|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Issue/Revisi | : R1 | | Tanggal | | : 1 Maret 2019 |
| Mata Kuliah | : Komunikasi Persuasif | | Kode MK | | : COM-208 |
| Rumpun MK | : MKMA | | Semester | | : 3 |
| Dosen Penyusun | : Naurissa Biasini, S.Si, M.I.Kom | | Bobot (sks) | | : 3 sks |
| Penyusun  Naurissa Biasini, S.Si, M.I.Kom | | Menyetujui  Reni Dyanasari, S.I.Kom, M.Si | | Mengesahkan  Dr. Dion Dewa Barata, S.E, MSM | |

| **RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER** | | | |
| --- | --- | --- | --- |
| **Capaian Pembelajaran (CP)** | **CPL - PRODI** | | |
| S6  S9  KU3  KU6 | Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.  Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri  Mampu merencanakan dan menyusun berbagai kegiatan komunikasi baik secara individu maupun kelompok  Memiliki pemahaman konseptual dan keterampilan teknis dalam bidang pekerjaan komunikasi | |
| **CP-MK** | | |
| M1  M2 | Mahasiswa mampu mengimplementasikan komunikasi persuasif dalam konteks kelompok, organisasi, dan masyarakat.  Mahasiswa mampu memproduksi pesan komunikasi persuasif baik untuk media massa cetak, elektronik, hingga digital. | |
| **Deskripsi Singkat MK** | Mata kuliah ini menjelaskan pemahaman konsep dan teori-teori dalam Komunikasi Persuasif, Pentingnya Komunikasi Persuasif, dan Implementasi Komunikasi Persuasif dalam ruang lingkup Interpersonal, Organisasi, Publik, Massa dan Media Digital | | |
| **Materi Pembelajaran/Pokok Bahasan** | 1. Pengantar Persuasi 2. Komunikasi Persuasif 3. Etika dalam Komunikasi Persuasif 4. Konsep *attitude* dalam Komunikasi Persuasif 5. Proses Komunikasi Persuasif 6. Komunikator dan Pesan dalam Komunikasi Persuasif 7. Pesan Komunikasi Persuasif 8. Komunikasi Persuasif Interpersonal 9. Media Komunikasi Persuasif 10. Komunikasi Persuasif pada Iklan dan IMC 11. Perencanaan Kampanye Persuasif | | |
| **Pustaka** | **Utama** | | |
| Perloff, Richard M. 2017. The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitudes in The 21st Century. New York. Routledge. | | |
| **Pendukung** | | |
| Larson, Charles U. 2010. Persuasion: reception and Responsibility. Canada : Wadsworth | | |
| **Media Pembelajaran** | **Perangkat Lunak:** | | **Perangkat Keras:** |
| Power Point Presentation | | LCD Projector |
| **Team Teaching** | - | | |
| **Mata Kuliah Prasyarat** | Public Speaking | | |

| **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 | Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan kembali dasar-dasar persuasi dan komunikasi persuasive serta implementasinya dalam kehidupan sehari-hari  (C1, C2) | * Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, | Kriteria:  Ketepatan dan Penguasaan  Bentuk Penilaian:  Tanya jawab dan diskusi | Kuliah (100”)  Diskusi & Q n A (100”)  TM (2x100”) | Pengantar Persuasi | 1 |
| 2 | Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan kembali konsep-konsep dari Komunikasi Persuasif serta implementasi komunikasi persuasif dalam Era TIK (Teknologi, Informasi dan Komunikasi) (C1, C2) | * Kelengkapan dan kebenaran penjelasan | Kriteria:  Ketepatan dan Penguasaan  Bentuk Penilaian:  Tanya jawab dan diskusi | Kuliah (100”)  Diskusi & Q n A (100”)  TM (2x100”) | Komunikasi Persuasif | 1 |
| 3 | Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan kembali perspektif etika dalam Komunikasi Persuasif (C1, C2) | * Kelengkapan dan kebenaran penjelasan | Kriteria:  Ketepatan dan Penguasaan  Bentuk Penilaian:  Tanya jawab dan diskusi | Kuliah (100”)  Diskusi & Q n A (100”)  TM (100”+50”)  KB (50”)  Tugas 1:  Membuat Makalah dan Presentasi Komunikasi Persuasif | Etika dalam Komunikasi Persuasif | 2 |
| 4 | Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan kembali konsep attitude dalam komunikasi persuasif (C1, C2) | * Kelengkapan dan kebenaran penjelasan | Kriteria:  Ketepatan dan Penguasaan  Bentuk Penilaian:  Tanya jawab dan diskusi | Kuliah (100”)  Diskusi & Q n A (100”)  TM (100”+50”)  Presentasi Mahasiswa Kelompok 1 | Konsep attitude dalam Komunikasi Persuasif | 10  (bagi kelompok yang presentasi) |
| 5 | Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan kembali proses komunikasi persuasif (C1, C2) | * Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, | Kriteria:  Ketepatan dan Penguasaan  Bentuk Penilaian:  Tanya jawab dan diskusi | Kuliah (100”)  Diskusi & Q n A (100”)  TM (100”+50”)  Presentasi Mahasiswa Kelompok 2 | Proses Komunikasi Persuasif | 10  (bagi kelompok yang presentasi) |
| 6 | Mahasiswa mampu memahami, menjelaskan kembali, dan mengimplementasikan kualitas komunikator yang persuasif (C1, C2, A5) | * Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, | Kriteria:  Ketepatan dan Penguasaan  Bentuk Penilaian:  Tanya jawab dan diskusi | Kuliah (100”)  Diskusi & Q n A (100”)  TM (100”+50”)  Presentasi Mahasiswa Kelompok 3 | Komunikator dan Pesan dalam Komunikasi Persuasif | 10  (bagi kelompok yang presentasi) |
| 7 | Mahasiswa mampu memberikan penjelasan secara sistematis dan lengkap mengenai teori-teori atau masalah yang berhubungan dengan Komunikasi Persuasif (C2, C5) | * Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, * Ketepatan penjabaran contoh atau kasus | Kriteria:  Ketepatan dan Penguasaan  Bentuk Penilaian:  Tes tertulis | Kuliah (100”)  Diskusi & Q n A (100”)  TM (100”+50”)  Tes tertulis | Review dan Kuis | 10 |
| **8** | **Evaluasi Tengah Semester : Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya (30)** | | | | | |
| 9 | Mahasiswa mampu menjelaskan, menganalisis dan menyusun pesan-pesan Nonverbal persuasif (C1, C2, C6) | * Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, | Kriteria:  Ketepatan dan Penguasaan  Bentuk Penilaian:  Tanya jawab dan diskusi | Kuliah (100”)  Diskusi & Q n A (100”)  TM (100”+50”)  Presentasi Mahasiswa Kelompok 4 | Pesan Komunikasi Persuasif | 10  (bagi kelompok yang presentasi) |
| 10 | Mahasiswa mampu menjelaskan dan mengimplementasikan persuasi interpersonal dalam kehidupan sehari-hari (C1, C2, A5) | * Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, | Kriteria:  Ketepatan dan Penguasaan  Bentuk Penilaian:  Tanya jawab dan diskusi | Kuliah (100”)  Diskusi & Q n A (100”)  TM (100”+50”)  Presentasi Mahasiswa Kelompok 5 | Komunikasi Persuasif Interpersonal | 10  (bagi kelompok yang presentasi) |
| 11 | Mahasiswa mampu menjelaskan dan menerapkan media modern sebagai media persuasi yang efektif (C2,C5, A5) | * Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, | Kriteria:  Ketepatan dan Penguasaan | Kuliah (100”)  Diskusi & Q n A (100”)  TM (100”+50”)  Presentasi Mahasiswa Kelompok 6 | Media Komunikasi Persuasif | 10  (bagi kelompok yang presentasi) |
| 12 | Mahasiswa mampu memahami dan menerapkan implementasi komunikasi persuasif pada iklan dan IMC (C2, C6, A4) | * Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, * Penyajian presentasi yang komunikatif dan kreatif | Kriteria:  Ketepatan dan Penguasaan  Bentuk Penilaian:  Tanya jawab dan diskusi | Kuliah (100”)  Diskusi & Q n A (100”)  TM (100”+50”)  Presentasi Mahasiswa Kelompok 37 | Komunikasi Persuasif pada Iklan dan IMC | 10  (bagi kelompok yang presentasi) |
| 13 | Mahasiswa mampu memahami dan menyusun perencanaan kampanye persuasif yang efektif (C2, C6, A4) | * Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, * Penyajian presentasi yang komunikatif dan kreatif | Kriteria:  Ketepatan dan Penguasaan  Bentuk Penilaian:  Tugas tertulis | Kuliah (100”)  Diskusi & Q n A (100”)  TM (100”+50”)  KB (50”)  Tugas 2:  Essay Studi Kasus | Perencanaan Kampanye Persuasif | 5 |
| 14-15 | Mahasiswa mampu memproduksi sebuah karya komunikasi persuasif dalam bentuk video untuk media digital (C1, C2, C6) | * Kelengkapan dan kebenaran penjelasan, | Kriteria:  Ketepatan dan Penguasaan  Bentuk Penilaian:  Tanya jawab dan diskusi | Kuliah (100”)  Diskusi & Q n A (100”)  TM (100”+50”) | Praktek Pembuatan Video Kampanye Persuasif – stand up / speech | 1 |
| **16** | **Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa (30)** | | | | | |