

Mata Kuliah	: Komunikasi Lingkungan	Tanggal	: 30 Juli 2025
Kode MK	: KOM303	Rumpun MK	: MKWP
Bobot (sks)	T (Teori) : 3	Semester	: 5
	P (Praktik/Praktikum) : 0		
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.

NOMOR TUGAS
1
BENTUK TUGAS
Membuat slide presentasi kegiatan CSR berkaitan dengan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan
JUDUL TUGAS
Tugas 1 (Kelompok) – Presentasi CSR Lingkungan
SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (SUB CPMK)
Mahasiswa mampu mengaitkan konsep dan teori terkait komunikasi lingkungan dalam proses pengambilan keputusan yang mungkin berdampak kepada lingkungan.
DESKRIPSI TUGAS
Tugas ini dimaksudkan untuk memperkaya pemahaman mahasiswa mengenai konsep <i>corporate social responsibility</i> (CSR) dan penerapan praktik CSR terutama berkaitan dengan isu lingkungan oleh perusahaan

METODE Pengerjaan Tugas

1. Buatlah kelompok yang terdiri dari maksimal 3 orang
2. Carilah satu perusahaan di Indonesia (lebih baik cari yang sudah sering melaksanakan program CSR terutama terkait lingkungan), perusahaan tidak boleh sama dengan kelompok lain di dalam kelas. Aturlah agar perusahaan yang dipilih tidak sama
3. Bedahlah secara detail program2 CSR yang pernah dilakukan/sedang dilakukan, deskripsikan program (mencakup 5w+1h terkait program) dan penjelasan dengan materi pembelajaran. Di awal boleh menjelaskan pemetaan program CSR nya kemudian nantinya fokuskan penjelasan pada CSR terkait lingkungan
4. Analisislah strategi komunikasi yang digunakan perusahaan/organisasi dalam mengomunikasikan seluruh program-program CSR-nya
5. Berikan review Anda terkait program CSR perusahaan (misalnya ada kekurangan, atau menurut Anda sudah bagus, apa yang harus ditingkatkan, dll)

Format tugas :

- a. Struktur slide presentasi:
 1. Deskripsi perusahaan/organisasi (deskripsi singkat, visi, misi dan nilai perusahaan/organisasi)
 2. Program-program CSR perusahaan/organisasi (boleh juga diawali dengan penjelasan pilar- pilar CSR yang dianut dalam perusahaan/organisasi). Fokuskan pada penjelasan terkait program-program CSR lingkungan yang dilakukan perusahaan
 3. Analisis strategi komunikasi perusahaan/organisasi dalam mengomunikasikan program CSR
 4. Review kelompok terhadap program CSR perusahaan/organisasi
 5. Referensi & thank you
- b. Kumpulkan tugas dalam bentuk slide presentasi (diharapkan slide memuat informasi yang jelas dan lengkap terkait perusahaan dan program CSR, namun tetap ringkas agar mudah dipahami). Jumlah slide maksimal adalah 15 slide
- c. Slide boleh dibuat dengan kreatif dan menarik
- d. Diperbolehkan memasukkan gambar-gambar pendukung
- e. Diharapkan menggunakan data-data valid
- f. Masukkan referensi jika mengutip
- g. Jika mengutip, diwajibkan melalui sumber-sumber yang kredibel
- h. Diperbolehkan dalam format pdf atau ppt
- i. Plagiarism = 0, telat = 0, tidak mengumpulkan = 0
- j. Segala bentuk kecurangan = FAILED dari mata kuliah ini
- k. Metode pengumpulan dan atau presentasi disesuaikan oleh dosen pengampu masing-masing

Peringatan:

1. Segala bentuk kecurangan dalam pengerjaan dan pengumpulan tugas ini akan mendapatkan sanksi tegas
2. Plagiarism = 0, telat = 0, tidak mengumpulkan = 0

BENTUK DAN FORMAT LUARAN

<ul style="list-style-type: none"> a. Obyek Garapan: Analisis kegiatan CSR perusahaan b. Bentuk luaran: <ul style="list-style-type: none"> 1. Slide presentasi 2. Penyampaian presentasi (tentative) 3. Review materi kelompok lain (tentative)
INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN
<ul style="list-style-type: none"> a. Ketepatan dan kelengkapan penjelasan (60%) b. Penyampaian presentasi (30%) c. Kreativitas, dan kesesuaian format dan perintah (10%)
JADWAL PELAKSANAAN
Pemberian tugas di minggu ke-4, presentasi dilakukan minggu ke-5 & 6 dan jika belum selesai dapat dilanjutkan di minggu ke-7
LAIN-LAIN
-
DAFTAR RUJUKAN
<ul style="list-style-type: none"> 1. Carroll, A., Brown, J., Buchholtz, A. (2017). <i>Business & Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management</i> 10th Ed. Boston: Cengage Learning. 2. Jurin, R., Roush, D., Danter, J. (2010). <i>Environmental Communication</i>. London: Springer. 3. Tench., R., Yeomans, L. (2017). <i>Exploring Public Relations: Global Strategic Communication</i> 4th Ed. Harlow: Pearson Education Limited

NOMOR TUGAS
2
BENTUK TUGAS
Essay dalam bentuk paper terkait Green Marketing
JUDUL TUGAS
Tugas 2 (Individu) – Essay terkait Green Marketing
SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (SUB CPMK)
Mahasiswa mampu mengaitkan konsep dan teori terkait komunikasi lingkungan dalam proses pengambilan keputusan yang mungkin berdampak kepada lingkungan.

DESKRIPSI TUGAS

Tugas ini dimaksudkan untuk memperkaya pemahaman mahasiswa mengenai konsep green marketing dan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam praktik bisnis. Tugas ini diharapkan juga dapat membantu mahasiswa mengidentifikasi contoh-contoh dalam konsep green marketing seperti konsep green products, greenwashing.

METODE Pengerjaan Tugas

1. Lakukanlah riset melalui buku, jurnal, internet, dlsb terkait fenomena *green marketing*, *green products/brands*, dan *greenwashing*
2. Dari hasil riset Anda, buatlah essay berisi penjelasan mengenai:
 - i. *Green Marketing* = Pengertian *green marketing*, juga alasan mengapa penting bagi perusahaan menerapkan *green marketing* dalam aktifitas perusahaannya
 - ii. *Green Products / Green Brands* = Pengertian *green products/green brands*, contoh-contoh *green products/green brands* di Indonesia, berikan analisis menurut perspektif Anda tentang karakteristik yang terlihat pada contoh *green products/green brands* tersebut, berikan pendapat Anda bagaimana agar semakin banyak konsumen yang menggunakan green products/green brands
 - iii. *Greenwashing* = Pengertian greenwashing dan pendapat Anda berkaitan dengan fenomena *greenwashing*. Ceritakan secara ringkas namun lengkap tentang salah satu contoh praktik *greenwashing* yang pernah terjadi baik di Indonesia atau di luar negeri!
3. Jawaban yang diharapkan adalah jawaban menurut Anda sendiri yang didasarkan pada data/hasil riset, upayakan melakukan paraphrase bukan *copy paste* dari sumber saja. Anda diharapkan bisa menciptakan penjelasan Anda sendiri yang didasarkan pada konsep atau data-data yang Anda temukan
4. Tugas dikumpulkan melalui One Drive kelas pada 15 Oktober 2022 jam 23.59 WIB

Format Tugas:

1. Kerjakan tugas di Ms. Word
2. Dibebaskan untuk memakai cover atau tidak
3. Menuliskan nama, nim, kelas dan judul tugas
4. Menggunakan *font* Times New Roman size 12, spacing 1.15
5. Minimal 1000 kata dan maksimal 2500 kata
6. Kumpulkan tugas dalam format PDF di One Drive kelas masing-masing
7. Diperbolehkan memasukkan gambar-gambar pendukung
8. Tuliskan referensi jika Anda mengambil atau mengutip bahan
9. Tugas ini bersifat individu, dilarang bekerja sama, segala bentuk kecurangan = FAILED dari mata kuliah ini

Peringatan:

1. Segala bentuk kecurangan dalam pengerjaan dan pengumpulan tugas ini akan mendapatkan sanksi tegas
2. Plagiarism = 0, telat = 0, tidak mengumpulkan = 0

BENTUK DAN FORMAT LUARAN

- a. Obyek Garapan: Identifikasi data dari internet dan sumber lain

b. Bentuk luaran: Paper
INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN
<ul style="list-style-type: none"> a. Ketepatan dan kelengkapan penjelasan (25%) b. Kualitas konten essay (45%) c. Kreativitas dalam menjelaskan (20%) d. Kesesuaian format dan perintah (10%)
JADWAL PELAKSANAAN
Pemberian tugas pada minggu ke-6, dikumpulkan pada akhir minggu ke-7
LAIN-LAIN
-
DAFTAR RUJUKAN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bhattacharyya, J., Dash, M., K., Hewege, C., R., Balaji, M., S., Lim, W., M. (2022). <i>Social and Sustainability Marketing</i>. Oxon: Routledge. 2. Peattie, K., Belz, F., M. (2012). <i>Sustainability Marketing: A Global Perspective 2nd Ed</i>. United Kingdom: Wiley. 3. Naidoo, V., Verma, R. (2020). <i>Green Marketing as a Positive Driver Toward Business Sustainability</i>. United States of America: IGI Global.

NOMOR TUGAS
3
BENTUK TUGAS
Membuat <i>paper</i> analisis isu lingkungan dan analisis kampanye lingkungan yang pernah dijalankan
JUDUL TUGAS
Tugas 3 (Individu) – Paper Analisis Isu Lingkungan & Kampanye Lingkungan
SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (SUB CPMK)
Mahasiswa mampu mengaitkan konsep dan teori terkait komunikasi lingkungan dalam proses pengambilan keputusan yang mungkin berdampak kepada lingkungan.
DESKRIPSI TUGAS
Tugas ini dimaksudkan untuk memperkaya pemahaman mahasiswa terkait isu lingkungan dan mengajak mahasiswa mengidentifikasi secara detail kampanye

lingkungan yang pernah dijalankan oleh komunitas/organisasi/perusahaan

METODE Pengerjaan Tugas

1. Lakukanlah riset melalui buku, jurnal, internet, dlsb terkait permasalahan lingkungan dan kampanye lingkungan yang pernah dijalankan oleh komunitas/organisasi/perusahaan
2. Lakukanlah analisis permasalahan lingkungan dan mengaitkannya dengan materi yang dipelajari
3. Tuliskan analisis Anda terkait isu lingkungan tersebut secara detail
4. Carilah minimal dua kampanye yang terdiri dari kampanye lokal (di Indonesia) dan global
5. Buatlah ringkasan detail kampanye yang terdiri dari identifikasi poin berikut:
 - a. Nama dan pesan kampanye
 - b. Penyelenggara kampanye
 - c. Latar belakang / alasan diadakannya kampanye
 - d. Tujuan kampanye
 - e. Target audiens kampanye
 - f. Strategi yang dilakukan
 - g. Media yang digunakan untuk kampanye
 - h. Hasil / outcome dari kampanye
6. Berikan pendapat dan review Anda terkait masing-masing kampanye tersebut
7. Kumpulkan tugas di On Drive H-1 kelas minggu ke 12 pukul 23.59 WIB (durasi pengerjaan tugas 2 minggu)

Format Tugas:

1. Dibebaskan untuk memakai cover atau tidak
2. Menuliskan nama, nim, kelas dan judul tugas
3. Menggunakan font Times New Roman size 12, spacing 1.15
4. Minimal 1500 kata dan maksimal 3500 kata
5. Diperbolehkan memasukkan gambar-gambar pendukung
6. Diharapkan menggunakan data-data valid
7. Jika mengutip, diwajibkan melalui sumber-sumber yang kredibel
8. Diwajibkan menuliskan sitasi dalam teks yang dikutip, dan menuliskan daftar pustaka dengan format yang tepat

Peringatan:

1. Segala bentuk kecurangan dalam pengerjaan dan pengumpulan tugas ini akan mendapatkan sanksi tegas
2. Plagiarism = 0, telat = 0, tidak mengumpulkan = 0

BENTUK DAN FORMAT LUARAN

- a. Obyek Garapan: Permasalahan lingkungan & kampanye lingkungan

b. Bentuk luaran: Paper
INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN
<ul style="list-style-type: none"> a. Ketepatan dan kelengkapan penjelasan (30%) b. Kualitas konten paper (45%) c. Kreativitas dalam menjelaskan (15%) d. Kesesuaian format dan perintah (10%)
JADWAL PELAKSANAAN
Pemberian tugas di minggu ke-10, pengumpulan tugas maksimal minggu ke-12
LAIN-LAIN
-
DAFTAR RUJUKAN
<ul style="list-style-type: none"> 1. Bhattacharyya, J., Dash, M., K., Hewege, C., R., Balaji, M., S., Lim, W., M. (2022). <i>Social and Sustainability Marketing</i>. Oxon: Routledge. 2. Jurin, R., Roush, D., Danter, J. (2010). <i>Environmental Communication</i>. London: Springer.

NOMOR TUGAS
4 (Tugas tambahan)
BENTUK TUGAS
Unjuk Kerja (Video)
JUDUL TUGAS
Video Reels Penerapan Sustainable Lifestyle
SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (SUB CPMK)
Mahasiswa mampu menerapkan konsep dan prinsip terkait bidang kajian komunikasi lingkungan dalam menanggapi permasalahan lingkungan pada kehidupan bermasyarakat.
DESKRIPSI TUGAS
Mahasiswa membuat video berisi tentang penerapan Sustainable Lifestyle yang diunggah di Reels Instagram

METODE Pengerjaan Tugas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Lakukanlah riset melalui buku, jurnal, internet, dlsb terkait <i>sustainable lifestyle</i> 2. Identifikasi contoh-contoh penerapan <i>sustainable lifestyle</i> 3. Buatlah video Reels berdurasi 90 detik terkait penerapan <i>sustainable lifestyle</i>, Anda boleh membahas spesifik satu contoh penerapan <i>sustainable lifestyle</i> ataupun boleh menjelaskan beberapa contoh 4. Utamakan pesan tersampaikan dengan baik dan buatlah video sekreatif mungkin 5. Video diunggah ke akun Instagram pribadi, (mohon utk membuka setting privasi) 6. Tag akun @ilkom_upj @himakom_upj 7. Tuliskan caption yang mendukung video Anda dan sertakan hashtag terkait 8. Upload video
Bentuk dan Format Luaran
Video
Indikator, Kriteria dan Bobot Penilaian
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kekuatan & kreativitas pesan dalam video (50%) 2. Orisinalitas ide pesan (20%) 3. Kreatifitas presentasi video (terkait editing) (30%)
Jadwal Pelaksanaan
Pemberian tugas di minggu ke-3 dan dikumpulkan pada minggu ke-5 perkuliahan
Lain-lain
-
Daftar Rujukan
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pezzulo, P. C., Cox, R. (2018). Environmental Communication and The Public Sphere 5th Ed. California: Sage Publication. 2. Bhattacharyya, J., Dash, M., K., Hewege, C., R., Balaji, M., S., Lim, W., M. (2022). Social and Sustainability Marketing. Oxon: Routledge. 3. Carroll, A., Brown, J., Buchholtz, A. (2017). Business & Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management 10th Ed. Boston: Cengage Learning. 4. Karakiewicz, J. Yue, A., Paladino, A. (2015). Promoting Sustainable Living: Sustainability as an Object of Desire. New York: Routledge. 5. Naidoo, V., Verma, R. (2020). Green Marketing as a Positive Driver Toward Business Sustainability. United States of America: IGI Global.