




RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI CMM-308 PRODUKSI MEDIA HUBUNGAN MASYARAKAT

Issue/Revisi	: A0	Tanggal	: 24 Juli 2019
Mata Kuliah	: Produksi Media Hubungan Masyarakat	Kode MK	: CMM 308
Rumpun MK	: Mata Kuliah Minor, Mata Kuliah Pilihan	Semester	: 6
Dosen Pengampu	: Reni Dyanasari, S.I.Kom, M.Si	Bobot (sks)	: 3 sks
Dosen Pengampu	Kaprodi	Dekan	
 Reni Dyanasari, S.I.Kom, M.Si	 Naurissa Biasini, S.Si, M.I.Kom	 Dr. Hendy Tannady	

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER		
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL - PRODI	
	S6	Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.
	S9	Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri
	KU3	Mampu merencanakan dan menyusun berbagai kegiatan komunikasi baik secara individu maupun kelompok
	KU6	Memiliki pemahaman konseptual dan keterampilan teknis dalam bidang pekerjaan komunikasi
	CP-MK	
	M1	Mahasiswa memahami konsep menulis dan media-media yang dibutuhkan dalam bidang hubungan masyarakat (KU1, P2)
M2	Mahasiswa mampu merancang dan membuat produk-produk hubungan masyarakat (KK1, KK3)	
M3	Mahasiswa mampu mengaplikasikan konsep menjadi sebuah karya yang dapat digunakan untuk kegiatan dalam bidang hubungan masyarakat (KK2)	
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini membahas proses perencanaan produksi media kehumasan sesuai kebutuhan organisasi dengan memanfaatkan media baru secara efektif.	
Materi Pembelajaran/Pokok Bahasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peran Hubungan Masyarakat dalam merencanakan sebuah kampanye sosial terkait isu terkini di masyarakat 2. Desain dan strategi pesan yang digunakan seorang hubungan masyarakat dalam menyampaikan pesan kampanye 3. Hubungan Masyarakat memanfaatkan media konvensional dan digital dalam menyampaikan kampanye sosial 4. Hubungan masyarakat memproduksi media komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan kampanye sosial 	
Pustaka	Utama	
	Newson, Jim Haynes (2011) Public Relations Writing, 9 th Edition	
	Pendukung	
	Gregory Anne (2010) Planning and Managing Public Relations Campaign, 2 nd Edition.	

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
CMM-308
PRODUKSI MEDIA HUBUNGAN
MASYARAKAT

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER		
Media Pembelajaran	Perangkat Lunak:	Perangkat Keras:
	Adobe Premiere Microsof Office	LCD Projector Laptop
Team Teaching	Reni Dyanasri, M.Si, Nanto Poerwanindy, MM	
Mata Kuliah Prasyarat	Strategi dan Taktik Hubungan Masyarakat	
Bobot Penilaian	Kehadiran	10%
	Tugas Vol 1, Tugas Vol 2, Keaktifan Kelas dan QnA	30%
	Ujian Tengah Semester	30%
	Ujian Akhir Semester	30%



**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
CMM-308
PRODUKSI MEDIA HUBUNGAN
MASYARAKAT**

RANCANGAN PEMBELAJARAN SEMESTER

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1,2,3	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa mampu memahami tentang peran, fungsi, tugas public relations (PR) secara umum dan memahami mengenai keahlian utama yang harus dimiliki seorang PR (C2) Mahasiswa mampu menerangkan konsep <i>stakeholder</i> PR dan perbedaan PR dengan marketing (C2, A2) Mahasiswa mampu memahami tentang PR <i>campaign</i> dan pentingnya media untuk menyampaikan kampanye PR (C2) Mahasiswa mampu menganalisa dan membuat konsep strategi PR yang sesuai dengan temuan data (C4, A4) Mahasiswa mampu membuat kampanye PR dengan menentukan tujuan, target publik sasaran, hingga bekerjasama 	<ul style="list-style-type: none"> Ketepatan pemahaman tentang peran PR serta kemampuan PR untuk memproduksi sebuah tulisan Ketepatan pemahaman tentang kampanye PR dan media pendukung yang digunakan untuk menyampaikan pesan kampanye PR Ketepatan pemahaman tentang proses perencanaan kampanye PR, mulai pemahaman profil dan visi perusahaan, pencarian dan penggunaan data, hingga konsep kreatif kampanye dan pengaturan jadwal berjalannya kampanye Ketepatan pemahaman tentang strategi yang tepat untuk menentukan media Ketepatan pemahaman tentang 	<p>Kriteria: Ketepatan, Penguasaan dan Kemampuan Menjelaskan</p> <p>Bentuk Penilaian:</p> <ul style="list-style-type: none"> Diskusi (Perencanaan Kampanye PR) Q n A Case Study 	<p>TM (3x50") BT (1x60") BM (1x60")</p> <p>Tugas 1: Diskusi bersama praktisi yang dapat memberikan masukan atas kampanye yang akan dibuat</p>	<p>Pengertian PR, Fungsi dan Tugas PR, Stakeholders PR, Perbedaan PR dan Marketing dan PR</p> <p>Campaign Planning; Pernyataan Misi, Menguji Keadaan Saat Ini, Analisis Data, Mempersiapkan Ramalan, Menentukan Objective, Mempersiapkan Goal, Analisis Publik Prioritas, Membangun Strategi, Strategi Pesan, Strategi Penggunaan Media, Penjadwalan & Anggaran, Pemantauan dan Pengukuran. Strategi pesan, Strategi penggunaan media, Pemantauan dan pengukuran program.</p> <p>Pustaka: Newson, Jim Haynes (2011)</p>	5

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI CMM-308 PRODUKSI MEDIA HUBUNGAN MASYARAKAT

	dengan berbagai pihak terkait agar kampanye berjalan maksimal (C6, A5)	pemantauan dan evaluasi dari program PR			Public Relations Writing, 9 th Edition	
4-5	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa mampu menghasilkan rancangan kampanye yang selanjutnya dipresentasikan kepada praktisi komunikasi dan sebisa mungkin mahasiswa mampu untuk berpendapat dan memberikan argumen atas masukan yang disampaikan praktisi (C5, C6, A4) 2. Mahasiswa mampu mempresentasikan hasil rancangan kampanye secara sistematis dan jelas sesuai format yang telah disepakati (C6, A4) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan pemahaman tentang perencanaan kampanye PR dan penyampaian konsep tersebut kepada praktisi • Ketepatan pemahaman dalam mempresentasikan konsep kampanye PR, kreatifitas kondsep kampanye PR dan argument untuk mempertahankan pendapat 	<p>Kriteria: Ketepatan, Penguasaan dan Kemampuan Menjelaskan</p> <p>Bentuk Penilaian: • Diskusi • Q n A • Asistensi • Presentasi</p>	<p>TM (3x50") BT (1x60") BM (1x60")</p> <p>Tugas 2: Presentasi tentang konsep kampanye PR</p>	<p>PR Planning Campaign yang ditunjang dengan data pendukung yang lengkap</p> <p>Elaborasi masukan praktisi PR terhadap kampanye yang di susun</p> <p>Pustaka: Newson, Jim Haynes (2011) Public Relations Writing, 9th Edition</p>	10
6,7	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan konsep pesan yang akan disampaikan oleh perusahaan kepada publik sasaran secara jelas, tepat dan dengan konsep yang kreatif (C2, C6, A5) 2. Mahasiswa mampu memahami strategi pesan dan strategi visual yang tepat untuk menyampaikan pesan PR yang sesuai dengan 	<ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan pemahaman tentang desain pesan yang sesuai dengan kampanye yang akan dibuat • Ketepatan pemahaman tentang strategi pesan dan visual yang sesuai dengan kampanye PR • Ketetapan pemahaman untuk menentukan <i>copywriting</i> yang tepat untuk media 	<p>Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan pemahaman mengenai perencanaan kampanye yang dibuat</p> <p>Bentuk Penilaian: • Diskusi • Presentasi • Paper • Q n A</p>	<p>TM (2x50")+(1*100) BT (1x60") BM (1x60")</p> <p>Tugas 3 : Draft poster/ infographic</p>	<p>Desain Pesan, Visual, Strategi Pesan, Copywriting; Advertising Media Elektronik, Media Cetak, Media Digital</p> <p>Pustaka: Newson, Jim Haynes (2011) Public Relations Writing, 9th Edition</p>	5



**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
CMM-308
PRODUKSI MEDIA HUBUNGAN
MASYARAKAT**

	<p>rancangan kampanye PR (C2,A5)</p> <p>3. Mahasiswa mampu memahami dan membuat perencanaan <i>copywriting</i> untuk berbagai media PR yang digunakan untuk mengomunikasikan kampanye PR (C5, C6, A4)</p>	<p>yang dipilih sebagai sarana untuk menyampaikan pesan kampanye</p>				
8	Evaluasi Tengah Semester : Ujian tertulis (closed book) Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya (30)					
9,10, 11	<p>1. Mahasiswa mampu memahami dan membuat pesan kampanye pada media digital (media sosial) (C2, C1)</p> <p>2. Mahasiswa mampu membuat media kit dan memahami fungsi dari masing-masing komponen yang ada di dalam media kit (C6, A4)</p> <p>3. Mahasiswa mampu memahami dan membuat berbagai media PR yang mendukung program kampanye PR meliputi tulisan, visual dan audio visual (C6, A5)</p> <p>4. Mahasiswa mampu menjelaskan dan mempresentasikan media PR yang digunakan untuk kampanye PR (C2, C6)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan pemahaman tentang proses pembuatan media kit dan kegunaan dari masing-masing media kit. • Ketepatan pemahaman tentang memproduksi pesan kampanye PR melalui media digital • Ketepatan pemahaman mengenai media untuk mendukung pesan kampanye meliputi newsletter, brosur, internal magazine 	<p>Kriteria: Ketepatan Penguasaan dan Pembuatan Media PR untuk mendukung pesan kampanye</p> <p>Bentuk Penilaian: • Diskusi • Q n A • Artikel • Produksi Media PR</p>	<p>TM (2x50")+(1*100) BT (1x60") BM (1x60")</p>	<p>Kampanye PR online, Media Kit (undangan media, cover letter, press release, fact sheet, biography, quotes from media, brosur), Internal Magazine.</p> <p>Pustaka: Newson, Jim Haynes (2011) Public Relations Writing, 9th Edition</p>	5

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI CMM-308 PRODUKSI MEDIA HUBUNGAN MASYARAKAT

12, 13	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa mampu memahami dan membuat konsep pesan yang akan disampaikan melalui iklan layanan masyarakat/ <i>public service announcement</i> (PSA) (C5, C6, A4) Mahasiswa mampu mempresentasikan hasil iklan layanan masyarakat yang dikaitkan dengan pesan kampanye (C6, A4) 	<ul style="list-style-type: none"> Ketepatan pemahaman tentang iklan layanan masyarakat dan proses pembuatannya. Ketepatan pemahaman tentang kekuatan iklan layanan masyarakat 	<p>Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan</p> <p>Bentuk Penilaian:</p> <ul style="list-style-type: none"> Diskusi Q n A Konsep PSA Asistensi 	<p>TM (2x50")+(1*100) BT (1x60") BM (1x60")</p> <p>Tugas 4: Media Kit, News Letter dan Brosur Asistensi seluruh media yang akan mendukung kampanye . Masukan dari praktisi terkait desain media untuk mendukung kampanye</p>	<p>Definisi VNR, Teknik pembuatan VNR, Fungsi VNR</p>	10
14, 15	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan revisi dan masukan dari praktisi Mahasiswa mampu mempresentasikan detail media kampanye dan media yang digunakan untuk kampanye. 	<ul style="list-style-type: none"> Ketepatan pemahaman tentang media PR yang digunakan untuk kampanye PR. 	<p>Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan</p> <p>Bentuk Penilaian: Presentasi Q n A</p>	<p>TM (3x50") BT (1x60") BM (1x60")</p>	<p>Pustaka: Newson, Jim Haynes (2011) Public Relations Writing, 9th Edition</p>	
16	<p>Evaluasi Akhir Semester: Pameran. Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa (30)</p>					