

Mata Kuliah	: Strategi dan Taktik Hubungan Masyarakat	Tanggal	: 1 Juni 2023
Kode MK	: KOM505	Rumpun MK	: MKP
Bobot (sks)	T (Teori) : 2 P (Praktik/Praktikum) : 1	Semester	: 5
Dosen Pengembang RPS,    Fasya Syifa Mutma, S.I.Kom., M.I.Kom.	Koordinator Keilmuan,    Fathiya Nur Rahmi, S.I.Kom., M.I.Kom.	Kepala Program Studi,    Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom.	Dekan,    Dra. Clara Evi C. Citraningtyas, M.A., Ph.D.

<b>NOMOR TUGAS</b>
1
<b>BENTUK TUGAS</b>
Observasi (proyek)
<b>JUDUL TUGAS</b>
Paper Perencanaan Program / Kampanye Hubungan Masyarakat
<b>SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (SUB CPMK)</b>
Mahasiswa mampu merancang perencanaan program/kampanye hubungan masyarakat berbasis data secara kolaboratif dan adaptif di era digital dalam konteks multimedia journalism dan public relations
<b>DESKRIPSI TUGAS</b>
Mahasiswa secara berkelompok merancang perencanaan program/kampanye hubungan masyarakat terkait dengan isu/masalah tertentu yang dihadapi oleh organisasi. Tugas ini merupakan tugas yang dibuat untuk project UAS.

<b>METODE Pengerjaan Tugas</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membentuk kelompok (maksimal 4 orang)</li> <li>2. Menentukan organisasi/brand yang ingin diangkat</li> <li>3. Setiap minggunya, kelompok merancang program/kampanye hubungan masyarakat menggunakan tahapan perencanaan strategis yang dipelajari di kelas pada minggu tersebut:             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisis situasi (Pertemuan 3)</li> <li>2. Analisis organisasi (Pertemuan 4)</li> <li>3. Analisis publik (Pertemuan 5)</li> <li>4. Penentuan tujuan dan objektif (Pertemuan 6)</li> <li>5. Penentuan strategi aksi dan respon (Pertemuan 9)</li> <li>6. Pengembangan pesan program/kampanye (Pertemuan 10)</li> <li>7. Pemilihan taktik komunikasi (Pertemuan 11)</li> <li>8. Implementasi perencanaan (Pertemuan 12)</li> <li>9. Evaluasi perencanaan (Pertemuan 13)</li> </ol> </li> <li>4. Mengumpulkan tugas setiap minggunya pada One Drive kelompok</li> </ol>
<b>Bentuk dan Format Luaran</b>
PDF
<b>Indikator, Kriteria dan Bobot Penilaian</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kelengkapan (20%)</li> <li>2. Kualitas Materi (60%)</li> <li>3. Kreativitas (20%)</li> </ol>
<b>Jadwal Pelaksanaan</b>
Pemberian tugas pada Pertemuan 3, dikumpulkan setiap minggunya sesuai materi yang dipelajari di minggu tersebut. Deadline tugas pada minggu 13 / 14
<b>Lain-lain</b>
-
<b>Daftar Rujukan</b>
Smith, D. (2021). Strategic Planning for Public Relations, 6th Ed. New York: Routledge.
Tench., R., Waddington, S. (2021). Exploring Public Relations: Global Strategic Communication 5 <sup>th</sup> Ed. Harlow: Pearson Education Limited.