Fakultas Ilmu Sosial

4. PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

- REGULER
- PARALEL
- KKI



Visi & Misi Departemen Ilmu Komunikasi

Visi

Menjadi institusi pendidikan berbasis riset yang unggul dalam bidang ilmu komunikasi dan memberikan sumbangan bagi pembangunan bangsa dan negara.

Misi

- Melalui pendidikan berbasis riset dapat menghasilkan lulusan yang berkemampuan akademik tinggi, memiliki profesionalitas serta moralitas, sehingga mampu bersaing dalam lingkup nasional maupun internasional.
- Mendorong peningkatan kinerja staf akademik yang aktif, kreatif dan profesional untuk pencapaian dan pemeliharaan kualitas unggul dalam bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.
- Menghasilkan karya cipta unggul hasil riset dalam bidang ilmu dan praktek komunikasi, agar selalu menjadi acuan terdepan dan memberi manfaat bagi kepentingan perkembangan ilmu maupun kehidupan manusia.
- Memberikan pengabdian kepada masyarakat luas melalui sumbangan pemikiran, pengetahuan, dan pekerjaan yang berkualitas tinggi, sehingga memberikan nilai tambah bagi kemaslahatan dan kesejahteraan insan manusia dalam lingkup nasional maupun internasional.
- Mengembangkan rasa kepedulian terhadap sesama individu maupun masyarakat, baik di sekitar lingkungan langsung maupun masyarakat lebih luas secara nasional maupun internasional.

Visi & Misi Program Studi Sarjana Ilmu Komunikasi:

Visi

Menjadi Institusi Pendidikan Sarjana Berbasis Riset yang Unggul dalam Bidang Ilmu Komunikasi dan memberikan sumbangan bagi Pembangunan Bangsa dan Negara.

Misi Program Studi Sarjana:

- Menyelenggarakan program pendidikan di bidang Ilmu Komunikasi untuk jenjang strata satu (sarjana) yang berkemampuan akademik tinggi, memiliki profesionalitas serta moralitas sehingga mampu bersaing dalam lingkup nasional maupun internasional.
- Menyelenggarakan kegiatan penelitian di bidang Ilmu Komunikasi baik yang bersifat akademik/ilmiah maupun yang bersifat terapan/praktis untuk

mengembangkan keilmuan komunikasi serta untuk pemecahan masalah-masalah sosial.

- Memberikan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pemikiran, pengetahuan, layanan jasa keahlian aplikatif sebagai wujud tanggung jawab sosial.

Tujuan Program Studi Sarjana

Program Studi Ilmu Komunikasi mempunyai tujuan menghasilkan lulusan yang memiliki bekal pengetahuan teoritis dan metodologis komunikasi yang lebih komprehensif, serta keahlian teknis dan praktis serta berlandaskan pada etika profesi.

Tujuan dari masing-masing peminatan adalah sebagai berikut :

A. **Peminatan Kajian Media**
   Menghasilkan lulusan di bidang komunikasi media: akademisi, peneliti, dan analis media di
   bidang komunikasi dan media.
B. **Peminatan Jurnalisme**
   Menghasilkan lulusan di bidang jurnalisme: reporter media cetak, radio, televisi, media *online*; editor, penulis artikel, dan jurnalis foto.
C. **Peminatan Penyiaran**
   Menghasilkan lulusan di bidang industri penyiaran (nonjurnalisme): sutradara, produser, penulis naskah dan editor.
D. **Peminatan Hubungan Masyarakat**
   Menghasilkan lulusan di bidang hubungan masyarakat: staf humas di kantor konsultan, lembaga pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), maupun perusahaan swasta.
E. **Peminatan Periklanan**
   Menghasilkan lulusan di bidang periklanan: bina usaha, kreatif dan perencanaan media periklanan.

PROGRAM SARJANA
(REGULER/PARALEL/KKI)

Spesifikasi Program

1.	Nama Program	Ilmu Komunikasi	
2.	Kelas	Reguler, Paralel dan Internasional	
3.	SK Rektor Tentang Kurikulum	1472B/SK/R/UI/2012	
4.	Akreditasi	BAN-PT "**A**"	
5.	Bahasa Pengantar	Bahasa Indonesia dan Bahas Inggris	
6.	Skema Studi	4 Tahun	
7.	Persyaratan Masuk	Sekolah Lanjutan Tingkat Atas	
8.	Masa Studi	4 Tahun	
	Tipe Semester	Jumlah Semester	Jumlah Minggu
	Reguler	4	16
	Pendek		
9.	Profil Lulusan	Lulusan sarjana ilmu sosial dan ilmu politik yang mampu merekomendasikan alternatif solusi permasalahan komunikasi dalam isu-isu masyarakat perkotaan dan industri yang berdimensi global dan lokal dalam bidang kajian media, jurnalisme, hubungan masyarakat, periklanan, dan penyiaran dengan berlandaskan prinsip-prinsip dan etika profesi	
10.	Ekspektasi Hasil Pembelajaran - Mampu menguasai konsep-konsep dasar ilmu-ilmu sosial secara kritis - Mampu menguasai dasar - dasar metode penelitian ilmu-ilmu sosial - Mampu menuangkan konsep dasar dan analisa kritis secara lisan maupun tertulis sesuai dengan kaidah ilmiah dan bahasa indonesia yang baik - Mampu menganalisis secara kritis fenomena-fenomena sosial, budaya dan politik berdasarkan teori-teori ilmu sosial yang relevan - Mampu memberikan alternatif pemecahan masalah terhadap beragam masalah yang timbul di lingkungan, masyarakat, bangsa dan negara - Mampu menggunakan bahasa lisan dan tulisan dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris dengan baik untuk kegiatan akademik maupun non-akademik - Mampu memanfaatkan teknologi informasi komunikasi - Memiliki integritas, mampu berpikir kritis, kreatif dan inovatif, serta memiliki keingintahuan intelektual untuk memecahan masalah pada tingkat individual dan kelompok - Mampu memberikan alternatif solusi dalam bidang kajian media terkait isu-isu masyarakat perkotaan dan industri yang berskala global dan lokal dengan berlandaskan etika - Mampu memberikan alternatif solusi di bidang jurnalisme terkait isu-isu masyarakat perkotaan & industri yang berskala global & lokal dengan berlandaskan etika profesi - Mampu memberikan alternatif solusi produksi program televisi non jurnalisme terkait isu-isu masyarakat perkotaan & industri yang berskala global & lokal dengan berlandaskan etika profesi - Mampu memberikan alternatif solusi strategi komunikasi hubungan masyarakat korporat terkait isu-isu masyarakat perkotaan & industri yang berskala global & lokal dengan berlandaskan etika profesi - Mampu memberikan alternatif solusi desain dan eksekusi strategi komunikasi pemasaran dan periklanan terkait isu-isu masyarakat perkotaan & industri yang berskala global & lokal dengan berlandaskan etika profesi		

11.	Klasifikasi Beban Studi		
No	Beban Studi	Jumlah Kredit (SKS)	Persentase
1.	Wajib Program Studi	51	34,93%
	Peminatan	45	30,82%
	Wajib Universitas	21	14,38%
	Wajib Fakultas	14	9,59%
	Pilihan Bebas	15	10,27%
	Total Beban Studi	146	100%

Tabel 1: Kebutuhan Stakeholders dan Kompetensi Lulusan Sarjana Ilmu Komunikasi FISIP UI

Kebutuhan Stakeholders	**Kompetensi Umum**
Kebutuhan Masyarakat (*Societal Needs*)	1. Memiliki kepedulian terhadap masalah kemasyarakatan, bangsa dan negara, dilandasi takwa, budi pekerti dan etika 2. Memiliki jiwa kewirausahaan melalui inovasi, kemandirian, kreativitas dan etika profesi yang baik
Kebutuhan Dunia Kerja (*Industrial Needs*)	1. Mampu menerapkan teori-teori, konsep-konsep, dan model-model dalam bidang komunikasi pada isu-isu masyarakat perkotaan dan industri yang berdimensi global dan lokal 2. Mampu membaca, menulis, dan melakukan presentasi dengan baik 3. Mampu menggunakan berbagai bentuk teknologi informasi dan komunikasi 4. Mampu berpikir kritis dan memiliki keingintahuan intelektual untuk memecahkan masalah baik secara individual maupun kelompok
Kebutuhan Profesional (*Professional Needs*)	1. Mampu menganalisis isu-isu masyarakat perkotaan dan industri yang berdimensi global dan lokal dengan menggunakan teori-teori, konsep-konsep, dan model-model dalam bidang komunikasi 2. Mampu menerapkan teori-teori, konsep-konsep, dan model-model dalam bidang komunikasi untuk memecahkan berbagai isu-isu masyarakat perkotaan dan industri yang berdimensi global dan lokal 3. Mampu menyusun, melakukan dan melaporkan penelitian ilmiah dan terapan dalam bidang komunikasi terkait dengan isu-isu masyarakat perkotaan dan industri yang berdimensi global dan lokal
Kebutuhan Generasi Masa Depan (*Scientific Vision*)	1. Mampu meletakkan kerangka dasar keilmuan di bidang komunikasi dalam isu-isu masyarakat perkotaan dan industri yang berdimensi global dan lokal yang dapat dimanfaatkan untuk generasi masa depan 2. Mampu menyesuaikan diri terhadap perkembangan di masyarakat baik dalam lingkungan global maupun lokal 3. Mampu berpikir kreatif dan inovatif di bidang komunikasi 4. Mampu menggunakan teknologi informasi dan komunikasi

Kebutuhan Bidang Ilmu (*Scientific Needs*)	1. Mampu mengidentifikasi isu-isu masyarakat perkotaan dan industri yang berdimensi global dan lokal dengan menggunakan teori-teori, konsep-konsep, dan model-model dalam bidang komunikasi 2. Mampu menganalisis isu-isu masyarakat perkotaan dan industri yang berdimensi global dan lokal dengan menggunakan teori-teori, konsep-konsep, dan model-model dalam bidang komunikasi 3. Mampu memberikan alternatif solusi dan rekomendasi terhadap isu-isu masyarakat perkotaan dan industri yang global dan lokal dengan menggunakan teori-teori, konsep-konsep, dan model-model dalam bidang komunikasi

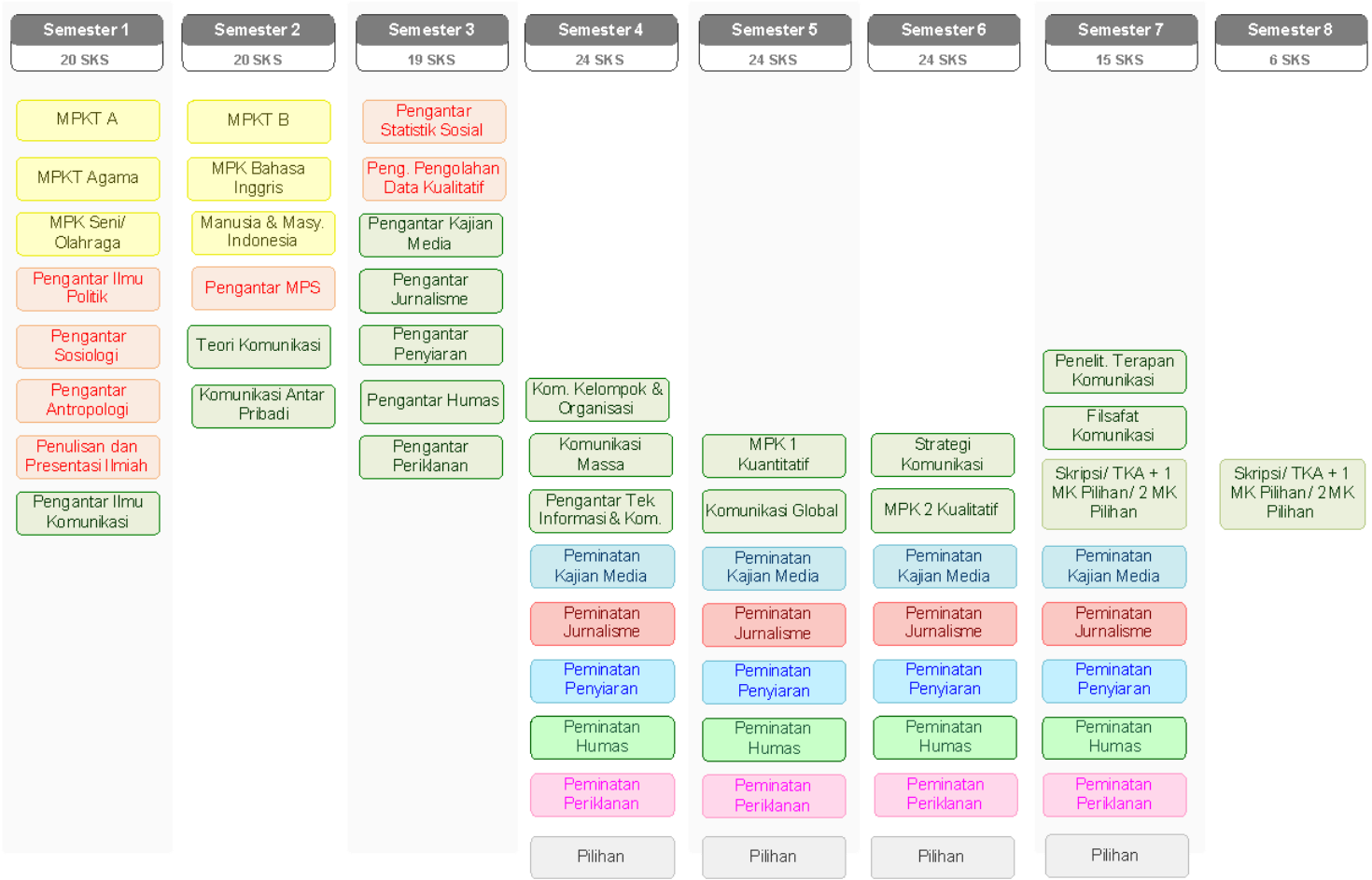
Tabel 2: Deskripsi Lulusan Sarjana Ilmu Komunikasi FISIP UI

Lulusan sarjana ilmu sosial dan ilmu politik yang mampu merekomendasikan alternatif solusi permasalahan komunikasi dalam isu-isu masyarakat perkotaan dan industri yang berdimensi global dan lokal dalam bidang kajian media, jurnalisme, hubungan masyarakat, periklanan, dan penyiaran dengan berlandaskan prinsip-prinsip dan etika profesi.

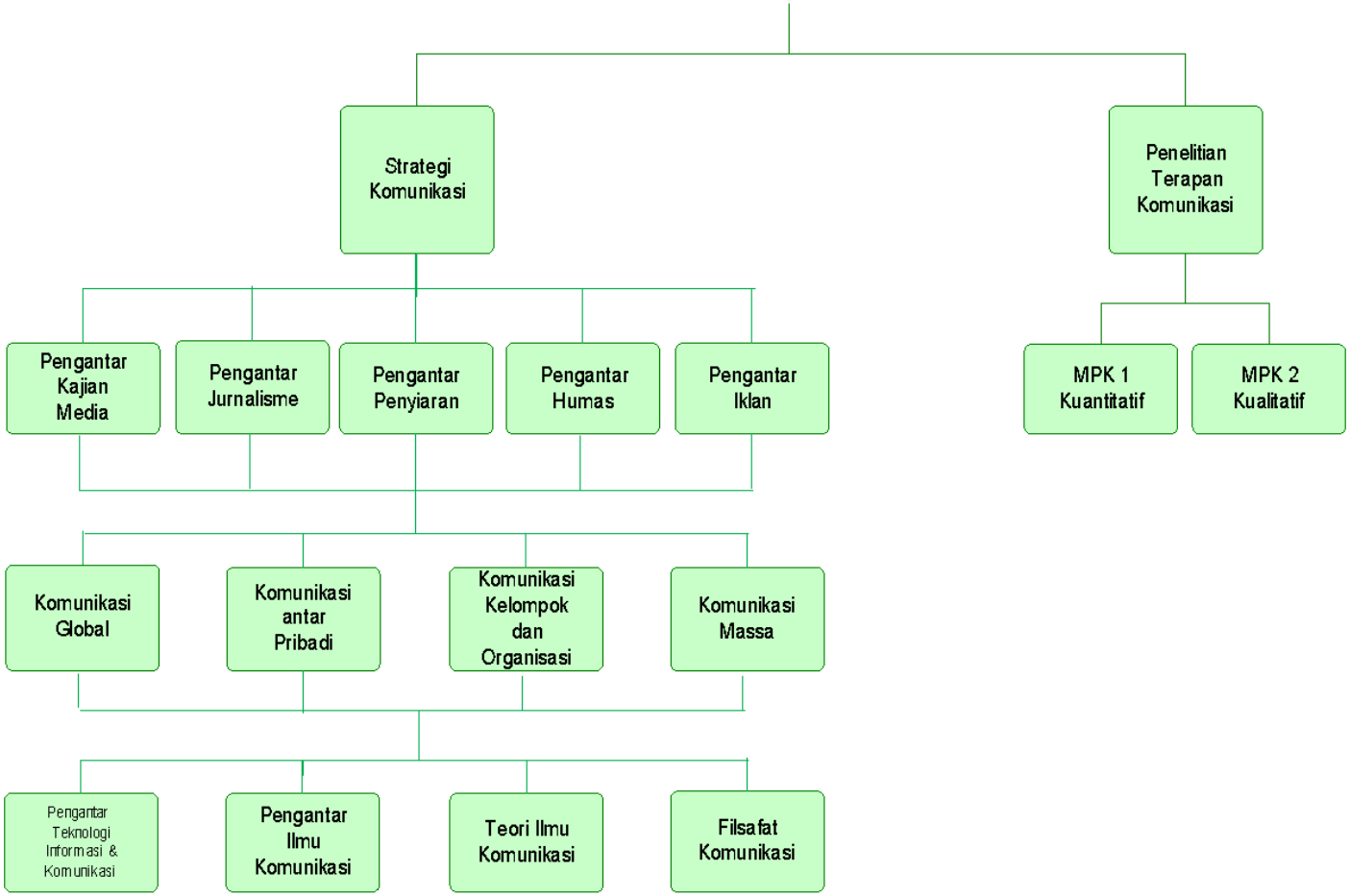
Jejaring Kompetensi Program Sarjana Departemen Ilmu Komunikasi

EMBED Visio.Drawing.11

Diagram Mata Kuliah Program Sarjana Departemen Ilmu Komunikasi



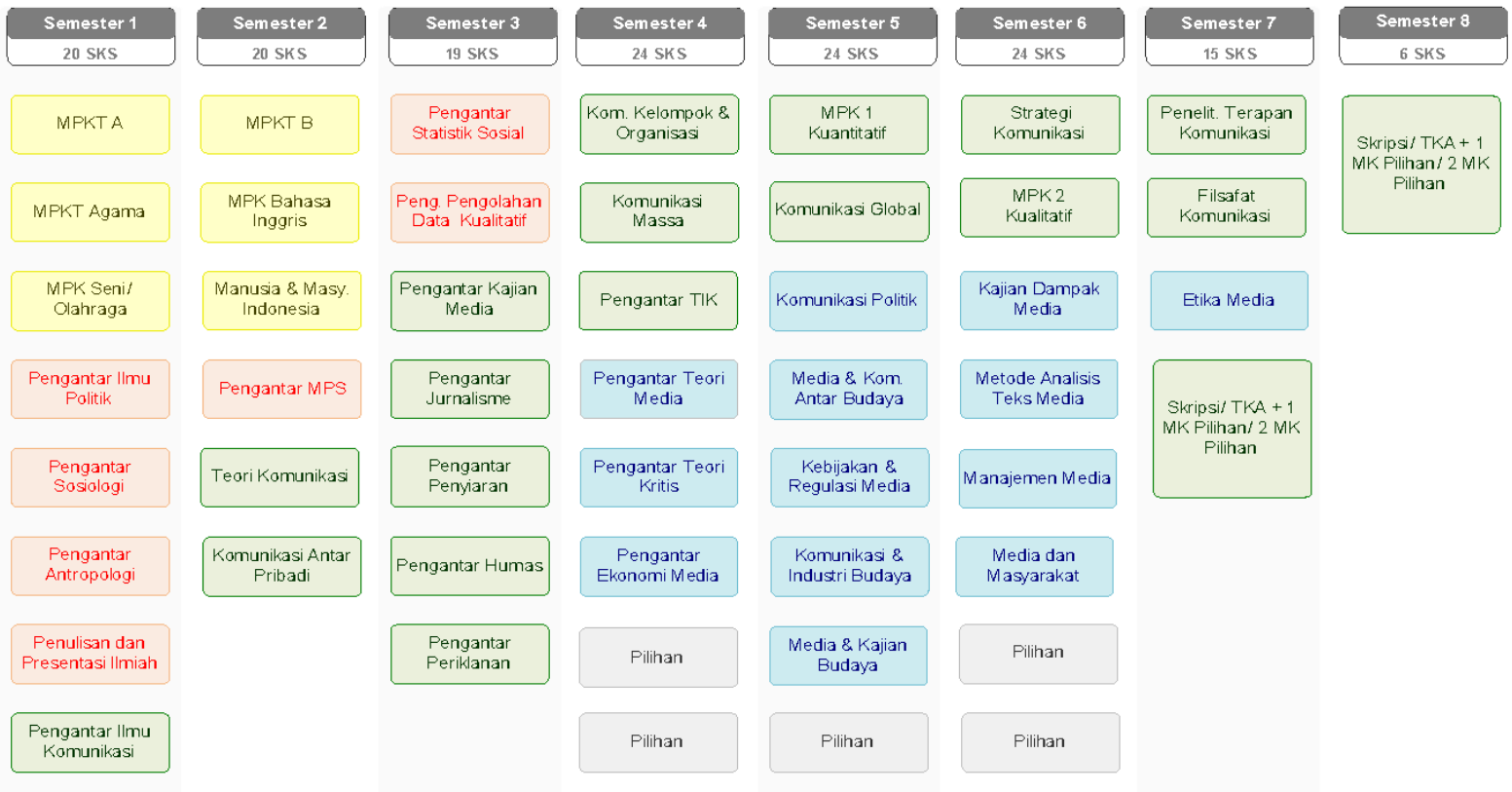
Jejaring Matakuliah Program Sarjana Ilmu Komunikasi



Jejaring Kompetensi dan Jejaring Matakuliah untuk Peminatan:

a. Kajian Media

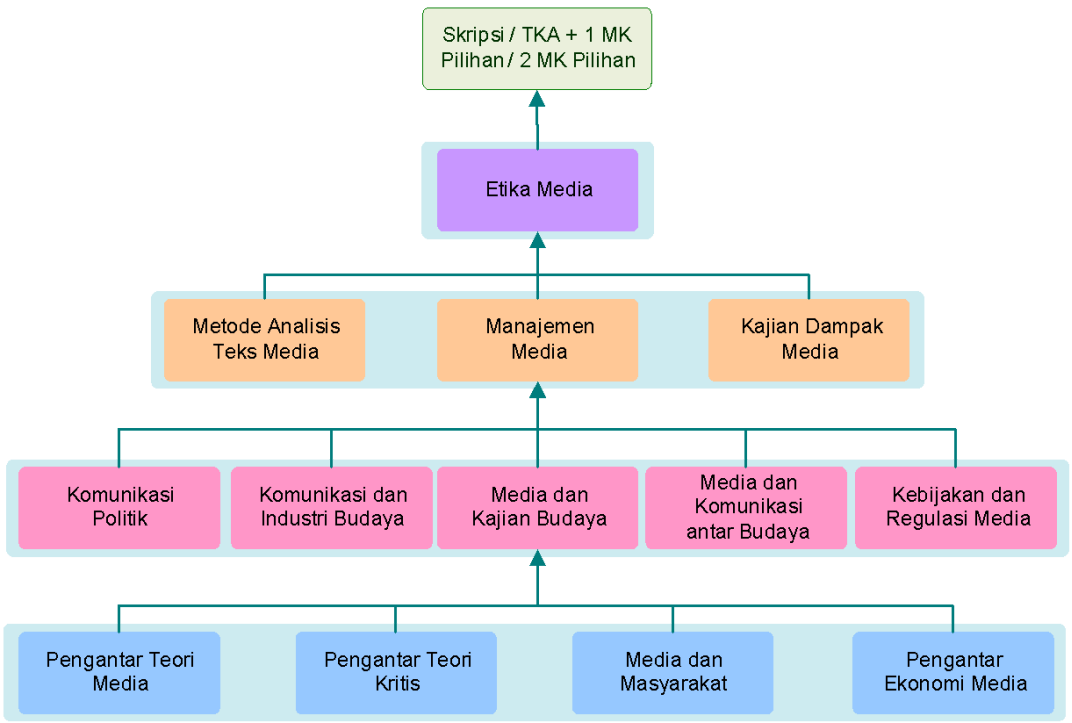
Diagram Sebaran Mata Kuliah Peminatan Kajian Media



Jejaring Kompetensi Peminatan Kajian Media

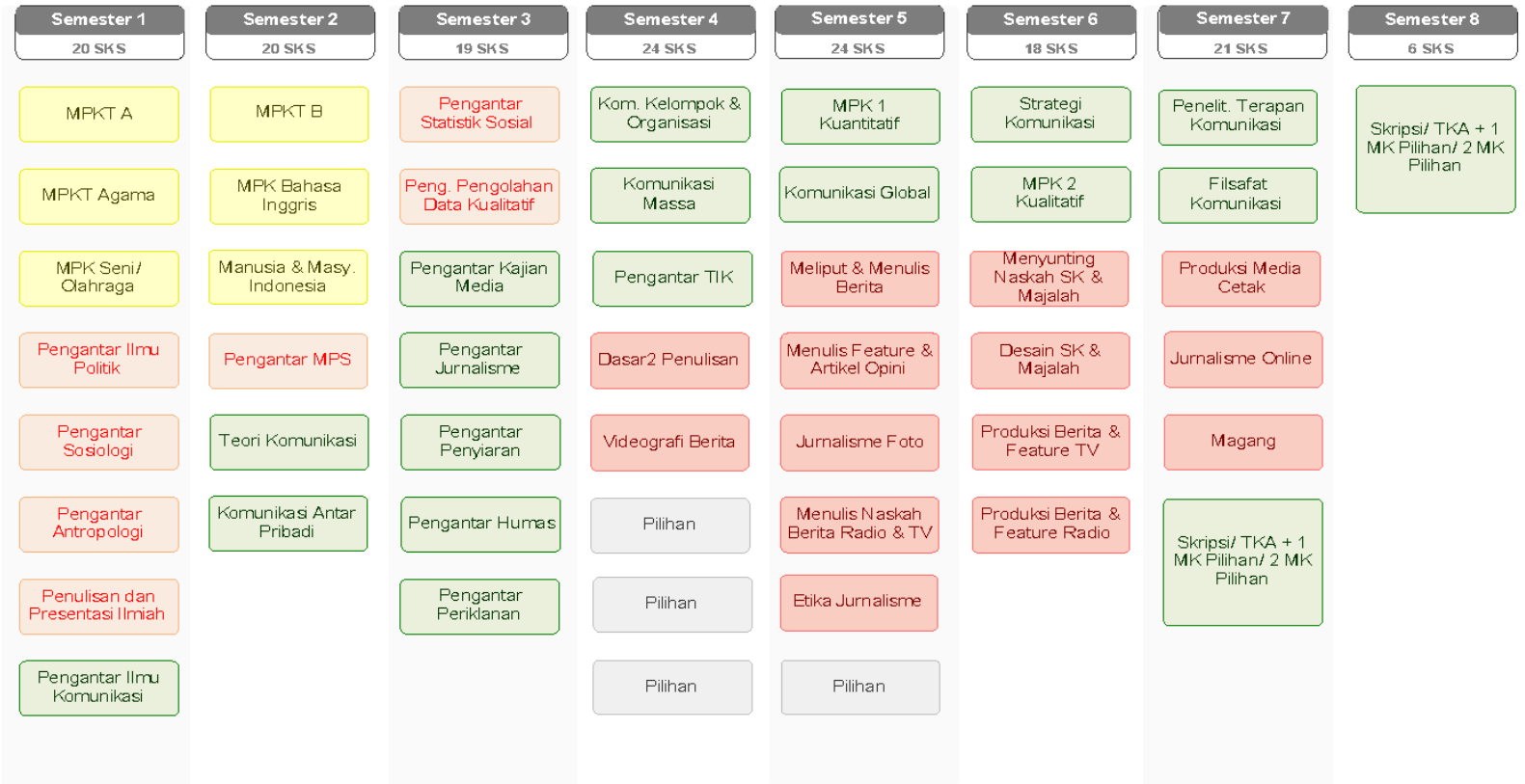
EMBED Visio.Drawing.11

Jejaring Mata Kuliah Peminatan Kajian Media



b. Jurnalisme

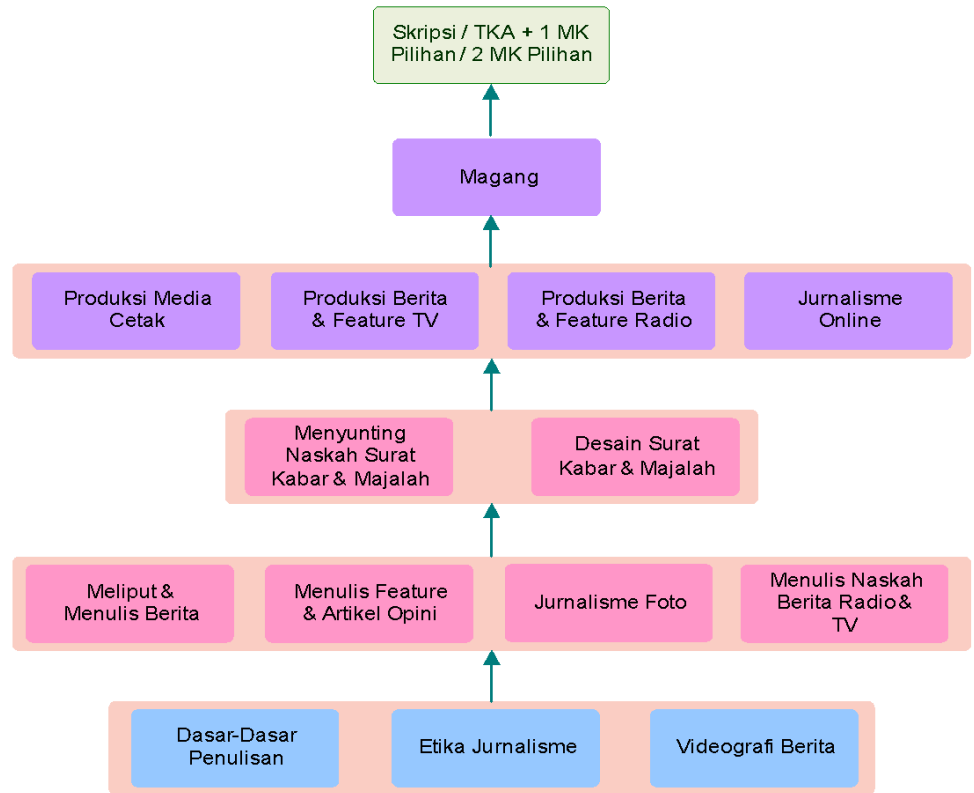
Diagram Sebaran Mata Kuliah Peminatan Jurnalisme



Jejaring Kompetensi Peminatan Jurnalisme

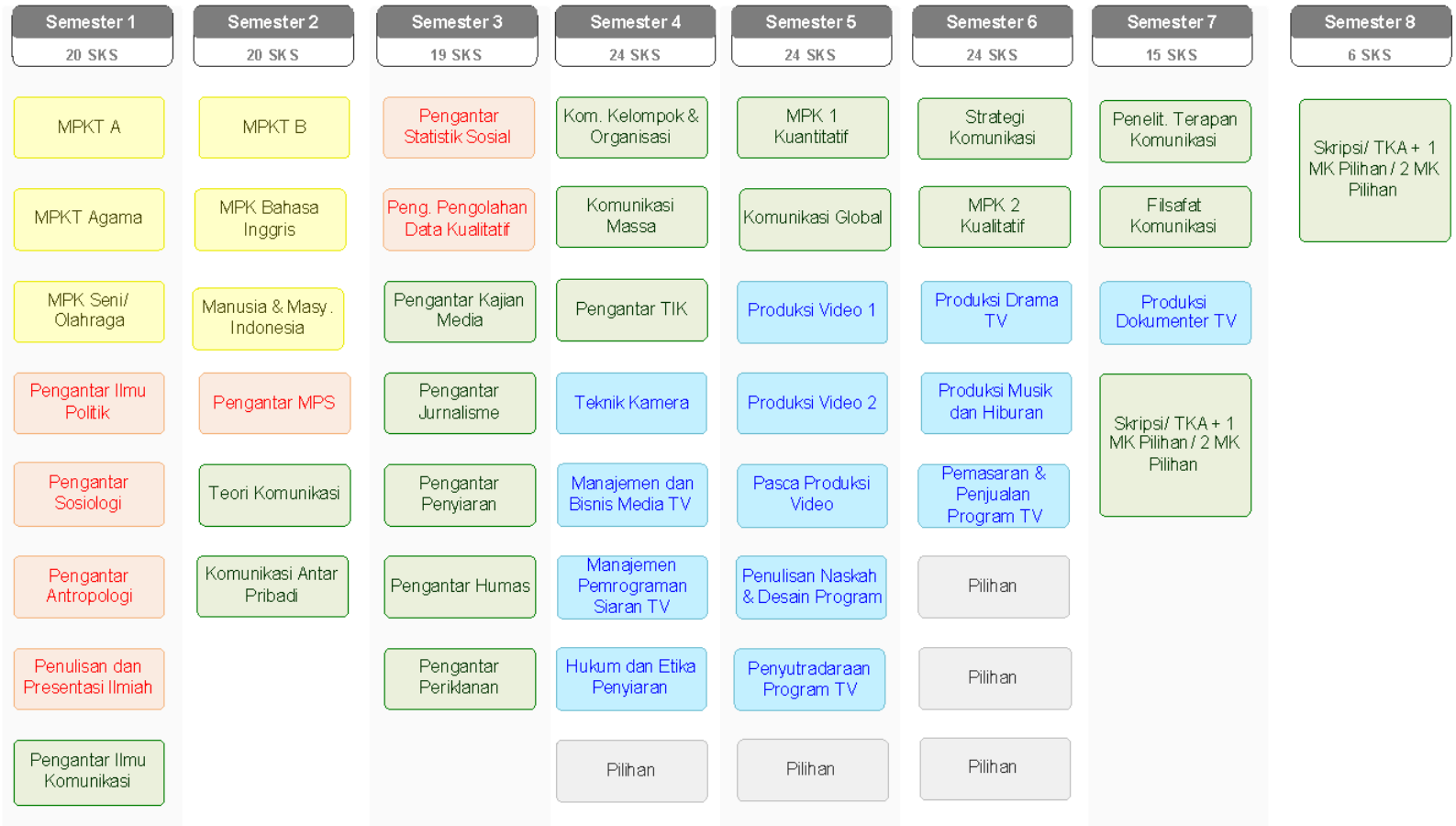
EMBED Visio.Drawing.11

Jejaring Mata Kuliah Peminatan Jurnalisme



c. Penyiaran

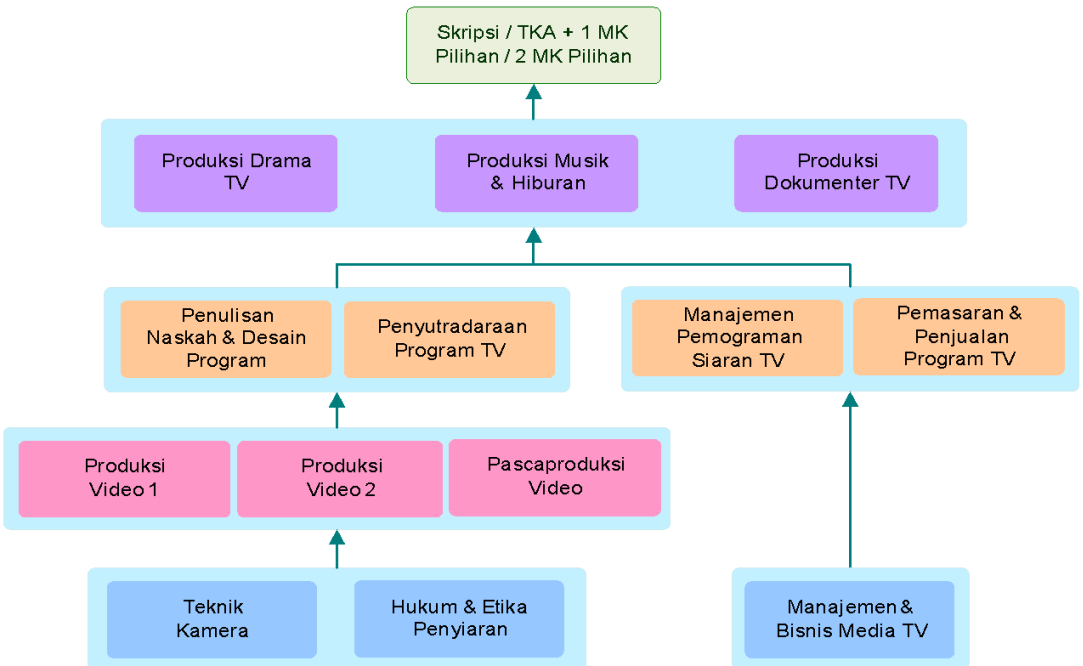
Diagram Sebaran Mata Kuliah Peminatan Penyiaran



Jejaring Kompetensi Peminatan Penyiaran

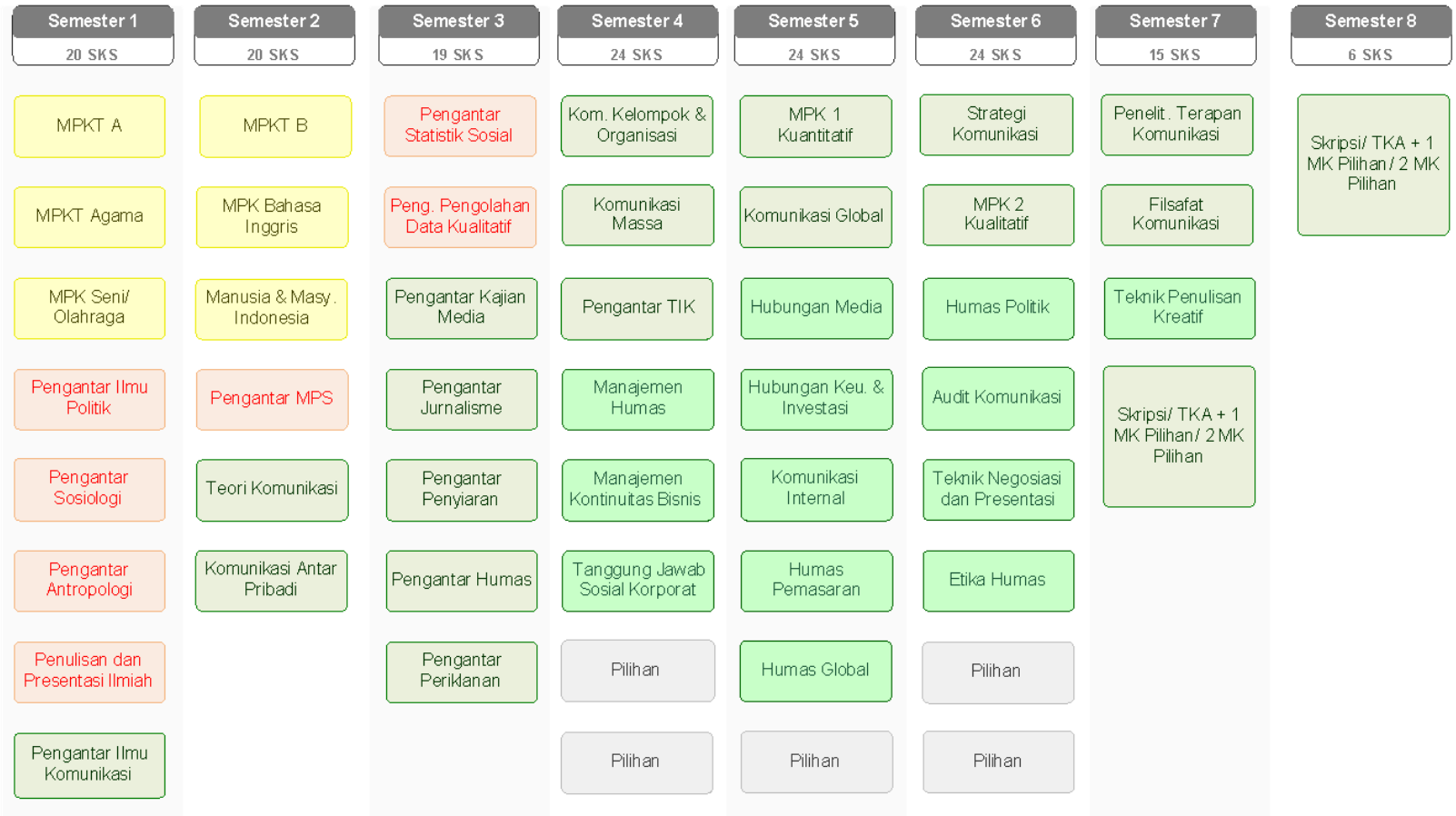
EMBED Visio.Drawing.11

Jejaring Mata Kuliah Peminatan Penyiaran



d. Humas

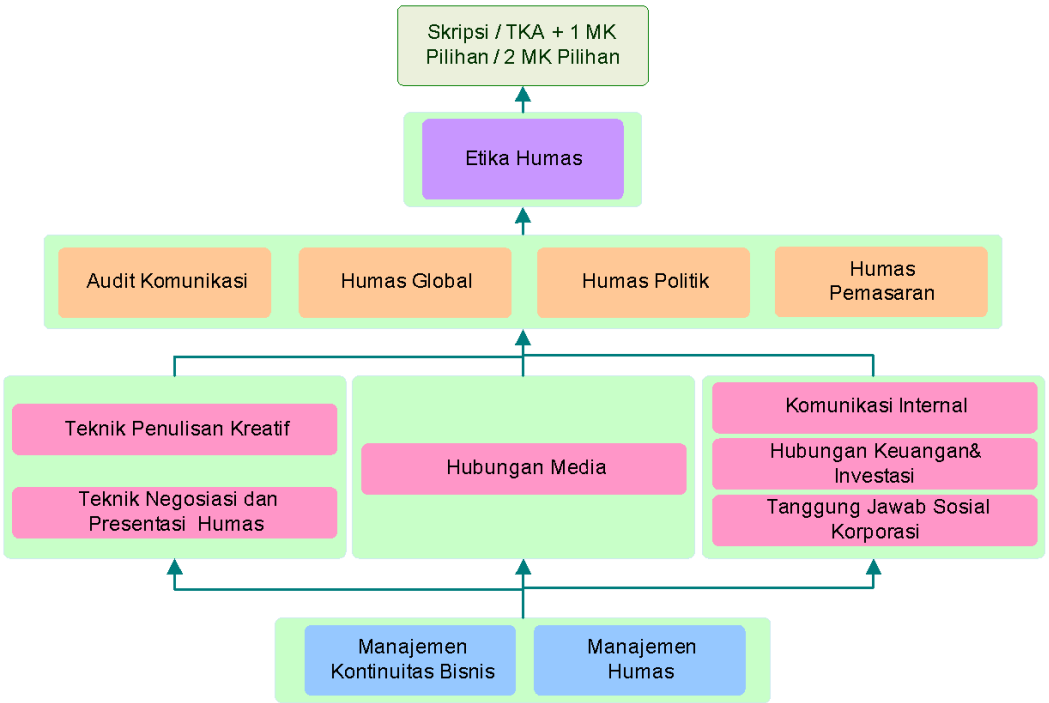
Diagram Sebaran Mata Kuliah Peminatan Hubungan Masyarakat



Jejaring Kompetensi Peminatan Hubungan Masyarakat

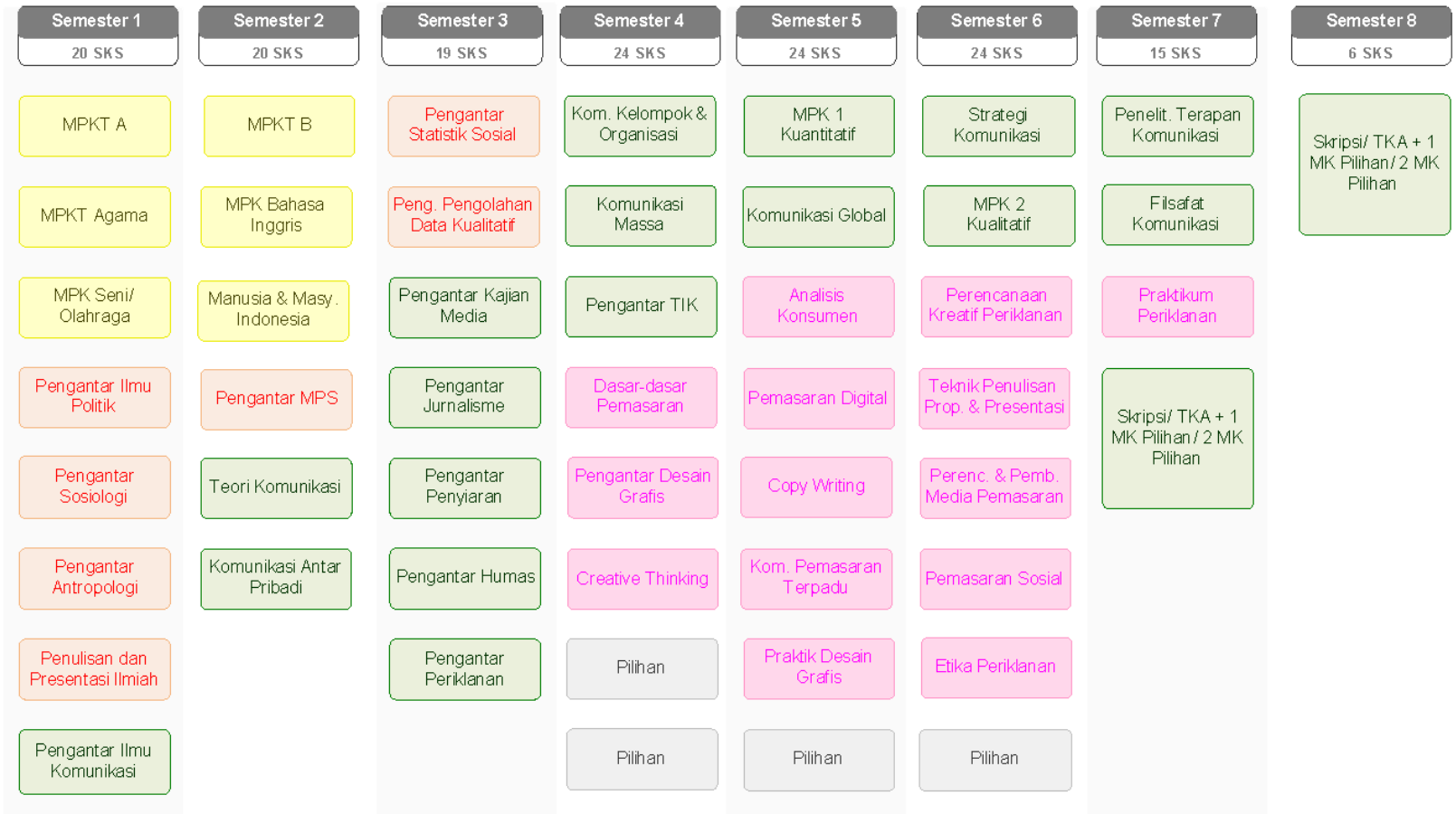
EMBED Visio.Drawing.11

Jejaring Mata Kuliah Peminatan Hubungan Masyarakat



e. Periklanan

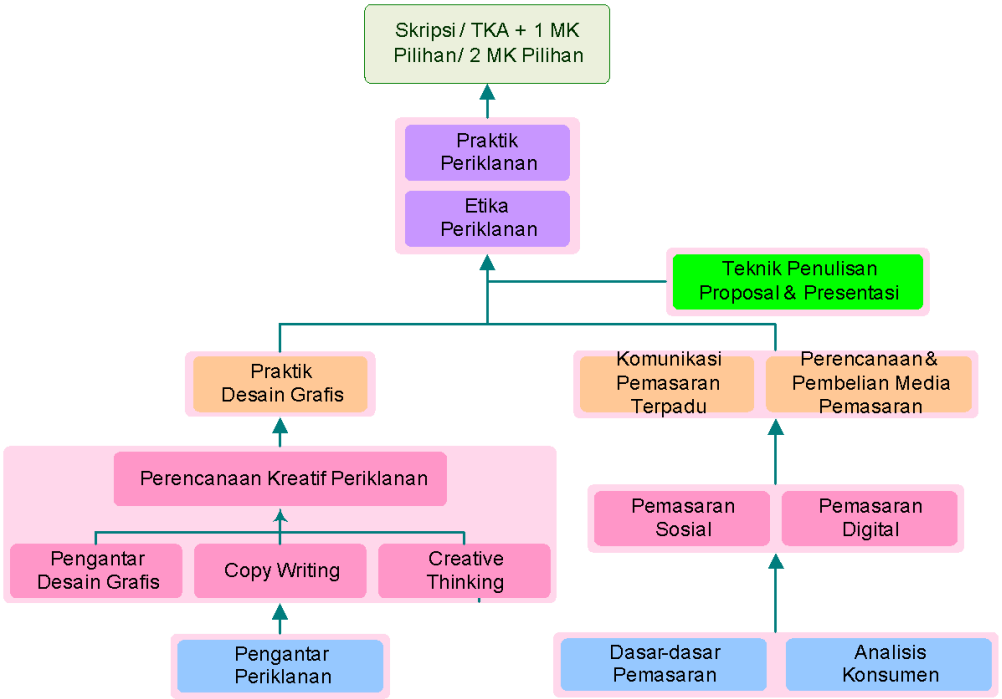
Diagram Sebaran Mata Kuliah Peminatan Periklanan



Jejaring Kompetensi Peminatan Periklanan

EMBED Visio.Drawing.11

Jejaring Mata Kuliah Peminatan Periklanan



Tabel 1 Matriks 1: Kebutuhan Stakeholders dan Kompetensi Lulusan Sarjana Ilmu Komunikasi FISIP UI

Tataran/ Rumpun	KOMPETENSI		
	Kompetensi Utama	**Kompetensi Pendukung**	**Kompetensi Lainnya**
Dasar & Kepribadian	● Memecahkan masalah dengan independen ● Membangun kohesivitas dalam kelompok ● Menerapkan prinsip-prinsip etika ● Membangun etos kerja		● Memiliki integritas, mampu berpikir kritis, kreatif dan inovatif, serta memiliki keingintahuan intelektual untuk memecahkan masalah pada tingkat individual dan kelompok
Bidang Ilmu	● Menjelaskan teori-teori, konsep-konsep dan model-model dalam bidang komunikasi ● Menjelaskan metodologi penelitian yang sesuai dengan teori-teori, konsep-konsep dan model-model dalam bidang komunikasi ● Mengidentifikasi fenomena komunikasi yang dikaitkan dengan teori-teori, konsep-konsep dan model-model serta metode penelitian ilmiah dalam bidang komunikasi	● Menjelaskan teori-teori, konsep-konsep dan model-model dalam bidang komunikasi pada isu-isu masyarakat perkotaan dan industri yang berskala global dan lokal ● Menjelaskan metodologi penelitian yang sesuai dengan teori-teori, konsep-konsep dan model-model dalam bidang komunikasi pada isu-isu masyarakat perkotaan dan industri yang berskala global dan lokal ● Mengidentifikasi fenomena komunikasi pada isu-isu masyarakat perkotaan dan industri yang berskala global dan lokal dengan menggunakan teori-teori, konsep-konsep, dan model-model dalam bidang komunikasi	● Mampu memanfaatkan teknologi informasi komunikasi

Tataran/ Rumpun	KOMPETENSI		
	Kompetensi Utama	**Kompetensi Pendukung**	**Kompetensi Lainnya**
Keahlian Berkarya	● Membuat desain penelitian komunikasi ● Mengadaptasi teori-teori, konsep-konsep dan model-model yang sesuai dengan realitas permasalahan dalam bidang komunikasi	● Membuat desain penelitian terkait dengan permasalahan komunikasi pada isu-isu masyarakat perkotaan dan industri yang berskala global dan lokal ● Mengaplikasikan teori-teori, konsep-konsep dan model-model komunikasi pada isu-isu masyarakat perkotaan dan industri yang berskala global dan lokal ● Membuat desain strategi komunikasi terkait dengan permasalahan komunikasi pada isu-isu masyarakat perkotaan dan industri yang berskala global dan lokal	● Mampu mengidentifikasi ragam upaya wirausaha yang bercirikan inovasi dan kemandirian yang berlandaskan etika
Perilaku Berkarya	● Menerapkan nilai-nilai, prinsip-prinsip, dan etika komunikasi dalam bidang komunikasi	● Menerapkan etika profesi dalam berkarya	● Mampu menggunakan bahasa lisan dan tulisan dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris dengan baik untuk kegiatan akademik maupun non akademik
Kehidupan Bermasyarakat	● Merekomendasikan alternatif solusi atas permasalahan komunikasi yang ada dalam masyarakat	● Merekomendasikan alternatif solusi atas permasalahan komunikasi pada masyarakat perkotaan dan industri yang berskala global dan lokal	● Mampu memberikan alternatif pemecahan masalah terhadap beragam masalah yang timbul di lingkungan, masyarakat, bangsa dan negara

Tabel 1. Matriks 2: Pengalaman Belajar dalam Rumpun Tataran Kompetensi

I Matriks 2. Pengalaman Belajar dalam Rumpun Tataran Kompetensi Ilmu Komunikasi

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
1	Menjelaskan teori-teori, konsep-konsep dan model-model dalam bidang komunikasi	1.1 Mampu menjelaskan konsep-konsep dasar, karakteristik, elemen, fungsi, tataran dan ruang lingkup dalam ilmu komunikasi	● Pengertian, karakteristik, elemen, fungsi dan tataran komunikasi ● Sejarah perkembangan komunikasi ● Teori dan model dasar komunikasi ● Proses dan kompleksitas komunikasi	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● LCD Projector ● Computer/Laptop	**Pengantar Ilmu Komunikasi**	● Memahami Pengertian, karakteristik, elemen, fungsi dan tataran komunikasi ● Memahami sejarah perkembangan komunikasi ● Memahami teori dan model dasar komunikasi ● Memahami proses dan kompleksitas komunikasi	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok
2		1.2. Mampu menjelaskanparadigma, teori-teori, konsep-konsep, dan	● Ragam paradigma dalam ilmu komunikasi	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak	**Teori Komunikasi**	● Mampu memahami perbedaan	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
		model-model dalam bidang komunikasi	● Ragam teori berdasarkan tataran komunikasi	(Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● LCD Projector ● Computer/Laptop		paradigma dalam ilmu komunikasi ● Mampu menjelaskan teori ● Mampu menganalisis fenomena berdasarkan teori	● Tugas Individu ● Tugas Kelompok
3		1.3. Mampu memahami pendekatan filsafat dalam menelaah fenomena komunikasi yang mencakup aspek etika, logika, epistemologi, ontologi, dan aksiologi	● Definisi dan ruang lingkup filsafat komunikasi ● Ragam pendekatan filsafat dalam komunikasi ● Aspek etika, logika, epistemologi, ontologi dan aksiologi dalam filsafat komunikasi	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector	**Filsafat Komunikasi**	● Mampu memahami definisi dan ruang lingkup filsafat ● Mampu menjelaskan ragam pendekatan filsafat dalam komunikasi ● Mampu memahami aspek etika, logika, epistemologi,	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
				● LCD Projector ● Computer/Laptop		ontologi dan aksiologi dalam filsafat komunikasi	
4		1.4. Mampu menjelaskan teori-teori, dan konsep-konsep ilmu komunikasi dalam tataran antar pribadi, organisasi dan kelompok, dan massa	● Pengertian dan pendekatan ● Konsep dasar dan proses komunikasi ● Teori-teori dan model-model dalam tataran komunikasi ● Menganalisis fenomena komunikasi	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop	**Komunikasi Antar Pribadi, Komunikasi Kelompok dan Organisasi, Komunikasi Massa**	1. Mampu memahami pengertian dan pendekatan 2. Mampu memahami konsep dasar dan proses komunikasi 3. Mampu memahami teori-teori dan model-model dalam tataran komunikasi 4. Mampu menganalisis fenomena komunikasi berdasarkan	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
						teori-teori dan model-model	
5	Mengadaptasi teori-teori, konsep-konsep dan model-model komunikasi terkait dengan perkembangan isu-isu masyarakat perkotaan dan industri yang berskala global dan lokal	2.1.Memahami teori-teori, konsep-konsep dan model-model komunikasi terkait dengan permasalahan komunikasi pada isu-isu masyarakat perkotaan dan industri; serta penggunaan teknologi informasi dalam masyarakat 2.2.Mengidentifikasi permasalahan komunikasi terkait dengan permasalahan komunikasi pada isu-isu masyarakat perkotaan dan industri; serta	● Struktur dan arus informasi global ● Dampak ekonomi, politik dan budaya dalam konteks media dan komunikasi	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan Penelitian ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector Computer/Laptop	**Komunikasi Global**	● Memahami struktur dan arus informasi global ● Mampu menjelaskan dampak ekonomi, politik dan budaya dalam konteks ● Mampu menganalisa kasus berdasarkan teori-teori, konsep-konsep dan model-model dari perspektif komunikasi global	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
		penggunaan teknologi informasi dalam masyarakat 2.3.Menganalisis permasalahan komunikasi terkait dengan permasalahan komunikasi pada isu-isu masyarakat perkotaan dan industri; serta penggunaan teknologi informasi dalam masyarakat					
6			● Pengenalan bentuk-bentuk TIK ● Penggunaan dan dampak TIK pada komunikasi organisasi, struktur, dan interpersonal ● PenggunaanTIK sebagai aplikasi	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out	**Pengantar Teknologi Informasi & Komunikasi**	● Mampu memahami berbagai bentuk dari TIK ● Mampu memahami dampak TIK pada komunikasi organisasi, strukturdan interpersonal	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
			komunikasi (email, newsletter, websites, presentasi multi-media, dansebagainya) ● Penggunaan TIK sebagai aplikasi komunikasi interaktif (blogs, wikis, social networking sites, video conference dan sebagainya) ● Penggunaan TIK dalam konteks pembentukan masyarakat informasi dan pemberdayaan individu	● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop		● Memiliki keahlian dalam penggunaan TIK sebagai aplikasi komunikasi, aplikasi komunikasi interaktif, sumber informasi dan pemberdayaan individu	
7		2.4. Mampu menjelaskan teori-teori dan konsep-konsep dasar	● Definisi dan ruang lingkup	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak	**Pengantar Kajian Media, Pengantar Jurnalisme,**	● Mampu menjelaskan definisi dan ruang lingkup	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
		dalam bidang peminatan kajian media, periklanan, hubungan masyarakat, jurnalisme dan penyiaran	● Teori-teori dan konsep-konsep dasar ● Contoh-contoh terapan	(Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop	**Pengantar Penyiaran, Pengantar Humas, Pengantar Periklanan**	● Mampu menjelaskan teori-teori dan konsep dasar ● Mampu menjelaskan contoh-contoh terapan	● Tugas Kelompok
8	Mengadaptasi teori-teori, konsep-konsep dan model-model yang sesuai dengan realitas permasalahan dalam bidang komunikasi	Membuat desain strategi komunikasi terkait dengan permasalahan komunikasi pada isu-isu masyarakat perkotaan dan industri; serta penggunaan teknologi informasi dalam masyarakat	● Teori dan konsep-konsep dalam strategi komunikasi ● Konsep perencanaan dan manajemen komunikasi ● Pembangunan pesan, strategi komunikasi dan taktik	● PapanTulis ● BukuTeks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan Praktikum ● Laporan Penelitian ● Laporan/ Studi	**Strategi Komunikasi**	● Mampu memahami teori-teori dan konsep dalam strategi komunikasi ● Mampu merancang desain strategi komunikasi dan evaluasi terkait dengan isu-isu masyarakat	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
			● Evaluasi strateg komunikasi	Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/ Laptop		perkotaan dan industri serta penggunaan teknologi dan masyarakat dengan menggunakan studi kasus	
9	Membuat desain penelitian ilmiah terkait dengan permasalahan komunikasi pada isu-isu masyarakat perkotaan dan industri yang berskala global dan lokal	Mampu menerapkan logika dan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif di bidang komunikasi	● Paradigma dan logika penelitian ● Merumuskan permasalahan penelitian ● Menyusun kerangka berpikir ● Membuat desain penelitian ● Melakukan penelitian ● Menganalisis dan membuat laporan penelitian	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Lapto	**Metodologi Penelitian Kuantitatif, Metodologi Penelitian Kualitatif**	● Mampu memahami paradigma dan logika penelitian ● Mampu merumuskan permasalahan penelitian ● Mampu menyusun kerangka berpikir ● Mampu membuat desain penelitian	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
				p		• Mampu melakukan penelitian • Mampu menganalisis dan membuat laporan penelitian	
10	Membuat desain penelitian komunikasi	Membuat desain penelitian terkait dengan permasalahan komunikasi pada isu-isu masyarakat perkotaan dan industri; serta penggunaan teknologi informasi dalam masyarakat	• Metode penelitian terapan kualitatif dan kuantitatif • Formulasi desain riset terapan • Analisis data sekunder • Analisis data primer • Penulisan laporan riset	• PapanTulis • BukuTeks • Bahan Ajar • Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) • Media Elektronik (Video, Internet) • Laporan Praktikum • Laporan Penelitian • Laporan/Studi Kasus • Hands-Out • Software Presentasi • Overhead	**Penelitian Terapan Komunikasi**	• Memahami metode-metode penelitian dalam riset terapan • Mampu merancang desain riset terapan terkait dengan isu-isu masyarakat perkotaan & industri serta penggunaan teknologi dalam masyarakat • Mampu melakukan	• Ujian Tengah Semester • UjianAkhir Semester • Tugas Individu • Tugas Kelompok

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
				Projector ● LCD Projector ● Computer/ Laptop		analisis data sekunder ● Mampu melakukan analisis data primer ● Mampu melaporkanhasil riset terapan	

II **Matriks 2. Pengalaman Belajar dalam Rumpun Tataran Kompetensi Peminatan Kajian Media (Kamed)**

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
1	Mampu menjelaskan teori-teori dan konsep-konsep dasar dalam bidang kajian media	1.1 Mampu menjelaskan teori-teori, konsep-konsep, dan model-model dasar dalam bidang kajian media terutama dalam proses produksi, distribusi dan konsumsi media	● Sejarah kajian media ● Media dan industri media ● Peran media dalam masyarakat ● Produksi Media ● Konsumsi Media ● Distribusi Media	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out	**Pengantar Teori Media**	● Memahami batasan kajian media ● Mampu melakukan identifikasi pada proses produksi, distribusi dan konsumsi media ● Mampu menganalisa	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok

				• Software Presentasi • LCD Projector • Computer/Laptop		permasalahan dalam konteks produksi, distribusi dan konsumsi media	
2		1.2. Mampu menjelaskan teori-teori, konsep-konsep, dan model-model dalam paradigma teori kritis dalam bidang kajian media	• Paradigma klasik dan kritis dalam kajian media • Perkembangan teori kritis dalam kajian media • Teori kritis dan analisis terhadap industri media	• Papan Tulis • Buku Teks • Bahan Ajar • Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) • Media Elektronik (Video, Internet) • Laporan/Studi Kasus • Hands-Out • Software Presentasi • LCD Projector • Computer/Laptop	**Pengantar Teori Kritis**	• Mampu memahami perbedaan antara paradigma klasik dan teori kritis • Mampu menjelaskan dinamika dan evolusi teori kritis • Mampu menganalisis industri media berdasarkan perspektif teori kritis	• Ujian Tengah Semester • Ujian Akhir Semester • Tugas Individu • Tugas Kelompok
3		1.3. Mampu memahami teori-teori, konsep-konsep dasar dalam melihat hubungan antara media dan masyarakat	• Hubungan antara media dan masyarkat • Peran media dalam masyarakat • Media sebagai institusi sosial, ekonomi dan politik • Dampak media (isi media) terhadap	• Papan Tulis • Buku Teks • Bahan Ajar • Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) • Media Elektronik (Video, Internet) • Laporan/Studi Kasus • Hands-Out • Software Presentasi	**Media dan Masyarakat**	• Mampu memahami dinamika hubungan media dan masyarakat • Mengidentifikasi perubahan peran media dalam masyarakat • Mampu memahami perubahan fungsi	• Ujian Tengah Semester • Ujian Akhir Semester • Tugas Individu • Tugas Kelompok

			masyarakat (khalayak) ● Kajian kontemporer media dan masyarakat	● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop		institusi media dalam masyarakat ● Mampu memahami dampak isi media terhadap khalayak ● Mampu mengidentifikasi masalah kontemporer media dan masyarakat	
4		1.4. Mampu menjelaskan teori-teori, dan konsep-konsep yang membahas formulasi struktur, perilaku dan performa dalam menilai industri media	● Perspektif dan sejarah ekonomi media ● Formulasi struktur industri media ● Formulasi perilaku industri media ● Formulasi performa industri media	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop	**Pengantar Ekonomi Media**	● Mampu memahami perspektif ekonomi media ● Mampu memahami formulasi struktur, perilaku dan performa dalam menilai industri media ● Mampu menganalisis kasus-kasus kontemporer dengan perspektif ekonomi media	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok
5	Mampu menganalisis secara kritis isu-isu dalam kajian bidang	2.1. Mampu menjelaskan teori-teori, dan konsep-konsep dasar kajian budaya dalam konteks kajian media untuk	● Kajian budaya dalam kajian media	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah	**Media dan Kajian Budaya**	● Memahami ragam perspektif dalam kajian budaya ● Memahami konsep-konsep	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu

	kajian media yang terkait dengan kajian budaya, industry budaya dan komunikasi antar budaya	menganalisis isu-isu masyarakat perkotaan dan industri dalam skala lokal dan global	● Perkembangan dan sejarah kajian budaya ● Lokus kajian budaya dalam konteks kajian media	Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop		kunci dalam kajian budaya ● Memahami lokus dalam kajian budaya	● Tugas Kelompok
6		2.2. Mampu menjelaskan perkembangan media massa sebagai industri budaya dari sudut pandang paradigma kritis	● Perkembangan media sebagai industri budaya ● Faktor-faktor yang mempengaruhi media sebagai industri budaya ● Paradigma kritis untuk melihat media sebagai industri budaya ● Fenomena media sebagai industri budaya di Indonesia	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop	**Komunikasi dan Industri Budaya**	● Mampu menjelaskan perkembangan media sebagai industri budaya ● Mampu menjelaskan faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi media sebagai industri budaya ● Menganalisis media sebagai industri budaya dari perspektif kritis ● Mampu mengidentifikasi fenomena media sebagai industri	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok

						budaya di Indonesia	
7		2.3.1.Memahami teori-teori, konsep-konsep dan model-model komunikasi terkait dengan permasalahan komunikasi pada isu-isu masyarakat perkotaan dan industri; serta penggunaan teknologi informasi dalam masyarakat 2.3.2. Mengidentifikasi permasalahan komunikasi terkait dengan permasalahan komunikasi pada isu-isu masyarakat perkotaan dan industri; serta penggunaan teknologi informasi dalam masyarakat 2.3.3.Menganalisis permasalahan komunikasi terkait dengan permasalahan komunikasi pada isu-isu masyarakat perkotaan dan industri; serta penggunaan teknologi informasi dalam masyarakat	● Komunikasi dan Politik: Perspektif ● Struktur dan proses dalam komunikasi politik ● Aktor-aktor dalam komunikasi politik ● Komunikasi strategis dalam komunikasi politik ● Studi kasus	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan Penelitian ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector Computer/Laptop	**Komunikasi Politik**	● Memahami kaitan antara komunikasi dan politik ● Mampu menjelaskan struktur dan proses dalam komunikasi politik ● Mampu mengidentifikasi aktor-aktor dalam komunikasi politik ● Mampu memahami peran komunikasi strategis dalam komunikasi politik ● Mampu menganalisa kasus berdasarkan teori-teori, konsep-konsep dan model-model dalam komunikasi politik	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok
8		2.4. Mampu menjelaskan teori-teori dan konsep-konsep dasar tentang peran media dalam proses komunikasi antar budaya dalam isu-isu	● Pemahaman Media dan Komunikasi Antar Budaya ● Peran media dalam	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran)	**Media dan Komunikasi Antar Budaya**	● Mampu menjelaskan kajian media dalam komunikasi antar budaya	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu

		masyarakat perkotaan dan industri dalam skala lokal dan global	Komunikasi Antar Budaya ● Konsep-konsep kunci ● Media dan Komunikasi Antar Budaya dalam konteks lokal dan global	● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop		● Mampu menjelaskan peran media dalam komunikasi antar budaya ● Mampu memahami proses dan konsep-konsep kunci peran media dalam komunikasi antar budaya ● Mampu menganalisis fenomena lokal dan global peran media dalam komunikasi antar budaya	● Tugas Kelompok
		2.5.1. Mampu memahami landasan kebijakan regulasi media secara filosofis berlandaskan sistem media yang berlaku. 2.5.2. Mampu mengindentifikasi kebijakan dan regulasi media pada tingkat lokal dan global, serta mampu menjelaskan dalam berbagai bentuk kasus yang pernah terjadi.	● Pemahaman konsep-konsep dasar terkait dengan kebijakan dan regulasi media. ● Mengidentifikasi kasus-kasus yang trekait dengan kebijkan dan regulasi media pada tingkat lokal dan global. ● Mengidentifikasi implikasi dari	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector	**Kebijakan dan Regulasi Media**	● Mampu menjelaskan landasan kebijakan regulasi media secara filosofis berlandaskan sistem media yang berlaku. ● Mampu mengindentifikasi kebijakan dan regulasi media pada tingkat lokal dan global, serta	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok

			kebijakan dan regulasi media yang diterapkan.	● LCD Projector Computer/Laptop		mampu menjelaskan dalam berbagai bentuk kasus yang pernah terjadi.	
9	Mampu menerapkan teori-teori dan konsep-konsep dasar dalam pemecahan masalah dalam bidang kajian media	3.1. Mampu menerapkan strategi manajemen media sebagai institusi bisnis dan faktor-faktor yang mempengaruhinya	● Media sebagai institusi bisnis ● Strategi media untuk memproduksi konten ● Manajemen sumber daya media ● Faktor-faktor distribusi, konsumsi, produksi dan promosi.	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop	**Manajemen Media**	● Mampu memahami media sebagai institusi bisnis ● Mampu menganalisis strategi bisnis media dalam memproduksi konten ● Mampu menganalisis manajemen sumber daya media ● Mampu mengidentifikasi faktor-faktor distribusi, konsumsi, produksi dan promosi dalam bisnis media	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok
10		3.2. Mampu menganalisis kaitan antara media dan khalayak, terutama dampak isi media dalam konteks sosial, politik, kesehatan dan ekonomi	● Teori-teori dampak media ● Ragam paradigma untuk melihat dampak media	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran)	**Kajian Dampak Media**	● Mampu memahami teori-teori kajian dampak media ● Mampu menjelaskan	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu

			• Analisis dampak media terhadap khalayak	• Media Elektronik (Video, Internet) • Laporan/Studi Kasus • Hands-Out • Software Presentasi • Overhead Projector • LCD Projector • Computer/Laptop		pendekatan-pendekatan yang digunakan untuk melihat dampak media • Mampu mengidentifikasi fenomena sosial, ekonomi, politik dan budaya sebagai dampak dari isi media	• Tugas Kelompok
11		3.3. Mampu menerapkan ragam metode analisis teks dalam kajian media	• Ragam analisis teks • Paradigma dan metode dalam analisis isi media • Analisis isi • Analisis framing • Analisis semiotika • Analisis diskursus (wacana • Perkembangan kontemporer analisis teks media	• Papan Tulis • Buku Teks • Bahan Ajar • Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) • Media Elektronik (Video, Internet) • Laporan/Studi Kasus • Hands-Out • Software Presentasi • Overhead Projector • LCD Projector • Computer/Laptop	**Metode Analisis Teks Media**	• Mampu memahami perbedaan ragam, paradigma dan metode analisis teks • Mampu menerapkan analisis isi • Mampu menerapkan analisis framing • Mampu menerapkan analisis semiotika • Mampu menerapkan analisis wacana • Mampu menerapkan ragam analisis teks	• Ujian Tengah Semester • Ujian Akhir Semester • Tugas Individu • Tugas Kelompok

						pada fenomena kontemporer	
13	Menerapkan etika dalam kajian media	Mampu memahami dan menerapkan etika dalam kajian media	● Definisi etika dalam kajian media ● Etika sebagai filsafat moral dalam kajian media ● Standar, prinsip dan pedoman tingkah laku yang diterapkan dalam organisasi media ● Kode etik profesional dalam industri media	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop	**Etika Media**	● Mampu memahami ragam etika dalam kajian media ● Mampu memahami etika sebagai filsafat moral ● Mengidentifikasi Standar, prinsip dan pedoman tingkah laku yang diterapkan dalam organisasi media ● Mampu menerapkan kode etik profesional dalam industri media	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok
14	Mampu memberikan alternatif solusi di bidang kajian media terkait permasalahan komunikasi pada isu-isu masyarakat perkotaan dan industri serta	Mampu membuat karya tulis ilmiah atau karya professional	Pembuatan penelitian di bidang kajian media atau pembuatan penelitian terapan untuk mengevaluasi program komunikasi .	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Software utk audio	● **Skripsi/Tugas Karya Akhir**	Mampu membuat skripsi/tugas karya akhir	· Konsultasi dan bimbingan · Ujian skripsi/TKA

	penggunaan teknologi informasi dalam masyarakat			editing ● Software untuk desain media cetak ● Saftware photo editing ● Software untuk web ● Software untuk pengolahan data penelitian ● Overhead Projector ● Komputer/Laptop			

III **Matriks 2. Pengalaman Belajar dalam Rumpun Tataran Kompetensi Peminatan Jurnalisme**

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/ Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
1.	Mampu menjelaskan konsep, nilai, prinsip, dan etika jurnalisme	● Mampu mengidentifikasi konsep-konsep, nilai dan prinsip penulisan dan jurnalisme ● Mampu mengidentifikasi teori penulisan yang baik	● Konsep dasar jurnalisme ● Fungsi jurnalisme ● Profesi jurnalisme ● Konsep dasar penulisan ● Nilai-nilai dasar dan etika dalamjurnalisme ● Konsep dasar produksi dan	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Hands-Out ● Software Presentasi	● **Pengantar Jurnalisme** ● **Dasar-dasar Penulisan** ● **Etika Jurnalisme** ● **Videografi Berita**	• Mampu menjelaskan konsep-konsep jurnalisme • Mampu menjelaskan teori penulisan • Mampu menjelaskan kode etik jurnalistik	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/ Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
		● Mampu mengidentifikasi unsur-unsur etika jurnalisme dan kasus-kasus etika juranlisme ● Mampu mengidentifikasi proses produksi video berita beserta peralatannya	pascaproduksi video berita ● Mengenal peralatan dan cara penggunaan peralatan produksi dan pascaproduksi video berita	● Software utk audio editing ● Software untuk video editing ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop ● Kamera Video		• Mampu menjelaskan dasar-dasar produksi video dan pascaproduksi berita	
2.	Mampu menerapkan teknik-teknik jurnalisme untuk media cetak, dan media penyiaran (radio &TV) sesuai dengan nilai, prinsip, etika jurnalisme	● Mampu menerapkan teknik mencari dan menulis berita media cetak ● Mampu menerapkan teknik menulis berita radio ● Mampu menerapkan teknik menulis berita televise ● Mampu menerapkan teknik jurnalisme foto	● Teknik peliputan dan pengumpulan bahan berita ● Teknik penulisan berita berdasarkan unsur-unsur 5 W + H ● Teknik penulisan berita berdasarkan struktur piramida terbalik ● Penggunaan bahasa yang baik dan benar dalam penulisan karya jurnalisme	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Software utk audio editing ● Software untuk desain media cetak ● Saftware photo	● **Meliput dan Menulis Berita** ● **Menulis Feature dan Artikel Opini** ● **Menulis Naskah Berita Radio & TV** ● **Jurnalisme Foto** ● **Menyunting Naskah SK & Majalah** ● **Desain SK & Majalah**	• Mampu mene-rapkan teknik rpeliputan jur-nalisttik yang sesuai dengan etika jurnalisme • Mampu mem-buat berita me-dia cetak, radio dan TV yang sesuai dengan etika jurnalisme • Mampu mem-buat feature dan artikel opini yang sesuai	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/ Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
		• Mampu menerapkan teknik penyuntingan naskah surat kabar dan majalah • Mampu menerapkan teknik desain surat kabar dan majalah	• Teknik penulisan naskah berita radio • Teknik penulisan naskah berita TV • Teknik penulisan feature • Teknik penuisan artikel opini • Teknik fotografi untuk jurnalisme • Teknik penyuntingan naskah berita dan feature • Teknik pembuatan desain surat kabar dan majalah	editing • Overhead Projector • LCD Projector • Komputer/Laptop • Kamera SLR		dengan etika jurnalisme • Mampu mem-buat foto berita dan foto feature yang sesuai de-ngan etika jur-nalisme • Mampu me-nyunting nas-kah berita dan feature yang sesuai dengan etika jurnalisme • Mampu membuat desan halaman surat kabar dan majalah	
3.	Mampu menjalankan proses produksi karya jurnalisme untuk berbagai media massa (multi media) sesuai dengan nilai, prinsip, dan etika jurnalisme	• Mampu mempro-duksi surat kabar/ majalah • Mampu mempro-duksi paket dan program berita radio • Mampu mempro-duksi paket dan program berita TV	• Teknik produksi media cetak (pe-rencanaan, pengumpulan bahan, peliputan, menulis, menyun-ting, mendesain dan mencetak) • Manajemen ruang berita • Rapat redaksi	• Papan Tulis • Buku Teks • Bahan Ajar • Media Cetak (Jurnal, Majalah Koran) • Media Elektronik (Video, Internet) • Hands-Out • Software Presentasi • Software utk audio editing	• **Produksi Media Cetak** • **Produksi Berita & Feature Radio** • **Produksi Berita & Feature TV** • **Jurnalisme Online**	• Mampu memproduksi media cetak yang sesuai dengan etika jurnalisme • Mampu memproduksi program berita radio yang sesuai dengan etika jurnalisme	• Ujian Tengah Semester • Ujian Akhir Semester • Tugas Individu • Tugas Kelompok

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/ Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
		● Mampu mempro-duksi program feature radio ● Mampu memproduksi program feature TV ● Mampu memproduksi media online	● Teknik produksi program berita radio (perenca-naan, pengum-pulan bahan, peliputan, menulis, memproduksi paket berita dan penyajian berita radio) ● Teknik produksi program berita televisi (perenca-naan, pengum-pulan bahan, peliputan, menulis, memproduksi paket berita dan penyajian berita TV) ● Teknik produksi program feature radio (perenca-naan, pengum-pulan bahan, peliputan, menulis, memproduksi feature dan	● Software untuk desain media cetak ● Saftware photo editing ● Software untuk web ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Komputer/Laptop ● Kamera SLR ● Kamera video ● Studio radio (lab radio) ● Studio TV (Lab audio visual) ● Lab Multimedia		• Mampu memproduksi program berita TV yang sesuai dengan etika jurnalisme • Mampu memproduksi program feature radio yang sesuai dengan etika jurnalisme • Mampu memproduksi program feature TV yang sesuai dengan etika jurnalisme • Mampu memproduski media jurnalisme online yang sesuai dengan etika jurnalisme	

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/ Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
			penyajian feature radio) ● Teknik produksi program feature TV (perenca-naan, pengum-pulan bahan, peliputan, menulis, memproduksi feature dan penyajian feature TV) ● Teknik produksi media online dengan pende-katan jurnalisme dan memanfaat-kan teknik produk-si multimedia (perencanaan, pengumpulan bahan, peliputan, menulis, mempro-duksi berita, feature dan artikel artikel lainnya)				
4.	Mampu memberikan alternatif solusi di	Mampu membuat karya tulis ilmiah	Pembuatan penelitian di bidang jurnalisme atau pembuatan	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Media Cetak	● **Skripsi/Tugas Karya Akhir**	Mampu membuat skripsi/tugas karya akhir	· Konsultasi dan bimbingan

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/ Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
	bidang jurnalisme terkait permasalahan komunikasi pada isu-isu masyarakat perkotaan dan industri serta penggunaan teknologi informasi dalam masyarakat	atau karya professional	proposal professional untuk membuat media/program baru di media cetak/ radio/televisi/media online	(Jurnal, Majalah Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Software utk audio editing ● Software untuk desain media cetak ● Software photo editing ● Software untuk web ● Software untuk pengolahan data penelitian ● Overhead Projector ● Komputer/Laptop ● Kamera SLR ● Kamera video ● Studio radio (lab radio) ● Studio TV (Lab audio visual) ● Lab Multimedia			· Ujian skripsi/TKA

IV Matriks 2. Pengalaman Belajar dalam Rumpun Tataran Kompetensi Peminatan Penyiaran

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
1.	Mampu menjelaskan teori-teori, konsep-konsep, hukum dan etika, dasar-dasar produksi serta manajemen dan bisnis industri media televi	● Mampu mengidentifikasi konsep-konsep mdia televisi ● Mampu mengidentifikasi atura-aturan hukum dan unsur-unsur etika jurnalisme serta kasus-kasus hukum dan etika juranlisme ● Mampu mengidentifikasi proses produksi video beserta peralatannya ● Mmampu mengidentifikasi konsep manajemen dan bisnis industry media televisi	● Konsep dasar media penyiaran televisi ● Aturan hukum dan etika penyiaran TV ● Konsep dasar produksi video yang menekankan sisi estetika. ● Penataan cahaya, penataan suara dan penataan artistik dalam produksi video ● Manajemen stasiun televisi ● Manajemen sumberdaya manusia stasiun TV ● Manajemen keuangan stasiun TV ● Bisnis industri media TV	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Software utk audio editing ● Software untuk video editing ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop ● Kamera Video ● Video Player & Recorder ● TV Monitor ● DVD Player	● **Pengantar Penyiaran** ● **Teknik Kamera** ● **Hukum & Etika Penyiaran** ● **Manajemen & Bisinis Media TV**	● Mampu menjelaskan konsep-konsep dasar media televisi ● Mampu menjelaskan dasar-dasar produksi video artistik ● Mampu menjelaskan aturan hukum dan etika penyiaran TV ● Mampu menjelaskan manajemen media TV ● Mampu menjelaskan perkembangan bisnis industry media TV	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
2.	1. Mampu menerapkan teknik-teknik produksi dan pascaproduksi program televisi non jurnalisme	● Mampu menerapkan teknik produksi video dengan single camera ● Mampu menerapkan teknik produksi video dengan multi kamera ● Mampu menerapkan teknik pasca produksi video	● Pembuatan proposal produksi ● Pembuatan treatment ● Pembuatan synopsis ● Pembuatan shooting script ● Riset dalam praproduksi ● Produksi dengan single camera ● Produksi dengan multi camera ● Linear editing dan non linear edting ● Off line editing dan online editing ● Color correction, video effect & sub titling, titling.	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Software utk audio editing ● Software untuk video editing ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop ● Kamera Video ● Video Player & Recorder ● TV Monitor ● DVD Player ● Studio TV & ruang control (Lab Audiovisual) ● Audio mixer	● **Produksi Video 1** ● **Produksi Video 2** ● **Pascaproduksi Video**	● Mempu menerapkan teknik produksi video dengan single camera ● Mampu menerapkan teknik produksi video dengan multicamera ● Mampu menerapkan teknik pascaproduksi video	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
	2. Mampu merancang desain produksi program televisi non jurnalisme	● Mampu merancang desain produksi program TV (drama, non drama, musik, hiburan) ● Mampu membuat naskah untuk program TV ● Mampu melakukan penyutradaraan program TV	● Riset untuk penyusunan desaian program ● Penulisan naskah ● Strategi penetapan target audiences ● Strategi peluncuran, promosi, pengembagan dan eveluasi program acara. ● Berbagai model skenario program TV (drama, non drama, musik dan entertainment) ● metode penulisan dan pengem-bangan alur, perwatakan dan struktur dramatik dalam naskah televisi ● Kepemimpinan pengarah acara dalam produksi di studio	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Software utk audio editing ● Software untuk video editing ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop ● Kamera Video ● Video Player & Recorder ● TV Monitor ● DVD Player ● Studio TV & ruang control (Lab Audiovisual) ● Audio mixer	● **Penulisan Naskah & Desain Program** ● **Penyutradaraan Program TV**	● Mampu membuat desain produksi program TV ● Mampu membuat naskah program TV ● Mampu menjalankan penyutradaan program TV	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
			● Penyelenggaraan rehearsal ● Perenacanaan dan setting tata artistik, tata lampu dan tata suara ● Metode pengarahan terhadap crew dan pengisi acara ● Metode evaluasi produksi				
	3. Mampu merancang strategi pemograman, pemasan & penjualan program TV	● Mampu membuat strategi pemo-graman siaran TV ● Mampu membuat strategi pemasaran program Tv ● Mampu membuat strategi penjualan program TV	● Penyusunan strategi prog-ramming dan penyusunan pola siaran televise ● Strategi penjad-walan dan penem-patan program (scheduling) ● Strategi akuisi (pembeliaan dan pengadaan) pro-gram dalam mau-pun luar	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop	● **Manajemen Pemograman Siaran TV** ● **Pemasaran & Penjualan Program TV**	● Mampu menyusun programming siaran TV ● Mampu membuat strategi pemasaran program Tv ● Mampu membuat strategi penjualan program TV	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
			negeri ● Analisis rating dan strategi kompetisi, ● Strategi pengem-bangan program acara (programme development) ● Perencanaan dan evaluasi penca-paian target audiens, analisis ”viewing habit” ● Perumusan segmentasi, target dan posisioning lembaga penyiaran ● Strategi brand development lembaga penyiaran ● Strategi promosi program (on air dan off air) ● Strategi promosi cross media	● Video Player & Recorder ● TV Monitor ● DVD Player			

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
			● Strategi "image building"				
3.	Mampu menjalankan proses produksi program televisi non jurnalisme yang sesuai dengan aturan hukum dan etika penyiaran	● Mampu memproduksi program TV melalui tahapan praproduksi, produksi dan pascaproduksi berbagai jenis program non jurnalisme sesuai dengan aturan hukum dan etika penyiaran	● Produksi program drama TV baik dengan single camera maupun multi camera ● Produksi program musik dan hiburan (video clip. Live performance, variety show, games, kuis) baik dengan single camera maupun multi camera. ● Produksi dokumenter TV	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Software utk audio editing ● Software untuk video editing ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop ● Kamera Video ● Video Player & Recorder ● TV Monitor ● DVD Player ● Studio TV & ruang control (Lab Audiovisual)	● **Produksi Drama TV** ● **Produksi Musik dan Hiburan** ● **Produksi Dokumenter TV**	● Mampu memproduksi program drama TV ● Mampu memproduksi program musik dan hiburan TV ● Mampu memproduksi program dokumenter TV	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
				● Audio mixer			
4.	Mampu memberikan alternatif solusi di bidang penyiaran TV terkait permasalahan komunikasi pada isu-isu masyarakat perkotaan dan industri serta penggunaan teknologi informasi dalam masyarakat	Mampu membuat karya tulis ilmiah atau karya professional	Pembuatan penelitian di bidang penyiaran TV atau pembuatan proposal professional untuk membuat media/program baru di media cetak/ radio/televisi/media online	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Software utk audio editing ● Software untuk desain media cetak ● Software photo editing ● Software untuk web ● Software untuk pengolahan data penelitian ● Overhead Projector ● Komputer/Laptop ● Kamera SLR ● Kamera video ● Studio radio (lab	● **Skripsi/Tugas Karya Akhir**	Mampu membuat skripsi/tugas karya akhir	● Konsultasi dan bimbingan ● Ujian skripsi/TKA

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
				radio) ● Studio TV (Lab audio visual)			

V Matrix 2. Pengalaman Belajar dalam Rumpun Tataran Kompetensi Humas

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
1	Mampu menjelaskan teori-teori, konsep-konsep dan prinsip-prinsip dalam membangun hubungan dengan pemangku kepentingan internal dan eksternal	1.1. Mampu menjelaskan teori-teori , konsep-konsep , prinsip-prinsip dan model-model dalam bidang Humas Korporat dan Organisasi dalam membangun hubungan dengan kepentingan	● Beragam pengertian/ definisi dan lintasan sejarah perkembangan Humas (*Public Relations*) ● Tugas, fungsi, posisi dan peran Humas dalam organisasi atau perusahaan ● Humas, teori-teori persuasi dan reputation management ● Lingkup kegiatan	● *White board* ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● *Hands-Out* ● *Software* Presentasi ● LCD Projector ● Komputer ● *Small Group Discussion* ● Speaker dan *Sound System*	**Pengantar Hubungan Masyarakat**	● Mampu menjelaskan berbagai definisi dan sejarah perkembangan Humas/ *Public Relations* ● Mampu menjelaskan tugas, fungsi, posisi dan peran Humas Strategik dan Taktis dalam organisasi ● Mampu menjelaskan teori-teori	● Aktivitas dalam diskusi ● Tugas individual ● Tugas kelompok ● Ujian Tulis

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
		pemangku internal maupun eksternal	Humas Internal dan Eksternal ● Khalayak, Publik/ Pemangku Kepentingan (*stakeholders*) dalam Kehumasan ● Proses kegiatan dan Perencanaan Humas ● Humas Eksternal, khususnya *Media Relations* ● Konsep dan penerapan Humas eksternal: hubungan institusi dan pemerintahan ● Pengelolaan kegiatan Humas Internal ● Publisitas dan Humas Pemasaran (*Marketing Public Relations*) ● Hubungan dengan komunitas dan *Corporate Social Responsibility* ● Pengelolaan			persuasi dan manajemen reputasi untuk analisis kasus Kehumasan ● Mampu menjelaskan dan menganalisis keterkaitan (harmonisasi) Humas Internal-Eksternal ● Mampu mengidentifikasi dan menjelaskan beragam khalayak, publik atau pemangku kepentingan ● Mampu mengidentifikasi proses kegiatan dan penyusunan rencana Kehumasan ● Mampu menjelaskan penerapan Humas eksternal dalam menjalin	

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
			Hubungan Investor (*Investor Relations*) ● Manajemen Isu dan Krisis Kehumasan (Komunikasi) ● Kompetensi dan Profesionalisme Kehumasan			hubungan baik dengan media ● Mampu menjelaskan penerapan Humas eksternal dalam menjalin hubungan dengan institusi (badan, LSM) dan pemerintahan ● Mampu mengidentifikasi dan menjelaskan pengelolaan kegiatan Humas Internal, termasuk media internal dan komunikasi karyawan ● Mampu menjelaskan dan menyiapkan publisitas dan *Marketing PR* ● Mampu memahami CSR dan kelompok komunitas dan	

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
						cara-cara membangun hubungan komunitas ● Mampu mengidentifikasi dan menjelaskan pengelolaan hubungan dengan pihak investor dan lembaga terkait (BEI, Bapepam, dll) ● Mampu memahami dan menjelaskan proses manajemen isu dan krisis Kehumasan/Komunikasi ● Mampu menjabarkan kompetensi Humas dan upaya untuk meningkatkan profesionalisme dan penerapan Kode Etik	

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
						Kehumasan	
2		1.2. Mampu menjelaskan berbagai teori, konsep dan model dalam bidang Humas khususnya terkait dengan Manajemen Humas Strategis (mulai dari merencanakan, menyelenggarakan dan mengevaluasi kegiatan Humas pada level korporat atau organisasi.	● Humas/*Public Relations* dan Kerangka Manajemen Strategis (*Strategic Management Framework*) ● Model-model dan beragam perspektif dalam Kehumasan (*Worldviews)* ● Manajemen Merek (*Branding*), *Image* dan *Reputation Management* ● *Social Media* dan *Digital Public Relations* ● Perencanaan dan Evaluasi Kehumasan terkait dengan kampanye ● Proses Riset dan Audit Kehumasan ● Teknik Pengukuran Kehumasan (*PR*	● *White board* ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● *Hands-Out* ● *Software* Presentasi ● LCD Projector ● Komputer ● *Small Group Discussion* ● Speaker dan *Sound System*	**Manajemen Humas**	● Mampu menjelaskan Humas/*Public Relations* dalam konteks dan kerangka Manajemen Strategis ● Mampu menjelaskan beragam model dan perspektif dalam kehumasan ● Mampu menjelaskan model dan konsep manajemen merek, klien, citra dan reputasi untuk analisis kasus dan konteks Kehumasan ● Mampu menjelaskan dan menganalisis penggunaan	● Aktivitas dalam ● Diskusi ● Tugas individual ● Tugas kelompok ● Ujian Tulis

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
			Metrics dan *PR Measurements*) ● *Internal Relations: The Power Inside* (Humas Internal: Penguatan Internal) ● Komunikasi Budaya Perusahaan dan Humas (*Corporate Culture Communications & PR*) ● Humas berbasis Kearifan Lokal (*Multicultural/Local Wisdom PR*) ● Manajemen Publisitas dan Nilai Berita (*News Value*) ● Strategi Humas Pemasaran (*Marketing Public Relations Strategy*) ● *Media Relations Strategy & Tactics* ● Manajemen Hubungan			media social untuk Kehumasan terkini ● Mampu mengidentifikasi dan menjelaskan proses perencanaan dan evaluasi dalam Kehumasan ● Mampu mengidentifikasi proses riset dan audit Kehumasan untuk isu-isu terkini (kontemporer) ● Mampu menjelaskan dan menerapkan teknik-teknik pengukuran dalam Humas (*PR Metrics* atau *PR Measurements*) ● Mampu menjelaskan pentingnya penerapan komunikasi	

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
			Eksternal (*External Relations Management*) yang juga meliputi pengelolaan klien			internal, hubungan media termasuk media baru ● Mampu mengidentifikasi dan menjelaskan pengelolaan komunikasi dan sosialisasi budaya perusahaan ● Mampu menjelaskan dan menyiapkan kegiatan Humas berbasis multibudaya ● Mampu memahami perkembangan paradigma Humas yang diterapkan secara global ● Mampu mengidentifikasi dan menjelaskan penerapan Humas Pemasaran	

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
						sebagai strategi promosi/pemasaran ● Mampu memahami dan menjelaskan penerapan Humas Politik sebagai strategi politik. ● Mampu menjabarkan dan menjelaskan pengelolaan hubungan eksternal untuk bidang keuangan dan investasi	
3		1.3.1.Kemampuan untuk menjelaskan konsep dan pengelolaan isu 1.3.2. Kemampuan untuk menjelaskan konsep dan pengelolaan krisis 1.3.3.Mampu menjelaskan strategi dan	● Konsep isu: definisi, sumber dan kategori, *issue life cycle* ● Konsep manajemen isu: definisi, tujuan , manfaat, dan fungsi.	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Contoh-contoh kasus (*case study*) ● *Hands-Out*	**Manajemen Kontinuitas Bisnis**		● Tes kecil/Kuis ● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Pembuatan dan Presentasi Makalah/Tugas Kelompok ● Tugas individu

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
		perencanaan program manajemen isu dan krisis	● Konsep krisis: definisi dan pengertian. ● Proses dan tahapan manajemen isu ● Langkah proses manajemen isu: tahap pengendalian dan pengeloaan isu; langkah membentuk sistem manajemen isu. ● Mengenali krisis: cara menilai suatu peristiwa sebagai krisis (jenis dan bentuk krisis), sinyal peringkatan krisis, pihak yang bisa mengidentifikasi krisis, & dampak kritis terhadap organisasi. ● Faktor-faktor penyebab krisis. ● Lingkup, tipologi, dan tahapan krisis	● *Software* Presentasi ● *Overhead Projector* ● *LCD Projector* ● Komputer ● *Small group discussion*			

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
			● menjelaskan implementasi kegiatan manajemen isu: penerapan manajemen isu & hubungan manajemen isu dengan manajemen krisis ● menjelaskan pengelolaan manajemen krisis				
4	Mampu menciptakan pesan untuk mempengaruhi pembentukan opini dan perubahan perilaku pemangku kepentingan internal dan eksternal Humas Korporat.	2.1. Mampu menciptakan pesan untuk mempengaruhi pembentukan opini dan perubahan prilaku para pemangku kepentingan dengan penekanan pada ragam penulisan kreatif	● Pengantar dan Pengaruh teoritis dalam penulisan untuk Humas ● Penyampaian pesan: Penulisan dengan Ciri, Alur dan Kredibilitas ● Pengaruh Etika & Budaya dalam Penulisan Humas ● Pengaruh Desain pada Penulisan Humas	● Bahan Ajar ● Buku ● Media Elektronik (Internet) ● *Hands-Out* ● *Software* Presentasi ● *Overhead Projector* ● Komputer ● Kamera video	**Teknik Penulisan Kreatif**	Mampu memiliki ketrampilan mendalam dalam berbagai bentuk penulisan untuk PR yang ditujukan untuk sasaran khalayak tertentu.	● Perkuliahan ● activitas di kelas ● diskusi ● pembahasan kasus ● latihan dan tugas-tugas ● ujian *take home*

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
			● Prinsip-prinsip dari Perencanaan sampai Praktik: Penulisan untuk Bisnis, Lembaran Fakta, dan Bio data, ● Menulis untuk Media Cetak : Berita ● Menulis untuk Media Penyiaran: Naskah dan Pidato ● Menulis untuk Pesan-pesan Krisis ● Menulis untuk Media *Online*: Penulisan pada *Web, Blogs* Korporat, Media Sosial ● Menulis untuk Persuasi dan Aksi Massa: Kampanye Pemberdayaan, Iklan Pemasaran Sosial ● Menulis untuk Persuasi Aksi Individual: *Direct*				

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
			Mail, Brosur, dan Proposal ● Penulisan untuk Kepentingan tertentu: Laporan Tahunan, Kegiatan/*Events*, dan Pameran				
5		2.2. Mampu menciptakan pesan untuk mempengaruhi pembentukan opini dan perubahan prilaku dengan memanfaatkan teknologi komunikasi dalam masyarakat perkotaan dan industri	● Teknik Lobi ● Teknik Negosiasi ● Teknik presentasi ● Teknik *Public Speaking*	● Bahan Ajar ● Media Elektronik (Internet) ● *Hands-Out* ● *Software* Presentasi ● Overhead Projector ● Komputer	**Teknik Negosiasi dan Presentasi Humas**	● Mampu menjelaskan beragam strategi lobi dan negosiasi ● Mampu menyampaikan presentasi yang efektif ● Mampu menjelaskan cara berbicara di depan publik (*public speaking*) ● Mampu menjelaskan langkah-langkah presentasi efektif ● Mampu bernegosiasi dengan	● Tes kecil ● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Simulasi Negosiasi ● Tugas Negosiasi ● Pembuatan dan Presentasi proposal ● Tugas individu /kelompok ● Presentasi ● Membahas kasus-kasus, presentasi, pitching

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
						pendekatan integratif, kolaboratif dan bertujuan *"win-win solution"* ● Menggunakan bahasa verbal dan non verbal yang efektif dan persuasif	
6	Mampu menentukan saluran komunikasi (secara *broadcast* atau *narrowcast*) untuk menjangkau khalayak sasaran Humas korporat	3.1. Mampu merancang aktivitas Humas untuk mendukung Korporat dengan menggunakan media konvensional dan media baru untk mencapai khalayak yang dituju	● Memberikan gambaran tentang prinsip,definisi, karakteristik, sejarah media baik media konvensional maupun media baru ● Membahas tentang perbedaan karakterisitik dan prilaku khalayak pada media konvensiIonal maupun media baru (media Online)	● Bahan Ajar ● Media Elektronik (Internet) ● *Hands-Out* ● *Software* Presentasi ● *Overhead Projector* ● Komputer	**Hubungan Media**	● Mampu memahami pekerjaan humas terkait dengan media ● Mampu menjelaskan peran sosial korporat dengan beragam media dalam kaitannya dengan kegiatan Humas ● Mampu memahami sikap dan prilaku yang berbeda dalam perancangan dan penerapan pesan	● Membahas kasus-kasus –Tugas2 praktik menulis ● Mengembangkan kampanye *media –relations*

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
			● Mempelajari sikap dan prilaku dalam media *Online* ● Memperkenalkan platform media konvensional maupun yang berbasis Internet sebagai alat Humas : *website*, Media Sosial-:*Facebook, Twitter*, blog: *Linkedln, MySpace-*, *YouTube* dan *Wikis*. ● Praktik I: Membangun Media sosial-*Facebook* dan *Twitter* ● Praktik II: membangun media Sosial – Corporate dan Personal Website /Blog ● Praktik III: *Search Engine*			melalui media konvensional dan media baru ● Mampu menyiapkan wawancara dan konferensi Pers ● Mampu merancang, melakukan dan mengevaluasi kampanye media ● Mampu merancang, melakukan dan mengevaluasi kampanye kegiatan korporat melalui pemanfaatan media Humas lainnya, misalnya event, konferensi pers, media tour dll ● Mampu menulis media releases yang efektif, latar belakang dan fakta-2 tertulis	

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
			Optimization /SEO dan *Search Engine Marketing* /SEM ● Publikasi Online : Media Sosial *Release*, *e-Newsletter*,				
7	Mampu merancang aktivitas-aktivitas untuk mendukung program Humas Korporat	4.1.Mampu menjelaskan hubungan korporat dan hak dan pekerja terkait hak dan kewajiban pekerja, termasuk *advocacy* dan litigasi untuk mendukung kegiatan Korporat	● Memberikan gambaran tentang pengertian, prinsip, lingkup komunikasi dalam komunikasi Internal ● Memberikan gambaran tentang Organisasi meliputi unsur-unsur penting: Visi, Misi, Nilai , budaya organisasi sebagai ciri organisasi yang khas dalam beragam bidang aktivitas dalam	● Perkuliahan di kelas ● Video presentasi ● Activitas di kelas seperti: diskusi kasus, melakukan tugas presentasi didepan kelas; mengundang dosen tamu.	**Komunikasi Internal**	● Mampu menjelaskan konsep dasar tentang komunikasi Internal yang terkait dengan hak dan kewajiban korporat dan pekerja ● Mampu memahami komunikasi dalam organisasi meliputi juga litigasi dan advocacy ● Mampu merancang strategi serta melakukan	● Tes kecil ● Tugas kelas ● Diskusi kelompok ● Presentasi kelompok ● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
			industri yang berbeda ● Membahas hak dan kewajiban pekerja terkait pelaksanaan kontrak kerja, advocacy dsb ● Membahas berbagai model, fungsi dan tipe saluran Komunikasi Internal ● Kompleksitas mengelola Komunikasi Internal meliputi: mengarahkan strategi terkait tipe budaya organisasi yang berbeda; gaya kepemimpinan untuk mendukung Hubungan Internal yang efektif ● Memberikan pemahaman gaya kepemimpinan dan Budaya/iklim			implementasi yang sesuai bagi Komunikasi Internal yang efektif,untuk mencapai reputasi korporat	

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
			organisasi suatu institusi tertentu ● Memberikan definisi Pesan Kunci tertentu dan Isi Manajemen dalam suatu organisasi ● Pentingnya data dan informasi pendukung ● Keterlibatan Karyawan dalam CSR ● Tipe kegiatan CSR di dalam Organisasi- membahas contoh Gerakan Sosial Karyawan terbaik ● Meningkatkan Humas Internal di dalam dunia digital ● Pengukuran Kuantitatif dan Kualitatid; *Output* dan *Outcome*				

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
8		4.2.Mampu menjelaskan danmerancang aktivitas Humas Korporat dalam bidang keuangan dan investasi yang mendukung kepentingan klien dengan mengembangkan strategi dan aktivitasi untuk mengelola hubungan dengan investor	● Pengertian, fungsi dan peran dalam hubungan Keuangan dn Investasi ● Pemahaman tentang konsep dan lembaga dalam bidang keuangan dan investasi ● Lembaga bursa efek ● Lembaga sekretaris perusahaan ● *Stakeholders* dalam *investor relations* ● *Good corporate governance* ● Prinsip kepatuhan dalam *investor relations* ● Hak dan kewajiban investor ● Program-program *investor relations*: *initial public offer*, Rapat umum pemegang saham,	Kunjungan	**Hubungan Keuangan dan Investasi**	● Mampu Menjelaskan prinsip-prinsip dasar pelaksanaan investor relations ● Mampu Melaksanakan program-program komunikasi dalam *investor relations*, seperti: *initial public offer*, Rapat umum pemegang saham. ● Membahas tentang prinsip-prinsip dasar pelaksanaan *investor relations* serta pelaksanaan program-program komunikasi dalam *investor relations*,	● Tes kecil ● Tugas kelas ● Diskusi kelompok ● Presentasi kelompok ● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
			konferensi pers, paparan publik, kunjungan pers, seminar, dan komunikasi harian ● Praktek perancangan kegiatan *initial public offer* ● Eksekusi komunikasi dalam *investor relations*: *prospektus, web, press kit, annual report*			seperti: *initial public offer*, Rapat umum pemegang saham, konferensi pers, paparan publik, kunjungan pers, seminar	
9		4.3.Mampu merancang strategi dan aktivitas untuk meningkatkan hubungan perusahaan dengan komunitas serta lingkungan dan pemangku kepentingan eksternal .	● Strategi hubungan dengan komunitas yang dapat dilakukan oleh institusi Humas ● Pemangku kepentingan lain dalam CSR selain komunitas dan peran mereka ● Strategi kegiatan CSR selain hubungan dengan komunitas	● Bahan Ajar ● Media Elektronik (Internet) ● *Hands-Out* ● *Software* Presentasi ● *Overhead Projector* ● Komputer	**Tanggung Jawab Sosial Korporasi**	● Mampu menjelaskan keuntungan melakukan hubungan dengan komunitas bagi institusi Humas ● Mampu menjelaskan beragam strategi hubungan dengan komunitas	● Tes kecil ● Diskusi Kelompok ● Presentasi kasus-kasus CSR ● Tes tertulis (UTS) ● Proposal CSR (UAS)

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
						● Mampu menganalisis siapa pemangku kepentingan dalam CSR selain komunitas ● Mampu menjelaskan strategi kegiatan CSR sesuai dengan kondisi institusi ● Mampu menganalisis studi kasus CSR yang ada di Indonesia atau di negara lain ● Mampu menyusun rancangan kegiatan hubungan dengan komunitas; baik masyarakat, LSM atau pemerintah; bagi institusi Humas	

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
10	Mampu merancang strategi dan taktik Humas Korporat dalam mengelola hubungan dengan pemangku kepentingan internal dan eksternal	5.1.Mampu merancang strategi dan taktik Humas Global untuk pemangku kepentingan internal dan eksternal	● Perkembangan konsep dan prinsip Humas Global ● Membahas perubahan paradigma Humas sejalan dengan perkembangan sosial budaya yang terjadi dalam tataran global ● Membahas tentang penerapan Humas dalam konteks masyarakat multikultural ● Melaksanakan kampanye humas local dan global ● Evaluasi *input, output* dan *outcome* kampanye humas local dan global	● Bahan Ajar ● Media Elektronik (Internet) ● *Hands-Out* ● *Software* Presentasi ● *Overhead Projector* ● Komputer	**Humas Global**	● Mampu menerapkan prinsip-prinsip dasar kampanye Humas ● Mampu menyiapkan proposal kampanye humas untuk fenomena lokal dan global ● Mampu menyiapkan materi kampanye humas, baik lokal maupun global ● Mampu melaksanakan kampanye humas secara lokal maupun global ● Mampu mengevaluasi *input, output*	● Tes kecil ● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Pembuatan dan ● Presentasi proposal ● Tugas kelompok ● Tugas individu

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
						dan *outcame* kampanye humas	
11		5.2.Mampu merancang strategi dan taktik Humas dalam bidang Pemasaran untuk pemangku kepentingan internal dan eksternal	● Prinsip-prinsip dasar MPR dalam mendukung pemasaran local dan global ● Teknik menyusun Proposal MPR untuk tataran local dan global ● Teknik-teknik PR untuk mendukung pemasaran local dan global ● Memilih dan mengemas materi PR untuk pemasaran ● Pelaksanaan MPR untuk mendukung pemasaran local dan global ● Mengevaluasi MPR untuk pemasaran local dan global ● Teknik menyusun Proposal MPR	● Bahan Ajar ● Media Elektronik (Internet) ● *Hands-Out* ● *Software* ● Presentasi ● *Overhead Projector* ● Komputer	**Humas Pemasaran**	● Mampu menerapkan prinsip dasar MPR dalam mendukung pemasaran lokal dan global ● Mampu menyiapkan proposal MPR untuk mendukung marketing lokal dan global ● Mampu memilih taktik PR yang sesuai untuk mendukung pemasaran lokal dan global ● Mampu menyiapkan materi MPR sesuai dengan taktik PR yang dipilih	● Tes kecil ● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Pembuatan dan Presentasi proposal ● Tugas kelompok ● Tugas individu

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
			untuk tataran local dan global ● Teknik-teknik PR untuk mendukung pemasaran local dan global ● Memilih dan mengemas materi PR untuk pemasaran ● Pelaksanaan MPR untuk mendukung pemasaran local dan global ● Mengevaluasi MPR untuk pemasaran local dan global			● Mampu melaksanakan MPR sesuai dengan proposal yang dibuat ● Mampu mengevaluasi *input*, *output* dan *outcome* dari pelaksanaan MPR untuk lokal dan global	
12		5.3.Mampu merancang strategi dan taktik Humas dalam bidang Politik untuk pemangku kepentingan internal dan eksternal	Prinsip-prinsip dasar Humas Politik dalam mendukung kegiatan politik pada lembaga pemerintah, parlemen dan Badan-badan lain.		**Humas Politik**	● Mampu memahami prinsip dasar, peran dan fungsi humas politik dalam mendukung tujuan politik termasuk demokrasi ● Mampu memilih taktik PR yang	● Tes kecil ● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Pembuatan dan Presentasi proposal ● Tugas kelompok ● Tugas individu

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
						sesuai untuk mendukung tujuan politik dan membangun , mengelola hubungan dengan pemerintah ● Mampu memahami sistem rekrutmen yang terjadi pada partai politik	
13		5.4.Mampu melakukan evaluasi berbagai kegiatan humas dengan beragam metode yang berlaku, merancang strategi dan taktik humas untuk memberikan solusi.			**Audit Komunikasi**	● Mampu mengevaluasi *input, output* dan *outcome* dari pelaksanaan kegiatan Humas untuk mengelola kepentingan pemangku internal dan eksternal dalam konteks lokal dan global	● Tes kecil ● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Penyampaian contoh kasus ● Penyusunan dan Presentasi proposal ● Tugas kelompok ● Tugas individu

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
						● Mampu merancang strategi dan taktik Humas didasarkan hasil evaluasi	
14	Mampu menerapkan nilai-nilai, prinsip-prinsip dan etika Humas dalam berkarya.				**Etika Humas**	Memberikan wawasan, pemahaman, mengenai berbagai aspek sikap dan etika di bidang Humas sebagai bekal dalam menjalankan profesi seorang pekerja Humas	● Tes kecil ● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Penyampaian contoh kasus ● Penyusunan dan Presentasi proposal ● Tugas kelompok ● Tugas individu
15	Mampu memberikan alternatif solusi strategis Komunikasi Humas Korporat untuk menjawab berbagai permasalahan komunikasi dalam mengelola hubungan dengan	Melaksanakan penelitian di bidang Humas atau pembuatan proposal /karya professional untuk membuat program humas baru	Pembuatan penelitian di di bidang Humas atau pembuatan proposal /karya professional untuk membuat program humas baru	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● *Hands-Out* ● *Software* Presentasi ● *Software* untuk	**Skripsi/Tugas Karya Akhir**	Mampu menyusun Skripsi ataupun tugas karya akhir	Konsultasi dengan pembimbing.

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
	pemangku kepentingan internal dan eksternal pada masyarakat perkotaan dan industri; serta penggunaan berbagai saluran dan teknologi informasi dalam masyarakat.			*web* ● *Software* untuk pengolahan data penelitian ● *Overhead Projector* ● Komputer/*Laptop*			

VI Matriks 2. Pengalaman Belajar dalam Rumpun Tataran Kompetensi Periklanan

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
1	Mampu menjelaskan teori-teori dan konsep-konsep dalam bidang pemasaran, periklanan, komunikasi	1.1 Mampu menjelaskan teori-teori, konsep-konsep, dan model-model pemasaran	· Lingkungan Pemasaran · Bauran Pemasaran · Segmentasi, Targeting, Positioning	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran)	**Dasar-Dasar Pemasaran**	· Memahami batasan lingkungan pemasaran · Mampu melakukan analisis	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
	pemasaran, dan perilaku konsumen		· Strategi-strategi pemasaran	● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● LCD Projector ● Computer/Laptop		situasi lingkungan pemasaran · Mampu memahami bauran pemasaran · Mampu memahami strategi-strategi pemasaran	● Tugas Individu ● Tugas Kelompok
2		1.2. Mampu menjelaskan teori-teori, konsep-konsep, dan model-model dalam periklanan	· Konsep-konsep periklanan · Pengelolaan merek · Strategi periklanan · Pemahaman alur kerja dalam industri periklanan · Periklanan internasionall	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● LCD Projector ● Computer/Laptop	**Pengantar Periklanan**	· Mampu memahami prinsip-prinsip dalam periklanan · Mampu menjelaskan strategi-strategi periklanan dan pengelolaan merek · Mampu memahami alur kerja dalam industri periklanan	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok
3		1.3. Mampu memahami teori-teori, konsep-konsep dalam perilaku konsumen dilihat dari sisi	· Proses pengambilan keputusan konsumen · Faktor-faktor internal yang mempengaruhi	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran)	**Analisis Konsumen**	· Mampu memahami proses pengambilan keputusan konsumen	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
		psikologis dan pemasaran	proses pengambilan keputusan konsumen · Faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen · Perilaku konsumen online · Strategi-strategi pemasaran terkait dengan perilaku konsumen	● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop		· Memahami factor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi proses pengambilan konsumen · Mampu memahami perbedaan perilaku konsumen online dan offline · Mampu memahami strategi-strategi pemasaran terkait dengan perilaku konsumen	● Tugas Individu ● Tugas Kelompok
4	Mampu menjelaskan teori-teori, konsep-konsep, dan strategi-strategi komunikasi dalam bidang pemasaran sosial dan pemasaran digital	2.1. Mampu menjelaskan teori-teori, konsep-konsep, dan strategi-strategi komunikasi dalam bidang pemasaran sosial	· Ruang lingkup pemasaran sosial · Produk-produk social · Strategi-strategi pemasaran sosial · Model-model pemasaran sosial	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus	**Pemasaran Sosial**	· Mampu memahami perbedaan antara pemasaran social dan komersial · Mampu memahami strategi-strategi dalam pemasaran sosial	● Ujian Tengah Semester ● Ujian Akhir Semester ● Tugas Individu ● Tugas Kelompok

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
				● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop			
5		2.2. Mampu menjelaskan teori-teori, konsep-konsep, dan strategi-strategi komunikasi dalam bidang pemasaran digital	· Penggunaan media digital dalam komunikasi pemasaran · Pemahaman web, email, mobile phone, dan media social sebagai media pemasaran · Strategi-strategi penggunaan media digital dalam komunikasi pemasaran	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop	**Pemasaran Digital**	· Memahami fungsi web, email, mobile phone, online advertising, dan media social sebagai media pemasara · Memahami strategi-strategi penggunaan media digital dalam komunikasi pemasaran	· Ujian Tengah Semester · Ujian Akhir Semester · Tugas Individu · Tugas Kelompok
6	Mampu menjelaskan teori-teori, konsep-konsep, strategi-strategi kreatif dalam bidang komunikasi	3.1. Mampu menjelaskan kreativitas, teknik-teknik berpikir kreatif dan mampu melakukan aktivitas	· Pemahaman akan kreativitas · Proses kreatif dalam berbagai perspektif keilmuan · Keahlian dan teknik-teknik	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik	**Creative Thinking**	· Mampu menjelaskan pengertian kreativitas dari berbagai perspektif keilmuan	· Ujian Tengah Semester · Ujian Akhir Semester · Tugas Individu

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
	pemasaran, khususnya periklanan	untuk melatih keahlian berpikir kreatif	pemecahan masalah kreatif secara visual maupun verbal	(Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop		· Mampu melakukan berbagai teknik berpikir kreatif baik visual **maupun verbal**	· Tugas Kelompok
7		3.2. Mampu menjelaskan dasar-dasar teori dan praktik dalam komunikasi visual, mencakup elemen dan prinsip persepsi dan desain, tipografi, dan simbol	· Konsep dasar desain grafis · Konsep dasar tipografi, layout, dan warna · Pemahaman desain dan persepsi dan penggunaannya dalam desain grafis · Pengenalan software-software dasar desain grafis	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop	**Pengantar Desain Grafis**	· Mampu menjelaskan konsep-konsep dasar dalam desain grafis · Mampu menjelaskan konsep-konsep dasar tipografi, layout, dan warna · Mampu memahami proses persepsi dan desain · Mengenal software-softwar e dasar dalam desain grafis	· Ujian Tengah Semester · Ujian Akhir Semester · Tugas Individu · Tugas Kelompok

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
8		3.3. Mampu mehamami strategi pengembangan pesan dan teknik penulisan persuasif dalam media cetak, penyiaran, dan digital	· Strategi pengembangan pesan · Teknik-teknik penulisan kreatif, efektif, dan persuasif	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop	**Copy Writing**	· Mampu mehamami strategi-strategi pengembangan pesan dalam komunikasi pemasaran · Mampu menguasai teknik-teknik penulisan persuasive dalam media cetak, penyiaran, dan digital	· Ujian Tengah Semester · Ujian Akhir Semester · Tugas Individu · Tugas Kelompok
9		3.4. Mampu memahami pendekatan-pendekatan dasar dalam pengembangan strategi kreatif	· Hubungan antara pengembangan strategi kreatif dan elemen-elemen lainnya dalam bauran pemasaran dan komunikasi · Pendekatan-pendekatan strategi kreatif periklanan · Pemahaman alur kerja dan langkah-langkah dalam	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead	**Perencanaan Kreatif Periklanan**	· Mampu mehamami peranan penting strategi kreatif dalam kegiatan komunikasi pemasaran dan periklanan · Mampu menjelaskan pendekatan-pendekatan dalam pengembangan	· Ujian Tengah Semester · Ujian Akhir Semester · Tugas Individu · Tugas Kelompok

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
			pengembangan strategi kreatif periklanan	Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop		strategi kreatif periklanan · Mampu mehamami langkah-langkah dalam pengembangan strategi kreatif periklanan	
10	Mampu merancang desain strategi komunikasi pemasaran dan media secara terpadu terkait isu-isu masyarakat dan industri	4.1. Mampu merancang strategi perencanaan dan pembelian media pemasaran	· Fungsi dan karakteristik media dalam komunikasi pemasaran · Data analisis dalam perencanaan media · Strategi perencanaan media · Perencanaan media dan budgeting	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop	**Perencanaan dan Pembelian Media Pemasaran**	· Mampu memahami perbedaan fungsi dan karakteristik media · Mampu menganalisis data dalam perancangan strategi media · Mampu merancang desain strategi dan budgeting media	· Ujian Tengah Semester · Ujian Akhir Semester · Tugas Individu · Tugas Kelompok
11		4.2. Mampu merancang desain strategi komunikasi pemasaran terpadu	· Analisis situasi pemasaran dan strategi pengelolaan merek	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak	**Komunikasi Pemasaran Terpadu**	· Mampu memahami peranan kampanye	· Ujian Tengah Semester · Ujian Akhir Semester

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
		dari analisis situasi, penentuan tujuan komunikasi, strategi kreatif, strategi media, hingga evaluasi kampanye komunikasi pemasaran	· Riset pemasaran · Penentuan tujuan pemasaran, tujuan komunikasi, dan strategi komunikasi · Penggabungan big idea, strategi kreatif, strategi media, dan budgeting · Evaluasi kegiatan komunikasi pemasaran	(Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop		komunikasi pemasaran terpadu dalam pengelolaan merek · Mampu merancang desain strategi komunikasi pemasaran terpadu yang mencakup analisis situasi, tujuan pemasaran dan komunikasi, strategi kreatif, strategi media, dan budgeting · Mampu melakukan evaluasi kegiatan komunikasi pemasaran terpadu	· Tugas Individu · Tugas Kelompok
12	Mampu melakukan eksekusi kreatif secara verbal, visual, audio, dan audio visual	5.1. Mampu menggunakan pemahaman teori dan konsep-konsep komunikasi visual serta software-software	· Struktur kampanye komunikasi pemasaran dilihat dari perspektif desain grafis	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran)	**Praktik Desain Grafis**	· Mampu mehamami peranan desain grafis dalam kegiatan kampanye	· Ujian Tengah Semester · Ujian Akhir Semester · Tugas Individu

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
		desain grafis dalam menghasilkan karya kreatif yang bertujuan komersial	· Penggunaan software sebagai program desain · Penggunaan software sebagai photo editor · Penggabungan, art, copy, fotografi dan ilustrasi	● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop		komunikasi pemasaran · Mampu menguasai keahlian penggunaan software-software desain · Mampu menghasilkan karya desain untuk memenuhi suatu tujuan komersial	· Tugas Kelompok
13	Mampu menyajikan desain strategi komunikasi melalui bahasa lisan dan tulisan dengan efektif dan persuasif	Mampu menyusun proposal desain strategi komunikasi dengan efektif dan menyajikannya dengan persuasif	· Teknik penulisan efektif dan persuasif · Struktur penulisan proposal kampanye komunikasi · Penggunaan multimedia dalam penulisan proposal dan presentasi · Teknik presentasi · Praktik presentasi	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop	**Teknik Penulisan Proposal dan Presentasi**	· Mampu menulis dengan efektif dan persuasive · Mampu menulis proposal kampanye komunikasi pemasaran dengan efektif · Mampu menggunakan multimedia dalam penulisan proposal dan presentasi · Mampu melakukan	· Ujian Tengah Semester · Ujian Akhir Semester · Tugas Individu · Tugas Kelompok

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
						presentasi dengan baik	
14	Mampu menerapkan nilai-nilai, prinsip-prinsip dan etika periklanan dalam berkarya	Mampu memahami nilai-nilai, prinsip-prinsip, dan etika periklanan dalam ruang lingkup global maupun lokal	· Etika Periklanan Internasional · Etika Periklanan Indonesia · Regulasi Perlindungan Konsumen · Studi Kasus	● Buku Teks ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● LCD Projector ● Computer/Laptop	**Etika Periklanan**	· Mampu memahami etika-etika dalam iklan dan komunikasi pemasaran · Mampu menerapkan etika dalam perilaku berkarya	· Ujian Tengah Semester · Ujian Akhir Semester · Tugas Individu · Tugas Kelompok
15	Mampu memberikan alternatif solusi desain strategi & eksekusi kreatif komunikasi pemasaran/periklanan terkait dengan permasalahan komunikasi pada isu-isu masyarakat perkotaan dan industri; serta penggunaan teknologi informasi dalam masyarakat	Mampu merancang alternatif solusi desain strategi dan eksekusi kreatif komunikasi pemasaran/periklanan dengan tujuan sosial maupun komersial	Perencanaan kegiatan komunikasi pemasaran terpadu dengan menggunakan kasus nyata, mencakup pemasaran social dan pemasaran komersial	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Bahan Ajar ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Ilmiah, Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Laporan/Studi Kasus ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Overhead Projector ● LCD Projector ● Computer/Laptop	**Praktikum Periklanan**	Mampu mengajukan alternative solusi desain dan eksekusi kreatif mencakup perencanaan strategi, eksekusi kreatif, media, dan evaluasi kampanye komunikasi pemasaran	· Ujian Tengah Semester · Ujian Akhir Semester · Tugas Individu · Tugas Kelompok

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment
16	Mampu memberikan alternatif solusi di bidang periklanan terkait permasalahan komunikasi pada isu-isu masyarakat perkotaan dan industri serta penggunaan teknologi informasi dalam masyarakat	Mampu membuat karya tulis ilmiah atau karya professional	Pembuatan penelitian di bidang periklanan atau pembuatan proposal professional untuk membuat perencanaan program komunikasi.	● Papan Tulis ● Buku Teks ● Media Cetak (Jurnal, Majalah Koran) ● Media Elektronik (Video, Internet) ● Hands-Out ● Software Presentasi ● Software utk audio editing ● Software untuk desain media cetak ● Saftware photo editing ● Software untuk web ● Software untuk pengolahan data penelitian ● Overhead Projector ● Komputer/Laptop ● Kamera SLR ● Kamera video ● Studio radio (lab radio) ● Studio TV (Lab audio visual)	**Skripsi/Tugas Karya Akhir**	● Mampu membuat skripsi/tugas karya akhir	● Konsultasi dan bimbingan ● Ujian skripsi/TKA

No	Kompetensi	Pengalaman Belajar (Sub Kompetensi/Aktivitas)	Ruang Lingkup Materi (Substansi Pokok Bahasan & Sub Pokok Bahasan)	Media dan Teknologi	Mata Kuliah	Indikator	Assessment

Daftar Mata Kuliah
Program Sarjana Departemen Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik - Universitas Indonesia

1. Mata Kuliah Wajib Universitas Indonesia

No	Mata Kuliah	SKS
1	MPK Terintegrasi A	6
2	MPK Terintegrasi B	6
3	MPK Agama	2
4	MPK Seni/Olahraga	1
5	MPK Bahasa Inggris	3
6	Manusia & Masyarakat Indonesia	3
TOTAL		**21**

2. Mata Kuliah Wajib Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik

No	Mata Kuliah	SKS
1	Pengantar Ilmu Politik	2
2	Pengantar Sosiologi	2
3	Pengantar Ilmu Antropologi	2
4	Pengantar Metode Penelitian Sosial	2
5	Pengantar Statistik Sosial	2
6	Pengantar Pengolahan Data Kualitatif	2
7	Penulisan dan Presentasi Ilmiah	2
TOTAL		**14**

3. Mata Kuliah Wajib Program Studi

No	Mata Kuliah	SKS
1	Pengantar Ilmu Komunikasi	3
2	Teori Komunikasi	3
3	Filsafat Komunikasi	3
4	Pengantar Teknologi Informasi dan Komunikasi	3
5	Komunikasi Antar Pribadi	3
6	Pengantar Kajian Media	3
7	Pengantar Jurnalisme	3
8	Pengantar Penyiaran	3
9	Pengantar Humas	3
10	Pengantar Periklanan	3
11	Komunikasi Global	3
12	Komunikasi Kelompok & Organisasi	3
13	Komunikasi Massa	3

No	Mata Kuliah	SKS
14	MPK 1 Kuantitatif	3
15	Strategi Komunikasi	3
16	MPK 2 Kualitatif	3
17	Penelitian Terapan Komunikasi	3
TOTAL		**51**

4. Mata Kuliah Pilihan 10% (15 SKS – setara dengan 5 Matakuliah) yang merupakan mata kuliah lintas Departemen/Fakultas

5. Mata Kuliah Peminatan

a) Kajian Media

No	Mata Kuliah	SKS
1	Pengantar Teori Media	3
2	Pengantar Teori Kritis	3
3	Media dan Masyarakat	3
4	Pengantar Ekonomi Media	3
5	Komunikasi Politik	3
6	Komunikasi dan Industri Budaya	3
7	Media dan Kajian Budaya	3
8	Media dan Komunikasi Antarbudaya	3
9	Kebijakan dan Regulasi Media	3
10	Metode Analisis Teks Media	3
11	Manajemen Media	3
12	Kajian Dampak Media	3
13	Etika Media	3
14	Skripsi/ Tugas Karya Akhir + 1 Mata Kuliah Pilihan/ 2 Mata Kuliah Pilihan	6
TOTAL		**45**

b) Jurnalisme

No	Mata Kuliah	SKS
1	Dasar-dasar Penulisan	3
2	Etika Jurnalisme	3
3	Videografi Berita	3
4	Meliput dan Menulis Berita	3
5	Menulis Feature dan Artikel Opini	3
6	Menulis Naskah Berita Radio & TV	3
7	Jurnalisme Foto	3
8	Menyunting Naskah Surat Kabar & Majalah	3
9	Desain Surat Kabar & Majalah	3

No	Mata Kuliah	SKS
10	Produksi Media Cetak	3
11	Produksi Berita & Feature Radio	3
12	Produksi Berita & Feature TV	3
13	Jurnalisme Online	3
14	Magang	3
15	Skripsi/ Tugas Karya Akhir + 1 Mata Kuliah Pilihan/ 2 Mata Kuliah Pilihan	6
	TOTAL	**48**

c) Penyiaran

No	Mata Kuliah	SKS
1	Teknik Kamera	3
2	Hukum & Etika Penyiaran	3
3	Manajemen & Bisnis Media TV	3
4	Produksi Video 1	3
5	Produksi Video 2	3
6	Pascaproduksi Video	3
7	Penulisan Naskah & Desain Program	3
8	Penyutradaraan Program TV	3
9	Manajemen Pemrograman Siaran TV	3
10	Pemasaran & Penjualan Program TV	3
11	Produksi Drama TV	3
12	Produksi Musik dan Hiburan	3
13	Produksi Dokumenter TV	3
14	Skripsi/ Tugas Karya Akhir + 1 Mata Kuliah Pilihan/ 2 Mata Kuliah Pilihan	6
	TOTAL	**45**

d) Peminatan Hubungan Masyarakat

No	Mata Kuliah	SKS
1	Manajemen Humas	3
2	Manajemen Kontinuitas Bisnis	3
3	Teknik Negosiasi & Presentasi	3
4	Teknik Penulisan Kreatif	3
5	Hubungan Media	3
6	Komunikasi Internal	3
7	Hubungan Keuangan dan Investasi	3
8	Tanggung jawab Sosial Korporasi	3
9	Audit Komunikasi	3
10	Humas Global	3

No	Mata Kuliah	SKS
11	Humas Politik	3
12	Humas Pemasaran	3
13	Etika Humas	3
14	Skripsi/ Tugas Karya Akhir + 1 Mata Kuliah Pilihan/ 2 Mata Kuliah Pilihan	6
TOTAL		**45**

e) Peminatan Periklanan

No	Mata Kuliah	SKS
1	Dasar-Dasar Pemasaran	3
2	Analisis Konsumen	3
3	Pemasaran Digital	3
4	Pemasaran Sosial	3
5	Komunikasi Pemasaran Terpadu	3
6	Perencanaan & Pembelian Media Pemasaran	3
7	Creative Thinking	3
8	Copy Writing	3
9	Pengantar Desain Grafis	3
10	Perencanaan Kreatif Periklanan	3
11	Praktik Desain Grafis	3
12	Teknik Penulisan Proposal & Presentasi	3
13	Etika Periklanan	3
14	Praktikum Periklanan	3
15	Skripsi/ Tugas Karya Akhir + 1 Mata Kuliah Pilihan/ 2 Mata Kuliah Pilihan	6
TOTAL		**48**

Distribusi Mata Kuliah per-semester

KODE	MATA AJARAN	SKS
	Semester 1	
UIGE600001	MPK Terintegrasi A	6
UIGE600010	MPK Agama	2
UIGE600020	MPK Seni/Olahraga	1
SPSP600001	Pengantar Ilmu Politik	2
SPSP600002	Pengantar Sosiologi	2
SPSP600003	Pengantar Ilmu Antropologi	2
SPSP600004	Penulisan dan Presentasi Ilmiah	2
SPIK600001	Pengantar Ilmu Komunikasi	3
	Sub Total	**20**

	Semester 2	
UIGE600002	MPK Terintegrasi B	6
UIGE600003	MPK Bahasa Inggris	3
UISH600001	Manusia & Masyarakat Indonesia	3
SPSP600005	Pengantar Metode Penelitian Sosial	2
SPIK600002	Teori Komunikasi	3
SPIK600010	Komunikasi Antar Pribadi	3
	Sub Total	**20**
	Semester 3	
SPSP600006	Pengantar Statistik Sosial	2
SPSP600007	Pengantar Pengolahan Data Kualitatif	2
SPIK600005	Pengantar Kajian Media	3
SPIK600006	Pengantar Jurnalisme	3
SPIK600007	Pengantar Penyiaran	3
SPIK600008	Pengantar Hubungan Masyarakat	3
SPIK600009	Pengantar Periklanan	3
	Sub Total	**19**
	Semester 4	
SPIK600003	Pengantar Teknologi Informasi & Komunikasi	3
SPIK600011	Komunikasi Kelompok & Organisasi	3
SPIK600012	Komunikasi Massa	3
	Peminatan Kajian Media	
SPIK600014	Pengantar Teori Media	3
SPIK600017	Pengantar Ekonomi Media	3
SPIK600037	Pengantar Teori Kritis	3
	Mata Kuliah Pilihan	3
	Mata Kuliah Pilihan**	3
	Peminatan Jurnalisme	
SPIK600018	Dasar-Dasar Penulisan	3
SPIK600019	Videografi Berita	3
	Mata Kuliah Pilihan	3
	Mata Kuliah Pilihan	3
	Mata Kuliah Pilihan**	3
	Peminatan Penyiaran	
SPIK600021	Teknik Kamera	3
SPIK600018	Manajemen & Bisnis Media TV	3
SPIK600022	Hukum dan Etika Penyiaran	3
SPIK600045	Manajemen Pemrograman Siaran TV	3
	Mata Kuliah Pilihan**	3
	Peminatan Hubungan Masyarakat	
SPIK600024	Manajemen Humas	3
SPIK600025	Manajemen Kontinuitas Bisnis	3
SPIK600027	Tanggung jawab Sosial Korporat	3
	Mata Kuliah Pilihan	3

	Mata Kuliah Pilihan**	3
	Peminatan Periklanan	
SPIK600028	Dasar-Dasar Pemasaran	3
SPIK600029	Pengantar Desain Grafis	3
SPIK600069	Creative Thinking	3
	Mata Kuliah Pilihan	3
	Mata Kuliah Pilihan**	3
	Sub Total	**24**
	Semester 5	
SPIK6000	MPK 1 Kuantitatif	3
SPIK6000	Komunikasi Global	3
	Peminatan Kajian Media	
SPIK600016	Kebijakan dan Regulasi Media	3
SPIK600034	Komunikasi Politik	3
SPIK600035	Media dan Komunikasi Antarbudaya	3
SPIK600037	Komunikasi dan Industri Budaya	3
SPIK600058	Media dan Kajian Budaya	3
	Mata Kuliah Pilihan**	3
	Peminatan Jurnalisme	
SPIK600020	Etika Jurnalisme	3
SPIK600038	Meliput dan Menulis Berita	3
SPIK600039	Menulis Feature dan Artikel Opini	3
SPIK600040	Jurnalisme Foto	3
SPIK600041	Menulis Naskah Berita Radio & TV	3
	Mata Kuliah Pilihan**	3
	Peminatan Penyiaran	
SPIK600042	Produksi Video 1	3
SPIK600043	Produksi Video 2	3
SPIK600044	Pascaproduksi Video	3
SPIK600061	Penulisan Naskah & Desain Program	3
SPIK600062	Penyutradaraan Program TV	3
	Mata Kuliah Pilihan**	3
	Peminatan Hubungan Masyarakat	
SPIK600046	Hubungan Media	3
SPIK600047	Hubungan Keuangan dan Investasi	3
SPIK600048	Komunikasi Internal	3
SPIK600049	Humas Pemasaran	3
SPIK600080	Humas Global	3
	Mata Kuliah Pilihan**	3
	Peminatan Periklanan	
SPIK600031	Analisis Konsumen	3
SPIK600050	Komunikasi Pemasaran Terpadu	3
SPIK600053	Praktik Desain Grafis	3
SPIK600067	Pemasaran Digital	3

SPIK600069	Copy Writing	3
	Mata Kuliah Pilihan**	3
	Sub Total	**24**
	Semester 6	
SPIK600032	MPK 2 Kualitatif	3
SPIK600033	Strategi Komunikasi	3
	Peminatan Kajian Media	
SPIK600056	Kajian Dampak Media	3
SPIK600057	Metode Analisis Teks Media	3
SPIK600058	Manajemen Media	3
SPIK600015	Media dan Masyarakat	3
	Mata Kuliah Pilihan	3
	Mata Kuliah Pilihan**	3
	Peminatan Jurnalisme	
SPIK600059	Menyunting Naskah SK & Majalah	3
SPIK600060	Desain SK & Majalah	3
SPIK600073	Produksi Berita & Feature TV	3
SPIK600074	Produksi Berita & Feature Radio	3
	Mata Kuliah Pilihan**	3
	Peminatan Penyiaran	
SPIK600063	Pemasaran & Penjualan Program TV	3
SPIK600076	Produksi Drama TV	3
SPIK600077	Produksi Musik & Hiburan	3
	Mata Kuliah Pilihan	3
	Mata Kuliah Pilihan	3
	Mata Kuliah Pilihan**	3
	Peminatan Hubungan Masyarakat	
SPIK600064	Humas Politik	3
SPIK600065	Audit Komunikasi	3
SPIK600026	Teknik Negosiasi & Presentasi	3
	Mata Kuliah Pilihan	3
	Mata Kuliah Pilihan**	3
	Peminatan Periklanan	
SPIK600052	Perencanaan Kreatif Periklanan	3
SPIK600030	Teknik Penulisan Proposal dan Presentasi	3
SPIK600068	Perencanaan & Pembelian Media Pemasaran	3
SIK 30049	Pemasaran Sosial	3
SPIK600081	Etika Periklanan	3
	Mata Kuliah Pilihan**	3
	Sub Total	**21**
	Semester 7	
SPIK600055	Penelitian Terapan Komunikasi	3
SPIK600004	Filsafat Komunikasi	3
	Peminatan Kajian Media	

SPIK600071	Etika Media	3
	Skripsi/ Tugas Karya Akhir + 1 MK Pilihan/ 2 MK Pilihan	6
	Peminatan Jurnalisme	
SPIK600072	Produksi Media Cetak	3
SPIK600075	Jurnalisme Online	3
	Magang	3
	Skripsi/ Tugas Karya Akhir + 1 MK Pilihan/ 2 MK Pilihan	6
	Peminatan Penyiaran	
SPIK600078	Produksi Dokumenter TV	3
	Skripsi/ Tugas Karya Akhir + 1 MK Pilihan/ 2 MK Pilihan	6
	Peminatan Hubungan Masyarakat	
SPIK600079	Teknik Penulisan Kreatif	3
	Skripsi/ Tugas Karya Akhir + 1 MK Pilihan/ 2 MK Pilihan	6
	Peminatan Periklanan	
SPIK600082	Praktikum Periklanan	3
	Skripsi/ Tugas Karya Akhir + 1 MK Pilihan/ 2 MK Pilihan	6
	Sub Total	**15**
	Semester 8	
	Peminatan Kajian Media	
	Skripsi/ Tugas Karya Akhir + 1 MK Pilihan/ 2 MK Pilihan	6
	Peminatan Jurnalisme	
	Skripsi/ Tugas Karya Akhir + 1 MK Pilihan/ 2 MK Pilihan	6
	Peminatan Penyiaran	
	Skripsi/ Tugas Karya Akhir + 1 MK Pilihan/ 2 MK Pilihan	6
	Peminatan Hubungan Masyarakat	
	Skripsi/ Tugas Karya Akhir + 1 MK Pilihan/ 2 MK Pilihan	6
	Peminatan Periklanan	
	Skripsi/ Tugas Karya Akhir + 1 MK Pilihan/ 2 MK Pilihan	6
	Sub Total	**6**

Deskripsi Mata Kuliah

Mata Kuliah Wajib Universitas

UIGE600001
MPK Terintegrasi A
6 SKS

Memberikan pemahaman tentang pentingnya untuk merangsang dan meningkatkan kepedulian terhadap masalah-masalah bermasyarakat, bangsa, Negara dan lingkungan yang dilandasi Iman dan Taqwa, Budi Pekerti, Etika akademik melalui pembelajaran terintegrasi antara logika Filsafat Ilmu dan Pancasila sebagai Dasar Negara, Kebudayaan Indonesia yang ditopang oleh Bahasa Indonesia yang baik dan benar.

UIGE600020-48
MPK Seni/Olah Raga

1 SKS

Olahraga: Memberikan dan membudayakan pentingnya olah raga untuk keseimbangan jasmani dan rohani guna menimbulkan sikap sportifitas – serta membina dan mengembangkan ketrampilan *team work*

Seni: Memberikan teori dan praktek untuk merangsang dan mengembangkan partisipasi dan apresiasi, memahami dan menghargai nilai estetika, beraviliasi dan imajinasi untuk menumbuhkembangkan potensi diri

UIGE600010-15
MPK Agama
2 SKS

MPK AGAMA ISLAM

Membahas dan menganalisis tentang nilai-nilai ajaran islam mengalisis tentang esensi ajaran islam, sejarah perkembangannya. Pranata Sosial dalam Islam dan Ilmu Pengetahuan yang berkembang dengan ajaran Islam.

MPK AGAMA KRISTEN PROTESTAN

Memberikan pemahaman tentang Agama Kristen pada umumnya, Iman Kristen, hubungan Iman Kristen dengan Ilmu Pengetahuan .

MPK AGAMA KATHOLIK

Memberikan pemahaman tentang Agama Katholik, hakekat manusia dengan pola hubungan dasarnya, kemampuan dasar manusia Iman mengubah manusia, peranan Jesus Kristus oleh kehidupan kaum beriman. Masalah-masalah keselamatan, tentang prinsip gereja dan peranannya.

MPK AGAMA HINDU

Memberikan pemahaman tentang konsep-konsep keimanan dan ketakwaan, serta hakekat hidup manusia menurut kaidah-kaidah ajaran Agama Hindu secara menyeluruh.

MPK AGAMA BUDHA

Memberikan pemahaman tentang konsep-konsep keimanan dan ketakwaan, serta hakekat hidup manusia menurut kaidah-kaidah ajaran Agama Budha secara menyeluruh.

UIGE600002
MPK Terintegrasi B
6 SKS

…….

UIGE600003
MPK Bahasa Inggris
3 SKS

Mata kuliah ini memberikan dasar-dasar penggunaan Bahasa Inggris dalam lingkungan ilmiah. Tujuan mata kuliah ini adalah: (1) untuk mengaktifkan kemampuan berbahasa Inggris para mahasiswa sehingga mereka mampu berkomunikasi secara efektif dalam bahasa Inggris, dan (2) agar para mahasiswa mampu mengembangkan strategi dan keterampilan belajar yang diperlukan untuk menyelesaikan studi mereka. Selain struktur, keterampilan (skills) yang akan dikembangkan adalah *vocabulary building, reading, speaking, listening, writing.*

UISH600001
MPK Rumpun Sosial Humaniora (MMI)
3 SKS

....

Mata Kuliah Wajib Fakultas

SPSP600003
Pengantar Ilmu Antropologi
2 SKS

Memberikan pemahaman dan ruang lingkup dan konsep-konsep dasar dalam Antropologi sosial budaya.

Pokok bahasan terdiri atas sub-sub disiplin Antropologi dengan penekanan pada sub disiplin Antropologi sosial budaya, sejarah perkembangan Antropologi, metode penelitian etnografi dan relevansi Antropologi dengan kehiduapan masa kini

SPSP600001
Pengantar Ilmu Politik
2 SKS

Memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai teori-teori dan konsep dan ilmu politik serta bagaimana menerapkannya dalam menganalisa kehidupan politik di Indonesia

SPSP600005
Pengantar Metode Penelitian Sosial
2 SKS

Mata kuliah ini merupakan mata kuliah pengantar bagi mahasiswa dalam mempelajari penelitian sosial, mata kuliah ini menjelaskan tentang pengertian penelitian sosial, dasar pemikiran diperlukannya suatu penelitian sosial, prinsip umum yang berlaku dalam penelitian sosial, keragaman jenis penelitian yang ada dalam ilmu-ilmu sosial, gambaran proses penelitian sosial pada umumnya,jenis sumber data yang digunakan, variasi teknik pengumpulan data serta teknik analisis yang ada dalam penelitian kuantitatif dan kualitatif

SPSP600007
Pengantar Pengolahan Data Kualitatif
2 SKS

.....

SPSP600002
Pengantar Sosiologi
2 SKS

Memperkenalkan pokok bahasan Sosiologi, konsep, teori sosiologi serta bagaimana menerapkannya untuk memahami lingkungan sekitar dan masyarakat

SPSP600006
Pengantar Statistik Sosial
2 SKS

Memberikan pengertian dasar mengenai statistic deskriptif dan inferensial. Pokok bahasan adalah penyajian data, teori sample, teori probabilitas dan analisa univariat dan bivariat

SPSP600004
Penulisan dan Presentasi Ilmiah
2 SKS

.....

Mata Kuliah Wajib Program Studi

SPIK600001
Pengantar Ilmu Komunikasi

Membahas pengertian, konsep-konsep dasar dan proses komunikasi dalam kehidupan manusia, serta ruang lingkup dan perkembangan pokok ilmu komunikasi sebagai gambaran awal mengenai ruang lingkup pengajian dan penerapannya.

SPIK600002
Teori Komunikasi

Membahas model-model, teori-teori, dan pendekatan- pendekatan dalam ilmu komunikasi sebagai ilmu pengetahuan sosial yang bersifat multidisplin.

SPIK600004
Filsafat Komunikasi

Matakuliah ini membahas pendekatan filsafat terhadap komunikasi, baik dalam pengembangan ilmu, teori, karya, perilaku, maupun praktik komunikasi. Setelah mempelajari konsep pokok dari beberapa disiplin filsafat (a.l. epistemologi, aestetika, logika, etika, metafisika), pembahasan lebih mendalam difokuskan pada masalah/isu yang berkenaan dengan dilema-dilema etik.

SPIK600003
Pengantar Teknologi Informasi dan Komunikasi

Mata kuliah ini membahas pengertian, pendekatan, konsep dasar dan proses dalam konteks perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

SPIK600010
Komunikasi Antar Pribadi

Membahas pengertian, pendekatan, teori-teori, konsep-konsep dasar dan proses komunikasi antarpribadi dalam konteks hubungan pertemanan, pasangan, keluarga dan hubungan di tempat kerja.

SPIK600005
Pengantar Kajian Media

Membahas prinsip, konsep, dan isu-isu dalam konteks kajian media yang dikaitkan dengan dinamika proses produksi isi, karakteristik medium dan karakteristik khalayak.

SPIK600006
Pengantar Jurnalisme

Membahas dunia kewartawanan dalam pemahaman jurnalisme sebagai ilmu dan demokratisasi, nilai-nilai dasar dan prinsip jurnalisme, peranan dan fungsinya dalam kehidupan masyarakat, jurnalisme sebagai profesi, serta pola dan perkembangannya.

SPIK600007
Pengantar Penyiaran

Membahas sejarah dan perkembangan media penyiaran, perkembangan *programming* media penyiaran (dari media informasi menjadi media hiburan untuk kemudian menjadi media interaktif), serta kebijakan dan regulasi di bidang penyiaran.

SPIK600008
Pengantar Humas

Matakuliah ini membahas prinsip-prinsip, konsep dasar dan model-model Hubungan Masyarakat yang meliputi: pengertian, fungsi, posisi dan peran Humas dalam organisasi, lingkup kegiatan Humas internal dan eksternal, perencanaan dan pengelolaan Humas, serta kompetensi profesi dan etika di bidang Humas.

SPIK600009
Pengantar Periklanan

Matakuliah ini membahas prinsip-prinsip, konsep dasar dan strategi-strategi pengelolaan merek dalam alur kerja industri periklanan.

SPIK600013
Komunikasi Global

Mata kuliah ini membahas pengertian, pendekatan, teori-teori, dan proses dalam konteks komunikasi global terkait dengan perkembangan kepentingan ekonomi dan politik global.

SPIK600011
Komunikasi Kelompok & Organisasi

Mata kuliah ini membahas tentang pengertian, pendekatan, proses dan peran komunikasi dalam konteks kelompok dan organisasi.

SPIK600012
Komunikasi Massa
Prasyarat : Pengantar Ilmu Komunikasi dan Teori Komunikasi

Mata kuliah ini membahas pengertian, pendekatan, proses dan konsep-konsep dasar dalam konteks komunikasi massa serta meliputi sejarah dan isu-isu utama dalam perkembangannya.

SPIK600032
MPK 1 Kuantitatif

Matakuliah ini memberi bekal kemampuan merancang penelitian, melakukan penelitian, dan mengevaluasi hasil penelitian dengan pendekatan klasik/tradisional. Pokok-pokok bahasan mencakup struktur logika penelitian, eksplikasi konsep, validitas dan reliabilitas pengukuran, validitas internal dan validitas eksternal

SPIK600033
Srategi Komunikasi

Mata kuliah ini membahas teori-teori dan konsep-konsep dalam strategi komunikasi, yang meliputi rancangan desain dan evaluasi terkait dengan isu-isu masyarakat perkotaan dan industri serta penggunaan teknologi.

SPIK600032
MPK 2 Kualitatif

Matakuliah ini memberi bekal kemampuan merancang penelitian, melakukan penelitian dan mengevaluasi hasil penelitian dengan pendekatan nonklasik. Pokok-pokok bahasan mencakup struktur logika penelitian, ragam desain penelitian kualitatif, metode analisis data, dan menilai kriteria kualitas penelitian

SPIK600055
Penelitian Terapan Komunikasi

Matakuliah ini memberi bekal kemampuan beragam metode penelitian dalam riset terapan yang meliputi: merancang, mengumpulkan data, menganalisis serta menyusun laporan hasil riset terapan dengan isu-isu masyarakat perkotaan dan industri serta penggunaan teknologi dalam masyarakat.

Mata Kuliah Peminatan Kajian Media

SPIK600014
Pengantar Teori Media

Membahas pengertian, konsep-konsep dan teori-teori mengenai komunikasi, komunikasi massa, dan media massa massa yang dikaitkan dengan sejarah, proses, representasi dan literacy media

SPIK600037
Pengantar Teori Kritis

Membahas perspektif klasik dan kritis yang digunakan dalam mengevaluasi industri media, dengan memperkenalkan berbagai varian teori-teori ekonomi politik dalam kajian komunikasi.

SPIK600015
Media dan Masyarakat

Matakuliah ini membahas hubungan timbal balik antara media massa dan masyarakat. Di satu sisi, dibahas tentang bagaimana isi media massa dipengaruhi oleh berbagai faktor meliputi: kepentingan dan kekuatan politik, kepentingan eknonomi dan bisnis, serta faktor sosial dan budaya. Di sisi lain, dibahas tentang pengaruh media massa terhadap masyarakat dalam berbagai isu spesifik, antara lain: kekerasan, perilaku seks, gender, parasangka dan stereotip, gaya hidup, hubungan antar kelompok serta perilaku politik.

SPIK600017
Pengantar Ekonomi Media

Mata kuliah ini membahas formulasi struktur, prilaku dan kinerja dalam menilai industri media, seperti: televisi, radio, majalah, suratkabar, dan buku dengan menggunakan prinsip-prinsip ekonomi.

SPIK600034
Komunikasi Politik

Matakuliah ini membahas peran komunikasi dalam proses politik, terutama berbagai bentuk komunikasi politik dari pemerintah, partai politik, perusahaan/korporat, gerakan sosial dan kelompok interest dalam konteks lokal dan global. Fokus komunikasi politik tidak lagi hanya terpusat pada pemerintah dan partai politik, namun juga sektor korporat, dimana pendekatan *professional marketing*, periklanan dan hubungan masyarakat adalah kunci dalam komunikasi politik modern.

SPIK600037
Komunikasi dan Industri Budaya

Matakuliah ini membahas perkembangan media sebagai industri budaya, yakni industri yang berperan dalam mereproduksi budaya serta fator-faktor yang mempengaruhinya. Mengikuti paradigma kritis, mata kuliah ini menggambarkan bagaimana media massa di Indonesia – media cetak, media penyiaran, film, rekaman musik, buku, games, dan sebagainya – berposisi sebagai komoditas yang proses produksi-distribusi dan konsumsinya mengikuti logika kapitalisme.

SPIK600058
Media dan Kajian Budaya

Memperkenalkan peran media dalam memproduksi, memelihara, mereproduksi , dan menyebarkan makna , pola berpikir dan prilaku budaya masyarakat kontemporer. Bentuk kultur media dan kultur industri budaya seperti televisi, film, musik populer, media cetak dan media baru dapat menyajikan gambaran tentang ideologi, kelas sosial, nasionalitas, etnisitas, ras dan jender, yang dikonstruksikan atau dikemas dalam bentuk hiburan. Dibahas juga tentang kedudukan media dalam dinamika perkembangan budaya kontemporer, landasan sejarah, konflik-konflik dan karakteristik khas dari budaya tersebut.

SPIK600035
Media dan Komunikasi Antarbudaya

Matakuliah ini memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada mahasiswa tentang bagaimana peran media dalam proses komunikasi antarbudaya pada konteks regional, nasional maupun internasional. Fokus pembahasan terkait pada aspek-aspek perbedaan budaya yang mewarnai keberlangsungan proses tersebut. Pembahasan berbagai isu aktual dilakukan melalui beberapa pendekatan yang terkait dengan paradigma-paradigma dalam ilmu komunikasi.

SPIK600016
Kebijakan dan Regulasi Media

Matakuliah ini membahas berbagai peraturan perundangan yang menjadi landasan kebijakan untuk mengatur media di Indonesia. Juga dibahas beragam kebijakan dan peraturan dalam latar belakang historis dan filosofis, serta implikasi terhadap masyarakat.

SPIK600057
Metode Analisis Teks Media

Membahas ragam analisis teks dari beragam paradigma positivist, post positivist, interpretif dan kritis.

SPIK600058
Manajemen Media

Matakuliah ini membahas penataan media massa sebagai produk bisnis yang harus senantiasa mempertimbangan faktor-faktor: produksi, distribusi, promosi dan konsumsi. Dibahas juga perbedaan penataan media sesuai dengan jenis media yang dikembangkan, antara lain: suratkabar, majalah, stasiun televisi, stasiun radio, film, dan media online. Perhatian akan dipusatkan pada media massa di Indonesia.

SPIK600056
Kajian Dampak Media

Matakuliah ini membahas mengenai kaitan antara media dan khalayak. Isi media memiliki hubungan yang signifikan bagi munculnya berbagai efek terhadap: keyakinan (belief) dan nilai-nilai, sikap dan tingkah laku khalayak. Secara khusus juga mengevaluasi berbagai efek isi media yang dalam konteks sosial, politik, kesehatan dan ekonomi.

SPIK600071
Etika Media

Membahas tentang berbagai prinsip-prinsip dan pedoman prilaku terkait dengan moralitas dan profesionalitas yang diterapkan dalam organisasi media untuk melindungi organisasi media yang bersangkutan dan privasi khalayaknya.

SPIK600999
Skripsi/Tugas Karya Akhir

Pembuatan penelitian di bidang kajian media atau pembuatan penelitian terapan untuk mengevaluasi program komunikasi.

Mata Kuliah Peminatan Jurnalisme

SPIK600018
Dasar-Dasar Penulisan

Membahas teori dan tata cara penulisan agar mahasiswa dapat melakukan penghimpunan bahan (fakta), memiliki kemampuan melihat korelasi berbagai fakta tentang suatu masalah, menarik interpretasi atau membuat kesimpulan, memahami cara-cara penyusunan fakta dan opini dengan teknik pengutaraan secara tertulis dalam alur pikiran (struktur) yang jernih dan dengan bahasa yang mudah dipahami

SPIK600020
Etika Jurnalisme
Prasyarat: Pengantar Jurnalisme

Membahas berbagai aspek etika jurnalisme (media cetak, radio, televisi dan media online), Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI), Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS), serta kasus-kasus pelanggaran etika jurnalisme.

SPIK600019
Videografi Berita
Prasyarat: Pengantar Jurnalisme

Membahas konsep-konsep dasar mengenai proses produksi dan pascaproduksi audio dan video untuk pembuatan berita, khususnya penggunaan kamera video, perangkat keras dan perangkat lunak audio, serta perangkat keras dan perangkat lunak untuk penyuntingan audio dan video.

SPIK600038
Meliput dan Menulis Berita
Prasyarat: Dasar-dasar Penulisan dan Etika Jurnalisme

Membahas teknik meliput dan menulis berita termasuk cara-cara mengumpulkan bahan-bahan, mewawancara narasumber, mengolah informasi, dan data hingga akhirnya menyajikannya dalam bentuk berita. Di dalamnya termasuk pembahasan dan penerapan Bahasa Indonesia untuk jurnalisme, jenis-jenis berita, konsep 5 W + H, struktur berita piramida terbalik, serta praktek meliput dan menulis.

SPIK600040
Jurnalisme Foto
Prasyarat: Dasar-dasar Penulisan dan Etika Jurnalisme

Membahas teknik-teknik fotografi untuk jurnalisme profesi, profesi jurnalis foto, kriteria foto layak siar, ragam kategori, menulis *caption*, penyuntingan foto dan etika foto jurnalisme, serta praktek pengambilan dan penyuntingan gambar.

SPIK600039
Menulis Feature dan Artikel Opini
Prasyarat: Dasar-dasar Penulisan dan Etika Jurnalisme

Membahas seluk beluk lahirnya sebuah tulisan feature dan artikel opini yang lazim dikenal dalam media massa, jenis-jenis feature dan artikel opini, teknik penulisan feature dan artikel opini, struktur feature dan artikel opini, serta praktek penulisan feature dan artikel opini.

SPIK600041
Menulis Naskah Berita Radio & TV
Prasyarat: Dasar-dasar Penulisan, Videografi Berita dan Etika Jurnalisme

Membahas teknik menulis berita radio dan televisi yang meliputi teknik pengumpulan bahan, penulisan *script* berita (naskah untuk *voice over*), *sound bite*, struktur berita, serta praktik pembuatan berita radio dan televisi.

SPIK600059
Menyunting Naskah Surat Kabar dan Majalah
Prasyarat: Meliput dan Menulis Berita, Menulis Feature dan Artikel Opini

Membahas proses dan teknik menyunting naskah untuk surat kabar dan majalah berdasarkan kriteria jurnalisme yang menjadi dasar pertimbangannya, serta melaksanakan praktik penyuntingah naskah.

SPIK600060
Desain Surat Kabar dan Majalah

Prasyarat Pengantar Jurnalisme

Membahas prinsip, fungsi, elemen, dan jenis-jenis desain surat kabar dan majalah, tahapan kerja mulai dari penuangan ide sampai eksekusi desain, serta mempraktikkan membuat desain surat kabar dan majalah dengan menggunakan perangkat lunak yang ada.

SPIK600072
Produksi Media Cetak
Prasyarat: Menyunting Naskah Surat Kabar & Majalah , Desain Surat Kabar & Majalah

Menjalankan proses kerja jurnalisme media cetak yang dimulai dari pengelolaan ruang berita, perencanaan isi media, peliputan, penulisan, penyuntingan, pembuatan desain halaman, pencetakan serta pendistribusian media

SPIK600074
Produksi Berita dan Feature Radio
Prasyarat: Menulis Naskah Berita Radio & TV, Menulis Feature dan Artikel Opini

Menjalankan proses produksi paket dan buletin/program berita serta program feature radio mulai dari tahap perencanaan, pengumpulan bahan, peliputan, menulis naskah berita, proses produksi sampai tahap penyajian program untuk disiarkan.

SPIK600073
Produksi Berita dan Feature TV
Prasyarat: Menulis Naskah Berita Radio & TV, Menulis Feature dan Artikel Opini

Menjalankan proses produksi paket dan buletin/program berita serta program feature televisi mulai dari tahap perencanaan, pengumpulan bahan, peliputan, menulis naskah berita, proses produksi sampai tahap penyajian program untuk disiarkan

SPIK600075
Jurnalisme Online
Prasyarat: Menulis Naskah Berita Radio & TV, Menyunting Naskah Surat Kabar & Majalah

Menjalankan proses jurnalisme online mulai dari perencanaan, peliputan, penulisan, serta penyajian berbagai karya jurnalisme dengan menggunakan teknologi multimedia dan didistribusikan melalui internet.

SPIK
Magang

Magang (*internship*) diartikan sebagai kegiatan belajar yang merupakan kerja-sama (*cooperative learning arrangement*) antara Program S1 Ilmu Komunikasi FISIP-UI dengan suatu institusi pemerintah maupun swasta yang memungkinkan mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman menerapkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam disiplin ilmu komunikasi di suatu *setting* yang profesional. Dapat juga diartikan, magang merupakan perwujudan prinsip filosofis pendidikan *learning by doing* dimana para mahasiswa mengalamai pembelajaran melalui pengalaman mengerjakan sesuatu langsung di setting keadaan yang sebenarnya.

SPIK SPIK600999
Skripsi/Tugas Karya Akhir
Pembuatan penelitian di bidang jurnalisme atau pembuatan proposal professional untuk membuat media/program baru di media cetak/ radio/televisi/media online

Mata Kuliah Peminatan Penyiaran

SPIK600021
Teknik Kamera
Prasyarat: Pengantar Penyiaran

Membahas aspek teknis yang meliputi jenis-jenis kamera video, pencahayaan dan diafragma, manual dan *auto focus, white* dan *black balance*, berbagai jenis lensa dan filter, berbagai jenis *camera support* (*tripod, singlepod, jimmy jib, dinky dolly, dolly track, porta jib, steady cam*); aspek artistik seperti *angle (low, normal* dan *high angle*), sizes (longshot, medium longshot, medium shot, kne shot close up, big close up, dll), *moving (zoom in, zoom out, pan left, pan right, track ini, track out*, dll).

SPIK600022
Hukum dan Etika Penyiaran
Prasyarat: Pengantar Penyiaran

Membahas berbagai aspek hukum dan etika penyiaran baik yang berlaku secara nasional (UU Penyiaran serta Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran /P3 & SPS) maupun internasional.

SPIK600023
Manajemen & Bisnis Media Televisi
Prasyarat: Pengantar Penyiaran

Berbagai model dan struktur manajemen media televisi (termasuk manajemen sumber daya manusia dan manajemen keuangan), unsur-unsur manajemen, SOP dalam manajemen, prosedur pengambilan keputusan, proses bisnis media televisi, penyusunan *business plan*, *creative & busines development*, etika dan pertanggungjawaban bisnis, sumber pendapatan bisnis media televisi, serta CSR dalam bisnis media televisi.

SPIK600042
Produksi Video 1
Prasyarat: Teknik Kamera

Membahas metode analisis dan bedah naskah, penyusunan *shooting script, hunting* dan *budgeting*, perencanaan kebutuhan teknik, pengorganisasian kru, *production meeting*, teknik pengambilan gambar dengan *single camera*, tata cahaya, tata suara dan tata artistik dalam produksi *single camera*, penyusunan *shooting breakdown* dan *schedule*, perencanaan dan pelaksanaan *editing*, serta praktek produksi *single camera*

SPIK600043
Produksi Video 2
Prasyarat: Teknik Kamera

Membahas SOP produksi acara TV dengan multi kamera, metode analisis dan bedah naskah, penyusunan *shooting script*, *budgeting*, perencanaan kebutuhan teknik, pengorganisasian dan pembagian kerja bagi kru *multi camera*, *production meeting*, tata cahaya, tata suara dan tata artistik dalam produksi *multi camera*, penyelenggaraan *rehearsal* dan pengambilan gambar di studio, sistem komando Pengarah Acara kepada kru, sistem komando *Floor Director* kepada Pengisi Acara, serta praktek produksi *multi camera*.

SPIK600044
Pascaproduksi Video
Prasyarat: Teknik Kamera

Membahas berbagai jenis perangkat keras dan perangkat lunak untuk *editing* online baik untuk visual maupun audio, sistem pengoperasioan perangkat lunak, konsep *element of edit*, *colour direction*, fungsi *video effect*, ilustrasi grafis , ilustrasi audio, teknik *dubbing* dan *subtitling*, disertai praktek *editing* audio dan video.

SPIK600061
Penulisan Naskah dan Desain Program
Prasyarat: Produksi Video 1 dan Produksi Video 2

Membahas model penyusunan desain program TV, riset untuk penyusunan desain program dan penulisan naskah, strategi penetapan *target audience*, strategi peluncuran, promosi, pengembangan dan evaluasi program acara. Berbagai model skenario program TV (drama, nondrama, musik dan hiburan) metode penulisan naskah (sinopsis, *treatment* dan skenario), pengembangan alur, perwatakan dan struktur dramatik dalam naskah televisi.

SPIK600062
Penyutradaraan Program TV
Prasyarat: Produksi Video 1, Produksi Video 2 dan Pascaproduksi Video

Membahas tugas pokok dan tanggungjawab pengarah acara dalam produksi *single camera* maupun *multi camera, budgeting* dan *scheduling*, metode pembuatan *shooting script*, metode analisis dan bedah naskah, kepemimpinan pengarah acara dalam produksi di studio, penyelenggaraan *rehearsal*, perencanaan dan *setting* tata artistik, tata cahaya dan tata suara, metode pengarahan terhadap kru dan pengisi acara, metode evaluasi produksi, serta praktik penyutradaraan.

SPIK600045
Manajemen Pemograman Siaran TV
Prasyarat: Manajemen dan Bisnis Media Televisi

Membahas penyusunan strategi *programming* dan penyusunan pola siaran televisi, strategi penjadwalan dan penempatan program (*scheduling*), strategi akuisi (pembeliaan dan pengadaan) program dalam maupuan luar negeri, analisis *rating* dan strategi kompetisi, strategi pengembangan program acara (*program development*), perencanaan dan evaluasi pencapaian *target audiences*, analisis *viewing habit.*

SPIK600063
Pemasaran dan Penjualan Program TV
Prasyarat: Manajemen & Bisnis Media Televisi

Membahas cara merumuskan segmentasi, target dan *positioning*, *brand development strategy*, strategi promosi program (*on air dan off air*), strategi promosi lintas media, *image building strategy*, penyelenggaraan ajang pemasaran. Selain itu membahas juga sisi penjualan dengan melihat televisi sebagai media iklan, perkembangan dan pertumbuhan belanja iklan, strategi produk dalam beriklan, analisis *rating* program untuk keperluan penayangan iklan, penetapan harga iklan (*rate card*), strategi perumusan dan penetapan paket sponsor/iklan, pengembangan program *taylor made*, serta sistem pelaporan penayangan iklan televisi.

SPIK600076
Produksi Drama TV
Prasyarat: Penulisan Naskah dan Desain Program, Penyutradaraan Program TV

Membahas teknik produksi drama dengan single camera, metode analisis dan bedah naskah, penyusunan *breakdown* dan jadwal *shooting*, penyusunan kru dan artis *call*, perencanaan tata artistik, tata suara dan tata cahaya, *budgeting*, mencari lokasi, *casting, reading*, perumusan s*hooting script* (*blocking, moving*, dekupasi), teknik pengambilan gambar dengan *single camera* (ulang gaya, *continuity*), *clapper* dan *script*, teknik *editing* program, serta praktik menjalankan produksi sehingga dihasilkan sebuah program drama televisi.

SPIK600077
Produksi Musik dan Hiburan
Prasyarat: Penulisan Naskah dan Desain Program, Penyutradaraan Program TV

Membahas proses produksi untuk beragam jenis program musik (*video clip, live performance*, konser, dll) dan jenis-jenis program hiburan (*variety show*, kuis, *games*, *talent scouting, talkshow*, dll), teknik penyusunan desain produksi, teknik penulisan naskah, perencanaan tata dekor, tata suara dan tata cahaya; teknik pengambilan gambar, teknik editing serta praktik menjalankan produksi sehingga dihasilkan sebuah program musik dan hiburan.

SPIK600078

Produksi Dokumenter TV

Prasyarat: Penulisan Naskah dan Desain Program, Penyutradaraan Program TV

Membahas jenis dan fungsi program dokumenter TV, teknik penyusunan desain produksi, penulisan naskah, perumusan *shooting script* (*shooting plan*), teknik pengambilan gambar, teknik *editing*, serta praktik menjalankan produksi sehingga dihasilkan sebuah program dokumenter televisi.

SPIK600999

Skripsi/Tugas Karya Akhir

Pembuatan penelitian di bidang penyiaran TV atau pembuatan proposal professional untuk membuat media/program baru di media cetak/ radio/televisi/media online.

MataKuliah Peminatan Hubungan Masyarakat

SPIK600024

Manajemen Humas

Memberikan pemahaman tentang berbagai teori, konsep dan model dalam bidang Humas yang meliputi perencanaan program Humas untuk jangka pendek dan jangka panjang; pengorganisasian, pengenalan khalayak, penentuan media, evaluasi kegiatan Humas; serta membahas pengelolaan klien dan teknik 'spin doctor'.

SPIK600025

Manajemen Kontinuitas Bisnis

Matakuliah ini memberikan pemahaman tentang cara mengidentifikasi dampak potensial yang menjadi ancaman suatu organisasi; memberikan desain strategi untuk pemulihan organisasi; serta menjalankan strategi secara efektif untuk keberlangsungan dan membangun nilai organisasi.

SPIK600066

Teknik Negosiasi & Presentasi

Matakuliah ini memberikan pemahaman untuk menerapkan beragam strategi lobi dan negosiasi dengan pendekatan integratif, kolaboratif dan "*win-win solution*" untuk mencapai tujuan komunikasi; serta memberikan dasar-dasar *public speaking* sebagai kegiatan presentasi kerja Humas.

SPIK600079

Teknik Penulisan Kreatif

Matakuliah ini memberikan kemampuan untuk menerapkan prinsip-prinsip dasar beragam gaya penulisan terkait dengan kegiatan humas.

SPIK600046

Hubungan Media

Matakuliah ini dirancang untuk mengembangkan pengetahuan dan ketrampilan mahasiswa dalam melaksanakan kegiatan humas dengan mengenali perbedaan karakter serta elemen media konvensional dan media baru untuk mencapai segmentasi khalayak Humas yang dituju.

SPIK600048

Komunikasi Internal

Memberikan pemahaman tentang teori, dan konsep komunikasi yang dilakukan para pekerja di dalam berbagai jenis organisasi. Khususnya komunikasi yang terkait dengan hak dan kewajiban serta *advocacy* dan litigasi yang patut diketahui pekerja agar dapat membangun keterikatan dan produktivitas untuk mencapai reputasi organisasi.

SPIK600047
Hubungan Keuangan dan Investasi

Matakuliah ini memberikan pemahaman tentang konsep dan praktik komunikasi untuk kegiatan Humas di bidang keuangan dan investasi yang mendukung klien untuk mengembangkan beragam strategi dan aktivitas untuk mengelola hubungan dengan investor seperti: pelaporan keuangan, meningkatkan permodalan, penawaran saham, *IPO, mergers* dan akuisisi untuk membangun reputasi organisasi.

SPIK600027
Tanggung jawab Sosial Korporasi

Matakuliah ini memberikan pemahaman tentang beragam pendekatan dan peran suatu perusahaan terkait tanggung jawab sosial melalui berbagai kegiatan di dalam lingkungannya untuk mendapatkan citra dan reputasi positif.

SPIK600065
Audit Komunikasi

Memberikan pemahaman tentang beragam metode dan strategi manajemen yang digunakan untuk mengevaluasi kegiatan komunikasi suatu organisasi terkait dengan kebutuhan organisasi maupun khalayak yang dituju, meliputi: pengelolaan kesalahfahaman informasi, pembentukan opini.

SPIK600080
Humas Global

Memberikan pemahaman berbagai teori, konsep, model serta paradigma baru humas yang berkembang terkait dengan perubahan yang terjadi di tingkat global dengan menyertakan pendekatan multibudaya.

SPIK600064
Humas Politik

Memberikan pemahaman mengenai konsep-konsep dan peran Humas untuk berbagai kegiatan komunikasi politik pada lembaga-lembaga pemerintah, partai politik, perusahaan serta lembaga swadaya masyarakat untuk tujuan politik.

SPIK600049
Humas Pemasaran

Memberikan pemahaman mengenai program dan strategi marketing dengan menerapkan teknik dan cara-cara Humas di dalam menawarkan produk/jasa/ide/keahlian kepada konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran dan keuntungan perusahaan.

SPIK600026
Etika Humas

Matakuliah ini memberikan wawasan, pemahaman, mengenai berbagai aspek sikap dan etika di bidang Humas sebagai bekal dalam menjalankan profesi Humas.

SPIK600999
Skripsi/ Tugas Karya Akhir

Pembuatan penelitian di bidang Humas atau pembuatan proposal /karya professional untuk membuat program humas baru.

Mata Kuliah Peminatan Periklanan

SPIK600028
Dasar-Dasar Pemasaran

Mata kuliah ini membahas batasan lingkungan pemasaran, analisis situasi lingkungan pemasaran, bauran pemasaran dan strategi-strategi pemasaran.

SPIK600031
Analisis Konsumen

Mata kuliah ini membahas proses pengambilan keputusan konsumen, berbagai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen, perbedaan perilaku konsumen online dan offline, dan berbagai strategi pemasaran terkait dengan perilaku konsumen.

SPIK600067
Pemasaran Digital

Mata kuliah ini membahas fungsi web, email, mobile phone, online advertising, dan media social sebagai media pemasaran, serta berbagai strategi penggunaan media digital dalam komunikasi pemasaran.

SPIK
Pemasaran Sosial

Mata kuliah ini membahas perbedaan antara pemasaran sosial dan komersial, serta berbagai strategi dalam pemasaran sosial

SPIK600050
Komunikasi Pemasaran Terpadu

Mata kuliah ini membahas peranan kampanye komunikasi pemasaran terpadu dalam pengelolaan merek, desain strategi komunikasi pemasaran terpadu (mencakup analisis situasi, tujuan pemasaran dan komunikasi, strategi kreatif, strategi media dan budgeting) serta evaluasi kegiatan komunikasi pemasaran terpadu.

SPIK600068
Perencanaan & Pembelian Media Pemasaran

Mata kuliah ini membahas perbedaan fungsi dan karakteristik media, analisis data dalam perancangan strategi media dan desain strategi dan budgeting media.

SPIK600069
Creative Thinking

Mata kuliah ini membahas pengertian kreativitas dari berbagai perspektif keilmuan, dan berbagai teknik berpikir kreatif baik visual maupun verbal.

SPIK600067
Copy Writing

Mata kuliah ini membahas berbagai strategi pengembangan pesan dalam komunikasi pemasaran, teknik-teknik penulisan persuasive dalam media cetak, penyiaran, dan digital.

SPIK600029
Pengantar Desain Grafis

Mata kuliah ini membahas konsep dasar dalam desain grafis (mencakup konsep dasar tipografi, layout, dan warna), proses persepsi dan desain, serta software dasar dalam desain grafis.

SPIK600052
Perencanaan Kreatif Periklanan

Mata kuliah ini membahas peranan penting strategi kreatif dalam kegiatan komunikasi pemasaran dan periklanan, berbagai pendekatan-pendekatan dalam pengembangan strategi kreatif periklanan, serta langkah-langkah dalam pengembangan strategi kreatif periklanan.

SPIK600053
Praktik Desain Grafis

Mata kuliah ini membahas peran desain grafis dalam kegiatan kampanye komunikasi pemasaran, penggunaan berbagai software-software desain, dan karya desain untuk memenuhi suatu tujuan komersial

SPIK600030
Teknik Penulisan Proposal & Presentasi

Mata kuliah ini membahas teknik menulis proposal kampanye komunikasi pemasaran, penggunaan multimedia dalam penulisan proposal dan teknik presentasi secara efektif dan persuasif.

SPIK600081
Etika Periklanan

Mata kuliah ini membahas etika dalam iklan dan komunikasi pemasaran serta penerapannya dalam perilaku berkarya.

SPIK600082
Praktikum Periklanan

Mata kuliah ini membahas alternatif solusi desain dan eksekusi kreatif, yang mencakup perencanaan strategi, eksekusi kreatif, media, dan evaluasi kampanye komunikasi pemasaran.

SPIK600999
Skripsi/ Tugas Karya Akhir

Pembuatan penelitian di bidang periklanan atau pembuatan proposal professional untuk membuat perencanaan program komunikasi pemasaran.

DOSEN TETAP

1. Ade Armando, DR., M.Sc.
2. AG. Sudibyo, Drs., M.Si.
3. Ari Harsono, Drs., M.M.
4. Arintowati Hartono H, DR.
5. Askariani Kartono, Dra., M.Si.
6. Awang Ruswandi, Drs., M.Si.
7. Billy Sarwono, DR., M.A.
8. D. Chandra Kirana, S.Sos., M.Si.
9. Donna Asteria, Dr. , M.Hum.
10. Endah Triastuti, S.Sos., M.Si.
11. Hari Radiawan, Drs, M.A.
12. Hendriyani, S.Sos., M.Si.
13. Henny Supriyati Widyaningsih, Dra., M.Si.
14. Ibnu Hamad, Prof. DR., M.Si.
15. Ilya Revianti Sudjono Sunarwinadi, Prof. DR., M.Si.
16. Inaya Rakhmani, S.Sos., M.A.
17. Irwansyah, DR., M.A.
18. Jenniwal Mochtar, Dra.
19. Ken Reciana Sanyoto, Dra., M.A.
20. Lilik Arifin, Drs., M.S.
21. Martini Mangkoedipoero, Dra., M.Si.
22. Meily Badriati, S. Sos., M.Si.
23. Nadia Marita Andayani, S.Sos, M.A.
24. Neli Budiarti, Dra., M.Si.
25. Nina Mutmainah, Dra., M.Si.
26. Pinckey Triputra, DR., M.Sc.
27. R. Helmi Qodrat Ichtiat, S.Sos., M.Si.
28. Rosy Tri Pagiwati, Dra, M.A.
29. Sasa Djuarsa Sendjaja, Prof. DR., M.A.
30. Wahyuni Pujiastuti, Ir., MS.
31. Whisnu Triwibowo, S.Sos, M.A.
32. Zulhasril Nasir, Prof. DR., MS.
33. Zulkarimein Nasution, Drs., M.Sc.

DOSEN TIDAK TETAP

1. Afgiansyah, S.Sos., M.Comm.
2. Akhmad Syafrudin Syahri, S.Sos, M.Si.
3. Amelia Hezkasari Day, S.S., M.E.
4. Ariani Kusumo Wardhani, S.Sn, M.D.Sc.
5. Asty Rastiya S.Sos., M.Comm.
6. Citra Dyah Prastuti, S.Sos., M.Si.
7. Dra. Susilowati Natakoesoemah, M.Si.
8. Dra. Vida A. Parady, M.A.
9. Drs. Hari AM Tanjung, M.M.
10. Drs. Teguh Poeradisastra, M.M.
11. Hadi Artomo, S.Sn., M.Sn.
12. Hamdani Masil, M.Si.
13. Ir. Firman Kurniawan Sujono, M.Si.
14. Masmimar Mangiang
15. Ria Ernunsari, S.IP., M.A.

Program Pendidikan Sarjana Kelas Khusus Internasional Departemen Ilmu Komunikasi FISIP UI

Our Vision

To be the center of excellence in international undergraduate communication studies that contributes to the nation and country development

Visi

Menjadi standar kualitas dan acuan untuk program sarjana internasional komunikasi yang dapat memberikan kontribusi terhadap pembangunan bangsa dan negara

Our Missions

- **Deliver High quality learning processes**
- **Develop a professional management system**
- **Become a program that contributes to society**

Misi

- **Memberikan proses belajar-mengajar yang berkualiatas tinggi**
- **Mempunyai sistem manajemen yang profesional**
- **Menjadi program yang memberikan kontribusi untuk masyarakat**

Our Objective

"To produce high quality graduates with **international competency**, **professionalism**, **ethics/moral values** in communication discipline, and ability to **compete globally** for academic as well as practical purposes throughout national and international surroundings."

Tujuan

"Menghasilkan lulusan berkualitas dalam disiplin ilmu komunikasi yang mempunyai kompetensi internasional, profesionalisme, etika dan nilai moral, serta daya saing tinggi baik dalam sisi akademis maupun praktis di lingkungan lokal maupun global."

CURRICULUM
INTERNATIONAL CLASS PROGRAM IN COMMUNICATION

First semester – Universitas Indonesia

Course Code	Course	Credits
SIK 30001	Introduction to Communication	3
ISP 20005	Introduction to Political Science	3
ISP 20017	Introduction to Sociology	3
SIK 30067	Marketing	3
ISP 20017	Social Statistics	3
UUI 11010	English	3

Total	18

Second semester – Universitas Indonesia

Course Code	Course	Credits
ISP 20030	Social Research Methods	3
SIK 30006	Introduction to Public Relations	3
SIK 30057	Introduction to Advertising	3
SIK 30015	Communication Theory	3
	Total	12

MAJOR: PUBLIC RELATIONS

Course Code	Course	Credits
SIK 43001	Special Event Management	3
SIK 40060	PR/Effective Writing Techniques	3
	Total	6

MAJOR: ADVERTISING

Course Code	Course	Credits
SIK 51044	Proposal Writing & Presentation Technique	3
SIK 51011	Introduction to Graphic Design	3
	Total	6

Third semester – Universitas Indonesia

GENERAL

Course Code	Course	Credits
SIK 30016	Communication Research Method I (Quantitative)	3
	Total	3

MAJOR: PUBLIC RELATIONS

Course Code	Course	Credits
SIK 43000	Cyber Public Relations	3
SIK 51020	Internal Relations	3
SIK 40082	PR Media Production	3
SIK 52018	Media Relations	3
SIK 40040	Public Relations Management	3
	Total	15

MAJOR: ADVERTISING

Course Code	Course	Credits

SIK 51032	Interactive Media & Marketing	3
SIK 40070	Advertising Management	3
SIK 40082	Advertising Creative Planning	3
SIK 51008	Consumer Analysis	3
SIK 30049	Social Marketing	3
	Total	15

Fourth semester – Universitas Indonesia

GENERAL

Course Code	Course	Credits
SIK 40052	Communication Research Method II (Qualitative)	3
	Total	3

MAJOR: PUBLIC RELATIONS

Course Code	Course	Credits
SIK 51022	Public Relations Campaign	3
SIK 52011	Communication in Organization	3
SIK 30069	Issues and Crisis Management	3
SIK 52004	Community Relations	3
SIK 52010	Analysis of PR Practice	3
	Total	15

MAJOR: ADVERTISING

Course Code	Course	Credits
SIK 51017	Advertising Photography	3
SIK 52007	Ethics in Advertising	3
SIK 51032	Interactive Media & Marketing	3
SIK 40071	Advertising Practicum	3
SIK 52031	Media Planning & Buying	3
	Total	15

Deskripsi Mata kuliah
Pendidikan Sarjana Program KKI
Departemen Ilmu Komunikasi FISIP UI

No.	Mata Kuliah	Deskripsi Mata Kuliah (Dalam Bahasa Inggris)
1	Introduction to Political Science	This course is designed to be an introduction to the basic concepts of political science where students will progress through the topics of approaches to political science, political executive, legislature and judiciary. In addition, this course intends to establish the political socialization and culture, political communication and public opinion, political party, political participation and general election, political ideology, democracy and human rights- that will equip students with the concepts necessary to develop understanding in political science.
2	Social Statistics	This course discusses basics of statistics that are usually used in social research projects especially in communication studies. This course discusses most of common techniques in statistics including data delivery, sampling technique, probability, hypotesis test and simple data analysis. Students also get parametric and non parametric technique for univariat and bivariat analysis. To enhance student's understanding, this course also discusses case study and the use of social package for the social sciences (SPSS).
3	Introduction to Sociology	This course is designed as an introduction to the field of sociology. In a broad sense, sociology is a study of society, as a way of understanding the world. Sociology is a field of study that explains social, political, cultural, and economic phenomena in the context of social forces, and social relations. It understands and explains human behaviors as a result of social and cultural contexts. In a more specific view, sociology examine social interactions among individuals, groups, social institutions. Sociologists use variety of perspectives, theory and methods to study social worlds. In this course, we will study and use them in analyzing social phenomena.
4	Social Research Methods	Social Research Method (SRM) is a course designed to teach and train students on a variety of approaches available and relevant in the area of Social Science, with a focus on communication studies. The course centres on social research at an introductory level, so that students understand the logic behind linking theory and practice and both of their relevance in designing a research project. SRM focuses on the field of communication science, particularly Public Relations and Advertising, and how social research methods are sound tools to be used both in an academic and/or practical context. As such, it explores how to select particular methods, as well as the learning of said methods, in order to apply them to a particular project. It is not an advanced methods course that will throroughly explain quantitative or qualitative methods, but rather a general course offering an overview of social research tools with an opportunity to have vibrant discussions with quality BA (S.Sos) scholars in the field of Public Relations and Advertising. SRM is relevant in, among others, market research, evaluation and policy-making.
5	Introduction to Communication	In general, the course introduces the basic concepts of communication that students need to comprehend as a requisite fundamental knowledge before further study in communication field. In particular, the course provides knowledge on the core concepts and theories of communication, its range of discipline and subject development as well as the forthcoming profession/career likelihood that is in line with communication domain. The course discussion commences with the understanding of

		communication and the advantages students obtain by learning communication which is multidisciplinary and covers broader fields of study, both academically and practically. The history of the development of communication as a discipline is examined with the focus of all aspects of human communication, including message reception and production process. Moreover, the course discusses a variety of communication models, levels (namely interpersonal communication, group communication, organization communication, and mass communication) as well as their functions. In the final parts, the course elaborates on the linkage of culture and communication, media communication and media literacy, as well as communication technology.
6	Communication Theory	This course is designed to be an introduction to the students about some communication theories that related to their real life. Student will learn about the broad of communication theories (including; description, goals, level of generality, perspective and also the approach about them). In addition, students will learn about some communication context as follows: intrapersonal, interpersonal, group/organization, and media.
7	Communication Research Method I (Quantitative)	Communication Research Method (Quantitative) is a course designed to teach and train students on the predominant variety of quantitative methodological approaches available and relevant in the area of Communication Science, with a focus on Public Relations and Advertising. The course is designed to assist student with practicing quantitative research in Communication Science. In the first block, students will be trained in conceptualizing and operationalising theory, furthermore developing a practical questionnaire and distributing them to selected respondents. In the second block of the course, students will process obtained data, in coordination with the course on Social Statistics, and read the data in a simple univariate and bivariate analysis.
8	Integrated Marketing Communication	This course is designed to be an introduction of IMC, how to link between theory and practical in the field and also knowing how its work in the small medium and big company (including local and multinational company).
9	Social Marketing	Generally a social marketing campaign is used to influence indivuduals or group of people to change their bahavior in order to improve a social good such as individual health, the environment and community.
10	Introduction to Advertising	Some broad advertising element topics will be covered in this course such as foundation and scope of advertising, advertising and society, advertising concepts, and planning and strategy of integrated advertising campaign.
11	Marketing	This course is designed to be an introduction to the broad concept of marketing where students will progress through the topics of generic functions of marketing, the environment of marketing, consumer behaviour, and marketing strategy. In addition, this course intends to establish the nature and complexity of strategic marketing that will equip students with the concepts necessary to develop marketing and communication strategies, in consumer and business to business markets, that are appropriate to the organisation and its environment.
12	Issues and Crisis Management	This course is designed to be an introduction to issue & crisis management as a strategic part of communications in institutions.
13	Advertising Management	The course will provide the student with an understanding of the Advertising Management and its development process. The goal is to expose the student to various knowledge, methodologies and techniques for the communication design with proper content and context. The course will also raise the awareness of possible pitfall and success story of advertising and discuss emerging opportunities and new trends in Advertising and business model. The course will also explore scenarios in Business and Advertising.

14	Management PR	The subject is designed to introduce Public Relations the students and how to develop and manage a PR program.
15	Communication Research Method II (Qualitative)	This subject provides students with a foundation of advanced understanding of qualitative inquiry in communication studies in respect of both the recent past and contemporary research. This subject will encourage students to engage with empirical qualitative inquiry materials concerning key aspects of the logics, structures, and processes of communication research. On completion of this subject students should have developed a strong grasp of the major thematic issues in the fast growing area of qualitative research in communication studies.
16	PR/Effective Writing Techniques	This course is designed to be an introduction to the broad concept of public relations where students will progress through the topics of the profession: the nature, history and theoretical basis of public relations, the process of public relations which include research, strategic planning, communication and evaluation. Public relations is increasingly vulnerable to legal liability so students will need to be acquainted with key legal issues since public relations work with organizational lawyers in the area of litigation. In addition, this course intends to establish the nature and complexity of strategic public relations that describe five general public that most public relations professional face on a regular basis and where public opinions are formed. As public relations serves all types of organizations (governmental, non-profit and corporation), students will be prepared to recognize the process of communication, the role of public relations in organizational decision with the four-step public relations process.
17	Advertising Creative Planning	The course will provide the student with an understanding of the Advertising Bussines and its development process. The goal is to expose the student to various knowledge, methodologies and techniques for creating a communication material and to create a plan or a design of integrated communication as a part of a marketing activity.
18	Advertising Practicum	This course is designed to facilitate students in practicing their marketing communication planning and execution skills. It involves the process from message development, media and message execution to program evaluation planning in the area of integrated marketing communication.
19	PR Media Production	The course is designed to teach students how to take advantage of various types of media and/or communications channel to promote a person, product, brand, event, movement, business, or organization. This course will involve students mostly in interactions and exercise. Relevant case studies and award winning examples will be demonstrated for students to be inspired and to learn as benchmark.
20	Cyber PR	This course is designed to build an understanding of the principles of Cyber Public Relations communications through an introduction of various Internet-based media platforms in order to the interest of Public Relations practices for both an organization (Corporate PR) and an individual (Personal PR). The media platforms include Website/Blog, Social Media (Facebook, Twitter, Linkedln, MySpace, etc), YouTube and Wikis. In addition, this course intends to introduce the strategies and tactics to optimize the use of those media for the image building of an organization and an individual, as well how to handle crisis communications in social media.
21	Special Event Management	This course teaches the students the basic techniques and processes behind the event planning and management. Event management and planning will delve deeper into processes that surround the student's particular venue and event choices. Galas, meeting, celebrations, grand openings, conferences, product launching and gathering are the topic that will be covered in the class.

22	Consumer Analysis	This course will discuss concepts in macro and micro level that comprise consumer behavior. Furthermore, this course will explore why consumers behave, what influence them, and how it will eventually create consumer culture. In relation with advertising and marketing communication activities, this course intends to highlight the importance of understanding consumer behavior in developing and implementing marketing communication plan.
23	Introduction to Graphic Design	This course provides basic knowledge of graphic design in relation to advertising and communication. Included in the discussion are the elements and principles of design, typography, colour theory, logo and symbol, image editing and photomontage, layout and compositing, desktop publishing and pre-press/production processes, graphic design for web and multimedia, and the development of visual concept for print advertisement.
24	Advertising Photography	In this course, students learn to take digital photos that reflect their understanding of the fundamental aspects of photography, which are significance to Advertising Major and also photography in practice. Several theories of photography will be discussed and applied during the semester. Creative and technical instruction will be presented, works from well-known photographers will also be discussed in order to broaden students' perspective in the industry. As a final product, students will create a portfolio with about 5 photos including detailed descriptions of their work.
25	Internal Relations	This course is designed to be an introduction to internal relations as an integral part of communications.
26	PR Campaign	This course is designed to familiarize the students with practical guidelines on how to develop an effective Public Relations (PR) campaign. It will be presented in easy-to-follow steps, allowing the students to learn how to understand and formulate an impactful and complete communications campaign from 'start to finish' based on insightful information that they receive and analyze. Examples of successful PR campaigns will be critically examined with a view of guiding the students to plan, implement and evaluate the campaigns by themselves. Practical tips and advice will be given throughout the course to help enhance the students' understanding of this very important subject for their future career.
27	Interactive Media & Marketing	The course designed to be a preliminary introduction on concept of Interactive Media and market where students will go through a new multimedia technology and how internet has evolve and shape marketing channel and differentiate on how they communicate and interact. This course will be an interactive course whereas students expose to necessary implementation concept of interactive marketing and able to draft a strategy communication formulation and yet implementation.
28	Proposal Writing & Presentation Technique	The course is aimed at developing fundamental, formative skills in advertising. It will be focused on two key aspects: (1) providing students with the essential understanding, conceptual framework and systematic approach necessary in the development/preparation of advertising proposals; and (2) the acquisition and application of important techniques and styles in the presentation of these proposals. Because of its critical importance to the professional world of advertising, proposal writing and its attendant presentation skills will be the foundation builders in making the students advance their understanding of how all the elements of what makes a great advertising campaign come together. As such, the course is intended to further provide for a more thorough thinking process for the students in involved writing, powerful speaking and engaged argumentative thinking.

29	Community Relations	This course is aimed at introducing students to basics of community relations and corporate social responsibility programs, the dynamic of community and corporate interaction. This course intends to build knowledge through theoretical and practical tools where students are exposed to principles and techniques of cordial and beneficial relationship between a corporate organization and its community. Through this course, students will also learn, among others, the concept of the community; importance of good community relations policies and programmes; managing community issues, concerns, conflicts and crisis; corporate social responsibility; and case studies in corporate community relations.
30	Ethics in Advertising	This course will introduce students to the study ethical issues in Advertising. Students will develop an understanding and appreciation of these issues and the ability to analyze the important legal and ethical issues involved in Advertising industry.
31	Analysis of PR Practice	The aim of this course is to improve students' understanding of public relations as a distinct discipline, and develop their analytical skills/techniques to assess the practice of public relations. The course will introduce emerging trends in public relations practice and learn how to use underlying communication principles that guide the discipline to evaluate the practice. Through a series of case studies and real-life examples, this module examines the practice of public relations by focusing on PR program planning, how PR operates within the context of overall business planning, and the main specialized areas of PR.
32	Communication in Organization	Organizational communication is strategic in two senses. Organizations emerge from strategic choices about how they will be designed and operated. Societies and organizations face a fundamental dilemma ? they must control and coordinate activities of their member but by doing so frustrated their members need for creativity and sociability. This course is designed to be an introduction to the broad concept of strategic organizational communication where students will progress through the topics of among others; Key to Strategic Organizational Communication, Challenges in the Twenty First Century, Communication, Decision Making and Conflict in Organization.
33	Media Relations	This course is designed to develop the students? knowledge and skills necessary for media relations practices as part of Public Relations program. The course focuses on the effective media relations, educating students to channel the key messages, select the most suitable media outlets, and, ultimately, reach the right audience segment. Students will also learn the effective ways to deal with the media, both national and international media, in a variety of contexts.
34	Introduction to PR	This course is designed to be an introduction to the broad concept of public relations where students will progress through the topics of the profession: the nature, history and theoretical basis of public relations, the process of public relations which include research, strategic planning, communication and evaluation. Public relations is increasingly vulnerable to legal liability so students will need to be acquainted with key legal issues since public relations work with organizational lawyers in the area of litigation. In addition, this course intends to establish the nature and complexity of strategic public relations that describe five general public that most public relations professional face on a regular basis and where public opinions are formed. As public relations serves all types of organizations (governmental, non-profit and corporation) students will be prepared to recognize the process of communication, the role of public relations in organizational decision with the four-step public relations process.

35	Media Planning and Buying	The course provides an introduction to the complete media planning and buying process. By emphasizing the basic media planning and buying calculations, along with the practical realities of offering plan alternatives and evaluating the plan, it reflects the critical changes in how media today are planned, bought, and sold. The course also looks at the larger marketing, advertising, and media objectives and follows with an exploration of major media categories, including those emerging, such as branded entertainment and viral marketing.
36	English	This course is designed for the students of the Communication International Class to improve their English to be able to study at the Faculty of Social and Political Sciences, University of Indonesia. The English component for this class aims to prepare the students to participate fully and effectively in their studies in Indonesia and other speaking countries.