







**RENCANA TUGAS MAHASISWA (RTM)  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS HUMANIORA DAN BISNIS**

**SPT-I/03/BP/POB-  
01/F-03**

Issue/Revisi : A0

Mata Kuliah	: Komunikasi Persuasif	Tanggal	: 27 Juni 2023
Kode MK	: KOM204	Rumpun MK	: MKWP
Bobot (sks)	T (Teori) : 3 P (Praktik/Praktikum) : 0	Semester	: 4
Dosen Pengembang RPS,   Fathiyah Nur Rahmi, M.I.Kom.	Koordinator Keilmuan,   Fathiyah Nur Rahmi, 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>
Unjuk Kerja
<b>JUDUL TUGAS</b>
Essay Individu
<b>SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (SUB CPMK)</b>
Mahasiswa mampu menelaah cara membangun reputasi merek di dunia maya melalui digital branding dalam praktik PR online. (C4)
<b>DESKRIPSI TUGAS</b>
Essay mengenai reputasi merek di dunia digital
<b>METODE Pengerjaan Tugas</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studi kasus mengenai teori dan penggunaan etika profesi.</li> <li>• Diskusi</li> </ul>
Penulisan essay
<b>BENTUK DAN FORMAT LUARAN</b>
Essay / paper
<b>INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN</b>
<p>Indikator:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan analisis teori.</li> <li>• Ketepatan penggunaan berbagai analisis kasus mengenai reputasi merek digital.</li> </ul> <p>Kriteria: Rubrik Holistik</p> <p>Bobot Penilaian:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Deskripsi teori dan studi kasus: 30%</li> <li>• Ketepatan hasil analisis: 50%</li> <li>• Diskusi: 20%</li> </ul>
<b>JADWAL PELAKSANAAN</b>
Minggu ke 9-10
<b>LAIN-LAIN</b>
-
<b>DAFTAR RUJUKAN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Scott, David Meerman. 2020. Seventh Edition. The New Rules of Marketing &amp; PR: How to use content marketing, podcasting, social media, AI, live video, and newsjacking to reach buyers directly. New Jersey: John Wiley &amp; Sons, Inc.</li> <li>• Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intelligence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.</li> </ul>

<b>NOMOR TUGAS</b>
2

<b>BENTUK TUGAS</b>
Unjuk Kerja
<b>JUDUL TUGAS</b>
Makalah Kelompok dan Presentasi
<b>SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (SUB CPMK)</b>
Mahasiswa mampu menelaah cara membangun reputasi merek dengan berbagai tools PR di dunia maya dalam praktik PR online.
<b>DESKRIPSI TUGAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unsur makalah terdiri dari berbagai tools PR dan penggunaannya oleh profesi Hubungan Masyarakat pemecahan masalah pada studi kasus.</li> <li>• Analisis penggunaan tools PR dalam aktivitas Humas Online.</li> <li>•</li> </ul>
<b>METODE Pengerjaan Tugas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diskusi</li> <li>• Pembuatan makalah</li> </ul> Presentasi
<b>BENTUK DAN FORMAT LUARAN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makalah</li> <li>• Slide Presentasi</li> </ul>
<b>INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN</b>
Indikator: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan makalah dan presentasi.</li> <li>• Keaktifan diskusi.</li> </ul> Kriteria: Rubrik holistik Bobot penilaian: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diskusi: 20%</li> <li>• Makalah: 50%</li> <li>• Presentasi : 30%</li> </ul>
<b>JADWAL PELAKSANAAN</b>
Minggu ke 3-7

<b>LAIN-LAIN</b>
-
<b>DAFTAR RUJUKAN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Scott, David Meerman. 2020. Seventh Edition. The New Rules of Marketing &amp; PR: How to use content marketing, podcasting, social media, AI, live video, and newsjacking to reach buyers directly. New Jersey: John Wiley &amp; Sons, Inc.</li> <li>• Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intelligence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.</li> </ul>
<b>NOMOR TUGAS</b>
3
<b>BENTUK TUGAS</b>
Unjuk Kerja dan Observasi
<b>JUDUL TUGAS</b>
Makalah Kelompok dan Presentasi
<b>SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (SUB CPMK)</b>
Mahasiswa mampu membuat perencanaan kampanye hubungan masyarakat online dan konten media sosial secara kreatif.(C6)
<b>DESKRIPSI TUGAS</b>
Makalah perencanaan kampanye media sosial, membuat konten media sosial
<b>METODE Pengerjaan Tugas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diskusi</li> <li>• Pembuatan makalah</li> <li>• Presentasi</li> </ul>
<b>BENTUK DAN FORMAT LUARAN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makalah</li> <li>• Slide Presentasi</li> </ul>

- Konten di media sosial

#### INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN

##### Indikator:

- Ketepatan makalah dan presentasi.
- Keaktifan diskusi.

##### Kriteria: Rubrik holistik

##### Bobot penilaian:

- Kualitas konten: 50%
- Makalah: 30%
- Presentasi : 20%

#### JADWAL PELAKSANAAN

Minggu ke 11-15

#### LAIN-LAIN

-

#### DAFTAR RUJUKAN

- Scott, David Meerman. 2020. Seventh Edition. The New Rules of Marketing & PR: How to use content marketing, podcasting, social media, AI, live video, and newsjacking to reach buyers directly. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intelligence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.