

Mata Kuliah	: Komunikasi Persuasif	Tanggal	: 01 Februari 2025
Kode MK	: KOM204	Rumpun MK	: MKWP
Bobot (sks)	T (Teori) : 3 P (Praktik/Praktikum) : 0	Semester	: 4
Dosen Pengembang RPS,  Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom.	Koordinator Keilmuan,  Fathiya 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

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER		
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL – PRODI yang dibebankan pada MK	
	23-KOM-CPL-03	Membangun sikap mandiri, bertanggungjawab sesuai nilai, norma, dan etika akademik kajian Ilmu Komunikasi dan berjiwa kewirausahaan.
	23-KOM-CPL-06	Membangun kemampuan berpikir tingkat tinggi (High Order Thinking Skill) seperti komunikasi, kolaborasi, berpikir kritis, dan kreatif dalam menghadapi era industri dan perkembangannya di luar program studi melalui program MBKM.
	23-KOM-CPL-08	Membuktikan tanggung jawab atas pencapaian hasil kerja berdasarkan proses pengambilan keputusan yang tepat dengan memelihara dan mengembangkan jaringan kerja.
	23-KOM-CPL-10	Merancang pesan komunikasi berdasarkan hasil analisis atau kajian terhadap masalah atau isu komunikasi dalam berbagai konteks.
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	
	23-KOM-CPMK-031	Mampu menerangkan konsep teoritis di bidang komunikasi sesuai dengan etika dan norma yang berlaku
	23-KOM-CPMK-062	Mampu mendemonstrasikan keterampilan di bidang komunikasi secara kreatif dan kolaboratif.
	23-KOM-CPMK-081	Mampu mengaitkan konsep dan teori dengan fenomena komunikasi dalam proses pengambilan keputusan secara tepat

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER						
	23-KOM-CPMK-102	Mampu merencanakan isi pesan komunikasi berdasarkan hasil analisis atau kajian terhadap masalah atau isu komunikasi dalam berbagai konteks				
Kemampuan Akhir Tiap Tahap Belajar (Sub-CPMK)						
	23-SUBCPMK-KOM-056	Mahasiswa mampu menjelaskan dasar- dasar komunikasi persuasif dan konsep persuasif dalam era Teknologi, Informasi dan Komunikasi.				
	23-SUBCPMK-KOM-057	Mahasiswa mampu menjelaskan kembali perspektif etika, konsep attitude, dan proses komunikasi persuasif.				
	23-SUBCPMK-KOM-058	Mahasiswa mampu mengimplementasikan komunikasi persuasif dalam berbagai bentuk narasi, serta mengimplementasikan persuasi komunikasi interpersonal di kehidupan sehari-hari.				
	23-SUBCPMK-KOM-059	Mahasiswa mampu menelaah konsep dan teori komunikasi persuasif dengan fenomena komunikasi mengenai kredibilitas komunikator, pesan, dan media komunikasi untuk mempersuasi komunikan.				
	23-SUBCPMK-KOM-060	Mahasiswa mampu menyusun isi pesan persuasif dan merencanakan penerapan tools Integrated Marketing Communication menggunakan media digital mengenai isu komunikasi dalam berbagai konteks.				
Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK						
		23-SUBCPMK-KOM-056	23-SUBCPMK-KOM-057	23-SUBCPMK-KOM-058	23-SUBCPMK-KOM-059	23-SUBCPMK-KOM-060
	23-KOM-CPMK-031	√	√			
	23-KOM-CPMK-062			√		
	23-KOM-CPMK-081				√	
	23-KOM-CPMK-102					√
Kode CPL	Kode CPMK	Kode Sub CPMK	Indikator	Metode Penilaian	Bobot	
23-KOM-CPL-03	23-KOM-CPMK-031	23-SUBCPMK-KOM-056	Kelengkapan Jawaban	Partisipatif	15%	
		23-SUBCPMK-KOM-057	Kelengkapan Jawaban, Kelengkapan Proposal	Tugas	30%	
23-KOM-CPL-06	23-KOM-CPMK-062	23-SUBCPMK-KOM-058	Kelengkapan Jawaban	Ujian Tertulis (UTS)	25%	
23-KOM-CPL-08	23-KOM-CPMK-081	23-SUBCPMK-KOM-059	Kualitas Produksi	Project (UAS)	30%	

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER					
23-KOM-CPL-10	23-KOM-CPMK-102	23-SUBCPMK-KOM-060	Kualitas Produksi	UAS	15%
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini membahas prinsip dasar komunikasi persuasif, teori terkait, hingga teknik dan strategi komunikasi persuasif serta peran media baru dalam kehidupan dan signifikansinya dalam menyampaikan pesan di ruang publik. Mahasiswa juga merancang karya komunikasi sebagai bagian dari pesan persuasif.				
Bahan Kajian : Materi Pembelajaran/Pokok Bahasan	Critical Thinking & Creative Strategy, Teori Komunikasi				
Pustaka	Utama				
	Scott, David Meerman. 2020. Seventh Edition. The New Rules of Marketing & PR: How to use content marketing, podcasting, social media, AI, live video, and newsjacking to reach buyers directly. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.				
	Pendukung				
	Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intelligence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.				
Media Pembelajaran	Perangkat Lunak:		Perangkat Keras:		
	Power Point, Collabor		Komputer, LCD Projector, Speaker		
Dosen Pengampu	Fathiya Nur Rahmi, M.I.Kom				
Mata Kuliah Prasyarat	-				

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Indikator, Kriteria, dan Bobot Penilaian	Komponen Penilaian	Bobot
	Partisipasi diskusi kelas (<i>case method</i>) – aspek afektif	15
	Presentasi Akhir (<i>problem/project based learning</i>) – aspek psikomotorik	30
	Tugas - aspek kognitif	15
	Kuis - aspek kognitif	15
	Ujian tertulis (UTS) - aspek kognitif	25

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Luring (5)	Daring (6)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	
1-2	Mahasiswa mampu menjelaskan kembali dasar- dasar komunikasi persuasif dan konsep persuasif dalam era Teknologi, Informasi dan Komunikasi. (C2)	<ul style="list-style-type: none"> Ketepatan dalam menjelaskan dasar- dasar persuasi dan komunikasi persuasif serta implementasinya dalam kehidupan sehari- hari. Ketepatan dalam menjelaskan konsep-konsep dari Komunikasi Persuasif serta implementasi komunikasi persuasif dalam Era TIK (Teknologi, Informasi dan Komunikasi) 	Kriteria: Rubrik holistik. Bentuk test: <ul style="list-style-type: none"> Tanya Jawab Diskusi 	Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka. Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus. Waktu: TM: 3x50" TS: 3x60" TM:3x60"		<ol style="list-style-type: none"> Pengantar konsep persuasi Pengertian Konsep dan Ruang Lingkup Komunikasi Persuasif serta posisinya dalam disiplin Ilmu Komunikasi Sejarah perkembangan komunikasi persuasif Pengaruh perkembangan era TIK pada komunikasi persuasif 	0,6

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Luring (5)	Daring (6)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	
						Pustaka: Perloff, Richard M. 2017. The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitudes in The 21st Century. New York. Routledge	
3-5	Mahasiswa mampu menjelaskan kembali perspektif etika, konsep attitude, dan proses komunikasi persuasif. (C2)	<ul style="list-style-type: none"> Ketepatan dalam menjelaskan perspektif etika dalam Komunikasi Persuasif Ketepatan dalam menjelaskan konsep attitude dalam komunikasi persuasif Ketepatan dalam menjelaskan proses komunikasi persuasif 	<p>Kriteria: Rubrik analitik.</p> <p>Bentuk test:</p> <ul style="list-style-type: none"> Tanya Jawab Diskusi Tugas Kelompok 	<p>Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka. (Pertemuan ke-3&5)</p> <p>Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus.</p> <p>Waktu: TM: 3x50" TS: 3x60" TM:3x60"</p> <p>Tugas Kelompok Makalah, yang terdiri dari latar belakang, konsep, analisis implementasi berbagai konsep komunikasi persuasif</p>	<p>Bentuk: Kuliah daring (Pertemuan ke-4)</p> <p>Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus.</p> <p>Waktu: TM: 3x50" TS: 3x60" TM:3x60"</p> <p>Tugas Kelompok Makalah, yang terdiri dari latar belakang, konsep, analisis implementasi berbagai konsep komunikasi persuasif</p>	<ol style="list-style-type: none"> Pengertian Etika dalam konteks persuasif Berbagai jenis Etika dalam Komunikasi Persuasif Implementasi Etika Komunikasi persuasif di masyarakat Pengertian konsep attitude dalam Komunikasi Persuasif Konsep attitude dalam penelitian komunikasi Menguraikan unsur-unsur proses komunikasi persuasif Proses Komunikasi Persuasif dalam penelitian (teori teori Persuasi) Unsur Komunikator dan Komunikan dalam Komunikasi Persuasif 	7,5

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Luring (5)	Daring (6)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	
						9. Jenis jenis pesan Komunikasi Persuasif dan penerapan dalam kehidupan sehari-hari. Pustaka: Perloff, Richard M. 2017. The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitudes in The 21st Century. New York. Routledge	
6-7	Mahasiswa mampu menelaah konsep dan teori komunikasi persuasif dengan fenomena komunikasi mengenai kredibilitas komunikator, pesan, media komunikasi untuk mempersuasi komunikan. (C4)	<ul style="list-style-type: none"> Ketepatan dalam menguraikan kualitas komunikator yang persuasif dan mempersuasi komunikan. Ketepatan dalam menguraikan pesan-pesan persuasif. 	Kriteria: Rubrik analitik. Bentuk test: <ul style="list-style-type: none"> Kuis Tertulis Tanya Jawab Diskusi Tugas Kelompok 	Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka. Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus. Waktu: TM: 3x50" TS: 3x60" TM:3x60" Tugas Kelompok Makalah, yang terdiri dari latar belakang, konsep, analisis implementasi berbagai konsep komunikasi persuasif Kuis tertulis: Review materi 1-7		1. Unsur Komunikator dan Komunikan dalam Komunikasi Persuasif 2. Penilaian kualitas komunikator 3. Pentingnya unsur pesan dalam komunikasi persuasif 4. Jenis jenis pesan Komunikasi Persuasif dan penerapan dalam kehidupan sehari hari. Pustaka: Perloff, Richard M. 2017. The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitudes in The 21st	5,5

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Luring (5)	Daring (6)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	
						Century. New York. Routledge	
8	Evaluasi Tengah Semester : Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya (30%)						
9	Mahasiswa mampu menelaah konsep dan teori komunikasi persuasif dengan fenomena komunikasi mengenai kredibilitas komunikator, pesan, media komunikasi untuk mempersuasi komunikan. (C4)	Ketepatan dalam menjelaskan mengenai penerapan media modern sebagai media persuasi yang efektif	<p>Kriteria: Rubrik analitik.</p> <p>Bentuk test:</p> <ul style="list-style-type: none"> Tanya Jawab Diskusi Tugas Kelompok 	<p>Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka.</p> <p>Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus.</p> <p>Waktu: TM: 3x50" TS: 3x60" TM:3x60"</p> <p>Tugas Kelompok Makalah, yang terdiri dari latar belakang, konsep, analisis implementasi berbagai konsep komunikasi persuasif</p>		<ol style="list-style-type: none"> Sejarah perkembangan media di masyarakat Berbagai media Komunikasi Persuasif Penggunaan media dalam praktik komunikasi persuasif <p>Pustaka: Perloff, Richard M. 2017. The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitudes in The 21st Century. New York. Routledge</p>	2,5
10-11	Mahasiswa mampu mengimplementasikan komunikasi persuasif dalam berbagai bentuk narasi, serta mengimplementasikan persuasi komunikasi interpersonal di kehidupan sehari-hari.(C3)	<ul style="list-style-type: none"> Ketepatan dalam mengimplementasikan komunikasi persuasif pada berbagai bentuk narasi. Ketepatan dalam mengimplementasikan komunikasi persuasi interpersonal dalam kehidupan sehari-hari 	<p>Kriteria: Rubrik analitik.</p> <p>Bentuk test:</p> <ul style="list-style-type: none"> Tanya Jawab Diskusi Tugas Individu 	<p>Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka.</p> <p>Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus.</p> <p>Waktu: TM: 3x50" TS: 3x60" TM:3x60"</p>		<ol style="list-style-type: none"> Sejarah Persuasi narasi dalam studi Komunikasi Persuasi Pentingnya studi Persuasi narasi dalam penelitian media baru komunikasi Komunikasi Persuasif Interpersonal dan Perkembangan 	5

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Luring (5)	Daring (6)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	
				Tugas Individu: Membuat video narasi persuasi		komunikasi persuasif di era media baru Pustaka: Perloff, Richard M. 2017. The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitudes in The 21st Century. New York. Routledge	
12-15	Mahasiswa mampu menyusun perencanaan kampanye persuasif dan merencanakan penerapan tools Integrated Marketing Communication menggunakan media digital mengenai isu komunikasi dalam berbagai konteks.(C6)	<ul style="list-style-type: none"> Ketepatan dalam menyusun komunikasi persuasif pada iklan dan IMC. Ketepatan dalam mengimplementasikan implementasi persuasif digital pada media digital. Ketepatan dalam menyusun dan mempresentasikan perencanaan kampanye persuasif digital dalam berbagai bentuk media publikasi. 	Kriteria: Rubrik analitik. Bentuk test: <ul style="list-style-type: none"> Kuis Tertulis Tanya Jawab Diskusi Tugas Kelompok 	Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka. (Pertemuan 13-15) Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus. Waktu: TM: 3x50" TS: 3x60" TM:3x60" Tugas Kelompok <ul style="list-style-type: none"> Proposal perencanaan bentuk kampanye persuasif yang terdiri dari latar belakang, konsep, analisis implementasi berbagai konsep 	Bentuk: Kuliah daring (Pertemuan 12) Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus. Waktu: TM: 3x50" TS: 3x60" TM:3x60" Tugas Kelompok <ul style="list-style-type: none"> Proposal perencanaan bentuk kampanye persuasif yang terdiri dari latar belakang, konsep, analisis implementasi berbagai konsep 	1. Komunikasi Persuasif pada Iklan dan IMC 2. Perkembangan penerapan media baru dalam dunia periklanan dan IMC 3. Sejarah Komunikasi Persuasif Digital 4. Perkembangan penelitian terkait komunikasi persuasif digital 5. Perencanaan Kampanye Persuasif dilihat dari unsur Komunikator, Pesan, Media, Komunikan Pustaka: Perloff, Richard M. 2017. The Dynamics of Persuasion,	10,5

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Luring (5)	Daring (6)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	
				komunikasi persuasif <ul style="list-style-type: none"> • Produksi salah satu bentuk kampanye persuasif Kuis Tertulis: Review materi 1-7	komunikasi persuasi. <ul style="list-style-type: none"> • Produksi salah satu bentuk kampanye persuasif 	Communication and Attitudes in The 21st Century. New York. Routledge	
16	Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa (40%)						