

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

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
Studi kasus mengenai teori dan penggunaan etika profesi.

• 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: • 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
• Studi kasus • Diskusi • Pembuatan makalah
BENTUK DAN FORMAT LUARAN
Makalah
INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN
Indikator: Ketepatan dalam menelaah konsep dan teori komunikasi persuasif dengan fenomena komunikasi mengenai kredibilitas komunikator, pesan, dan media komunikasi untuk mempersuasi komunikan. Kriteria: Rubrik Holistik Bobot Penilaian: • Deskripsi teori dan studi kasus: 30% • Ketepatan hasil analisis: 50% • Diskusi: 20%
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
• Studi kasus • Diskusi • Pembuatan proposal • Produksi karya persuasif
BENTUK DAN FORMAT LUARAN
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