




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

Issue/Revisi	: R3	Tanggal	: 03 Februari 2021
Mata Kuliah	: Manajemen Reputasi	Kode MK	: COM310
Rumpun MK	: MKMI	Semester	: 6 (Enam)
Dosen Penyusun	: Fathiya Nur Rahmi, M.I.Kom	Bobot (sks)	: 3 SKS
Penyusun,	Menyetujui,	Mengesahkan,	
			
Fathiya Nur Rahmi, M.I.Kom	Naurissa Biasini, S.Si, M.I.Kom	Dra. Clara Evi Citraningtyas, M.A., Ph.D	

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER		
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL - PRODI	
	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.	

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

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER	
	<p>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.</p> <p>KK1 Mampu menggunakan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam menyelesaikan masalah.</p> <p>KK2 Mampu menerapkan nilai-nilai Jaya untuk menjadi insan yang bermartabat.</p> <p>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.</p> <p>KK9 Mampu menjalankan program komunikasi untuk mencapai tujuan melalui tahap perencanaan, implementasi, dan evaluasi pelaksanaan program komunikasi;</p> <p>KK12 Mampu membangun hubungan dengan komunitas, media, pemerintah, swasta, dan lembaga swadaya masyarakat dengan menggunakan keterampilan komunikasi dan memanfaatkan teknologi komunikasi terbaru dan terkini.</p>
	CP-MK
	<p>M1 Mahasiswa mampu menjelaskan konsep reputasi, bagaimana perusahaan mengelola reputasi dan peran penting public relations dalam membangun reputasi perusahaan. (C2), (P1), (A1)</p> <p>M2 Mahasiswa mampu merancang 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), (P2), (A2)</p> <p>M3 Mahasiswa mampu menyusun program komunikasi dalam lingkup kegiatan Manajemen Reputasi yang meliputi tahap perencanaan, implementasi, dan evaluasi. (C6), (P2), (A4)</p>
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini membahas tentang pentingnya manajemen reputasi dan peran penting Public Relations dalam pengelolaan reputasi perusahaan.

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

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER	
Materi Pembelajaran/ Pokok Bahasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep Reputasi 2. Konsep-Konsep yang terkait dengan reputasi: brand, citra. 3. Unsur-Unsur pembentukan reputasi perusahaan 4. Corporate Identity 5. Corporate Responsibility 6. Etika & Komunikasi 7. Social Media Challenge for Corporate 8. Stakeholders Mapping 9. Media Relations 10. Community Relations 11. Employee Relations 12. Government Relations
Pustaka	Utama
	John Doorley and Helio Fred Garcia, Reputation Management 3rd Edition, The Key to Successful Public Relations and Communication, Routledge, 2015, New York
	Pendukung
	Andrew Griffin, Crisis, Issues and Reputation Management, Kogan Page Limited, 2014, UK Agung Laksamana, Internal Public Relations, Strategi Membangun Reputasi Perusahaan, penerbit Republika, 2010.
Media Pembelajaran	Perangkat Lunak:
	Ms. Powerpoint Collabor Zoom Quizziz
	Perangkat Keras:
	Laptop
Team Teaching	-
Mata Kuliah Prasyarat	Strategi dan Taktik Hubungan Masyarakat

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

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"> Mahasiswa mampu memahami kompetensi yang diharapkan, proses perkuliahan, tugas dan kontrak belajar. (C2) Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan konsep reputasi secara umum. (C2), (P1), (A1) 	<ol style="list-style-type: none"> Kemampuan untuk memahami RPS, kontrak kuliah dan bobot penilaian. Kemampuan untuk memahami dan menjelaskan kembali konsep reputasi secara umum. 	<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> Ketepatan Memahami RPS, kontrak kuliah dan bobot penilaian. Ketepatan memahami dan menjelaskan kembali konsep reputasi secara umum. <p>Bentuk penilaian: Diskusi dan Tanya jawab</p>	<p>TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60"</p> <ol style="list-style-type: none"> Pemaparan materi dan tanya jawab melalui Zoom Meeting. Mahasiswa mempelajari materi berupa PDF dan Video secara mandiri melalui Collabor. Diskusi melalui forum Collabor. 	<ol style="list-style-type: none"> Pengenalan reputasi melalui contoh kasus sehari-hari. Membaca artikel di media online terkait reputasi. <p>Buku: John Dorley & Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3rd edition, Routledge, 2015</p>	2,5
2	Mahasiswa mampu memahami definisi reputasi dan konsep-konsep yang terkait dengan reputasi seperti Citra dan Branding. (C2), (P1), (A1)	Kemampuan untuk memahami dan menjelaskan kembali definisi reputasi dan konsep-konsep yang terkait dengan reputasi seperti konsep Citra dan Branding.	<p>Kriteria:</p> <p>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"> Mahasiswa mempelajari materi berupa PDF dan Video secara mandiri melalui Collabor. Diskusi melalui forum Collabor. 	<ol style="list-style-type: none"> Definisi Reputasi Konsep Citra, Branding. Perbedaan antara Citra, Branding dan Keterkaitannya dengan pembentukan reputasi. <p>Buku: John Dorley & Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3rd edition, Routledge, 2015</p> <p>Buku: Andrew Griffin, Crisis, Issues and Reputation Management, Kogan Page Limited, 2014, UK</p>	2,5
3	1. Mahasiswa mampu memahami tentang paradigma reputasi, pentingnya reputasi, serta faktor-faktor yang berpengaruh dalam pembentukan reputasi	1. Kemampuan untuk memahami tentang paradigma reputasi, pentingnya	<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> Ketepatan dan penguasaan tentang paradigma reputasi, pentingnya reputasi, serta 	<p>TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60"</p> <ol style="list-style-type: none"> Pemaparan materi dan tanya jawab 	<ol style="list-style-type: none"> Paradigma Reputasi Faktor-Faktor yang berpengaruh dalam pembentukan 	2,5

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

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)
	2. perusahaan. (C2), (P1), (A1) Mahasiswa mampu memahami tentang konsep reputasi, citra, branding dan faktor manajemen reputasi melalui review materi Pertemuan 1-2. (C2), (P1), (A1)	reputasi, serta faktor-faktor yang berpengaruh dalam pembentukan reputasi perusahaan 2. Kemampuan menjelaskan kembali konsep reputasi, citra, branding dan faktor manajemen reputasi melalui review materi pertemuan 1-2.	faktor-faktor yang berpengaruh dalam pembentukan reputasi perusahaan. 2. Ketepatan dan penguasaan tentang konsep reputasi, citra, branding dan faktor manajemen reputasi melalui review materi pertemuan 1-2. Bentuk penilaian: Diskusi dan Tanya jawab Kuis berupa pilihan ganda	melalui Zoom Meeting. 2. Mahasiswa mempelajari materi berupa PDF dan Video secara mandiri melalui Collabor. 3. Diskusi melalui forum Collabor. 4. Kuis review materi 1 & 2 melalui Quizziz	reputasi perusahaan. 3. Review materi 1-2. Buku: John Dorley & Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3 rd edition, Routledge, 2015	
4	1. Mahasiswa mampu memahami peran Public Relations dalam pembentukan reputasi perusahaan. (C2), (P1), (A1) 2. Mahasiswa mampu merancang isi pesan untuk berbagai tujuan komunikasi dalam lingkup kegiatan manajemen reputasi melalui tugas individu. (C6), (P2), (A2)	1. Kemampuan untuk memahami dan menjelaskan kembali peran Public Relations dalam pembentukan reputasi perusahaan. 2. Kemampuan merancang isi pesan untuk berbagai tujuan komunikasi dalam lingkup kegiatan manajemen reputasi melalui tugas individu.	Kriteria: 1. Ketepatan dan penguasaan tentang peran Public Relations dalam pembentukan reputasi perusahaan. 2. Ketepatan merancang isi pesan dalam ruang lingkup manajemen reputasi. Bentuk penilaian: Diskusi dan Tanya jawab, serta Tugas	TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60" 1. Mahasiswa mempelajari materi berupa PDF dan Video secara mandiri melalui Collabor. 2. Diskusi melalui forum Collabor. 3. Tugas 1: (Tugas Individu) membuat essay mengenai contoh kasus reputasi perusahaan (analisis citra, reputasi dan branding serta faktor penyebab pembentukan reputasi). Tugas dicantumkan dan dikumpulkan melalui Collabor.	1. Peran Public Relations dalam membangun reputasi perusahaan. 2. Studi kasus reputasi perusahaan Buku: John Dorley & Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3 rd edition, Routledge, 2015	2,5

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

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)
5	Mahasiswa mampu memahami pengertian Corporate Identity dan peran Corporate Identity dalam pembentukan reputasi perusahaan. (C2), (P1), (A1)	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.	TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60" 1. Pemaparan materi dan tanya jawab melalui Zoom Meeting. 2. Mahasiswa mempelajari materi berupa PDF dan Video secara mandiri melalui Collabor. 3. Diskusi melalui forum Collabor	1. Pengertian Corporate Identity. 2. Peran corporate Identity dalam pembentukan Reputasi perusahaan. Buku: John Dorley & Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3 rd edition, Routledge, 2015	2,5
6	1. Mahasiswa mampu memahami pengertian Corporate Citizenship dan praktik Good Corporate Citizenship. (C2), (P1), (A1) 2. Mahasiswa mampu merancang isi pesan untuk berbagai tujuan komunikasi dalam lingkup Corporate Identity dan Corporate Citizenship melalui tugas individu. (C6), (P2), (A2)	1. Kemampuan untuk memahami dan menjelaskan kembali pengertian Corporate Identity dan peran Corporate Identity dalam pembentukan reputasi perusahaan. 2. Kemampuan untuk memahami dan menjelaskan kembali Corporate Identity dan Corporate Citizenship melalui tugas.	Kriteria: 1. Ketepatan dan penguasaan tentang Corporate Identity dan peran Corporate Identity dalam pembentukan reputasi perusahaan. 2. Ketepatan penjelasan mengenai Corporate Identity dan Corporate Citizenship melalui tugas. Bentuk penilaian: Diskusi dan tanya Jawab. Tugas.	TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60" 1. Mahasiswa mempelajari materi berupa PDF dan Video secara mandiri melalui Collabor. 2. Diskusi melalui forum Collabor. 3. Tugas 2: (Tugas Individu) membuat essay mengenai Corporate Identity dan Corporate Citizenship. Tugas dicantumkan dan dikumpulkan melalui Collabor.	1. Pengertian Corporate Citizenship 2. Studi kasus terkait praktik Good Corporate Citizenship Buku: Andrew Griffin, Crisis, Issues and Reputation Management, Kogan Page Limited, 2014, UK	2,5
7	1. Mahasiswa mampu menjelaskan konsep reputasi, citra, branding dan faktor manajemen reputasi, peran penting public relations dalam membangun reputasi	Kemampuan menjelaskan kembali konsep reputasi, citra, branding dan faktor manajemen reputasi, peran penting public	Ketepatan dan penguasaan tentang konsep reputasi, citra, branding dan faktor manajemen reputasi, peran penting public relations dalam membangun reputasi	TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60" 1. Pemaparan materi dan tanya jawab	Review materi 1-7 Buku: John Dorley & Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful	2,5

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

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)
	perusahaan.melalui Review materi 1-7 (C2), (P1), (A1)	relations dalam membangun reputasi perusahaan.melalui Review materi 1-7	perusahaan.melalui Review materi 1-7	melalui Zoom Meeting. 2. Mahasiswa mempelajari materi berupa PDF dan Video secara mandiri melalui Collabor. 3. Diskusi melalui forum Collabor. 4. Kuis review materi 1 & 2 melalui Quizziz	Public Relations and Corporate Communication, 3 rd edition, Routledge, 2015 Buku: Andrew Griffin, Crisis, Issues and Reputation Management, Kogan Page Limited, 2014, UK	
8	Evaluasi Tengah Semester : Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya 1. (30%)					
9	Mahasiswa mampu memahami pengertian Etika Komunikasi, pentingnya Etika Komunikasi dalam pembentukan reputasi perusahaan. (C2), (P1), (A1)	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" 1. Pemaparan materi dan tanya jawab melalui Zoom Meeting. 2. Mahasiswa mempelajari materi berupa PDF dan Video secara mandiri melalui Collabor. 3. Diskusi melalui forum Collabor.	1. Pengertian Etika Komunikasi. 2. Studi kasus penerapan Etika Komunikasi dalam pembentukan reputasi. Buku: John Dorley & Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3 rd edition, Routledge, 2015	2,5
10	Mahasiswa mampu memahami peran media sosial dalam pembentukan reputasi perusahaan. (C2), (P1), (A1)	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" 1. Mahasiswa mempelajari materi berupa PDF dan Video secara mandiri melalui Collabor.	Social Media Challenge for Organization. Buku: John Dorley & Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3 rd edition, Routledge, 2015	2,5

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

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)
				2. Diskusi melalui forum Collabor.		
11	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa mampu memahami pentingnya melakukan identifikasi stakeholders dalam membuat perencanaan kegiatan Public Relations yang terkait dengan pembentukan reputasi perusahaan. (C2), (P1), (A1) Mahasiswa mampu menjelaskan etika komunikasi dan peran media sosial dalam manajemen reputasi melalui review materi 9-10. (C2), (P1), (A1) 	<ol style="list-style-type: none"> Kemampuan untuk memahami dan menjelaskan kembali tentang pentingnya melakukan identifikasi stakeholders dalam membuat perencanaan kegiatan Public Relations yang terkait dengan pembentukan reputasi - perusahaan. Kemampuan untuk menjelaskan etika komunikasi dan peran media sosial dalam manajemen reputasi melalui review materi 9-10. 	<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> Ketepatan dan penguasaan tentang pentingnya melakukan Identifikasi stakeholders dalam membuat perencanaan kegiatan Public Relations yang terkait dengan pembentukan reputasi perusahaan. Ketepatan dan penguasaan tentang materi etika komunikasi dan peran media sosial dalam manajemen reputasi melalui review materi 9-10. <p>Bentuk penilaian: Diskusi dan Tanya jawab. Kuis berupa pilihan ganda</p>	<p>TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60"</p> <ol style="list-style-type: none"> Pemaparan materi dan tanya jawab melalui Zoom Meeting. Mahasiswa mempelajari materi berupa PDF dan Video secara mandiri melalui Collabor. Diskusi melalui forum Collabor. Kuis review materi 9-10 melalui Quizziz 	<ol style="list-style-type: none"> Stakeholders Mapping (pemetaan stakeholders) Analisis Stakeholders. Review materi 9-10. <p>Buku: John Dorley & Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3rd edition, Routledge, 2015</p>	2,5
12	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa mampu memahami pengertian Media Relations, lingkup kegiatan Media Relations, indikator keberhasilan Media Relations dan keterkaitannya dalam pembentukan reputasi perusahaan. (C2), (P1), (A1) Mahasiswa mampu menerapkan prinsip-prinsip pengelolaan reputasi dalam lingkup kegiatan Media Relations. (C6), (P2), (A2) Mahasiswa mampu merancang isi pesan untuk berbagai tujuan komunikasi dalam lingkup media relations melalui tugas 	<ol style="list-style-type: none"> 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 	<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 Ketepatan pengerjaan tugas. 	<p>TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60"</p> <ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa mempelajari materi berupa PDF dan Video secara mandiri melalui Collabor. Diskusi melalui forum Collabor. Tugas 3: (Tugas Kelompok) Membuat rancangan makalah tentang media 	<ol style="list-style-type: none"> Pengertian Media Relations. Lingkup tanggung jawab Media Relations Person. Bentuk-bentuk kegiatan Media Relations. Studi kasus media relations dalam manajemen reputasi. <p>Buku: John Dorley & Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate</p>	2,5

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

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)
	kelompok. (C6), (P2), (A2)	3. kegiatan Media Relations Kemampuan merancang isi pesan untuk berbagai tujuan komunikasi dalam lingkup media relations melalui tugas kelompok.	Bentuk penilaian: Diskusi dan Tanya jawab. Serta tugas.	relations dalam manajemen reputasi. Tugas dicantumkan dan dikumpulkan melalui Collabor.	Communication, 3rd edition, Routledge, 2015	
13	Mahasiswa mampu memahami pengertian Community Relations, lingkup kegiatan Community Relations, indikator keberhasilan Community Relations dan keterkaitannya dalam pembentukan reputasi perusahaan. (C2), (P1), (A1)	Kemampuan memahami pengertian Community Relations, lingkup kegiatan Community Relations, indikator keberhasilan Community Relations dan keterkaitannya dalam pembentukan reputasi perusahaan.	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan tentang pengertian Community Relations, lingkup kegiatan Community Relations, indikator keberhasilan Community Relations dan keterkaitannya dalam pembentukan reputasi perusahaan. Bentuk penilaian: Diskusi dan tanya jawab	TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60" 1. Pemaparan materi dan tanya jawab melalui Zoom Meeting. 2. Mahasiswa mempelajari materi berupa PDF dan Video secara mandiri melalui Collabor. 3. Diskusi melalui forum Collabor	1. Pengertian Community Relations. 2. Lingkup kegiatan Community Relations 3. Indikator keberhasilan Buku: John Dorley & Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3rd edition, Routledge, 2015	2,5
14	1. Mahasiswa mampu memahami pengertian Employee Relations, lingkup kegiatan Employee Relations, dan keterkaitannya dalam pembentukan reputasi perusahaan. (C2), (P1), (A1) 2. Mahasiswa mampu menyusun program komunikasi dalam lingkup kegiatan Manajemen Reputasi yang meliputi tahap perencanaan, implementasi, dan evaluasi melalui tugas kelompok. (C6), (P2), (A4)	1. Kemampuan memahami pengertian Government Relations, lingkup kegiatan Government Relations, dan keterkaitannya dalam pembentukan reputasi perusahaan. 2. Kemampuan untuk memahami dan menjelaskan kembali employee relations dalam manajemen reputasi melalui tugas.	Kriteria: 1. Ketepatan dan penguasaan tentang pengertian Government Relations, lingkup kegiatan Government Relations, dan keterkaitannya dalam pembentukan reputasi perusahaan. 2. Ketepatan Mahasiswa mampu menyusun program komunikasi dalam lingkup kegiatan Manajemen Reputasi yang meliputi tahap perencanaan, implementasi, dan evaluasi.	TM: 3x50" PT: 3x50" BM:3x60" 1. Mahasiswa mempelajari materi berupa PDF dan Video secara mandiri melalui Collabor. 2. Diskusi melalui forum Collabor. 3. Tugas 4: (Tugas Kelompok) Membuat rancangan program komunikasi terkait manajemen reputasi	1. Pengertian Employee Relations. 2. Ruang lingkup kegiatan Employee Relations. 3. Studi kasus manajemen reputasi. Buku: John Dorley & Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3rd edition, Routledge, 2015	2,5

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

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. Kemampuan menyusun program komunikasi dalam lingkup kegiatan Manajemen Reputasi yang meliputi tahap perencanaan, implementasi, dan evaluasi.	Bentuk penilaian: Diskusi dan tanya Jawab. Tugas.	dalam bentuk makalah. Tugas dicantumkan dan dikumpulkan melalui Collabor.		
15	Mahasiswa mampu menjelaskan etika komunikasi dan peran media sosial, stakeholders, media relations, community relations dan employee relations dalam manajemen reputasi melalui review materi 9-15. (C2), (P1), (A1)	Kemampuan menjelaskan etika komunikasi dan peran media sosial, stakeholders, media relations, community relations dan employee relations dalam manajemen reputasi melalui review materi 9-15.	Ketepatan dan penguasaan tentang materi etika komunikasi dan peran media sosial, stakeholders, media relations, community relations dan employee relations dalam manajemen reputasi melalui review materi 9-15.	TM: 3x50" PT: 3x50" BM: 3x60" 1. Pemaparan materi dan tanya jawab melalui Zoom Meeting. 2. Mahasiswa mempelajari materi berupa PDF dan Video secara mandiri melalui Collabor. 3. Diskusi melalui forum Collabor. 4. Kuis review materi 9 - 15 melalui Quizziz	Review materi 9-15 Buku: John Dorley & Helio Fred Garcia, Reputation Management: The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, 3 rd edition, Routledge, 2015 Buku: Andrew Griffin, Crisis, Issues and Reputation Management, Kogan Page Limited, 2014, UK	2,5
16	Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa (35%)					



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