RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUMANIORA DAN BISNIS

SPT-I-02-BPP-LSE
POB-01/F-01

Issue/Revisi : R2

Mata Kuliah	: Etika dan Filsafat Komunikasi	Tanggal	: 30 Juli 2025
Kode MK	: KOM207	Rumpun MK	: MKWP
Bobot (sks)	T (Teori) : 3 P (Praktik/Praktikum) : 0	Semester	: 3
Dosen Pengembang RPS, Isti Purwi Tyas Utami, S.Sos., M.I.Kom.	Koordinator Keilmuan, Fathiya Nur Rahmi, S.I.Kom., 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-02	Menampilkan sikap bertanggungjawab secara mandiri dan berkontribusi secara bersama terhadap penegakan hukum, etika, norma, untuk kehidupan bermasyarakat dan kelestarian lingkungan
	23-KOM-CPL-05	Mengkorelasikan konsep etika dan regulasi dalam berbagai konteks komunikasi.
	23-KOM-CPL-07	Membuktikan hasil kinerja mandiri, bermutu, dan terukur berdasarkan kajian implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan teknologi berdasarkan hasil pemikiran logis, kritis, dan sistematis.
	23-KOM-CPL-12	Membuktikan keterampilan komunikasi yang mendasar yaitu *public speaking* dan produksi multimedia
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	
	23-CPMK-KOM-021	Mampu menguraikan konsep teoritis dasar komunikasi sesuai etika dan norma dalam kehidupan bermasyarakat secara mendalam.
	23-CPMK-KOM-052	Mampu menentukan konsep dan prinsip di bidang komunikasi dalam berbagai konteks sesuai etika dan regulasi secara tepat.
	23-CPMK-KOM-071	Mampu menganalisis fenomena komunikasi dengan menggunakan konsep teoritis secara logis, kritis dan sistematis.
	23-CPMK-KOM-122	Mampu mengimplementasikan keterampilan komunikasi dalam berbagai konteks.

Universitas Pembangunan Jaya

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUMANIORA DAN BISNIS

SPT-I-02-BPP-LSE
POB-01/F-01

Issue/Revisi : R2

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Kemampuan Akhir Tiap Tahap Belajar (Sub-CPMK)

23-KOM-SCPMK-0213	Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian, perkembangan dan masalah dasar filsafat serta kaitannya dengan disiplin Ilmu Komunikasi.
23-KOM-SCPMK-0523	Mahasiswa mampu menggambarkan keterkaitan antara tema-tema pokok dalam etika dan filsafat komunikasi dengan hukum, etika, etiket, dan moral
23-KOM-SCPMK-0717	Mahasiswa mampu menelaah fenomena komunikasi terkait privasi, konfidensialitas, stereotip, tanggung jawab sosial media, tanggungjawab muatan pesan, konflik kepentingan dan budaya populer
23-KOM-SCPMK-1222	Mahasiswa mampu memproduksi karya tulis dan media dengan topik penerapan etika normatif di bidang komunikasi khususnya jurnalistik dan *public relations*.

Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK

	23-KOM-SCPMK-0213	23-KOM-SCPMK-0523	23-KOM-SCPMK-0717	23-KOM-SCPMK-1222
23-CPMK-KOM-021	**V**			
23-CPMK-KOM-052		**V**		
23-CPMK-KOM-071			**V**	
23-CPMK-KOM-122				**V**

Kode CPL	Kode CPMK	Kode Sub CPMK	Indikator	Metode Penilaian	Bobot
23-KOM-CPL-02	23-CPMK-KOM-021	23-KOM-SCPMK-0213	Kemampuan menjelaskan pengertian, perkembangan dan masalah dasar filsafat serta kaitannya dengan disiplin Ilmu Komunikasi.	1. Partisipasi diskusi kelas (*case method*) – aspek afektif	10
23-KOM-CPL-05	23-CPMK-KOM-052	23-KOM-SCPMK-0523	Kemampuan menggambarkan keterkaitan antara tema-tema pokok dalam etika dan filsafat komunikasi dengan hukum, etika, etiket, dan moral	1. Ujian tertulis (UTS) - aspek kognitif	20
23-KOM-CPL-07	23-CPMK-KOM-071	23-KOM-SCPMK-0717	Kemampuan menelaah fenomena komunikasi terkait privasi, konfidensialitas, stereotip, tanggung jawab sosial media, tanggungjawab muatan pesan, konflik kepentingan dan budaya populer	1. Tugas (Aspek kognitif) 2. Kuis (Aspek kognitif)	45
23-KOM-CPL-12	23-CPMK-KOM-122	23-KOM-SCPMK-1222	Kemampuan memproduksi karya tulis dan media dengan topik penerapan etika normatif di bidang komunikasi khususnya jurnalistik dan *public relations*.	1. Proyek akhir (*problem/project based learning*) – aspek psikomotorik	25

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUMANIORA DAN BISNIS

SPT-I-02-BPP-LSE
POB-01/F-01

Issue/Revisi : R2

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER		
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini membahas etika dan filsafat komunikasi dalam interaksi manusia guna mencapai komunikasi yang efektif dengan didasari sistem nilai; pandangan kultural serta nilai-nilai yang mempengaruhi proses komunikasi dalam menciptakan kehidupan yang harmonis. Selain pemahaman terhadap konteks dasar filsafat komunikasi, dalam mata kuliah ini mahasiswa/i berlatih mengidentifikasi fenomena dan masalah sosial budaya terkait isu-isu etika komunikasi. Dengan stimulus untuk berpikir kritis dan berdampak pada lingkungan sekitar mahasiswa/i diharapkan mampu menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan menguasai etika profesi dalam menjalankan tugas sebagai komunikator.	
Bahan Kajian : Materi Pembelajaran/Pokok Bahasan	*Complex Problem Solving*, Etika Komunikasi	
Pustaka	**Utama**	
	Mufid, Muhamad. 2018. Etika dan Filsafat Komunikasi. Depok:Prenadamedia Grup Faiz, Fahruddin. 2023. Metode Berfilsafat.MJS Press. Yogyakarta. Cheney, George, Steve, May, dan Munshi, Debanishi. 2011. TheHandbook of Communication Ethics New York: Routledge Corredoira, Loreto. Bel Mallén, Ignacio. Cetina Presuel, Rodrigo.2021.TheHandbook of Communication Rights, Law, and Ethics: Seeking Universality, Equality, Freedom and Dignity. John Wiley & Sons, Inc. Haryatmoko. 2007. Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan danPornografi. Yogyakarta. Kanisius.	
	Pendukung	
	Suseno, Franz Magnis. 2019. Etika Dasar: Masalah-Masalah PokokFilsafat Moral. Yogyakarta: Kanisius. Wattimena, Reza A.A. 2007. Filsafat dan Sains: Sebuah Pengantar. Jakarta: Grasindo Suseno, Franz Magnis. Filsafat sebagai Ilmu Kritis. 2002. Yogyakarta:Kanisius. Blumer, Herbert. 1986. Symbolic Interactionism: Perspective and Method.University of California Press Coursera: https://www.coursera.org/programs/communication-science-4gr8a/learn/media-ethics-governance?authProvider=upj&source=search https://www.coursera.org/programs/communication-science-4gr8a/learn/ethical-social-media?authProvider=upj&source=search https://www.coursera.org/programs/upj-faculty-development-program-r1lcp/learn/ethics-of-communication?authProvider=upj&fromClip=sfc_page_course_link~Z6bci	
Media Pembelajaran	**Perangkat Lunak:**	**Perangkat Keras:**
	Power Point Presentation PDF Reader	Komputer, LCD Projector, Speaker

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUMANIORA DAN BISNIS

SPT-I-02-BPP-LSE
POB-01/F-01

Issue/Revisi : R2

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER	
Dosen Pengampu	Isti Purwi Tyas Utami, S.Sos., M.I.Kom.
Mata Kuliah Prasyarat	-
Indikator, Kriteria, dan Bobot Penilaian	Komponen Penilaian – Bobot Partisipasi diskusi kelas (*case method*) – aspek afektif – 10% Project akhir (*problem/project based learning*) – aspek psikomotorik – 25% Tugas - aspek kognitif – 25% Kuis - aspek kognitif – 20% Ujian tertulis (UTS) - aspek kognitif – 20%

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**				
(1)	***(2)***	***(3)***	***(4)***	***Luring (5)***	***Daring (6)***	***(7)***	
1	Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian, perkembangan dan masalah dasar filsafat serta kaitannya dengan disiplin Ilmu Komunikasi. (C2) **Mahasiswa mampu menguraikan pengertian, perkembangan, masalah dasar filsafat dan isu filosofis komunikasi (C2)**	1. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang pengertian filsafat 2. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang perkembanganfilsafat 3. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang masalah – masalah dasarfilsafat 4. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang isu – isu filosofis studi komunikasi	• Kriteria Mahasiswa mampu menjawab pertanyaan dengan tepat dan lengkap • Bentuk penilaian Diskusi kelas Q n A Summary CaseStudy	TM = 3 x 50” BT = 3 x 60” BM = 3 x 60” Penyampaian informasi: Penugasan individu Penugasan kelompok dan pembentukan kelompok		**Pengertian Filsafat, Perkembangan Filsafat, Masalah – masalah Dasar Filsafat, dan Isu – isu Filosofis Studi Komunikasi** Pustaka: 1. Mufid, Muhamad. 2018. Etika dan Filsafat Komunikasi. Depok: Prenadamedia Grup. 2. Suseno, Franz Magnis. 2019. Etika Dasar: Masalah- Masalah	3

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				
(1)	*(2)*	*(3)*	*(4)*	*Luring (5)*	*Daring (6)*	*(7)*	
						PokokFilsafat Moral. Yogyakarta: Kanisius. 3. Wattimena, Reza A.A., Filsafat dan Sains: Sebuah Pengatar 4. Suseno, Franz Magnis. Filsafat sebagai Ilmu Kritis. 2002. Yogyakarta: Kanisius.	
2	Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian, perkembangan dan masalah dasar filsafat serta kaitannya dengan disiplin Ilmu Komunikasi. (C2) **Mahasiswa mampu menguraikan kodrat filsafat, relasi filsafat dan ilmu, relasi filsafat dan agama serta filsafat dan perkembangan ilmu komunikasi (C2)**	1. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang kodratfilsafat 2. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang relasi filsafat dan ilmu 3. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang relasi filsafat dan agama 4. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang filsafat dan perkembangan ilmu komunikasi	• Kriteria Mahasiswa mengerjakan tugas dan mampu menjawab pertanyaan dengan tepat dan lengkap • Bentuk penilaian Diskusi kelas Q n A Summary CaseStudy	TM = 3 x 50” BT = 3 x 60” BM = 3 x 60” Diskusi kelompok 1: Diskusi dan penyusunan laporan hasil diskusi kasus relasi Agama, Filsafat dan Pengetahuan		**Kodrat Filsafat, Relasi Filsafat dan Ilmu, Relasi Filsafatdan Agama, Filsafat dan Perkembangan Ilmu Komunikasi** Pustaka: 1. Mufid, Muhamad. 2018. Etika dan Filsafat Komunikasi. Depok: Prenadamedia Grup. 2. Wattimena, Reza A.A., Filsafat dan Sains: Sebuah Pengatar 3. Cheney, George, Steve,May, dan Munshi, Debanishi. 2011. The Handbook of Communication Ethics New York: Routledge)	3

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				
(1)	*(2)*	*(3)*	*(4)*	*Luring (5)*	*Daring (6)*	*(7)*	
3	Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian, perkembangan dan masalah dasar filsafat serta kaitannya dengan disiplin Ilmu Komunikasi. (C2) **Mahasiswa mampu menguraikan konsep kebenaran, kebenaran ilmiah dan non ilmiah, kebenaran kefilsafatan, kebenaran sebagai nilai fundamental, makna penting kebenaran dan dikotomi kebenaran dalam komunikasi (C2)**	1. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Pengertian Kebenaran 2. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Kebenaran Ilmiah dan Kebenaran Non – Ilmiah 3. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Kebenaran Kefilsafatan 4. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Kebenaran sebagai Nilai Fundamental 5. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang Makna Penting Kebenaran 6. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Dikotomi Kebenaran dalam Komunikasi	• Kriteria Mahasiswa mengerjakan tugas dan mampu menjawab pertanyaan dengan tepat dan lengkap • Bentuk penilaian Diskusi kelas Q n A Summary CaseStudy	TM = 3 x 50” BT = 3 x 60” BM = 3 x 60” Diskusi kelompok 2 dan penyusunan laporan hasil diskusi kelompok mengenai kasus kebenaran di media Penyampaian informasi mengenai tugas ke-3: Menyusun resume paper BAB 4 dengancontoh kasus dan presentasi singkat		**Pengertian Kebenaran, Kebenaran Ilmiah dan Kebenaran Non – Ilmiah, Kebenaran Kefilsafatan, Kebenaran sebagai Nilai Fundamental, Makna Penting Kebenaran, Dikotomi Kebenaran dalam Komunikasi** Pustaka: 1. Mufid, Muhamad. 2018. Etika dan Filsafat Komunikasi. Depok: Prenadamedia Grup. 2. Wattimena, Reza A.A., Filsafat dan Sains: Sebuah Pengatar 3. Cheney, George, Steve,May, dan Munshi, Debanishi. 2011. The Handbook of Communication Ethics New York: Routledge	3
4	Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian, perkembangan dan	1. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman	• Kriteria		TM = 3 x 50” BT = 3 x 60”	**Hakikat Filsafat Komunikasi,**	4

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				
(1)	*(2)*	*(3)*	*(4)*	*Luring (5)*	*Daring (6)*	*(7)*	
	masalah dasar filsafat serta kaitannya dengan disiplin Ilmu Komunikasi. (C2) **Mahasiswa mampu menguraikan hakikat filsafat komunikasi, serta pemikiran RichardLanigan; Stephen W. Little John; dan Whitney R. Mundt (C2)**	tentang Hakikat Filsafat Komunikasi 2. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Pemikiran Richard Lanigan 3. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Pemikiran Stephen W. Little John 4. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Pemikiran Whitney R. Mundt	Mahasiswa mengerjakan tugas dan mampu menjawab pertanyaan dengan tepat dan lengkap • Bentuk penilaian Diskusi kelas Q n A Summary CaseStudy		BM = 3 x 60” Daring melalui colabor Presentasi kelompok 1. Penyampaian informasi mengenai tugaske-4: Menyusun resume paper BAB 5 dengan contoh kasus dan presentasi singkat	**Pemikiran Richard Lanigan; Stephen W. Little John; dan Whitney R. Mundt** Pustaka: 1. Mufid, Muhamad. 2018. Etika dan Filsafat Komunikasi. Depok: Prenadamedia Grup. 2. Wattimena, Reza A.A., Filsafat dan Sains: Sebuah Pengatar 3. Cheney, George, Steve,May, dan Munshi, Debanishi. 2011. The Handbook of Communication Ethics New York: Routledge)	
5	Mahasiswa mampu menggambarkan keterkaitan antara tema-tema pokok dalam etika dan filsafat komunikasi dengan hukum, etika, etiket, dan moral. (C3) **Mahasiswa mampu menggambarkan manusia sebagai pelaku komunikasi, teknologi komunikasi, komunikasi efektif dan strategi komunikasi (C3)**	1. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang Manusia sebagai Pelaku Komunikasi 2. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Teknologi Komunikasi Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang Komunikasi Efektif dan Strategi Komunikasi	• Kriteria Mahasiswa mengerjakan tugas dan mampu menjawab pertanyaan dengan tepat dan lengkap • Bentuk penilaian Diskusi kelas Q n A Summary CaseStudy	TM = 3 x 50” BT = 3 x 60” BM = 3 x 60” Presentasi kelompok 2. Penyampaian informasi mengenai tugas ke-5: Menyusun resume paper BAB 6 dengancontoh kasus dan		**Manusia sebagai Pelaku Komunikasi,Teknologi Komunikasi, Komunikasi Efektif dan Strategi Komunikasi** Pustaka: 1. Mufid, Muhamad. 2018. Etika dan Filsafat Komunikasi. Depok: Prenadamedia Grup.	4

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				
(1)	*(2)*	*(3)*	*(4)*	*Luring (5)*	*Daring (6)*	*(7)*	
				presentasi singkat		2. Cheney, George, Steve,May, dan Munshi, Debanishi. 2011. The Handbook of Communication Ethics New York: Routledge)	
6	Mahasiswa mampu menggambarkan keterkaitan antara tema-tema pokok dalam etika dan filsafat komunikasi dengan hukum, etika, etiket, dan moral. (C3) **Mahasiswa mampu menggambarkan pengertian Simbolis Interaksionalisme, komunikasi sebagai proses simbolis, Istilah Pokok dalam Teori Simbolis Interaksionalisme, Pemikiran George Herbert Mead dan George Herbert Blumer (C3)**	1. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang Pengertian Simbolis Interaksionalisme 2. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang Komunikasi sebagai Proses Simbolis 3. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang IstilahPokok dalam Teori Simbolis Interaksionalisme 4. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang Pemikiran George Herbert Mead 5. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang George Herbert Blumer	• Kriteria Mahasiswa mengerjakan tugas dan mampu menjawab pertanyaan dengan tepat dan lengkap • Bentuk penilaian Diskusi kelas Q n A Summary CaseStudy	TM = 3 x 50” BT = 3 x 60” BM = 3 x 60” Presentasi kelompok 3. Penyampaian informasi mengenai tugas ke-6: Menyusun resume paper BAB 7 dengancontoh kasus dan presentasi singkat		**Pengertian Simbolis Interaksionalisme, Komunikasi sebagai Proses Simbolis, Istilah Pokok dalam Teori Simbolis Interaksionalisme, Pemikiran George Herbert Mead dan George Herbert Blumer** Pustaka: 1. Mufid, Muhamad. 2018. Etika dan Filsafat Komunikasi. Depok: Prenadamedia Grup. 2. Blumer, Herbert. 1986. Symbolic Interactionism: Perspective and Method. University of California Press	4
7	Mahasiswa mampu menggambarkan keterkaitan antara tema-tema pokok dalam etika dan filsafat komunikasi	1. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang	• Kriteria Mahasiswa mengerjakan tugas dan mampu menjawab	TM = 3 x 50” BT = 3 x 60” BM = 3 x 60”		**Pengertian Etika; Hubungan Filsafat dan Etika, Perbedaan**	4

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				
(1)	*(2)*	*(3)*	*(4)*	*Luring (5)*	*Daring (6)*	*(7)*	
	dengan hukum, etika, etiket, dan moral. (C3) **Mahasiswa mampu menggambarkan Pengertian Etika; Hubungan Filsafat dan Etika, Perbedaan Etika, Etiket, Moral, dan Agama; Unsur Pokok dalam Etika;Beberapa Isme dalam Etika; dan Etika Komunikasi (C3)**	Pengertian Etika 2. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang Hubungan Filsafat dan Etika 3. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang Perbedaan Etika, Etiket, Moral, dan Agama 4. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang UnsurPokok dalam Etika 5. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang Beberapa Isme dalam Etika 6. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang Etika Komunikasi	pertanyaan dengan tepat dan lengkap • Bentuk penilaian Diskusi kelas Q n A Summary CaseStudy	Presentasi kelompok 4. Penyampaian informasi mengenai tugas ke-7: Menyusun resume paper BAB 8 dengan contoh kasus dan presentasi singkat		**Etika, Etiket, Moral, dan Agama; Unsur Pokok dalam Etika; Beberapa Isme dalam Etika; dan Etika Komunikasi** Pustaka: 1. Mufid, Muhamad. 2018. Etika dan Filsafat Komunikasi. Depok: Prenadamedia Grup. 2. Cheney, George, Steve,May, dan Munshi, Debanishi. 2011. The Handbook of Communication Ethics New York: Routledge)	
8	**Evaluasi Tengah Semester : Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya (20)** **Mahasiswa mampu menggambarkan keterkaitan antara tema-tema pokok dalam etika dan filsafat komunikasi dengan hukum, etika, etiket, dan moral (C3)**						
9	Mahasiswa mampu menelaah fenomena komunikasi terkait privasi, konfidensialitas, stereotip, tanggung jawab sosial media, tanggungjawab muatan pesan, konflik kepentingan dan budaya populer. (C4) **Mahasiswa mampu menganalisis penerapan nilai-nilai privasi sebagai nilai moral dalam berbagai konteks komunikasi (C4)**	1. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Pengertian Privasi 2. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Nilai Privasi 3. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang Privasisebagai Nilai Moral	• Kriteria Mahasiswa mengerjakan tugas dan mampu menjawab pertanyaan dengan tepat dan lengkap • Bentuk penilaian Diskusi kelas Q n A Summary CaseStudy	TM = 3 x 50” BT = 3 x 60” BM = 3 x 60” Presentasi kelompok 5 Penyampaian informasi mengenai tugas ke-8: Menyusun resume paper BAB 9		**Pengertian Privasi, Nilai Privasi, Privasi sebagai Nilai Moral, Problematika Privasi dalam Media** Pustaka: 1. Mufid, Muhamad. 2018. Etika dan Filsafat Komunikasi.	4

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				
(1)	*(2)*	*(3)*	*(4)*	*Luring (5)*	*Daring (6)*	*(7)*	
		4. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Problematika Privasi dalam Media		dengan contoh kasus dan presentasi singkat Informasi dan asistensi tugas akhir: Tugas individu berupa respon paper dan Tugas kelompok berupa video analisis kasus etika bertema Privasi dan Etika di berbagai Media		Depok: Prenadamedia Grup. 2. Cheney, George, Steve,May, dan Munshi, Debanishi. 2011. The Handbook of Communication Ethics New York: Routledge) 3. Corredoira, Loreto. Bel Mallén, Ignacio. Cetina Presuel, Rodrigo.2021.The Handbook of Communication Rights, Law, and Ethics: Seeking Universality, Equality,Freedom andDignity. John Wiley & Sons,Inc.	
10	Mahasiswa mampu menelaah fenomena komunikasi terkait privasi, konfidensialitas, stereotip, tanggung jawab sosial media, tanggungjawab muatan pesan, konflik kepentingan dan budaya populer. (C4) **Mahasiswa mampu menganalisis penerapan nilai konfidensialitas sebagai nilai moral dalam berbagai konteks komunikasi (C4)**	1. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Konfidensialitas sebagai Nilai 2. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Konfidensialitas dalam Kasus Watergate 3. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Konfidensialitas versus Kepentingan Umum	• Kriteria Mahasiswa mengerjakan tugas dan mampu menjawab pertanyaan dengan tepat dan lengkap • Bentuk penilaian Diskusi kelas Q n A Summary CaseStudy	TM = 3 x 50” BT = 3 x 60” BM = 3 x 60” Presentasi kelompok 6. Penyampaian informasi mengenai tugas ke-9: Menyusun resume paper BAB 10 dengan contoh kasus dan presentasi singkat		**Konfidensialitas sebagai Nilai, Konfidensialitasdalam Kasus Watergate, Konfidensialitasversus Kepentingan Umum** Pustaka: 1. Mufid, Muhamad. 2018. Etika dan Filsafat Komunikasi. Depok: Prenadamedia Grup. 2. Cheney, George,	4

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				
(1)	*(2)*	*(3)*	*(4)*	*Luring (5)*	*Daring (6)*	*(7)*	
				Informasi dan asistensi Tugas akhir: Tugas individu berupa respon paper dan Tugas kelompok berupa video analisis kasus etika bertema Konfidensialitas dan Kepentingan Umum		Steve,May, dan Munshi, Debanishi. 2011. The Handbook of Communication Ethics New York: Routledge) 3. Corredoira, Loreto. Bel Mallén, Ignacio. Cetina Presuel, Rodrigo.2021.The Handbook of Communication Rights, Law, and Ethics: Seeking Universality, Equality,Freedom andDignity. John Wiley & Sons,Inc.	
11	Mahasiswa mampu menelaah fenomena komunikasi terkait privasi, konfidensialitas, stereotip, tanggung jawab sosial media, tanggungjawab muatan pesan, konflik kepentingan dan budaya populer. (C4) **Mahasiswa mampu menelaah berbagai fenomena komunikasi terkait tekanan ekonomi dan tanggung jawab sosial media (C4)**	1. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Tekanan Ekonomi dan Tanggung Jawab Sosial 2. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang Neoliberalisme sebagai Kekuasaan Ekonomi Baru 3. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Tanggung Jawab Sosial 4. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Isu Ekonomi dalam Media Massa 5. Kelengkapan dan	• Kriteria Mahasiswa mengerjakan tugas dan mampu menjawab pertanyaan dengan tepat dan lengkap • Bentuk penilaian Diskusi kelas Q n A Summary CaseStudy	TM = 3 x 50” BT = 3 x 60” BM = 3 x 60” Presentasi kelompok 7. Penyampaian informasi mengenai tugas ke-10: Menyusun resume paper BAB 11 dengan contoh kasus dan presentasi singkat Informasi dan asistensi Tugas akhir: Tugas individu		**Tekanan Ekonomi dan Tanggung Jawab Sosial, Neoliberalisme sebagai Kekuatan Ekonomi Baru, Tanggung Jawab Sosial, Isu Ekonomi dalam Media Massa, Isu Moral versus Kepentingan Ekonomi, PengaruhIklan dalam PraktekKomunikasi** Pustaka: 1. Mufid, Muhamad. 2018. Etika dan Filsafat Komunikasi. Depok: Prenadamedia	4

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				
(1)	*(2)*	*(3)*	*(4)*	*Luring (5)*	*Daring (6)*	*(7)*	
		ketepatanpemahaman tentang Isu Moral versus Kepentingan Ekonomi 6. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang Pengaruh Iklan		berupa respon paper dan Tugas kelompok berupa video analisis kasus etika bertema Tekanan Ekonomi dan Tanggungjawab sosial media		Grup. 2. Cheney, George, Steve,May, dan Munshi, Debanishi. 2011. The Handbook of Communication Ethics New York: Routledge) 3. Haryatmoko. 2007. Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan dan Pornografi, Yogyakarta, Kanisius.	
12	Mahasiswa mampu menelaah fenomena komunikasi terkait privasi, konfidensialitas, stereotip, tanggung jawab sosial media, tanggungjawab muatan pesan, konflik kepentingan dan budaya populer. (C4) **Mahasiswa mampu menelaah berbagai fenomena komunikasi terkait kebebasan dan tanggungjawab muatan pesan media (C4)**	1. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Kontradiksi Kebebasan dan TanggungJawab MuatanPesan 2. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Pengertian Kebebasan dan Tanggung Jawab 3. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Pengertian Pesan 4. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Isu Moral 5. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Mencari	• Kriteria Mahasiswa mengerjakan tugas dan mampu menjawab pertanyaan dengan tepat dan lengkap • Bentuk penilaian Diskusi kelas Q n A Summary CaseStudy		TM = 3 x 50” BT = 3 x 60” BM = 3 x 60” Daring melalui colabor UPJ Presentasi kelompok 8. Penyampaian informasi mengenai tugas ke-11: Menyusun resume paper BAB 12 dengan contoh kasus dan presentasi singkat Informasi dan asistensi Tugas akhir:	**Kontradiksi Kebebasan dan Tanggung Jawab Muatan Pesan, Pengertian Kebebasan; Tanggung Jawab; dan Pesan, Isu Moral, Mencari Batasan Isu Moral,Tanggung Jawab Sosial Media** Pustaka: 1. Mufid, Muhamad. 2018. Etika dan Filsafat Komunikasi. Depok: Prenadamedia Grup. 2. Cheney, George,	4

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				
(1)	*(2)*	*(3)*	*(4)*	*Luring (5)*	*Daring (6)*	*(7)*	
		Batasan Moral 6. Kelengkapan dan ketepatan Pemahamantentang Tanggung Jawab SosialMedia			Tugas individu berupa respon paper dan Tugas kelompok berupa video analisis kasus etika bertema Kebebasan dan Tanggung Jawab Muatan Pesan	Steve,May, dan Munshi, Debanishi. 2011. The Handbook of Communication Ethics New York: Routledge) 3. Haryatmoko. 2007. Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan dan Pornografi, Yogyakarta, Kanisius.	
13	Mahasiswa mampu menelaah fenomena komunikasi terkait privasi, konfidensialitas, stereotip, tanggung jawab sosial media, tanggungjawab muatan pesan, konflik kepentingan dan budaya populer. (C4) **Mahasiswa mampu menelaah berbagai fenomena komunikasi terkait stereotip ras, minoritas, orientasi seksual menyimpang dan agama serta prinsip etika untuk melawan stereotip (C4)**	1. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Pengertian Stereotip 2. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Kemunculan Stereotip 3. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Peran Stereotip dalam Komunikasi 4. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Stereotip Ras Minoritas; Wanita; Orangdengan Orientasi Seksual Menyimpang;Agama 5. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Melawan	• Kriteria Mahasiswa mengerjakan tugas dan mampu menjawab pertanyaan dengan tepat dan lengkap • Bentuk penilaian Diskusi kelas Q n A Summary CaseStudy	TM = 3 x 50” BT = 3 x 60” BM = 3 x 60” Presentasi kelompok 9. Penyampaian informasi mengenai tugas ke-12: Menyusun resume paper BAB 13 dengan contoh kasus dan presentasi singkat Informasi dan asistensi Tugas akhir: Tugas individu berupa respon paper dan Tugas kelompok berupa		**PengertianStereotip, Kemunculan Stereotip, Peran Stereotip dalam Komunikasi, Stereotip Ras Minoritas; Wanita; Orang dengan Orientasi Seksual Menyimpang; Agama, Melawan Stereotip** Pustaka: 1. Mufid, Muhamad. 2018. Etika dan Filsafat Komunikasi. Depok: Prenadamedia Grup. 2. Cheney, George, Steve,May, dan	4

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				
(1)	*(2)*	*(3)*	*(4)*	*Luring (5)*	*Daring (6)*	*(7)*	
		Stereotip		video analisis kasus etika bertema Stereotip dan Etika di berbagai Media		Munshi, Debanishi. 2011. The Handbook of Communication Ethics New York: Routledge) 3. Haryatmoko.2007. Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan dan Pornografi, Yogyakarta, Kanisius.	
14	Mahasiswa mampu menelaah fenomena komunikasi terkait privasi, konfidensialitas, stereotip, tanggung jawab sosial media, tanggungjawab muatan pesan, konflik kepentingan dan budaya populer. (C4) **Mahasiswa mampu menelaah berbagai fenomena komunikasi terkait konflik kepentingan dan budaya populer di berbagai media (C4)**	1. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Pengertian Konflik 2. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang Jenis –jenis Konflik 3. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Pengertian Konflik Kepentingan 4. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang Sumber Konflik Kepentingan 5. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Mediadan Konflik Kepentingan 6. Kelengkapan dan ketepatanpemahaman tentang Pendekatan terhadap Konflik Kepentingan 7. Kelengkapan dan	• Kriteria Mahasiswa mengerjakan tugas dan mampu menjawab pertanyaan dengan tepat dan lengkap • Bentuk penilaian Diskusi kelas Q n A Summary CaseStudy	TM = 3 x 50” BT = 3 x 60” BM = 3 x 60” Presentasi kelompok 10. Penyampaian informasi dan asistensi Tugas akhir: Tugas individu berupa respon paper dan Tugas kelompok berupa video analisis kasus etika bertema Konflik Kepentingan dan Budaya Populer		**Pengertian Konflik,Jenis-jens Konflik, Konflik Kepentingan, Sumber-sumber Konflik Kepentingan, Media dan Konflik Kepentingan, Pendekatan pada Konflik Kepentingan. Budaya Populer** Pustaka: 1. Mufid, Muhamad. 2018. Etika dan Filsafat Komunikasi. Depok: Prenadamedia Grup. 2. Cheney, George, Steve,May, dan Munshi, Debanishi. 2011. The Handbook of Communication Ethics New York:	4

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				
(1)	*(2)*	*(3)*	*(4)*	*Luring (5)*	*Daring (6)*	*(7)*	
		ketepatan pemahaman budaya populer				Routledge) 3. Haryatmoko.2007. Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan dan Pornografi, Yogyakarta, Kanisius. 4. Corredoira, Loreto. Bel Mallén, Ignacio. Cetina Presuel, Rodrigo.2021.The Handbook of Communication Rights, Law, and Ethics: Seeking Universality, Equality, Freedom and Dignity. John Wiley & Sons, Inc.	
15	Mahasiswa mampu memproduksi karya tulis dan media dengan topik penerapan etika normatif di bidang komunikasi khususnya jurnalistik dan *public relations.* (C6) **Mahasiswa mampu memproduksi karya tulis ilmiah dan video analisis kasus etika di berbagai media (C6)**	1. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang Kode Etik Profesi 2. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang Kode Etik Humas 3. Kelengkapan dan ketepatan pemahaman tentang Kode Etik Jurnalistik 4. Kemampuan menerapkan kode etik pada suatu kasus di media komunikasi	• Kriteria Mahasiswa mengerjakan tugas dan mampu menjawab pertanyaan dengan tepat dan lengkap • Bentuk penilaian Diskusi kelas Q n A Summary CaseStudy	TM = 3 x 50” BT = 3 x 60” BM = 3 x 60” Pemaparan materi Presentasi Perencanaan Tugas akhir: Tugas individu berupa respon paper dan Tugas kelompok berupa video analisis kasus etika di berbagai media		**Kode Etik Humas,Kode Etik Jurnalistik** **Presentasi perencanaan video kasus etika dan karya tulis ilmiah** Pustaka: Kode Etik Jurnalistik Wartawan Indonesia Kode Etik Humas	6
16	**Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa (25)** **Mahasiswa mampu memproduksi karya tulis dan media dengan topik penerapan etika normatif di bidang komunikasi khususnya jurnalistik dan *public relations* (C6)**						

Universitas Pembangunan Jaya

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUMANIORA DAN BISNIS

SPT-I-02-BPP-LSE
POB-01/F-01

Issue/Revisi : R2