




RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 308 HUBUNGAN MASYARAKAT ONLINE

Issue/Revisi	: R3	Tanggal	: 23 Februari 2021
Mata Kuliah	: Hubungan Masyarakat Online	Kode MK	: COM 308
Rumpun MK	: MKMI	Semester	: 6
Dosen Penyusun	: Dewi Silvialestari, M.Si.	Bobot (sks)	: 3
Penyusun,  Dewi Silvialestari, M.Si.	Menyetujui,  Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom.	Mengesahkan,  Clara Evi C. Citraningtyas, Dra., M.A., Ph.D.	

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL - PRODI
	S6 Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.
	S9 Memiliki sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri
	KU1 Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya
	KU3 Mampu merencanakan dan menyusun berbagai kegiatan komunikasi baik secara individu maupun kelompok
	KU6 Memiliki pemahaman konseptual dan keterampilan teknis dalam bidang pekerjaan komunikasi
	KK7 Mampu memproduksi isi pesan untuk berbagai tujuan komunikasi menggunakan berbagai jenis saluran komunikasi baik saluran konvensional dan saluran digital yang bermanfaat bagi masyarakat dan sesuai dengan norma hukum, norma sosial, dan etika yang berlaku
	KK13 Mampu terlibat dalam pengelolaan dan pengembangan organisasi media konvensional dan digital
	P8 Sejarah perkembangan, penggunaan, dan dampak teknologi di bidang komunikasi dan media
	CP-MK
M1 Mahasiswa dapat mempelajari hubungan masyarakat online secara teoritis beserta aplikasinya (C1, C3)	
M2 Mahasiswa mampu merancang proyek kampanye kreatif hubungan masyarakat online tepat sasaran (C6, P1)	

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 308 HUBUNGAN MASYARAKAT ONLINE

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER	
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini menjelaskan pemahaman konsep Hubungan Masyarakat Online, Cakupan dan Manfaat Hubungan Masyarakat Online, kegiatan Hubungan Masyarakat Online baik secara eksternal maupun internal, serta kegiatan Hubungan Masyarakat Online dalam konteks organisasi.
Materi Pembelajaran/Pokok Bahasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dasar-dasar hubungan masyarakat online PR 1.0 hingga PR 4.0 2. Peran hubungan masyarakat online 3. Prinsip, dan ragam hubungan masyarakat online 4. Etika penggunaan media sosial dan etika hubungan masyarakat online 5. Branding dan membangun reputasi melalui media online dan website 6. Kampanye dan publikasi menggunakan media online 7. Pengukuran efektivitas hubungan masyarakat online
Pustaka	Utama
	Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intelligence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
	Pendukung
	Scott, David Meerman. 2020. Seventh Edition. The New Rules of Marketing & PR: How to use content marketing, podcasting, social media, AI, live video, and newsjacking to reach buyers directly. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
Media Pembelajaran	Perangkat Lunak:
	Microsoft Power Point
Team Teaching	-
Mata Kuliah Prasyarat	Strategi dan Taktik Hubungan Masyarakat

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 308 HUBUNGAN MASYARAKAT ONLINE

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	<p>Mahasiswa mampu memahami kompetensi yang diharapkan, proses perkuliahan, tugas dan kontrak belajar. (C2)</p> <p>Mahasiswa mampu memahami dasar-dasar Hubungan Masyarakat Online (C2)</p> <p>Mahasiswa mampu membedakan aplikasi PR 1.0, PR 2.0, PR 3.0, dan PR 4.0 memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi (C4 dan A4)</p>	<ol style="list-style-type: none"> Ketepatan dalam memahami RPS Mata kuliah Ketepatan dalam memahami tentang aturan kelas dan kewajiban mahasiswa Ketepatan dalam memahami dasar Hubungan Masyarakat Online Ketepatan dalam membedakan PR 1.0, PR 2.0, PR 3., dan PR 4.0. 	<p>Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan</p> <p>Bentuk Penilaian:</p> <ul style="list-style-type: none"> Diskusi Q n A 	<p>Perkuliahan secara online:</p> <ul style="list-style-type: none"> Kuliah sinkronus menggunakan Zoom <ul style="list-style-type: none"> Diskusi dan menyepakati kontrak kuliah Kuliah asinkronus menggunakan Collabor <ul style="list-style-type: none"> Mempelajari materi kuliah berupa video dan slide Menjawab pertanyaan di forum diskusi sesuai topik yang diangkat Mengumpulkan tugas mandiri ringkasan materi <p>TM: 3x50 BM: 3x60 BT: 3x60</p> <p>Tugas: <i>Summary</i> atau ringkasan materi</p>	<p>RPS</p> <ol style="list-style-type: none"> Kontrak Kuliah Bobot Penilaian Mata Kuliah Pengertian Hubungan Masyarakat Online (PR 2.0) Latar belakang Hubungan Masyarakat Online Pokok-pokok perbedaan antara PR 1.0, PR 2.0, PR 3.0, dan PR 4.0 <p>(Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intelligence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.)</p> <p>(Scott, David Meerman. 2020. Seventh Edition. The New Rules of Marketing & PR: How to use content marketing, podcasting, social media, AI, live video, and newsjacking to reach buyers directly. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.)</p>	1%
2	<p>Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan sejauh mana PR memanfaatkan teknologi internet (C2)</p> <p>Mahasiswa mampu mengaplikasikan peran PR online untuk memenuhi kebutuhan masyarakat online (P1 dan A5)</p>	<ol style="list-style-type: none"> Ketepatan dalam memahami model komunikasi, bidang komunikasi dan nilai-nilai komunikasi Ketepatan dalam menjelaskan aplikasi peran PR online untuk masyarakat online 	<p>Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan</p> <p>Bentuk Penilaian:</p> <ul style="list-style-type: none"> Diskusi Q n A 	<p>Perkuliahan secara online:</p> <ul style="list-style-type: none"> Kuliah asinkronus menggunakan Collabor <ul style="list-style-type: none"> Mempelajari materi kuliah berupa video dan slide Menjawab pertanyaan di forum diskusi sesuai topik yang diangkat Mengumpulkan tugas mandiri ringkasan materi <p>TM: 3x50 BM: 3x60</p>	<ol style="list-style-type: none"> Public Relations memanfaatkan medium internet Peran PR online bagi masyarakat Ragam Media PR 4.0 <p>(Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intelligence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.)</p> <p>(Scott, David Meerman. 2020. Seventh Edition. The New Rules of Marketing & PR: How to use content marketing, podcasting, social</p>	1%

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 308 HUBUNGAN MASYARAKAT ONLINE

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)
				BT: 3x60 Tugas: <i>Summary</i> atau ringkasan materi	media, AI, live video, and newsjacking to reach buyers directly. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.)	
3	<p>Mahasiswa mampu memahami dan mendeskripsikan saluran baru dalam media siber/ media virtual (C2 dan C3)</p> <p>Mahasiswa mampu memahami dan mengaplikasikan pemanfaatan teknologi internet sebagai media PR secara efisien (C2)</p> <p>Mahasiswa mampu mengaplikasikan PR memanfaatkan teknologi sebagai solusi untuk menjangkau masyarakat online (P1 dan A5)</p>	<p>1. Ketepatan dalam memahami ragam media PR</p> <p>2. Ketepatan dalam memahami pemanfaatan teknologi internet sebagai media PR</p>	<p>Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan</p> <p>Bentuk Penilaian: - Diskusi - Q n A</p>	<p>Perkuliahan secara online:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kuliah asinkronus menggunakan Collabor <ul style="list-style-type: none"> o Mempelajari materi kuliah berupa video dan slide o Menjawab pertanyaan di forum diskusi sesuai topik yang diangkat o Mengumpulkan tugas mandiri ringkasan materi o Mengumpulkan hasil diskusi tugas kelompok <p>TM: 3x50 BM: 3x60 BT: 3x60</p> <p>Tugas: - <i>Summary</i> atau ringkasan materi - Analisis Strategi Hubungan Masyarakat Online Merek/Perusahaan</p>	<p>1. Mengetahui berbagai ragam media PR 4.0 (internet based media)</p> <p>2. Memanfaatkan teknologi internet sebagai media PR</p> <p>3. Prinsip-prinsip Hubungan Masyarakat Online</p> <p>(Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intelligence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.)</p> <p>(Scott, David Meerman. 2020. Seventh Edition. The New Rules of Marketing & PR: How to use content marketing, podcasting, social media, AI, live video, and newsjacking to reach buyers directly. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.)</p>	1%
4	<p>Mahasiswa mampu memahami dan mengaplikasikan Online Media Relations (C2)</p> <p>Mahasiswa dapat mengaplikasikan online media relations secara kreatif (P1 dan A5)</p>	<p>1. Ketepatan dalam memahami cyber media relations</p> <p>2. Kemampuan dalam mengaplikasikan cyber media relations secara kreatif</p>	<p>Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan</p> <p>Bentuk Penilaian: - Diskusi - Q n A</p>	<p>Perkuliahan secara online:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kuliah asinkronus menggunakan Collabor <ul style="list-style-type: none"> o Mempelajari materi kuliah berupa video dan slide o Menjawab pertanyaan di forum diskusi sesuai topik yang diangkat o Mengumpulkan tugas mandiri ringkasan materi 	<p>1. Media-media online yang biasa digunakan untuk menjalin hubungan</p> <p>2. Mengembangkan Hubungan dengan Komunitas Online/ influencer</p> <p>3. Mengembangkan Komunitas Online untuk Media Relations</p> <p>4. Menyebarkan e-News Release</p>	1%

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 308 HUBUNGAN MASYARAKAT ONLINE

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)
				TM: 3x50 BM: 3x60 BT: 3x60 Tugas: <i>Summary</i> atau ringkasan materi	(Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intelligence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.)	
5	Mahasiswa mampu memahami dan mendeskripsikan etika dalam menggunakan media sosial (C2) Mahasiswa dapat mengaplikasikan etika PR dalam menggunakan sosial media (P1 dan A5)	1. Ketepatan dalam memahami etika media sosial 2. Kemampuan dalam mengaplikasikan etika PR dalam menggunakan media sosial	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: - Diskusi - Q n A	Perkuliahan secara online: - Kuliah asinkronus menggunakan Collabor o Menjawab pertanyaan di forum diskusi sesuai topik yang diangkat o Mengumpulkan laporan kemajuan pengerjaan tugas kelompok TM: 3x50 BM: 3x60 BT: 3x60 Tugas: <i>Summary</i> atau ringkasan materi	1. Etika dalam Media Sosial 2. Etika Etika dalam Hubungan Masyarakat Online (Scott, David Meerman. 2020. Seventh Edition. The New Rules of Marketing & PR: How to use content marketing, podcasting, social media, AI, live video, and newsjacking to reach buyers directly. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.)	1%
6	Mahasiswa mampu memahami tentang Digital Branding atau cara membangun reputasi merek di dunia maya (C2) Mahasiswa dapat mengaplikasikan cara membangun reputasi merek di dunia maya (P1 dan A5)	1. Ketepatan dalam memahami cara membangun reputasi merek di dunia digital 2. Kemampuan dalam mengaplikasikan cara membangun reputasi merek di dunia maya	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: - Diskusi - Q n A	Perkuliahan secara online: - Kuliah asinkronus menggunakan Collabor o Mempelajari materi kuliah berupa video dan slide o Menjawab pertanyaan di forum diskusi sesuai topik yang diangkat o Mengumpulkan tugas mandiri ringkasan materi - Pengumpulan tugas kelompok melalui OneDrive o Mengumpulkan tugas kelompok berupa video presentasi dan paper	1. Definisi reputasi online, 2. Reputasi Merk di Dunia Maya; 3. Definisi Digital Branding; 4. Segmentasi online; (Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intelligence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.) (Scott, David Meerman. 2020. Seventh Edition. The New Rules of Marketing & PR: How to use content marketing, podcasting, social media, AI, live video, and newsjacking to reach buyers directly.	2%

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 308 HUBUNGAN MASYARAKAT ONLINE

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)
				TM: 3x50 BM: 3x60 BT: 3x60 Tugas: <i>Summary</i> atau ringkasan materi	New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.)	
7	Mahasiswa dapat menganalisis digital branding kreatif merek berkolaborasi dengan kelompoknya (C4 dan A5)	1. Kemampuan dalam menganalisis digital branding merek	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: - Presentasi - Q n A	Perkuliahan secara online: - Kuliah sinkronus menggunakan Zoom o Review tugas kelompok berupa video presentasi o Review materi kuliah persiapan UTS BM: 3x60 BT: 3x90	1. Digital Branding Model (Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intelligence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.)	5%
8	Evaluasi Tengah Semester : Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya					
9	Mahasiswa memahami penggunaan website sebagai media PR (C2) Mahasiswa mampu memutuskan atau memilih website yang baik dan buruk sebagai media PR (C4 dan A4) Mahasiswa dapat membuat konsep website yang bermanfaat dan mudah digunakan oleh masyarakat online secara berkelompok (P1 dan A5)	1. Ketepatan dalam memahami penggunaan website sebagai media PR 2. Ketepatan dalam membedakan antara website yang baik dan buruk 3. Kemampuan dalam membuat konsep website	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: - Diskusi - Q n A	Perkuliahan secara online: - Kuliah sinkronus menggunakan Zoom o Review hasil UTS - Kuliah asinkronus menggunakan Collabor o Mempelajari materi kuliah berupa video dan slide o Menjawab pertanyaan di forum diskusi sesuai topik yang diangkat o Mengumpulkan tugas mandiri ringkasan materi TM: 3x50 BM: 3x60 BT: 3x60 Tugas: <i>Summary</i> atau ringkasan materi	1. Memfaatkan Website untuk PR: Corporate Website & Personal Website 2. Keunggulan dan kelemahan Website sebagai Media PR 3. Contoh-contoh kasus di luar dan di dalam negeri (Scott, David Meerman. 2020. Seventh Edition. The New Rules of Marketing & PR: How to use content marketing, podcasting, social media, AI, live video, and newsjacking to reach buyers directly. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.)	1%

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 308 HUBUNGAN MASYARAKAT ONLINE

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)
10	<p>Mahasiswa mampu memahami perencanaan kampanye hubungan masyarakat online (C2)</p> <p>Mahasiswa mampu membuat perencanaan kampanye hubungan masyarakat online secara kreatif dengan biaya efisien (P1 dan A5)</p>	<p>1. Ketepatan dalam memahami dan perencanaan kampanye hubungan masyarakat online</p> <p>2. Kemampuan dalam membuat perencanaan hubungan masyarakat online secara kreatif</p>	<p>Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan</p> <p>Bentuk Penilaian: - Diskusi - Q n A</p>	<p>Perkuliahan secara online:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kuliah asinkronus menggunakan Collabor <ul style="list-style-type: none"> o Mempelajari materi kuliah berupa video dan slide o Menjawab pertanyaan di forum diskusi sesuai topik yang diangkat o Mengumpulkan tugas mandiri ringkasan materi <p>TM: 3x50 BM: 3x60 BT: 3x60</p> <p>Tugas: - <i>Summary</i> atau ringkasan materi - Rancangan kampanye hubungan masyarakat online</p>	<p>1. Riset untuk perencanaan kampanye Hubungan Masyarakat Online</p> <p>2. Mengenal karakteristik khalayak internet dan media sosial</p> <p>3. Penerapan SEO dan SEM untuk memperluas khalayak dalam kampanye Hubungan Masyarakat Online</p> <p>4. Memantau efektivitas kampanye Hubungan Masyarakat Online</p> <p>5. Mengenal berbagai tolak ukur media Hubungan Masyarakat Online</p> <p>(Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intelligence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.)</p>	1 %
11	<p>Mahasiswa mampu memahami manfaat media sosial dalam melaksanakan kegiatan kehumasan (C2)</p> <p>Mahasiswa mampu membuat konten kreatif media sosial yang menarik dan orisinal/ tidak plagiat (P1 dan A5)</p>	<p>1. Ketepatan dalam memahami media sosial dan PR</p> <p>2. Kemampuan dalam membuat konten kreatif media sosial</p>	<p>Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan</p> <p>Bentuk Penilaian: - Diskusi Q n A</p>	<p>Perkuliahan secara online:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kuliah asinkronus menggunakan Collabor <ul style="list-style-type: none"> o Mempelajari materi kuliah berupa video dan slide o Menjawab pertanyaan di forum diskusi sesuai topik yang diangkat o Mengumpulkan tugas mandiri ringkasan materi <p>TM: 3x50 BM: 3x60 BT: 3x60</p> <p>Tugas: <i>Summary</i> atau ringkasan materi</p>	<p>1. Definisi Social Media;</p> <p>2. Ragam Media Sosial;</p> <p>3. Mengembangkan e-PR melalui Media Sosial;</p> <p>4. Keunggulan dan kelemahan penggunaan Media Sosial sebagai Media PR;</p> <p>5. Membuat Content Plan Media Sosial</p> <p>6. Membuat Content Media Sosial</p> <p>7. Contoh-contoh kasus di luar dan di dalam negeri</p> <p>(Scott, David Meerman. 2020. Seventh Edition. The New Rules of Marketing & PR: How to use content marketing, podcasting, social media, AI, live video,</p>	1%

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 308 HUBUNGAN MASYARAKAT ONLINE

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)
					and newsjacking to reach buyers directly. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.)	
12	Mahasiswa mampu membuat konten kreatif media sosial yang menarik dan orisinal/ tidak plagiat (P1 dan C6)	1. Kemampuan dalam membuat konten kreatif media sosial	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: - Diskusi Q n A	Perkuliahannya secara online: - Kuliah asinkronus menggunakan Collabor o Mempelajari materi kuliah berupa video dan slide o Menjawab pertanyaan di forum diskusi sesuai topik yang diangkat o Mengumpulkan tugas mandiri ringkasan materi TM: 3x50 BM: 3x60 BT: 3x60 Tugas: <i>Summary</i> atau ringkasan materi	Melihat sejauh mana persiapan membuat konten sosial media yang sesuai dengan perencanaan kampanye digital (Scott, David Meerman. 2020. Seventh Edition. <i>The New Rules of Marketing & PR: How to use content marketing, podcasting, social media, AI, live video, and newsjacking to reach buyers directly.</i> New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.)	1%
13	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang Publikasi Online (<i>social media release dan video release</i>) (C2) Mahasiswa dapat mengaplikasikan cara membuat <i>social media release dan video release</i> (P1 dan A5)	1. Ketepatan dalam memahami dan menjelaskan tentang Publikasi Online 2. Ketepatan dalam mengaplikasikan cara membuat <i>social media release dan video release</i>	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: - Diskusi - Q n A	Perkuliahannya secara online: - Kuliah asinkronus menggunakan Collabor o Mempelajari materi kuliah berupa video dan slide o Menjawab pertanyaan di forum diskusi sesuai topik yang diangkat o Mengumpulkan tugas mandiri ringkasan materi TM: 3x50 BM: 3x60 BT: 3x60 Tugas: - <i>Summary</i> atau ringkasan materi	1. Mengenal ragam publikasi online 2. Social Media Release 3. Video News Release 4. Prinsip-prinsip mengembangkan publikasi online 5. Contoh-contoh kasus (Scott, David Meerman. 2020. Seventh Edition. <i>The New Rules of Marketing & PR: How to use content marketing, podcasting, social media, AI, live video, and newsjacking to reach buyers directly.</i> New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.)	1%
14	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang pengukuran efektivitas	1. Ketepatan dalam memahami dan menjelaskan tentang	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan	Perkuliahannya secara online:	1. Mengenal beragam aktivitas online public Relations	3%

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 308 HUBUNGAN MASYARAKAT ONLINE

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)
	aktivitas hubungan masyarakat online (C2)	pengukuran efektivitas aktivitas hubungan masyarakat online	Bentuk Penilaian: - Diskusi - Q n A - Asistensi tugas akhir	<ul style="list-style-type: none"> - Kuliah asinkronus menggunakan Collabor <ul style="list-style-type: none"> o Mempelajari materi kuliah berupa video dan slide o Menjawab pertanyaan di forum diskusi sesuai topik yang diangkat o Mengumpulkan tugas mandiri ringkasan materi - Pengumpulan tugas kelompok melalui OneDrive <ul style="list-style-type: none"> o Mengumpulkan tugas kelompok berupa video presentasi dan paper <p>TM: 3x50 BM: 3x60 BT: 3x60</p> <p>Tugas: <i>Summary</i> atau ringkasan materi</p>	2. Pengukuran Efektivitas Media Sosial 3. Web Metrics dan Engagement (Arief, N. Nurlaela. 2019. <i>Public Relations in the Era of Artificial Intelligence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR</i> . Bandung: Simbiosis Rekatama Media.)	
15	Mahasiswa mampu merancang perencanaan kampanye digital yang menarik (P1 dan C6)	1. Kemampuan dalam membuat konten kreatif media sosial	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: Presentasi	Perkuliahan secara online: <ul style="list-style-type: none"> - Kuliah sinkronus menggunakan Zoom <ul style="list-style-type: none"> o Review video tugas prasyarat UAS o Revisi tugas kelompok untuk UAS <p>BM: 3x60 BT: 3x90</p>	1. Menjelaskan brand yang dipilih 2. Menjelaskan kampanye yang akan dilaksanakan 3. Menampilkan konten kampanye digital (Arief, N. Nurlaela. 2019. <i>Public Relations in the Era of Artificial Intelligence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR</i> . Bandung: Simbiosis Rekatama Media.) (Scott, David Meerman. 2020. <i>Seventh Edition. The New Rules of Marketing & PR: How to use content marketing, podcasting, social media, AI, live video, and newsjacking to reach buyers directly</i> . New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.)	5%



**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
COM 308
HUBUNGAN MASYARAKAT ONLINE**

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)
16	Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa					



**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
COM 308
HUBUNGAN MASYARAKAT ONLINE**