangkan publikasi online 5. Contoh-contoh kasus (Solis, Brian dan Deirdre Breakenridge. 2009. Putting the Public back in Public Relations: How Social Media is Reinventing the Aging Business of PR. New Jersey: Pearson Education, Inc.)	1%
14	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang pengukuran efektivitas aktivitas	1. Ketepatan dalam memahami dan menjelaskan tentang pengukuran	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan	Kuliah dan Diskusi TM: 3x50 BM: 3x60	1. Mengenal beragam aktivitas online public Relations 2. Pengukuran	3 %



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
 PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
 COM-306
 HUBUNGAN MASYARAKAT ONLINE

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)
	hubungan masyarakat online (C2)	efektivitas aktivitas hubungan masyarakat online	Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> Diskusi Q n A Asistensi tugas akhir 	BT: 3x60 Tugas: <i>Summary</i> atau ringkasan materi Asistensi: Tugas 2	Efektivitas Media Sosial 3. Web Metrics dan Engagement (Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intellegence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.)	
15	Mahasiswa mampu merancang perencanaan kampanye digital yang menarik (P1 dan C6)	1. Kemampuan dalam membuat konten kreatif media sosial	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> Presentasi 	Presentasi dan diskusi Tugas 2 BM: 3x60 BT: 3x90	1. Menjelaskan brand yang dipilih 2. Menjelaskan kampanye yang akan dilaksanakan 3. Menampilkan konten kampanye digital (Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intellegence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.)	5%
16	Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa (30 %)					



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
COM-306
HUBUNGAN MASYARAKAT ONLINE