

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

SPT-I/XXX/XXX

Issue/Revisi : **A0/R1**

Mata Kuliah	: Pengantar Hubungan Masyarakat	Tanggal	: 30 Januari 2025
Kode MK	: KOM208	Rumpun MK	: MKWP
Bobot (sks)	T (Teori) : 3 P (Praktik/Praktikum) : 0	Semester	: 4
Dosen Pengembang RPS,  Fasya Syifa Mutma, S.I.Kom., 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-01	Membuktikan penghargaan terhadap kemanusiaan dan toleransi dalam berkontribusi untuk kehidupan bermasyarakat.
	23-KOM-CPL-05	Mengaitkan konsep etika dan regulasi dengan 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-10	Merancang pesan komunikasi berdasarkan hasil analisis atau kajian terhadap masalah atau isu komunikasi dalam berbagai konteks.
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	
	23-CPMK-KOM-011	Mampu menjelaskan konsep teoritis dasar komunikasi terkait kehidupan bermasyarakat secara lengkap.
	23-CPMK-KOM-051	Mampu memberi contoh penerapan konsep teoritis di bidang komunikasi dalam berbagai konteks dengan tepat.
	23-CPMK-KOM-071	Mampu menganalisis fenomena komunikasi dengan menggunakan konsep teoritis secara logis, kritis dan sistematis.

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

SPT-I/XXX/XXX

Issue/Revisi : **A0/R1**

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER					
	23-CPMK-KOM-101	Mampu menganalisis berbagai isu komunikasi khususnya dalam konteks Multimedia Journalism dan Public Relations.			
	Kemampuan Akhir Tiap Tahap Belajar (Sub-CPMK)				
	23-SUBCPMK-KOM-066	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai sejarah, definisi, kaitan hubungan masyarakat dengan marketing, fungsi, pekerjaan & tugas, peran hubungan masyarakat, humas internal dan humas eksternal, media komunikasi internal dan media komunikasi eksternal, dan proses manajemen hubungan masyarakat			
	23-SUBCPMK-KOM-067	Mahasiswa mampu memberikan contoh produk humas yang dihasilkan dari proses manajemen hubungan masyarakat yang dilakukan oleh sebuah organisasi.			
	23-SUBCPMK-KOM-068	Mahasiswa mampu menganalisis dan menjelaskan praktik hubungan masyarakat di berbagai sektor/bidang organisasi.			
	23-SUBCPMK-KOM-069	Mahasiswa mampu menganalisis praktik hubungan masyarakat dan berbagai isu komunikasi pada sebuah organisasi dalam konteks multimedia journalism dan public relations.			
	Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK				
		23-SUBCPMK-KOM-066	23-SUBCPMK-KOM-067	23-SUBCPMK-KOM-068	23-SUBCPMK-KOM-069
	23-CPMK-KOM-011	√			
	23-CPMK-KOM-051		√		
	23-CPMK-KOM-071			√	
	23-CPMK-KOM-101				√
Kode CPL	Kode CPMK	Kode Sub CPMK	Indikator	Metode Penilaian	Bobot
23-KOM-CPL-01	23-CPMK-KOM-011	23-SUBCPMK-KOM-066	Kelengkapan Jawaban dan partisipasi	1. Partisipasi diskusi kelas (case method) – aspek afektif 2. Kuis – aspek kognitif	25%
23-KOM-CPL-05	23-CPMK-KOM-051	23-SUBCPMK-KOM-067	Kelengkapan Jawaban dan partisipasi	Tugas – aspek kognitif	20%
23-KOM-CPL-07	23-CPMK-KOM-071	23-SUBCPMK-KOM-068	Kelengkapan Jawaban	Ujian tertulis (UTS) - aspek kognitif	25%
23-KOM-CPL-10	23-CPMK-KOM-101	23-SUBCPMK-KOM-069	Kualitas Produksi	Presentasi Akhir (problem/project based learning) – aspek psikomotorik	30%

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER														
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini membahas pengertian hubungan masyarakat, kegiatan hubungan masyarakat baik secara eksternal maupun internal, kegiatan hubungan masyarakat dalam konteks organisasi, serta pemanfaatan media digital dalam aktivitas hubungan masyarakat.													
Bahan Kajian : Materi Pembelajaran/Pokok Bahasan	Etika Komunikasi, Hubungan Masyarakat													
Pustaka	Utama													
	Seitel, F. P. (2017). The Praticice of Public Relations 13 th Ed. Harlow: Pearson Education Limited.													
	Seitel, F. P. (2020). The Praticice of Public Relations 14 th Ed. Harlow: Pearson Education Limited.													
	Pendukung													
	O'Donnel, A. (2023). Public Relations and Communications: From Theory to Practice. New York: Routledge													
Media Pembelajaran	Perangkat Lunak:	Perangkat Keras:												
	Microsoft Office (Power Point, Word, Excel) One Drive Collabor WhatsApp PDF Reader	Laptop/ Komputer Ruang Kelas Proyektor dan Layar HDMI/VGA Speaker												
Dosen Pengampu	Fasya Syifa Mutma, S.I.Kom., M.I.Kom													
Mata Kuliah Prasyarat	-													
Indikator, Kriteria, dan Bobot Penilaian	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Komponen Penilaian</th> <th>Bobot</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Partisipasi diskusi kelas (<i>case method</i>) – aspek afektif</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>Presentasi Akhir (<i>problem/project based learning</i>) – aspek psikomotorik</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>Tugas - aspek kognitif</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>Kuis - aspek kognitif</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Ujian tertulis (UTS) - aspek kognitif</td> <td>25%</td> </tr> </tbody> </table>		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	20%	Kuis - aspek kognitif	10%	Ujian tertulis (UTS) - aspek kognitif	25%
	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	20%												
	Kuis - aspek kognitif	10%												
	Ujian tertulis (UTS) - aspek kognitif	25%												

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

SPT-I/XXX/XXX

Issue/Revisi : **A0/R1**

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 mengenai sejarah, definisi, kaitan hubungan masyarakat dengan marketing, fungsi, pekerjaan & tugas, peran hubungan masyarakat, humas internal dan humas eksternal, media komunikasi internal dan media komunikasi eksternal, dan proses manajemen hubungan masyarakat. (C2)	Ketepatan dalam menjelaskan sejarah dan pengantar hubungan masyarakat	Bentuk Penilaian: Diskusi Kriteria: Mahasiswa mampu berperan aktif dalam diskusi	TM : 3x50" BT : 3x60" BM : 3x60" Diskusi: Mahasiswa menjawab pertanyaan diskusi terkait pengantar hubungan masyarakat	-	Pengantar Hubungan Masyarakat 1. Perkembangan PR, sejarah PR 2. Definisi PR 3. Influencing public opinion thru RACE 4. Prinsip proses PR 5. Management & public interpreter 6. PR Publics 7. Fungsi PR 8. Peran PR Sumber: Seitel, F. P. (2017). The Prattice of Public Relations 13 th Ed. Harlow: Pearson Education Limited. Seitel, F. P. (2020). The Prattice of Public Relations 14 th Ed. Harlow: Pearson Education Limited. O'Donnel, A. (2023). Public Relations and Communications: From Theory to Practice. New York: Routledge	4
2	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai sejarah, definisi, kaitan hubungan masyarakat dengan marketing, fungsi,	Ketepatan dalam menjelaskan karir dan tugas hubungan masyarakat	Bentuk Penilaian: Diskusi & tugas Kriteria: Mahasiswa	TM : 3x50" BT : 3x60" BM : 3x60"	-	Karir & Tugas PR 1. PR Education 2. Karir PR, gaji PR 3. Tugas dan	4

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

SPT-I/XXX/XXX

Issue/Revisi : **A0/R1**

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)	
	pekerjaan & tugas, peran hubungan masyarakat, humas internal dan humas eksternal, media komunikasi internal dan media komunikasi eksternal, dan proses manajemen hubungan masyarakat. (C2)		mampu berperan aktif dalam diskusi dan tugas	Diskusi: Mahasiswa menjawab pertanyaan diskusi terkait karir dan tugas hubungan masyarakat Tugas: Mahasiswa membuat tugas pesentasi fungsi dan tugas PR		tanggungjawab PR 4. Karakteristik karir PR sukses 5. Important technical skills 6. Sikap yang diperlukan Sumber: Seitel, F. P. (2017). The Praticce of Public Relations 13 th Ed. Harlow: Pearson Education Limited. Seitel, F. P. (2020). The Praticce of Public Relations 14 th Ed. Harlow: Pearson Education Limited.	
3	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai sejarah, definisi, kaitan hubungan masyarakat dengan marketing, fungsi, pekerjaan & tugas, peran hubungan masyarakat, humas internal dan humas eksternal, media komunikasi internal dan media komunikasi eksternal, dan proses manajemen hubungan masyarakat. (C2)	Ketepatan dalam menjelaskan teori hubungan masyarakat	Bentuk Penilaian: Diskusi Kriteria: Mahasiswa mampu berperan aktif dalam diskusi	TM : 3x50" BT : 3x60" BM : 3x60" Diskusi: Mahasiswa menjawab pertanyaan diskusi terkait teori hubungan masyarakat	-	Teori PR 1. Goals of communication 2. Theory of communication 3. Teori of PR 4. The word and the message 5. Receiver's Bias 6. Feedback 7. PR in business Sumber: Seitel, F. P. (2017). The Praticce of Public Relations 13 th Ed. Harlow: Pearson Education Limited.	4

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

SPT-I/XXX/XXX

Issue/Revisi : **A0/R1**

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)	
						Seitel, F. P. (2020). The Prattice of Public Relations 14 th Ed. Harlow: Pearson Education Limited. O'Donnel, A. (2023). Public Relations and Communications: From Theory to Practice. New York: Routledge	
4	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai sejarah, definisi, kaitan hubungan masyarakat dengan marketing, fungsi, pekerjaan & tugas, peran hubungan masyarakat, humas internal dan humas eksternal, media komunikasi internal dan media komunikasi eksternal, dan proses manajemen hubungan masyarakat. (C4)	Ketepatan dalam menjelaskan opini publik dalam hubungan masyarakat	Bentuk Penilaian: Diskusi Kriteria: Mahasiswa mampu berperan aktif dalam diskusi	-	BT : 3x60" BM : 3x60" Diskusi: Mahasiswa menjawab pertanyaan diskusi terkait opini publik	Opini Publik 1. Definisi opini publik dan sikap 2. Bagaimana mempengaruhi sikap 3. Memotivasi perubahan perilaku 4. Kekuatan Persuasi 5. Mempengaruhi public opinion 6. Memoles citra perusahaan 7. Managing reputation Sumber: Seitel, F. P. (2017). The Prattice of Public Relations 13 th Ed. Harlow: Pearson Education Limited. Seitel, F. P. (2020). The Prattice of Public Relations 14 th Ed. Harlow: Pearson Education Limited.	2

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

SPT-I/XXX/XXX

Issue/Revisi : **A0/R1**

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)	
5	Mahasiswa mampu menganalisis dan menjelaskan praktik hubungan masyarakat di berbagai sektor/bidang organisasi. (C4) Mahasiswa mampu menganalisis praktik hubungan masyarakat dan berbagai isu komunikasi pada sebuah organisasi dalam konteks multimedia jurnalism dan public relations. (C4)	Ketepatan menganalisis dan menjelaskan tentang hubungan masyarakat dan manajemen	Bentuk Penilaian: Diskusi & tugas Kriteria: Mahasiswa mampu berperan aktif dalam diskusi dan tugas		TM : 3x50" BT : 3x60" BM : 3x60" Diskusi: Mahasiswa menjawab pertanyaan diskusi terkait manajemen PR Tugas: Mahasiswa diberikan tugas tentang manajemen PR	PR & Management 1. PR Management Process, Reporting to top management 2. The PR Plan: Conceptualizing and Creating 3. Activating the Public Relations Campaign 4. Setting PR Objectives 5. PR Budget Sumber: Seitel, F. P. (2017). The Praticce of Public Relations 13th Ed. Harlow: Pearson Education Limited. Seitel, F. P. (2020). The Praticce of Public Relations 14th Ed. Harlow: Pearson Education Limited. O'Donnel, A. (2023). Public Relations and Communications: From Theory to Practice. New York: Routledge	3
6	Mahasiswa mampu menganalisis dan menjelaskan praktik hubungan masyarakat di berbagai sektor/bidang organisasi. (C4)	Ketepatan menganalisis dan menjelaskan tentang hubungan masyarakat dan manajemen terutama	Bentuk Penilaian: Diskusi Kriteria: Mahasiswa mampu berperan aktif dalam diskusi dan	-	TM : 3x50" BT : 3x60" BM : 3x60" Diskusi: Mahasiswa	PR & Management 1. Departement PR (Internal) / inhouse PR 2. PR Agencies (eksternal) / PR	3

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

SPT-I/XXX/XXX

Issue/Revisi : **A0/R1**

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)	
	Mahasiswa mampu menganalisis praktik hubungan masyarakat dan berbagai isu komunikasi pada sebuah organisasi dalam konteks multimedia journalism dan public relations. (C4)	terkait PR inhouse dan agensi	tugas		menjawab pertanyaan diskusi terkait manajemen PR	consultancy 3. Reputation Management Sumber: Seitel, F. P. (2017). The Practice of Public Relations 13 th Ed. Harlow: Pearson Education Limited. Seitel, F. P. (2020). The Practice of Public Relations 14 th Ed. Harlow: Pearson Education Limited. O'Donnel, A. (2023). Public Relations and Communications: From Theory to Practice. New York: Routledge	
7	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai sejarah, definisi, kaitan hubungan masyarakat dengan marketing, fungsi, pekerjaan & tugas, peran hubungan masyarakat, humas internal dan humas eksternal, media komunikasi internal dan media komunikasi eksternal, dan proses manajemen hubungan masyarakat. (C2) Mahasiswa mampu menganalisis dan menjelaskan praktik hubungan masyarakat di berbagai sektor/bidang	Ketepatan menjelaskan materi riset hubungan masyarakat	Bentuk Penilaian: Diskusi, Kuis Kriteria: Mahasiswa mampu mengerjakan kuis dan berperan aktif dalam diskusi	TM : 3x50" BT : 3x60" BM : 3x60" Diskusi: Mahasiswa menjawab pertanyaan diskusi terkait materi riset PR Tugas: Mahasiswa diberikan kuis	-	Riset PR 1. Output, outtakes, outcome 2. Definisi riset 3. Prinsip riset PR 4. Tipe riset PR 5. Metode riset PR 6. Riset online 7. Review materi 1-6 Sumber: Seitel, F. P. (2017). The Practice of Public Relations 13 th Ed. Harlow: Pearson Education Limited.	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)	
	organisasi. (C4)					Seitel, F. P. (2020). The Praticce of Public Relations 14 th Ed. Harlow: Pearson Education Limited.	
8	Evaluasi Tengah Semester : Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya (25%)						
9	Mahasiswa mampu menganalisis dan menjelaskan praktik hubungan masyarakat di berbagai sektor/bidang organisasi. (C4) Mahasiswa mampu menganalisis praktik hubungan masyarakat dan berbagai isu komunikasi pada sebuah organisasi dalam konteks multimedia journalism dan public relations. (C4)	Ketepatan menganalisis dan menjelaskan etika dan hukum dalam hubungan masyarakat	Bentuk Penilaian: Diskusi Kriteria: Mahasiswa mampu mengerjakan tugas secara lengkap dan menyeluruh	TM : 3x50" BT : 3x60" BM : 3x60" Diskusi: Mahasiswa menjawab pertanyaan diskusi terkait etika dan hukum hubungan masyarakat	-	PR Law & Ethics 1. Ethical issue 2. Ethics in business: Corporate Codes of Conduct 3. CSR: ethics in government, ethics in journalism 4. Ethics in PR: 4 teori praktik PR, 6 core values PR 5. The Law Sumber: Seitel, F. P. (2017). The Praticce of Public Relations 13th Ed. Harlow: Pearson Education Limited. Seitel, F. P. (2020). The Praticce of Public Relations 14th Ed. Harlow: Pearson Education Limited.	4
10	Mahasiswa mampu menganalisis dan menjelaskan praktik hubungan masyarakat di berbagai sektor/bidang organisasi. (C4) Mahasiswa mampu	Ketepatan menganalisis dan menjelaskan praktik hubungan masyarakat berkaitan dengan media dan media sosial	Bentuk Penilaian: Diskusi & tugas Kriteria: Mahasiswa mampu berperan aktif dalam diskusi dan tugas	TM : 3x50" BT : 3x60" BM : 3x60" Diskusi: Mahasiswa menjawab		Media & Social Media Media: 1. Paid vs Owned vs Earned 2. Print, elektronik, online media 3. Dealing with the	4

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

SPT-I/XXX/XXX

Issue/Revisi : **A0/R1**

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)	
	menganalisis praktik hubungan masyarakat dan berbagai isu komunikasi pada sebuah organisasi dalam konteks multimedia journalism dan public relations. (C4)			pertanyaan diskusi terkait media dan media sosial Tugas: Mahasiswa diberikan tugas mengenai media dan media sosial		Media 4. Publicity 5. Handling media interviews 6. Media relations Social Media: 7. Sejarah, PR & the Net 8. Website 9. Social network 10. Online communication vehicle Sumber: Seitel, F. P. (2017). The Practice of Public Relations 13 th Ed. Harlow: Pearson Education Limited. Seitel, F. P. (2020). The Practice of Public Relations 14 th Ed. Harlow: Pearson Education Limited.	
11	Mahasiswa mampu menganalisis dan menjelaskan praktik hubungan masyarakat di berbagai sektor/bidang organisasi. (C4) Mahasiswa mampu menganalisis praktik hubungan masyarakat dan berbagai isu komunikasi pada sebuah organisasi dalam konteks multimedia journalism dan public	Ketepatan menganalisis dan menjelaskan praktik hubungan masyarakat berkaitan dengan hubungan karyawan dan hubungan pemerintah	Bentuk Penilaian: Diskusi Kriteria: Mahasiswa mampu berperan aktif dalam diskusi	-	TM : 3x50" BT : 3x60" BM : 3x60" Diskusi: Mahasiswa menjawab pertanyaan diskusi terkait hubungan karyawan dan hubungan	Employee Relations & Government Relations Employee relations: 1. Fungsi kritis employee 2. The employee public: Communicating "trust", credibility holds key 3. SHOC 4. Internal	2

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

SPT-I/XXX/XXX

Issue/Revisi : **A0/R1**

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)	
	relations. (C4)				pemerintah	communication media: audits, online comm, intranet, print publication, bulletin board, meeting, video, FTF 5. Internal social media Govrel 1. Government public relations 2. Lobbying the government Sumber: Seitel, F. P. (2017). The Praticce of Public Relations 13th Ed. Harlow: Pearson Education Limited. Seitel, F. P. (2020). The Praticce of Public Relations 14th Ed. Harlow: Pearson Education Limited. O'Donnel, A. (2023). Public Relations and Communications: From Theory to Practice. New York: Routledge	
12	Mahasiswa mampu menganalisis praktik hubungan masyarakat dan berbagai isu komunikasi pada sebuah organisasi dalam konteks	Ketepatan menganalisis praktik hubungan masyarakat berkaitan dengan hubungan	Bentuk Penilaian: Diskusi Kriteria: Mahasiswa mampu berperan aktif		BT : 3x60" BM : 3x60" Diskusi: Mahasiswa	Community Relations & International Consumer Relations Commrel:	2

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

SPT-I/XXX/XXX

Issue/Revisi : **A0/R1**

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)	
	multimedia journalism dan public relations. (C4)	komunitas dan hubungan konsumen internasional	dalam diskusi		menjawab pertanyaan diskusi terkait materi secara online	1. Multicultural diversity 2. CSR 3. Serving diverse communities 4. Nonprofit PR Inter ConsRelation: 5. Consumer relations objectives 6. Consumer movement 7. Operating Sumber: Seitel, F. P. (2017). The Praticce of Public Relations 13 th Ed. Harlow: Pearson Education Limited. Seitel, F. P. (2020). The Praticce of Public Relations 14 th Ed. Harlow: Pearson Education Limited.	
13	Mahasiswa mampu menganalisis praktik hubungan masyarakat dan berbagai isu komunikasi pada sebuah organisasi dalam konteks multimedia journalism dan public relations. (C4)	Ketepatan menganalisis praktik hubungan masyarakat berkaitan dengan penulisan hubungan masyarakat dan	Bentuk Penilaian: Diskusi & tugas Kriteria: Mahasiswa mampu berperan aktif dalam diskusi dan tugas	-	TM : 3x50" BT : 3x60" BM : 3x60" Diskusi: Mahasiswa menjawab	PR Writing & Crisis Management PR writing: 1. Fundamentals of writing 2. The news release:	3

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

SPT-I/XXX/XXX

Issue/Revisi : **A0/R1**

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)	
		manajemen krisis			pertanyaan diskusi terkait penulisan hubungan Masyarakat dan manajemen krisis Tugas: mahasiswa diberikan tugas mengenai penulisan hubungan Masyarakat dan manajemen krisis	content, essential, internet release, 3. Writing for listening Crisis Management: 4. Crisis 5. Issues management 6. Risk communication / message map 7. Handling crisis 8. Social media crisis management Sumber: Seitel, F. P. (2017). The Praticce of Public Relations 13th Ed. Harlow: Pearson Education Limited. Seitel, F. P. (2020). The Praticce of Public Relations 14th Ed. Harlow: Pearson Education Limited. O'Donnel, A. (2023). Public Relations and Communications: From Theory to Practice. New York: Routledge	
14	Mahasiswa mampu memberikan contoh produk humas yang dihasilkan dari proses manajemen hubungan masyarakat yang dilakukan oleh sebuah organisasi. (C6)	Ketepatan memberikan contoh dan menganalisis praktik IMC	Bentuk Penilaian: Diskusi Kriteria: Mahasiswa mampu berperan aktif dalam diskusi	-	TM : 3x50" BT : 3x60" BM : 3x60" Diskusi: Mahasiswa	Integrated Marketing Communication & Sustainable PR 1. IMC 2. Perbedaan PR dan Marketing /	2

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

SPT-I/XXX/XXX

Issue/Revisi : **A0/R1**

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)	
	Mahasiswa mampu menganalisis dan menjelaskan praktik hubungan masyarakat di berbagai sektor/bidang organisasi. (C6) Mahasiswa mampu menganalisis praktik hubungan masyarakat dan berbagai isu komunikasi pada sebuah organisasi dalam konteks multimedia jurnalism dan public relations. (C6)				menjawab pertanyaan diskusi terkait integrated marketing communication	advertising 3. Product publicity: third party endorsment, native ads 4. Building a brand 5. Traditional integrated marketing 6. 21st-Century integrated marketing, infomercial, buzz marketing, etc 7. Sustainable PR Sumber: Seitel, F. P. (2017). The Prattice of Public Relations 13th Ed. Harlow: Pearson Education Limited. Seitel, F. P. (2020). The Prattice of Public Relations 14th Ed. Harlow: Pearson Education Limited. O'Donnel, A. (2023). Public Relations and Communications: From Theory to Practice. New York: Routledge	
15	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai sejarah, definisi, kaitan hubungan masyarakat dengan marketing, fungsi,	Ketepatan menjelaskan konsep dan menganalisis praktik hubungan	Bentuk Penilaian: Diskusi, asistensi Kriteria: Mahasiswa	TM : 3x50" BT : 3x60" BM : 3x60"		1. Kuis 2. Review Materi 3. Asistensi UAS	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)	
	pekerjaan & tugas, peran hubungan masyarakat, humas internal dan humas eksternal, media komunikasi internal dan media komunikasi eksternal, dan proses manajemen hubungan masyarakat (C2) Mahasiswa mampu menganalisis dan menjelaskan praktik hubungan masyarakat di berbagai sektor/bidang organisasi. (C4) Mahasiswa mampu menganalisis praktik hubungan masyarakat dan berbagai isu komunikasi pada sebuah organisasi dalam konteks multimedia jurnalism dan public relations. (C4)	masyarakat di organisasi	mampu berperan aktif dalam diskusi dan asistensi	Diskusi: Mahasiswa berdiskusi tentang review materi dan asistensi project uas		Sumber: Seitel, F. P. (2017). The Prattice of Public Relations 13th Ed. Harlow: Pearson Education Limited. Seitel, F. P. (2020). The Prattice of Public Relations 14th Ed. Harlow: Pearson Education Limited. O'Donnel, A. (2023). Public Relations and Communications: From Theory to Practice. New York: Routledge	
16	Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa (30%)						