

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

(RPS)



MATA KULIAH	: PENGANTAR PUBLIC RELATIONS
SEMESTER	: GANJIL 117 TAHUN AKADEMIK: 2022/2023
BOBOT	: 3 SKS
DOSEN/TIM DOSEN PENGAMPU	: 1. WINA PUSPITA SARI, M.SI

**PROGRAM STUDI D-IV HUBUNGAN MASYARAKAT DAN
KOMUNIKASI DIGITAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2023**



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

Universitas	: Universitas Negeri Jakarta
Fakultas	: Ilmu Sosial
Program Studi	: D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital
Mata Kuliah	: Pengantar Public Relations
Bobot sks	: 3 sks
Kode Mata Kuliah	: 41230763
Kode Seksi	: 1408500006 dan 1408500007
Bentuk/Sifat	: (1) Teori (2) Seminar (3) Praktikum*)
Pra-Syarat (jika ada)	: -
Semester	: Satu (Ganjil)
Periode Kuliah	:
Jumlah Pertemuan	: 16/24/32(pertemuan*) x 50 menit
Jadwal Kuliah	: Senin, 08.00-09.40 Senin, 10.00-11.40
Ruang Kuliah	: 305

*) coret yang tidak perlu

A. DESKRIPSI MATA KULIAH

1. Pengantar *public relations* merupakan mata kuliah yang berisi konsep dasar dari *public relations*. Cakupan materi yang akan dipelajari yaitu konsep dasar *public relations*, definisi, sejarah, hingga peran PR. Diperkenalkan juga kegiatan-kegiatan PR, seperti ruang lingkup kegiatan internal, eksternal, perencanaan, hingga proses kegiatan dan etika kehumasan. Selain itu spesialisasi *public relations*, seperti PR dan *opini public*, PR dan *media relations*, kegiatan penulisan PR, PR dan manajemen krisis, PR dan citra, serta PR dan media internet. Kegiatan belajar akan dilakukan dengan ceramah bervariasi dan penugasan-penugasan baik secara mandiri, maupun kelompok.
2. Kajian, metode/pendekatan pembelajaran yang berpusat pada mahasiswa (misalnya: *inquiry-based learning*, *project-based learning*), dan keterkaitan mata kuliah ini dengan profil lulusan program studi.

**B. CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN (CPL) YANG DIBEBAHKAN
DALAM MATA KULIAH**

Ranah	Capaian Pembelajaran Lulusan
Sikap	1. Mampu bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan. 2. Mampu menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain;
Keterampilan umum	1. Mampu bekerja sama, berkomunikasi dan berinovatif dalam pekerjaannya. 2. Mampu bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya.
Pengetahuan	1. Menguasai teori dan konsep humas/komunikasi. 2. Menguasai pengetahuan berkomunikasi efektif secara lisan dan tulisan. 3. Menguasai model, teknik-teknik <i>aplikatif human relationship</i>, pencitraan, persuasi, komunikasi massa dan komunikasi publik sehingga dapat berperan sebagai staf pelaksana hubungan masyarakat.
Keterampilan Khusus	1. Mampu menyelesaikan pekerjaan berlingkup luas, memilih metode yang sesuai dari beragam pilihan yang sudah maupun belum baku dengan menganalisis data, serta mampu menunjukkan kinerja dengan mutu dan kuantitas yang terukur di bidang kehumasan. 2. Mampu melakukan pengelolaan media/saluran kehumasan internal dan eksternal untuk membangun hubungan dengan berbagai publik. 3. Mampu bertanggung jawab penuh akan pekerjaan hubungan masyarakat yang harus dilakukannya. Mampu mengelola kelompok kerja hubungan masyarakat. 4. Mampu melakukan perencanaan program <i>public relations</i>. 5. Mampu mengidentifikasi kegiatan <i>media relations</i> dan pentingnya berhubungan dengan pers.
Ranah	Capaian Pembelajaran Lulusan

	6. Mampu menggunakan internet untuk menjalankan fungsi <i>public relations</i> .
--	--

C. BAHAN KAJIAN/POKOK BAHASAN

BAHAN KAJIAN/ POKOK BAHASAN	SUB- BAHAN KAJIAN /SUB-POKOK BAHASAN
1. Pengantar <i>Public Relations</i> Kontemporer	Definisi konsep dan evolusi konsep <i>public relations</i>
	Perbedaan <i>public relations</i> dengan bidang-bidang lain seperti pemasaran, periklanan dan lain lain.
	Bagian dari fungsi <i>public relations</i>
	Kesalahan konsep <i>public relations</i> yang lazim ditemukan
	Gambaran praktisi <i>public relations</i>
2. Sejarah dan Perkembangan <i>Public Relations</i>	Sejarah <i>public relations</i>
	Sejarah awal dan perkembangan <i>public relations</i> di dunia dan di Indonesia (periodisasi)
	Setting organisasi dalam <i>public relations</i>
	Peran PR & citra perusahaan, jenis-jenis citra, proses pembentukan citra
3. Profesionalisme dan Etika dalam <i>Public Relations</i> Serta Pertimbangan Hukum	Kriteria profesi, organisasi profesi, pendidikan, riset dan <i>body of knowledge public relations</i>
	Standar etika profesional <i>public relations</i>
	Kode etik <i>public relations</i> dan akuntabilitasnya
	Pertimbangan hukum: <i>public relations</i> dengan <i>media massa</i> , akses pada pertemuan dan informasi pemerintah, ekspresi politik pemerintah, lobby, hubungan dengan buruh, regulasi perusahaan publisitas, hukum <i>copyright</i> dan trade mark, fitnah dan invasi pribadi dan isu hukum

BAHAN KAJIAN/ POKOK BAHASAN	SUB- BAHAN KAJIAN /SUB-POKOK BAHASAN
	lainnya
4. Dasar Dasar Teori <i>Public Relations</i>	Pendekatan ekologi
	Melacak tren yang ada
	Sebuah perspektif sistem
	Sistem terbuka dan tertutup
	Sibernetika dalam sistem terbuka
	Model sistem terbuka <i>public relations</i>
5. Komunikasi dan Opini Publik	Pertarungan perhatian
	Diseminasi vs komunikasi
	Elemen model komunikasi
	Orientasi individu dan koorientasi
	Konsensus koorientasi
	Proses terbentuknya opini publik
6. Hubungan Internal dan Komunikasi Karyawan	Pentingnya hubungan internal
	Konteks budaya
	Peraturan dan konteks bisnis
	Berkomunikasi secara internal
	Kebijakan personalia-landasan hubungan karyawan yang baik, kebijakan dan praktik komunikasi
7. Hubungan dengan Pemegang Saham (Investor Relations)	Profil pemegang saham
	Komunitas investasi
	Analisis dan jaminan
	Pelaksanaan program hubungan pemegang saham
	Media komunikasi dengan pemegang saham
8. Media Eksternal dan Hubungan dengan Media	Media komunikasi tradisional
	<i>New media</i> : tantangan baru
	<i>PR on the net</i> , fungsi internet sebagai media baru dan efektifitas kegiatan humas online

	Bekerja dengan media
BAHAN KAJIAN/ POKOK BAHASAN	SUB- BAHAN KAJIAN /SUB-POKOK BAHASAN
9. Proses Manajemen dalam <i>Public Relations</i>	Tahap mendefinisikan masalah (<i>fact finding</i>)
	Tahap perencanaan dan program (<i>planning & programming</i>)
	Tahap aksi dan komunikasi
	Tahap evaluasi program
10. Bisnis dan Industri <i>Public Relations</i>	Motif profit
	PR dalam organisasi korporat
	<i>Corporate Social Responsibility</i>
	<i>Corporate Philantrophy</i>
	<i>Corporate Financial Relations</i>
	Kesalahan bisnis dan solusi atas perilaku buruk perusahaan serta memulihkan kepercayaan publik
	Terorisme dan keamanan perusahaan serta globalisasi
	Hubungan dengan distributor dan suplier
11. Urusan Pemerintahan dan Publik (<i>Governmen and Public Affair</i>)	Tujuan <i>public affair</i>
	Informasi konstituen
	Memastikan kerja sama aktif dalam program pemerintah
	Membina pasrtisipasi dan dukungan warga serta melayani advokasi publik
	Mengelola informasi internal, membangun komunitas dan bangsa
	Hambatan dalam urusan publik dan pemerintah yang efektif
	Hubungan antara media dan pemerintah
	<i>Public affair</i> militer, politi dan pemerintah sebagai bisnis
12. Organisasi Non Profit, Asosiasi Dagang dan Non Pemerintah	Sektor ketiga
	Peran <i>public relations</i> dalam organisasi non profit

	Yayasan, agen pelayanan sosial, lembaga swadaya masyarakat, pendidikan, organisasi agama
	Asosiasi dan masyarakat serta serikat buruh
BAHAN KAJIAN/ POKOK BAHASAN	SUB- BAHAN KAJIAN /SUB-POKOK BAHASAN
	Hubungan dengan masyarakat sekitar
13. Peristiwa khusus (<i>special event</i>) dalam Kegiatan Humas	Jenis-jenis <i>special event</i>
	Pengaturan <i>special event</i>
	Tujuan dan kebijakan <i>special event</i>
	Publikasi <i>special event</i>

D. KEGIATAN PEMBELAJARAN (METODE)

Metode atau strategi pembelajaran yang digunakan dalam matakuliah ini :

1. Metode Ceramah
2. Metode Diskusi Kelompok (*Small Group Discussion*)
3. Metode Tugas
4. Metode Tanya Jawab
5. Blended Learning (tatap muka dan virtual)
6. *Project-based learning*
 - Proyek yang dikerjakan adalah: membuat video presentasi kelompok sesuai bab yang diberikan disertai contoh kasus.
 - langkah-langkah pembelajarannya adalah:
 - a. Pembentukan kelompok
 - b. Pembagian tema kelompok
 - c. Pembuatan videop presentasi
 - d. Upload di channel youtube
 - Hasil pembelajaran diukur menggunakan instrumen:
 - a. tes

Instrumen penilaian dan/atau rubrik penilaiannya terlampir.

E. MEDIA PEMBELAJARAN

Perangkat Keras	Perangkat Lunak
1. Proyektor, komputer, TV (virtual)	1. Zoom, Google Classroom, Google Meet, quizzis
2. Papan Tulis (tatap muka)	2.

F. TUGAS (TAGIHAN)

Produk akademik yang dihasilkan melalui mata kuliah ini adalah rangkuman, essay, video presentasi.

G. PENILAIAN

1. Komponen dan bobot penilaian dalam persentase:

(Komponen dan bobot penilaian terkait dengan CPMK yang ada dalam butir B).

- | | |
|------------------------|------|
| a. Sikap | 20 % |
| b. Keterampilan umum | 20 % |
| c. Keterampilan khusus | 30 % |
| d. Pengetahuan | 30 % |

2. Strategi penilaian:

- Tes (tuliskan penilaian berdasarkan tes).
- Non-tes (tuliskan penilaian non-tes, misalnya produk akademik/portofolio seperti tertulis pada butir F, observasi, survei, partisipasi, dan presentasi).

Strategi Penilaian	Aspek yang Dinilai			
	Sikap	Keterampilan Umum	Keterampilan Khusus	Pengetahuan
Tes prestasi (<i>Achievement test</i>)	○	●	●	●
Penilaian Kinerja	●	●	●	●
Portofolio	●	●	●	●
Observasi	●	●	●	●
Survei	●	●	○	○
Data Longitudinal	●	●	●	○
Data Administratif	●	●	●	○
Review Eksternal	○	●	○	○

Esda, Lars. *Defining & Measuring Student-Centered Outcomes*. Education Evolving, 2018, pp. 19.

Keterangan:

- Tidak digunakan dalam penilaian
 - Kadang digunakan dalam kasus penilaian tertentu
 - Sering digunakan untuk menilai keterampilan yang dimaksud
-
- Sikap (mencakup Keterampilan Abad ke-21 yang sesuai dengan komponen dari Permendikbud: *Communication, Collaboration, Critical thinking, Creative thinking, Computational logic, Compassion dan civic responsibility*)
 - Keterampilan Umum (Mencakup Keterampilan Abad ke-21 dan Literasi digital)
 - Strategi penilaian disesuaikan dengan aktivitas yang dilakukan mahasiswa dalam matakuliah.

3. Instrumen:

- jenis tes: pilihan ganda dan esai (*instrumen dan rubrik penilaian terlampir*).

Rubrik merupakan panduan atau pedoman penilaian yang menggambarkan kriteria yang diinginkan dalam menilai atau memberi tingkatan dari hasil kinerja belajar mahasiswa. Rubrik terdiri dari dimensi atau aspek yang dinilai dan kriteria kemampuan hasil belajar mahasiswa ataupun indikator capaian belajar mahasiswa.

Tujuan penilaian menggunakan rubrik:

- Memperjelas dimensi atau aspek dan tingkatan penilaian dari capaian pembelajaran mahasiswa;
- dapat menjadi pendorong atau motivator bagi mahasiswa untuk mencapai capaian pembelajarannya.

Rubrik dapat bersifat menyeluruh atau berlaku umum dan dapat juga bersifat khusus atau hanya berlaku untuk suatu topik tertentu atau suatu capaian pembelajaran tertentu.

Portofolio merupakan instrument/dokumen penilaian hasil belajar yang didasarkan pada kumpulan informasi yang menunjukkan perkembangan pencapaian CPL mahasiswa dalam satu periode tertentu. Informasi tersebut dapat berupa karya mahasiswa dari proses pembelajaran yang dianggap terbaik atau karya mahasiswa yang menunjukan perkembangan kemampuannya untuk mencapai capaian pembelajaran.

4. Kriteria penilaian/kelulusan

Mahasiswa dikategorikan lulus mata kuliah ini apabila memiliki nilai akhir minimal C berdasarkan rentang penilaian berikut ini:

Tingkat Penguasaan (%)	Huruf	Angka	Keterangan
86 – 100	A	4,0	Lulus
81 – 85	A-	3,7	Lulus
76 – 80	B+	3,3	Lulus
71 – 75	B	3,0	Lulus
66 – 70	B-	2,7	Lulus
Tingkat Penguasaan (%)	Huruf	Angka	Keterangan
61 – 65	C+	2,3	Lulus
56 – 60	C	2,0	Lulus
51 – 55	C-	1,7	Belum Lulus
46 – 50	D	1,0	Belum Lulus
0 – 45	E	0,0	Belum Lulus

H. KEBIJAKAN PERKULIAHAN

- a. Kehadiran : Mahasiswa yang tidak hadir, baik dengan pemberitahuan atau tidak, lebih dari 20% dari total pertemuan dianggap tidak lulus dan mendapat nilai E.
- b. Keterlambatan : Keterlambatan masuk kelas dibawah kesepakatan bersama yakni 15 menit diizinkan mengikuti perkuliahan
Keterlambatan masuk kelas lebih dari 15 menit tidak diizinkan mengikuti perkuliahan.
- c. Tidak : Mahasiswa yang tidak mengikuti ujian atau tidak mengikuti menyerahkan tugas tanpa pemberitahuan akan diberikan ujian/tidak nilai D pada ujian/tugas tersebut). menyerahkan tugas
- d. Kecurangan : Mahasiswa wajib mematuhi standar aturan dan kebijakan akademik tentang kejujuran akademik dan menghindari tindakan plagiarisme dan kecurangan dalam ujian. Tindakan plagiarisme dan kecurangan dalam ujian akan diberikan nilai E pada ujian tersebut.)
- e. Etika di dalam kelas luring :
• Mahasiswa tidak diperkenankan mengenakan kaos oblong dan sandal, pakaian yang memperlihatkan aurat (ketat/transparan).
• Mahasiswa tidak menggunakan alat komunikasi untuk keperluan yang tidak terkait dengan pembelajaran.
• Mahasiswa tidak membuat kegaduhan yang mengganggu ketertiban pembelajaran.
- f. Etika di dalam kelas daring :
• Mahasiswa tidak diperkenankan mengenakan pakaian yang memperlihatkan aurat (ketat/transparan).
• Mahasiswa wajib menampilkan identitas diri dalam bentuk tulisan, citra, atau video.

I. SUMBER (REFERENSI)

Referensi Utama:*(ditulis dengan menggunakan gaya penulisan MLA)*

1. Cutlip, Center & Broom. (2009). *Effective Public Relations. 10 Th Edition*. Pearson Prectice Hall
2. Seitel Fraser P.(2014). *Praktik Pub;ic Relations*. Edisi 12. Erlangga.Jakarta 3.
Newsome etall. (2013). *This Is PR : Realities of Public Relations*. Edisi 11. Wardsworth. USA

Referensi Pendukung: *(ditulis dengan menggunakan gaya penulisan MLA)*

1. Moore H. Frazie. (2017). Humas : Membangun Citra dengan Komunikasi .Rosda. Bandung
2. Kasali Rhenald. (2018). Manajemen Public Relations : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Pustaka Utama Grafiti. Jakarta



UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI DIHUBUNGKAN MASYARAKAT

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE MATA KULIAH	BOBOT (SKS)	SEMESTER	TANGGAL PENYUSUNAN
PENGANTAR PUBLIC RELATIONS	41230763	3	1(GANJIL)	15 Mei 2021
DOSEN PENGAMPU MATA KULIAH	KOORDINATOR PROGRAM STUDI	OTORISASI/PENGAWASAN/ GPJM FAKULTAS	WAKIL DEKAN I	TANGGAL REVISI
(Wina PuspitaSari, M.Si)	(Asep Soegiarto, M.Si)	(nama lengkap)	(nama lengkap)	
CPL-Program Studi yang Dibebankan pada Mata kuliah (tuliskan CPL yang relevan dengan matakuliah saja)				
	CPL-1	- Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan dengan menggunakan konsep <i>public relations</i> ; - Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain dengan menggunakan konsep <i>public relations</i> ; (SIKAP)		
	CPL-2	- Menguasai konsep teoritis tentang komunikasi antar pribadi yang meliputi konsep dasar <i>public relations</i> , hubungan dengan berbagai <i>public</i> organisasi demi terwujudnya itikad baik dan citra positif. (PENGETAHUAN)		

Capaian Pembelajaran

		CPL-3	- Mampu beradaptasi, bekerja sama, berkreasi, berkontribusi, dan berinovasi dalam menerapkan ilmu pengetahuan pada kehidupan bermasyarakat serta berperan sebagai warga dunia yang berwawasan global menggunakan konsep <i>public relations</i>; - Mampu bertanggungjawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi serta evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya; mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada dibawah tanggung jawabnya dengan menggunakan konsep public relations, dan mampu mengelola pembelajaran secara mandiri; - Mampu berkomunikasi antar pribadi secara efektif. (KETERAMPILAN UMUM)
		CPL-4	- Mampu menyelesaikan pekerjaan berlingkup luas, memilih metode yang sesuai dari beragam pilihan yang sudah
		maupun belum baku dengan menganalisis data, serta mampu menunjukkan kinerja dengan mutu dan kuantitas yang terukur di bidang kehumasan. - Mampu melakukan pengelolaan media/saluran kehumasan internal dan eksternal untuk membangun hubungan dengan berbagai publik. - Mampu bertanggung jawab penuh	

		akan pekerjaan hubungan masyarakat yang harus dilakukannya. Mampu mengelola kelompok kerja hubungan masyarakat. - Mampu melakukan perencanaan program <i>public relations</i>. - Mampu mengidentifikasi kegiatan media relations dan pentingnya berhubungan dengan pers. - Mampu menggunakan internet untuk menjalankan fungsi <i>public relations</i>. (KETERAMPILAN KHUSUS)
	Capaian Pembelajaran Mata kuliah (CPMK)	

	CPMK-1	- Mampu menganalisis dan mengevaluasi konsep, praktisi, konteks dan asal muasal <i>public relations</i> .
	CPMK-2	- Mampu menalisis dan mengevaluasi dasar <i>public relations</i> .
	CPMK-3	- Mampu menganalisis dan mengevaluasi proses manajemen <i>public relations</i> .
	CPMK-4	- Mampu menganalisis dan mengevaluasi praktek <i>public relations</i> .

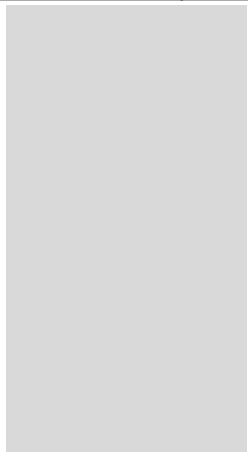
	Sub-Capaian Pembelajaran Mata kuliah (Sub-CPMK) (<i>uraian dari CPMK berbasis pertemuan/tatap muka</i>)	
	Sub-CPMK-1.1	- Mampu menganalisis dan memberikan contoh mengenai konsep <i>public relations</i> kontemporer.
	Sub-CPMK-1.2	- Mampu menganalisis sejarah dan perkembangan <i>public relations</i> .
	Sub-CPMK-2.1	- Mampu menganalisis dan memberi contoh profesionalisme dan etika

		dalam <i>public relations</i> serta pertimba ngan hukum berkaitan dengan <i>public relations</i> .
	Sub-CPMK-2.2	- Mampu menganalisis dasar dasar teori <i>public relations</i> .
	Sub-CPMK-2.3	- Mampu menganalisis dan memberi contoh hubungan antara komunikasi dan opini publik.
	Sub-CPMK-2.4	- Mampu menganalisis dan

		memberi contoh hubungan internal dan komunikasi karyawan
	Sub-CPMK-2.5	- Mampu menganalisis dan memberi contoh hubungan dengan pemegang saham (<i>Investor Relations</i>)
	Sub-CPMK-2.6	- Mampu menganalisis dan memberi contoh media eksternal dan hubungan dengan media.
	Sub-CPMK-3.1	- Mampu menganalisis dan memberi

		contoh tahap tahap dalam proses manajemen <i>public relations</i> .
	Sub-CPMK-4.1	- Mampu menganalisis dan memberi contoh bisnis dan industri <i>public relations</i> .
	Sub-CPMK-4.2	- Mampu menganalisis urusan pemerintahan dan publik (<i>Government and Public Affair</i>)
	Sub-CPMK-4.3	- Mampu menganalisis dan memberi contoh <i>public relations</i> dalam

		organisas i non-profi t, asosiasi dagang dan non Pemerint ah.
	Sub-CPMK-4.4	- Mampu menganalisis dan memberi contoh peristiwa khusus (<i>special event</i>) dalam kegiatan humas.



Korelasi CPMK dan Sub-CPMK (<i>beri tanda atau arsiran</i>)							
		Sub-CPMK-1.2	Sub-CPMK-1.2	Sub-CPMK-1.3	Sub-CPM-1.4		

	CPMK-1							
	CPMK-2							
	CPMK-3							
	CPMK-4							

RINCIAN RENCANA KEGIATAN PEMBELAJARAN

Pekan Ke-	Sub-CPMK	Indikator	Materi Perkuliahan/ Pokok Bahasan	Bentuk/Metode Pembelajaran	Moda Pembelajaran		Alokasi Waktu	Penilaian		Referensi
					Luring	Daring		Strategi	Kriteria dan Rubrik	
1	Mampu menganalisis dan memberikan contoh mengenai konsep <i>public relations</i> kontemporer	1. Mampu menganalisis definisi konsep dan evolusi konsep <i>public relations</i> . 2. Perbedaan <i>public relations</i> dengan bidang bidang lain seperti pemasaran, periklanan dan lain lain. 3. Bagian dari fungsi <i>public relations</i> . 4. Kesalahan konsep <i>public relations</i> yang lazim ditemukan. 5. Gambaran praktisi <i>public relations</i> .	A. Definisi konsep dan evolusi konsep <i>public relations</i> . B. Perbedaan <i>public relations</i> dengan bidang bidang lain seperti pemasaran, periklanan dan lain-lain. C. Bagian dari fungsi <i>public relations</i> . D. Kesalahan konsep <i>public relations</i> yang lazim ditemukan. E. Gambaran praktisi <i>Public Relations</i> .	1. Ceramah 2. Presentasi kelompok 3. Tanya jawab		√	50	Tes	Rangkuman materi presentasi	Cutlip, Center & Broom. (2009). <i>Effective Public Relations</i> . 10 Th Edition. Pearson Prectice Hall Moore H. Frazie. (2017) .Hu mas : Memban gun Citra dengan Komunika si .Rosda. Bandung

2	Mampu menganalisis sejarah dan perkembangan <i>public relations</i> .	1. Mampu menganalisis sejarah awal dan perkembangan <i>public relations</i> di dunia dan di Indonesia (periodisasi). 2. <i>Setting</i> organisasi dalam <i>public relations</i>. 3. Peran PR & citra perusahaan.	A. Sejarah awal dan perkembangan <i>public relations</i> di dunia dan di Indonesia (periodisasi). B. <i>Setting</i> organisasi dalam <i>public relations</i>. C. Peran PR & citra perusahaan. D. Jenis-jenis citra.	1. Ceramah 2. Presentasi kelompok 3. Tanya jawab		√	50	Tes	Rangkuman materi presentasi	Cutlip, Center & Broom. (2009). <i>Effective Public Relations</i> . 10 Th
		4. Jenis-jenis citra 5. Proses pembentukan citra	E. Proses pembentukan citra							Edition.P earson Prectice Hall Moore H. Frazie. (2017) .Hu mas : Memban gun Citra dengan Komunika si .Rosda. Bandung

3	Mampu menganalisis dan memberi contoh profesionalisme dan etika dalam <i>public relations</i> serta pertimbangan hukum berkaitan dengan <i>public relations</i>	1. Mampu menganalisis Kriteria profesi, organisasi profesi, pendidikan, riset dan <i>body of knowledge public relations</i>. 2. Standar etika profesional <i>public relations</i>. 3. Kode etik <i>public relations</i> dan akuntabilitasnya, 4. Pertimbangan hukum : <i>public relations</i> dengan media massa, akses pada pertemuan dan informasi pemerintah, ekspresi politik pemerintah, lobby, hubungan dengan buruh, regulasi perusahaan publisitas, hukum <i>copyright</i> dan <i>trade mark</i>, fitnah dan invasi pribadi dan isu hukum lainnya	A. Kriteria profesi, organisasi profesi, pendidikan, riset dan <i>body of knowledge public relations</i>. B. Standar etika profesional <i>public relations</i>. C. Kode etik <i>public relations</i> dan akuntabilitasnya. D. Pertimbangan hukum : <i>public relations</i> dengan media massa, akses pada pertemuan dan informasi pemerintah, ekspresi politik pemerintah, lobby, hubungan dengan buruh, regulasi perusahaan publisitas, hukum <i>copyright</i> dan <i>trade mark</i>, fitnah dan invasi pribadi dan isu hukum lainnya.	1. Ceramah 2. Presentasi kelompok 3. Tanya jawab		√	50	Tes	Rangkuman materi presentasi	Cutlip, Center & Broom. (2009). Effective Public Relations. 10 Th Edition. Pearson Prectice Hall
4	LANJUTAN MATERI 3									
5	Mampu menganalisis dasar dasar teori public relations	1. Mampu menganalisis pendekatan ekologi. 2. Melacak tren yang ada. 3. Sebuah perspektif sistem. 4. Sistem terbuka dan tertutup. 5. Sibernetika dalam sistem terbuka. 6. Model sistem terbuka <i>public relations</i>	A. Pendekatan ekologi B. Melacak tren yang ada C. Sebuah perspektif sistem D. Sistem terbuka dan tertutup E. Sibernetika dalam sistem terbuka F. Model sistem terbuka public relations	1. Ceramah 2. Presentasi kelompok 3. Tanya jawab		√	50	Tes	Rangkuman materi presentasi	Cutlip, Center & Broom. (2009). Effective Public Relations. 10 Th Edition. Pearson Prectice Hall

6	Mampu menganalisis dan memberi contoh hubungan antara komunikasi dan opini publik	1. Mampu menganalisis pertarungan perhatian. 2. Disseminasi vs komunikasi. 3. Elemen model komunikasi. 4. Orientasi individu dan koorientasi. 5. Konsensus koorientasi. 6. Proses terbentuknya opini publik	A. Pertarungan perhatian B. Disseminasi vs komunikasi C. Elemen model komunikasi D. Orientasi individu dan koorientasi E. Konsensus koorientasi F. Proses terbentuknya opini publik	1. Ceramah 2. Presentasi kelompok 3. Tanya jawab		√	50	Tes	Rangkuman materi presentasi	Cutlip, Center & Broom. (2009). Effective Public Relations. 10 Th Edition. Pearson Prectice Hall Moore H. Frazie. (2017) .Hu mas : Memban gun Citra dengan Komunika si .Rosda. Bandung

										Kasali Rhenald. (2018). Manajem en Public Relations : onsep dan Aplikasiny a di Indonesia . Pustaka Utama Grafiti. Jakarta
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

7	Mampu menganalisis dan memberi contoh hubungan internal dan komunikasi karyawan	1. Mampu menganalisis pentingnya hubungan internal. 2. Konteks budaya. 3. Peraturan dan konteks bisnis. 4. Berkomunikasi secara internal. 5. Kebijakan personalialandasan hubungan karyawan yang baik, kebijakan dan praktik komunikasi.	A. Pentingnya hubungan internal B. Konteks budaya C. Peraturan dan konteks bisnis D. Berkomunikasi secara internal E. Kebijakan personalialandasan hubungan karyawan yang baik, F. kebijakan dan praktik komunikasi	1. Ceramah 2. Presentasi kelompok 3. Tanya jawab		√	50	Tes	Rangkuman materi presentasi	Cutlip, Center & Broom. (2009). Effective Public Relations. 10 Th Edition. Pearson Prectice Hall Moore H. Frazie. (2017) .Humas : Membangun Citra dengan Komunika
										si .Rosda. Bandung
8	UJIAN TENGAH SEMESTER							TES TULIS		

9	Mampu menganalisis dan memberi contoh hubungan dengan pemegang saham (<i>Investor Relations</i>)	1. Mampu menganalisis profil pemegang saham 2. Komunitas investasi 3. Analisis dan jaminan 4. Pelaksanaan program hubungan pemegang saham	A. Profil pemegang saham B. Komunitas investasi C. Analisis dan jaminan D. Pelaksanaan program hubungan pemegang saham E. Media komunikasi dengan pemegang saham	1. Ceramah 2. Presentasi kelompok 3. Tanya jawab		√	50	Tes	Rangkuman materi presentasi	Moore H. Frazie. (2017) .Hu mas : Memban gun Citra dengan Komunika si .Rosda. Bandung
10	Mampu menganalisis dan memberi contoh media eksternal dan hubungan dengan media	1. Mampu menganalisis media komunikasi tradisional 2. New media : tantangan baru 3. PR on the net, fungsi internet sebagai media baru dan efektifitas kegiatan humas online 4. Bekerja dengan media	A. Media komunikasi tradisional B. New media : tantangan baru C. <i>PR on the net</i>, fungsi internet sebagai media baru dan efektifitas kegiatan humas online D. Bekerja dengan media					Tes tulis		Cutlip, Center & Broom. (2009). Effective Public Relations. 1o Th Edition.P earson Prectice Hall Moore H. Frazie. (2017) .Hu mas : Memban gun Citra dengan

										Komunika si .Rosda. Bandung
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--------------------------------------

11	Mampu menganalisis dan memberi contoh tahap tahap dalam proses manajemen public relations	1. Mampu menganalisis tahap mendefinisikan masalah (<i>fact finding</i>) 2. Tahap perencanaan dan program (<i>planning & programming</i>) 3. Tahap Aksi dan Komunikasi 4. Tahap evaluasi program	A. Tahap mendefinisikan masalah (<i>fact finding</i>) B. Tahap perencanaan dan program (<i>planning & programming</i>) C. Tahap Aksi dan komunikasi D. Tahap evaluasi program	1. Ceramah 2. Presentasi kelompok 3. Tanya jawab		√	50	Tes	Rangkuman materi presentasi	Cutlip, Center & Broom. (2009). <i>Effective Public Relations</i> . 10 Th Edition. Pearson Prectice Hall Moore H. Frazie. (2017) .Hu mas : Memban gun Citra dengan Komunika si .Rosda. Bandung Kasali Rhenald. (2018). <i>Manajem en Public Relations : onsep dan</i>
----	---	---	--	--	--	---	----	-----	-----------------------------	--

										Aplikasinya di Indonesia . Pustaka Utama Grafiti. Jakarta
12	Mampu menganalisis dan memberi contoh bisnis dan industri public relations	1. Mampu menganalisis motif profit 2. PR dalam organisasi korporat 3. Corporate Social Responsibility 4. Corporate philanthropy 5. Corporate financial relations 6. Kesalahan bisnis dan solusi atas perilaku buruk perusahaan serta memulihkan kepercayaan publik 7. Terorisme dan keamanan perusahaan serta globalisasi 8. Hubungan dengan distributor dan supplier	A. Motif profit B. PR dalam organisasi korporat C. Corporate Social Responsibility D. Corporate philanthropy E. Corporate financial relations F. Kesalahan bisnis dan solusi atas perilaku buruk perusahaan serta memulihkan kepercayaan publik G. Terorisme dan keamanan perusahaan serta globalisasi H. Hubungan dengan distributor dan supplier	1. Ceramah 2. Presentasi kelompok 3. Tanya jawab		√	50	Tes	Rangkuman materi presentasi	Cutlip, Center & Broom. (2009). Effective Public Relations. 10 Th Edition. Pearson Prectice Hall

13	Mampu menganalisis urusan pemerintahan dan publik (Governmen and Public Affair)	1. Mampu menganalisis tujuan <i>public affair</i> 2. Informasi konstituen 3. Memastikan kerja sama aktif dalam program pemerintah 4. Membina pasrtisipasi dan dukungan warga serta melayani advokasi publik 5. Mengelola informasi internal, membangun komunitas dan bangsa 6. Hambatan dalam urusan publik dan pemerintah	A. Tujuan <i>public affair</i> B. Informasi konstituen C. Memastikan kerja sama aktif dalam program pemerintah D. Membina pasrtisipasi dan dukungan warga serta melayani advokasi publik E. Mengelola informasi internal, membangun komunitas dan bangsa F. Hambatan dalam urusan publik dan pemerintah yang efektif	1. Ceramah 2. Presentasi kelompok 3. Tanya jawab		√	50	Tes	Rangkuman materi presentasi	Cutlip, Center & Broom. (2009). Effective Public Relations. 1o Th Edition.P earson Prectice Hall
		yang efektif 7. Hubungan antara media dan pemerintah 8. <i>Public affair</i> militer, politi dan pemerintah sebagai bisnis	G. Hubungan antara media dan pemerintah H. <i>Public affair</i> militer, politi dan pemerintah sebagai bisnis							

14	Mampu menganalisis dan memberi contoh public relations dalam organisasi non profit, asosiasi dagang dan non Pemerintah	1. Mampu menganalisis sektor ketiga 2. Peran <i>public relations</i> dalam organisasi non profit 3. Yayasan, agen pelayanan sosial, lembaga swadaya masyarakat, pendidikan, organisasi agama 4. Asosiasi dan masyarakat serta serikat buruh 5. Hubungan dengan masyarakat sekitar	A. Sektor ketiga B. Peran <i>public relations</i> dalam organisasi non profit C. Yayasan, agen pelayanan sosial, lembaga swadaya masyarakat, pendidikan, organisasi agama D. Asosiasi dan masyarakat serta serikat buruh E. Hubungan dengan masyarakat sekitar	1. Ceramah 2. Presentasi kelompok 3. Tanya jawab		√	50	Tes	Rangkuman materi presentasi	Cutlip, Center & Broom. (2009). <i>Effective Public Relations</i>. 10 Th Edition. Pearson Prectice Hall Moore H. Frazie. (2017) .Hu mas : Memban gun Citra dengan Komunika si .Rosda. Bandung
15	Mampu menganalisis dan memberi contoh peristiwa khusus (special event) dalam kegiatan humas	1. Mampu menganalisis jenis-jenis <i>special event</i> 2. Pengaturan <i>special event</i> 3. Tujuan dan kebijakan <i>special event</i> 4. Publikasi special event	A. Jenis-jenis <i>special event</i> B. Pengaturan <i>special event</i> C. Tujuan dan kebijakan <i>special event</i> D. Publikasi <i>special event</i>	1. Ceramah 2. Presentasi kelompok 3. Tanya jawab		√	50	Tes	Rangkuman materi presentasi	Moore H. Frazie. (2017).Hu mas : Memban

										gun Citra dengan Komunika si .Rosda. Bandung
16	UJIAN AKHIR SEMESTER							Tes Tulis		

LAMPIRAN RPS

1. Perkuliahan berbasis hasil penelitian dan/atau P2M

Setelah memasukkan satu bagian dalam RPS tentang relevansi mata kuliah dengan hasil penelitian dan/atau P2M (bila ada), kemudian jelaskan:

- 1) Beberapa bahasan MK ini diambil dari penelitian/P2M pada tahun ... dengan judul ... (sebagaimana tercantum dalam tabel C-Materi) yang tertuang pada pokok bahasan pada pekan ..., yaitu :
- 2) Bentuk pembelajaran yang digunakan dalam MK ini diadopsi dari hasil penelitian/P2M pada tahun ... dengan judul ... (sebagaimana tercantum dalam tabel J-Rincian Rencana Kegiatan), yaitu model pembelajaran
- 3) Instrumen penilaian/evaluasi yang digunakan dalam MK ini diadopsi dari penelitian/P2M pada tahun ... dengan judul ... (sebagaimana tercantum dalam bagian G-Penilaian), yaitu:
- 4) dll, jika ada.

2. Tabel Revisi/Catatan Perubahan RPS

Tanggal Penyusunan	Tanggal Revisi	Tim Perevisi	Isi Revisi

- 3. Peta konsep**
- 4. Materi Ajar (buku, salindia, dll)**
- 5. Skenario Implementasi Metode Pembelajaran**
- 6. Rincian Tugas**
- 7. Kisi-kisi dan Instrumen Penilaian**

Catatan :

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. **CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. **CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. **Sub-CP Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
5. **Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
6. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
8. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
9. **Metode Pembelajaran:** *Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning*, dan metode lainnya yg setara.
10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan subpokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri

