

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

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

Issue/Revisi : R1

|                                                                                                            |                                                                                                            |                                                                                                              |                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mata Kuliah                                                                                                | : Strategi dan Taktik Hubungan Masyarakat                                                                  | Tanggal                                                                                                      | : 30 Juli 2025                                                                               |
| Kode MK                                                                                                    | : KOM505                                                                                                   | Rumpun MK                                                                                                    | : MKP                                                                                        |
| Bobot (sks)                                                                                                | T (Teori) : 2<br>P (Praktik/Praktikum) : 1                                                                 | Semester                                                                                                     | : 5                                                                                          |
| Dosen Pengembang RPS,<br> | Koordinator Keilmuan,<br> | Kepala Program Studi,<br> | Dekan<br> |
| Fathia Nur Rahmi, S.I.Kom.,<br>M.I.Kom.                                                                    | Fathia Nur Rahmi, S.I.Kom., M.I.Kom.                                                                       | Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom.                                                                            | Dra. Clara Evi C. Citraningtyas, M.A.,<br>Ph.D.                                              |

| RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER |                                                |                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Capaian Pembelajaran (CP)     | <b>CPL – PRODI yang dibebankan pada MK</b>     |                                                                                                                                                                                                                                 |
|                               | 23-KOM-CPL-04                                  | Memadukan konsep teoritis Ilmu Komunikasi sesuai kaidah pengembangan isi pesan dalam proses penyusunan rencana, implementasi, monitoring, dan evaluasi program - program Komunikasi sesuai dengan metode penelitian 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-11                                  | Membuat hasil karya penelitian, program, dan karya komunikasi berbasis data secara kolaboratif dan adaptif terhadap disrupsi digital.                                                                                           |
|                               | <b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b> |                                                                                                                                                                                                                                 |
|                               | 23-KOM-CPMK-042                                | Mampu menguraikan prosedur program komunikasi sesuai dengan metode penelitian komunikasi.                                                                                                                                       |
|                               | 23-KOM-CPMK-072                                | Mampu mendiferensiasikan produk di bidang komunikasi sebagai implikasi pengembangan                                                                                                                                             |

| RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER |                                               |                                                                                                                                                                                                  |                   |                   |
|-------------------------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------|
|                               |                                               | atau implementasi ilmu pengetahuan teknologi.                                                                                                                                                    |                   |                   |
|                               | 23-KOM-CPMK-111                               | Mampu memproduksi program dan karya komunikasi berbasis data secara kolaboratif dan adaptif terhadap disrupsi digital dalam konteks Multimedia Journalism dan Public Relations.                  |                   |                   |
|                               | Kemampuan Akhir Tiap Tahap Belajar (Sub-CPMK) |                                                                                                                                                                                                  |                   |                   |
|                               | 23-KOM-SCPMK-0421                             | Mahasiswa mampu menjelaskan tahapan dalam perencanaan strategis hubungan masyarakat.                                                                                                             |                   |                   |
|                               | 23-KOM-SCPMK-0725                             | Mahasiswa mampu menganalisis produk komunikasi yang dihasilkan organisasi sebagai penerapan praktik perencanaan strategis hubungan masyarakat.                                                   |                   |                   |
|                               | 23-KOM-SCPMK-1113                             | Mahasiswa mampu merancang perencanaan program/kampanye hubungan masyarakat berbasis data secara kolaboratif dan adaptif di era digital dalam konteks multimedia journalism dan public relations. |                   |                   |
|                               | Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK               |                                                                                                                                                                                                  |                   |                   |
|                               |                                               | 23-KOM-SCPMK-0421                                                                                                                                                                                | 23-KOM-SCPMK-0725 | 23-KOM-SCPMK-1113 |
|                               | 23-KOM-CPMK-042                               | √                                                                                                                                                                                                |                   |                   |
|                               | 23-KOM-CPMK-072                               |                                                                                                                                                                                                  | √                 |                   |
| 23-KOM-CPMK-111               |                                               |                                                                                                                                                                                                  | √                 |                   |

| Kode CPL      | Kode CPMK       | Kode Sub CPMK     | Indikator                                                                                                                                            | Metode Penilaian                                                         | Bobot |
|---------------|-----------------|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-------|
| 23-KOM-CPL-04 | 23-KOM-CPMK-042 | 23-KOM-SCPMK-0421 | Ketepatan dalam menjelaskan tahapan dalam perencanaan strategis hubungan masyarakat                                                                  | 1. Partisipasi diskusi kelas – Aspek Afektif<br>2. Kuis – Aspek Kognitif | 15%   |
| 23-KOM-CPL-07 | 23-KOM-CPMK-072 | 23-KOM-SCPMK-0725 | Ketepatan dalam menganalisis produk komunikasi yang dihasilkan organisasi sebagai penerapan praktik perencanaan strategis hubungan masyarakat        | 1. Ujian Tertulis (UTS) – Aspek Kognitif<br>2. Tugas – Aspek Kognitif    | 45%   |
| 23-KOM-CPL-11 | 23-KOM-CPMK-111 | 23-KOM-SCPMK-1113 | Ketepatan dalam merancang perencanaan program/kampanye hubungan masyarakat berbasis data secara kolaboratif dan adaptif di era digital dalam konteks | 1. Presentasi Akhir – Project Based Learning                             | 40%   |

| RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER                       |  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                               |  |
|-----------------------------------------------------|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|--|
|                                                     |  |  | multimedia journalism dan public relations                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                               |  |
| Deskripsi Singkat MK                                |  |  | Mata kuliah ini utamanya membahas tentang bagaimana tahapan perencanaan strategis hubungan masyarakat dalam membuat sebuah program atau kampanye komunikasi. Pada mata kuliah ini, mahasiswa akan mempelajari tahapan pembuatan proposal perencanaan program atau kampanye hubungan masyarakat dan menyusun proposal mengacu kepada penelitian, perencanaan, dan evaluasi kasus-kasus hubungan masyarakat. Mahasiswa secara berkala membuat karya perencanaan strategis program atau kampanye tersebut sesuai dengan materi yang didapat setiap minggunya. Mahasiswa diharapkan mampu membuat perencanaan program hubungan masyarakat yang efektif dengan memanfaatkan media baru. |                                                                               |  |
| Bahan Kajian :<br>Materi Pembelajaran/Pokok Bahasan |  |  | Critical Thinking & Creative Strategy, Hubungan Masyarakat                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                               |  |
| Pustaka                                             |  |  | Utama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                               |  |
|                                                     |  |  | Smith, D. (2021). Strategic Planning for Public Relations, 6th Ed. New York: Routledge.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                               |  |
|                                                     |  |  | Pendukung                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                               |  |
|                                                     |  |  | Tench., R., Waddington, S. (2021). Exploring Public Relations: Global Strategic Communication 5 <sup>th</sup> Ed. Harlow: Pearson Education Limited.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                               |  |
|                                                     |  |  | Implementasi Hasil Penelitian:<br>Rahmi, F. N., Hafiar, H., & Bakti, I. (2022). Advokasi Public Relations dalam Program Pemberdayaan Penyandang Disabilitas. <i>Jurnal Riset Komunikasi</i> , 5(2), 244–257. <a href="https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i2.610">https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i2.610</a><br><br>Coursera:<br><a href="https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications">https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications</a>                                                                                                                                                                                               |                                                                               |  |
| Media Pembelajaran                                  |  |  | Perangkat Lunak:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Perangkat Keras:                                                              |  |
|                                                     |  |  | Microsoft Office (Power Point, Word, Excel)<br>One Drive<br>Collabor<br>WhatsApp<br>PDF Reader                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Laptop/ Komputer<br>Ruang Kelas<br>Proyektor dan Layar<br>HDMI/VGA<br>Speaker |  |
| Dosen Pengampu                                      |  |  | Fathiya Nur Rahmi, S.I.Kom., M.I.Kom                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                               |  |

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

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

Issue/Revisi : R1

| RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER            |                                                                                 |              |
|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Mata Kuliah Prasyarat                    | -                                                                               |              |
| Indikator, Kriteria, dan Bobot Penilaian | <b>Komponen Penilaian</b>                                                       | <b>Bobot</b> |
|                                          | Partisipasi diskusi kelas ( <i>case method</i> ) – aspek afektif                | 5%           |
|                                          | Presentasi Akhir ( <i>problem/project based learning</i> ) – aspek psikomotorik | 40%          |
|                                          | Tugas - aspek kognitif                                                          | 25%          |
|                                          | Kuis - aspek kognitif                                                           | 10%          |
|                                          | Ujian tertulis (UTS) - aspek kognitif                                           | 20%          |
|                                          |                                                                                 |              |

| Minggu ke- | Sub CP-MK<br>(Kemampuan Akhir yang Diharapkan)                                            | Penilaian                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                      | Bentuk Pembelajaran:<br>Metode Pembelajaran;<br>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 tahapan dalam perencanaan strategis hubungan masyarakat. (C2) | Ketepatan dalam memahami konsep-konsep dasar perencanaan strategis hubungan masyarakat | Kriteria: Rubrik holistik.<br><br>Bentuk penilaian: <ul style="list-style-type: none"><li>Partisipasi diskusi kelas - aspek afektif</li><li>Tanya Jawab</li><li>Diskusi mengenai contoh tipe aktivitas Hubungan Masyarakat</li></ul> | Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka.<br><br>Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus.<br><br>Waktu:<br>TM: 3x50"<br>TS: 3x60"<br>TM:3x60" | -          | Materi Pembelajaran <ul style="list-style-type: none"><li>Kontrak perkuliahan</li><li>Pengantar perencanaan strategis hubungan masyarakat.</li><li>Tipe-tipe aktifitas hubungan masyarakat</li></ul> Sumber:<br>Smith, D. (2021). Strategic Planning for Public Relations, 6th Ed. New York: Routledge.<br><br>Tench., R., Waddington, S. (2021). Exploring Public Relations: Global Strategic Communication 5 <sup>th</sup> Ed. Harlow: Pearson Education Limited. | 5                   |

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

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

Issue/Revisi : R1

| Minggu ke- | Sub CP-MK<br>(Kemampuan Akhir yang Diharapkan)                                                                                                      | Penilaian                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                           | Bentuk Pembelajaran:<br>Metode Pembelajaran;<br>Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)                                                                                                                                                                                                                                       |            | Materi Pembelajaran (Pustaka)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Bobot Penilaian (%) |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
|            |                                                                                                                                                     | Indikator                                                                                                                                      | Kriteria & Bentuk Penilaian                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                     |
| (1)        | (2)                                                                                                                                                 | (3)                                                                                                                                            | (4)                                                                                                                                                                                                                       | Luring (5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Daring (6) | (7)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                     |
|            |                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |            | <p>Rahmi, F. N., Hafiar, H., &amp; Bakti, I. (2022). Advokasi Public Relations dalam Program Pemberdayaan Penyandang Disabilitas. Jurnal Riset Komunikasi, 5(2), 244–257. <a href="https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i2.610">https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i2.610</a></p> <p>Coursera: <a href="https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications">https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications</a></p>                                                                                                                                                                                                    |                     |
| 2          | Mahasiswa mampu menganalisis produk komunikasi yang dihasilkan organisasi sebagai penerapan praktik perencanaan strategis hubungan masyarakat. (C4) | Ketepatan dalam menganalisis produk komunikasi yang dihasilkan organisasi sebagai penerapan praktik perencanaan strategis hubungan masyarakat. | <p>Kriteria: Rubrik analitik.</p> <p>Bentuk Penilaian:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Tugas - aspek kognitif</li><li>Tanya Jawab</li><li>Diskusi mengenai fase formatif strategi Hubungan Masyarakat</li></ul> | <p>Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka.</p> <p>Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus.</p> <p>Waktu:<br/>TM: 3x50"<br/>TS: 3x60"<br/>TM:3x60"</p> <p>Tugas Kelompok: Melakukan analisis pada kampanye Hubungan Masyarakat yang telah dilakukan sebelumnya dan menganalisis isu sosial untuk menjadi referensi kampanye.</p> | -          | <p>Materi Pembelajaran</p> <ol style="list-style-type: none"><li>Fase formatif (Analisis Situasi)</li><li>Beragam pendekatan analisis situasi.</li><li>Contoh kasus pendekatan analisis situasi.</li></ol> <p>Sumber:<br/>Smith, D. (2021). Strategic Planning for Public Relations, 6th Ed. New York: Routledge.</p> <p>Tench., R., Waddington, S. (2021). Exploring Public Relations: Global Strategic Communication 5<sup>th</sup> Ed. Harlow: Pearson Education Limited.</p> <p>Coursera: <a href="https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications">https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications</a></p> | 3                   |
| 3          | Mahasiswa mampu menganalisis produk komunikasi yang dihasilkan organisasi sebagai penerapan praktik perencanaan strategis hubungan masyarakat. (C4) | Ketepatan dalam menganalisis produk komunikasi yang dihasilkan organisasi sebagai penerapan praktik perencanaan strategis hubungan masyarakat. | <p>Kriteria: Rubrik analitik.</p> <p>Bentuk Penilaian:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Tugas - aspek kognitif</li><li>Tanya Jawab</li><li>Diskusi</li></ul>                                                     | <p>Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka.</p> <p>Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus.</p> <p>Waktu:<br/>TM: 3x50"<br/>TS: 3x60"</p>                                                                                                                                                                                        | -          | <p>Materi Pembelajaran</p> <ol style="list-style-type: none"><li>Fase formatif (Analisis Organisasi)</li><li>Analisis visi misi organisasi dan SWOT Analysis.</li><li>Beragam pendekatan analisis organisasi.</li><li>Contoh kasus pendekatan analisis organisasi.</li></ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 3                   |

# RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

## PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

### FAKULTAS HUMANIORA DAN BISNIS

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

Issue/Revisi : R1

| Minggu ke- | Sub CP-MK<br>(Kemampuan Akhir yang Diharapkan)                                                                                                      | Penilaian                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                   | Bentuk Pembelajaran:<br>Metode Pembelajaran;<br>Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu) |                                                                                                                                                                                                                                                                          | Materi Pembelajaran (Pustaka)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Bobot Penilaian (%) |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
|            |                                                                                                                                                     | Indikator                                                                                                                                      | Kriteria & Bentuk Penilaian                                                                                                                                       | Luring (5)                                                                           | Daring (6)                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                     |
| (1)        | (2)                                                                                                                                                 | (3)                                                                                                                                            | (4)                                                                                                                                                               | (7)                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                     |
|            |                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                | mengenai fase formatif strategi Hubungan Masyarakat                                                                                                               | TM:3x60"                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                          | Sumber:<br>Smith, D. (2021). Strategic Planning for Public Relations, 6th Ed. New York: Routledge.<br><br>Tench., R., Waddington, S. (2021). Exploring Public Relations: Global Strategic Communication 5 <sup>th</sup> Ed. Harlow: Pearson Education Limited.<br><br>Coursera:<br><a href="https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications">https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications</a>                                                                                                                                                           |                     |
| 4          | Mahasiswa mampu menganalisis produk komunikasi yang dihasilkan organisasi sebagai penerapan praktik perencanaan strategis hubungan masyarakat. (C4) | Ketepatan dalam menganalisis produk komunikasi yang dihasilkan organisasi sebagai penerapan praktik perencanaan strategis hubungan masyarakat. | Kriteria: Rubrik analitik.<br><br>Bentuk Penilaian:<br>• Tugas - aspek kognitif<br>• Tanya Jawab<br>• Diskusi mengenai fase formatif strategi Hubungan Masyarakat | -                                                                                    | Bentuk: Kuliah pertemuan daring asynchronous (Collabor)<br><br>Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus.<br><br>Waktu:<br>TM: 3x50"<br>TS: 3x60"<br>TM:3x60"<br><br>Tugas Kelompok: Melakukan analisis publik (Enablers, Costumer, Producers, Limiters) pada sebuah brand.- | Materi Pembelajaran<br>1. Fase formatif (Analisis Publik)<br>2. Beragam pendekatan analisis Publik.<br>3. Contoh kasus pendekatan analisis publik.<br><br>Sumber:<br>Smith, D. (2021). Strategic Planning for Public Relations, 6th Ed. New York: Routledge.<br><br>Tench., R., Waddington, S. (2021). Exploring Public Relations: Global Strategic Communication 5 <sup>th</sup> Ed. Harlow: Pearson Education Limited.<br><br>Coursera:<br><a href="https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications">https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications</a> | 3                   |
| 5          | Mahasiswa mampu menganalisis produk komunikasi yang dihasilkan organisasi sebagai penerapan                                                         | Ketepatan dalam menganalisis produk komunikasi yang dihasilkan organisasi                                                                      | Kriteria: Rubrik analitik.<br><br>Bentuk Penilaian:                                                                                                               | Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka.<br><br>Metode: Ceramah,                         | -                                                                                                                                                                                                                                                                        | Materi Pembelajaran<br>1. Fase strategi (Goals dan Objective)<br>2. Pendekatan Goals dan tahap                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 3                   |

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

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

Issue/Revisi : R1

| Minggu ke- | Sub CP-MK<br>(Kemampuan Akhir yang Diharapkan)                                                                                                      | Penilaian                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                    | Bentuk Pembelajaran:<br>Metode Pembelajaran;<br>Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)                                                                                                                                                                                               |            | Materi Pembelajaran (Pustaka)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Bobot Penilaian (%) |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
|            |                                                                                                                                                     | Indikator                                                                                                                                      | Kriteria & Bentuk Penilaian                                                                                                                                                                                                                                        | Luring (5)                                                                                                                                                                                                                                                                         | Daring (6) |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                     |
| (1)        | (2)                                                                                                                                                 | (3)                                                                                                                                            | (4)                                                                                                                                                                                                                                                                | (7)                                                                                                                                                                                                                                                                                |            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                     |
|            | praktik perencanaan strategis hubungan masyarakat. (C4)                                                                                             | sebagai penerapan praktik perencanaan strategis hubungan masyarakat.                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>Tugas - aspek kognitif</li> <li>Tanya Jawab</li> <li>Diskusi mengenai fase strategi Hubungan Masyarakat</li> </ul>                                                                                                          | Diskusi, Studi kasus.<br><br>Waktu:<br>TM: 3x50"<br>TS: 3x60"<br>TM:3x60"<br><br>Tugas Kelompok:<br>Melakukan analisis goals dan objective pada sebuah brand.                                                                                                                      |            | objective (Awareness, Acceptance dan Action).<br><br>3. Contoh kasus Goals dan Objective.<br><br>Sumber:<br>Smith, D. (2021). Strategic Planning for Public Relations, 6th Ed. New York: Routledge.<br><br>Tench., R., Waddington, S. (2021). Exploring Public Relations: Global Strategic Communication 5 <sup>th</sup> Ed. Harlow: Pearson Education Limited.<br><br>Coursera:<br><a href="https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications">https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications</a>                                                                                      |                     |
| 6          | Mahasiswa mampu menganalisis produk komunikasi yang dihasilkan organisasi sebagai penerapan praktik perencanaan strategis hubungan masyarakat. (C4) | Ketepatan dalam menganalisis produk komunikasi yang dihasilkan organisasi sebagai penerapan praktik perencanaan strategis hubungan masyarakat. | Kriteria: Rubrik analitik.<br><br>Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> <li>Tugas - aspek kognitif</li> <li>Tanya Jawab</li> <li>Diskusi mengenai fase formatif dan strategi kampanye Hubungan Masyarakat.</li> <li>Presentasi kelompok.</li> </ul> | Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka.<br><br>Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus, Presentasi Kelompok.<br><br>Waktu:<br>TM: 3x50"<br>TS: 3x60"<br>TM:3x60"<br><br>Tugas Kelompok:<br>Melakukan presentasi hasil analisis fase formatif dan strategi kampanye Hubungan Masyarakat. | -          | Materi Pembelajaran <ol style="list-style-type: none"> <li>Presentasi hasil analisis fase formatif dan strategi kampanye Hubungan Masyarakat.</li> <li>Asistensi kelompok.</li> </ol> Sumber:<br>Smith, D. (2021). Strategic Planning for Public Relations, 6th Ed. New York: Routledge.<br><br>Tench., R., Waddington, S. (2021). Exploring Public Relations: Global Strategic Communication 5 <sup>th</sup> Ed. Harlow: Pearson Education Limited.<br><br>Coursera:<br><a href="https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications">https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications</a> | 3                   |

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

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

Issue/Revisi : R1

| Minggu ke- | Sub CP-MK<br>(Kemampuan Akhir yang Diharapkan)                                                                                                                                                                                                                               | Penilaian                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                  | Bentuk Pembelajaran:<br>Metode Pembelajaran;<br>Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)                                                                                                                                                                       |            | Materi Pembelajaran (Pustaka)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Bobot Penilaian (%) |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
|            |                                                                                                                                                                                                                                                                              | Indikator                                                                                                                                      | Kriteria & Bentuk Penilaian                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                            |            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                     |
| (1)        | (2)                                                                                                                                                                                                                                                                          | (3)                                                                                                                                            | (4)                                                                                                                                                                                                                              | Luring (5)                                                                                                                                                                                                                                                 | Daring (6) | (7)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                     |
| 7          | Mahasiswa mampu menjelaskan tahapan dalam perencanaan strategis hubungan masyarakat. (C2)                                                                                                                                                                                    | Ketepatan dalam memahami konsep-konsep dasar perencanaan strategis hubungan masyarakat.                                                        | Kriteria: Rubrik holistik.<br><br>Bentuk penilaian: <ul style="list-style-type: none"><li>Kuis – aspek kognitif.</li><li>Tanya Jawab</li><li>Diskusi mengenai fase formatif dan strategi kampanye Hubungan Masyarakat.</li></ul> | Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka.<br><br>Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus, Kuis.<br><br>Waktu:<br>TM: 3x50"<br>TS: 3x60"<br>TM:3x60"<br><br>Kuis Individu:<br>Kuis mengenai review materi fase formatif dan strategi kampanye Hubungan Masyarakat. | -          | Materi Pembelajaran<br>Kuis dan diskusi mengenai fase formatif dan strategi kampanye Hubungan Masyarakat.<br><br>Sumber:<br>Smith, D. (2021). Strategic Planning for Public Relations, 6th Ed. New York: Routledge.<br><br>Tench., R., Waddington, S. (2021). Exploring Public Relations: Global Strategic Communication 5 <sup>th</sup> Ed. Harlow: Pearson Education Limited.<br><br>Coursera:<br><a href="https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications">https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications</a> | 5                   |
| 8          | Evaluasi Tengah Semester : Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya (25%)<br>Mahasiswa mampu menganalisis produk komunikasi yang dihasilkan organisasi sebagai penerapan praktik perencanaan strategis hubungan masyarakat. |                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                            |            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                     |
| 9          | Mahasiswa mampu menganalisis produk komunikasi yang dihasilkan organisasi sebagai penerapan praktik perencanaan strategis hubungan masyarakat. (C4)                                                                                                                          | Ketepatan dalam menganalisis produk komunikasi yang dihasilkan organisasi sebagai penerapan praktik perencanaan strategis hubungan masyarakat. | Kriteria: Rubrik analitik.<br><br>Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"><li>Tugas - aspek kognitif</li><li>Tanya Jawab</li><li>Diskusi mengenai fase strategi Hubungan Masyarakat</li></ul>                        | Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka.<br>Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus.<br><br>Waktu:<br>TM: 3x50"<br>TS: 3x60"<br>TM:3x60"<br><br>Tugas Kelompok:<br>Melakukan analisis strategi proactive dan reactive sebuah brand.                              | -          | Materi Pembelajaran <ul style="list-style-type: none"><li>Fase strategi (Proactive dan Reactive Strategy)</li><li>Jenis-jenis strategi proactive dan reactive pada aktivitas PR.</li><li>Contoh kasus proactive dan reactive pada aktivitas PR</li></ul> Sumber:<br>Smith, D. (2021). Strategic Planning for Public Relations, 6th Ed. New York: Routledge.<br><br>Tench., R., Waddington, S. (2021). Exploring Public Relations: Global Strategic Communication 5 <sup>th</sup> Ed. Harlow: Pearson Education Limited.                                 | 3                   |

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

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

Issue/Revisi : R1

| Minggu ke- | Sub CP-MK<br>(Kemampuan Akhir yang Diharapkan)                                                                                                      | Penilaian                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                      | Bentuk Pembelajaran:<br>Metode Pembelajaran;<br>Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)                                                                                                                                      |            | Materi Pembelajaran (Pustaka)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Bobot Penilaian (%) |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
|            |                                                                                                                                                     | Indikator                                                                                                                                      | Kriteria & Bentuk Penilaian                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                           |            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                     |
| (1)        | (2)                                                                                                                                                 | (3)                                                                                                                                            | (4)                                                                                                                                                                                                                  | Luring (5)                                                                                                                                                                                                                | Daring (6) | (7)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                     |
|            |                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                           |            | <p>Rahmi, F. N., Hafiar, H., &amp; Bakti, I. (2022). Advokasi Public Relations dalam Program Pemberdayaan Penyandang Disabilitas. Jurnal Riset Komunikasi, 5(2), 244–257. <a href="https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i2.610">https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i2.610</a></p> <p>Coursera:<br/><a href="https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications">https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications</a></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                     |
| 10         | Mahasiswa mampu menganalisis produk komunikasi yang dihasilkan organisasi sebagai penerapan praktik perencanaan strategis hubungan masyarakat. (C4) | Ketepatan dalam menganalisis produk komunikasi yang dihasilkan organisasi sebagai penerapan praktik perencanaan strategis hubungan masyarakat. | <p>Kriteria: Rubrik analitik.</p> <p>Bentuk Penilaian:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Tugas - aspek kognitif</li><li>• Tanya Jawab</li><li>• Diskusi mengenai fase taktik Hubungan Masyarakat</li></ul> | <p>Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka.<br/>Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus.</p> <p>Waktu:<br/>TM: 3x50"<br/>TS: 3x60"<br/>TM:3x60"</p> <p>Tugas Kelompok:<br/>Melakukan analisis Taktik kampanye sebuah brand.</p> | -          | <p>Materi Pembelajaran</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Fase Taktik Kampanye.</li><li>2. Jenis-jenis taktik pada aktivitas PR.</li><li>3. Contoh kasus taktik pada aktivitas PR</li></ol> <p>Sumber:<br/>Smith, D. (2021). Strategic Planning for Public Relations, 6th Ed. New York: Routledge.</p> <p>Tench., R., Waddington, S. (2021). Exploring Public Relations: Global Strategic Communication 5<sup>th</sup> Ed. Harlow: Pearson Education Limited.</p> <p>Rahmi, F. N., Hafiar, H., &amp; Bakti, I. (2022). Advokasi Public Relations dalam Program Pemberdayaan Penyandang Disabilitas. Jurnal Riset Komunikasi, 5(2), 244–257. <a href="https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i2.610">https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i2.610</a></p> <p>Coursera:<br/><a href="https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications">https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications</a></p> | 3                   |
| 11         | Mahasiswa mampu menganalisis produk komunikasi yang dihasilkan                                                                                      | Ketepatan dalam menganalisis produk komunikasi yang                                                                                            | Kriteria: Rubrik analitik.                                                                                                                                                                                           | Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka.<br>Metode: Ceramah.                                                                                                                                                                  | -          | <p>Materi Pembelajaran</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Fase Taktik Kampanye.</li><li>2. Jenis-jenis timeline dan budgeting</li></ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 3                   |

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

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

Issue/Revisi : R1

| Minggu ke- | Sub CP-MK<br>(Kemampuan Akhir yang Diharapkan)                                            | Penilaian                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                    | Bentuk Pembelajaran:<br>Metode Pembelajaran;<br>Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                              | Materi Pembelajaran (Pustaka)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Bobot Penilaian (%) |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
|            |                                                                                           | Indikator                                                                                  | Kriteria & Bentuk Penilaian                                                                                                                                                                                                        | Luring (5)                                                                                                                                                           | Daring (6)                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                     |
| (1)        | (2)                                                                                       | (3)                                                                                        | (4)                                                                                                                                                                                                                                | (7)                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                     |
|            | organisasi sebagai penerapan praktik perencanaan strategis hubungan masyarakat. (C4)      | dihasilkan organisasi sebagai penerapan praktik perencanaan strategis hubungan masyarakat. | Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> <li>Tugas - aspek kognitif</li> <li>Tanya Jawab</li> <li>Diskusi mengenai fase taktik Hubungan Masyarakat</li> </ul>                                                          | Diskusi, Studi kasus.<br><br>Waktu:<br>TM: 3x50"<br>TS: 3x60"<br>TM:3x60"<br><br>Tugas Kelompok:<br>Melakukan analisis timeline dan budgeting kampanye sebuah brand. |                                                                                                                                                                                                                                                                              | pada aktivitas PR.<br>3. Contoh kasus taktik pada aktivitas PR<br><br>Sumber:<br>Smith, D. (2021). Strategic Planning for Public Relations, 6th Ed. New York: Routledge.<br><br>Tench., R., Waddington, S. (2021). Exploring Public Relations: Global Strategic Communication 5 <sup>th</sup> Ed. Harlow: Pearson Education Limited.<br><br>Coursera:<br><a href="https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications">https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications</a>                                          |                     |
| 12         | Mahasiswa mampu menjelaskan tahapan dalam perencanaan strategis hubungan masyarakat. (C2) | Ketepatan dalam memahami konsep-konsep dasar perencanaan strategis hubungan masyarakat.    | Kriteria: Rubrik holistik.<br><br>Bentuk penilaian: <ul style="list-style-type: none"> <li>Kuis – aspek kognitif.</li> <li>Tanya Jawab</li> <li>Diskusi mengenai fase strategi dan taktik kampanye Hubungan Masyarakat.</li> </ul> | -                                                                                                                                                                    | Bentuk: Kuliah pertemuan daring asynchronous (Collabor).<br><br>Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus, Kuis.<br><br>Waktu:<br>TM: 3x50"<br>TS: 3x60"<br>TM:3x60"<br><br>Kuis Individu:<br>Kuis mengenai review materi fase strategi dan taktik kampanye Hubungan Masyarakat. | Materi Pembelajaran<br>Kuis dan diskusi mengenai fase strategi dan taktik kampanye Hubungan Masyarakat.<br><br>Sumber:<br>Smith, D. (2021). Strategic Planning for Public Relations, 6th Ed. New York: Routledge.<br><br>Tench., R., Waddington, S. (2021). Exploring Public Relations: Global Strategic Communication 5 <sup>th</sup> Ed. Harlow: Pearson Education Limited.<br><br>Coursera:<br><a href="https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications">https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications</a> | 5                   |

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

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

Issue/Revisi : R1

| Minggu ke- | Sub CP-MK<br>(Kemampuan Akhir yang Diharapkan)                                                                                                                                                        | Penilaian                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                  | Bentuk Pembelajaran:<br>Metode Pembelajaran;<br>Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)                                                                                                                                                                                                              |            | Materi Pembelajaran (Pustaka)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Bobot Penilaian (%) |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
|            |                                                                                                                                                                                                       | Indikator                                                                                                                                      | Kriteria & Bentuk Penilaian                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                     |
| (1)        | (2)                                                                                                                                                                                                   | (3)                                                                                                                                            | (4)                                                                                                                                                                                                              | Luring (5)                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Daring (6) | (7)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                     |
| 13         | Mahasiswa mampu menganalisis produk komunikasi yang dihasilkan organisasi sebagai penerapan praktik perencanaan strategis hubungan masyarakat. (C4)                                                   | Ketepatan dalam menganalisis produk komunikasi yang dihasilkan organisasi sebagai penerapan praktik perencanaan strategis hubungan masyarakat. | Kriteria: Rubrik analitik.<br><br>Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"><li>Tugas - aspek kognitif</li><li>Tanya Jawab</li><li>Diskusi mengenai fase evaluasi Hubungan Masyarakat</li></ul>        | Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka.<br>Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus.<br><br>Waktu:<br>TM: 3x50"<br>TS: 3x60"<br>TM:3x60"<br><br>Tugas Kelompok: Melakukan analisis evaluasi kampanye sebuah brand.                                                                                      | -          | Materi Pembelajaran <ul style="list-style-type: none"><li>Fase Evaluasi Kampanye.</li><li>Jenis-jenis evaluasi pada aktivitas PR.</li><li>Contoh kasus taktik pada aktivitas PR</li></ul><br>Sumber:<br>Smith, D. (2021). Strategic Planning for Public Relations, 6th Ed. New York: Routledge.<br><br>Tench., R., Waddington, S. (2021). Exploring Public Relations: Global Strategic Communication 5 <sup>th</sup> Ed. Harlow: Pearson Education Limited.<br><br>Coursera:<br><a href="https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications">https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications</a> | 3                   |
| 14-15      | Mahasiswa mampu merancang perencanaan program/kampanye hubungan masyarakat berbasis data secara kolaboratif dan adaptif di era digital dalam konteks multimedia journalism dan public relations. (C6) | Ketepatan dalam merancang perencanaan program/kampanye hubungan masyarakat                                                                     | Kriteria: Rubrik analitik.<br><br>Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"><li>Tugas – Aspek Kognitif</li><li>Presentasi Akhir – Project Based Learning</li><li>Tanya Jawab</li><li>Diskusi</li></ul> | Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka.<br>Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus, Presentasi kelompok<br><br>TM: 3x50"<br>TS: 3x60"<br>TM:3x60"<br><br>Tugas Kelompok: <ul style="list-style-type: none"><li>Membuat makalah: Perencanaan kampanye PR pada sebuah brand sesuai dengan fase</li></ul> | -          | Materi Pembelajaran: <ul style="list-style-type: none"><li>Seluruh fase perencanaan kampanye PR.</li><li>Contoh kasus aktivitas PR.</li></ul><br>Sumber:<br>Smith, D. (2021). Strategic Planning for Public Relations, 6th Ed. New York: Routledge.<br><br>Tench., R., Waddington, S. (2021). Exploring Public Relations: Global Strategic Communication 5 <sup>th</sup> Ed. Harlow: Pearson Education Limited.<br><br>Coursera:<br><a href="https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications">https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications</a>                                             | 10                  |

| Minggu ke- | Sub CP-MK<br>(Kemampuan Akhir yang Diharapkan)                                                                                                                                                                                                                                                           | Penilaian |                             | Bentuk Pembelajaran:<br>Metode Pembelajaran;<br>Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)                                                                                              |            | Materi Pembelajaran (Pustaka) | Bobot Penilaian (%) |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------------------------|---------------------|
|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Indikator | Kriteria & Bentuk Penilaian |                                                                                                                                                                                   |            |                               |                     |
| (1)        | (2)                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | (3)       | (4)                         | Luring (5)                                                                                                                                                                        | Daring (6) | (7)                           |                     |
|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |           |                             | strategi dan taktik (Formatif, Strategi, Taktik, Evaluasi).<br>2. Presentasi Kelompok:<br>Melakukan presentasi hasil perencanaan kampanye PR pada sebuah brand (NGO atau profit). |            |                               |                     |
| 16         | Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa (30%)<br>Mahasiswa mampu merancang perencanaan program/kampanye hubungan masyarakat berbasis data secara kolaboratif dan adaptif di era digital dalam konteks multimedia journalism dan public relations. |           |                             |                                                                                                                                                                                   |            |                               |                     |