



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 312 PRODUKSI MEDIA HUBUNGAN MASYARAKAT

Issue/Revisi	: R2	Tanggal	: Februari 2021
Mata Kuliah	: Produksi Media Hubungan Masyarakat	Kode MK	: COM 312
Rumpun MK	: MKMI & MKP	Semester	: 6
Dosen Pengampu	: Reni Dyanasari, M.Si	Bobot (sks)	: 3 sks
Penyusun,  Reni Dyanasari, M.Si	Menyetujui,  Naurissa Biasini, M.I.Kom	Mengesahkan,  Dra. Clara Evi C. Citraningtyas, 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 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
	P2 Menguasai prinsip dan teknik persuasi serta penerapannya dalam berbagai konteks komunikasi secara lisan maupun tertulis.
	KK1 Mampu merancang, melaksanakan dan mengevaluasi program komunikasi melalui pencarian, identifikasi, dan pemanfaatan informasi tentang kebutuhan dan karakteristik publik organisasi dalam berbagai bentuk dan berbagai jenjang organisasi
	KK2 Mampu menghasilkan karya di bidang komunikasi yang sesuai dengan etika dan dapat disalurkan melalui media, dengan mengaplikasikan teknologi komunikasi dan informasi.
KK3 Mampu melakukan pengumpulan data terkait kebutuhan <i>stakeholders</i> untuk merancang strategi hubungan masyarakat yang memiliki tujuan spesifik, pesan	



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 312 PRODUKSI MEDIA HUBUNGAN MASYARAKAT

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER		
		yang sesuai, serta monitoring dan evaluasi strategi hubungan masyarakat tersebut.
	CP-MK	
	M1	Mahasiswa memahami konsep menulis dan media-media yang dibutuhkan dalam bidang hubungan masyarakat (C2)
	M2	Mahasiswa mampu merancang dan membuat produk-produk hubungan masyarakat (A4, C6)
	M3	Mahasiswa mampu mengaplikasikan konsep menjadi sebuah karya yang dapat digunakan untuk kegiatan dalam bidang hubungan masyarakat (A5, C6)
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.	
Media Pembelajaran	Perangkat Lunak:	Perangkat Keras:
	Adobe Premiere Microsoft Office & Excel Zoom Meeting Collabor UPJ	Laptop Smart phone
Team Teaching	Reni Dyanasri, M.Si	
Mata Kuliah Prasyarat	Strategi dan Taktik Hubungan Masyarakat	
Bobot Penilaian	Kehadiran	10%
	Tugas Vol 1, Tugas Vol 2, Keaktifan Kelas dan QnA	35%
	Ujian Tengah Semester	20%
	Ujian Akhir Semester	35%

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 312 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 dengan berbagai pihak terkait agar 	<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 pemantauan dan evaluasi dari program PR 	<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: 3 x 50" Daring melalui aplikasi Zoom</p> <p>BT: 3 x 60" BM: 3 x 60" Daring melalui collabor dengan menampilkan slide presentasi, kegiatan diskusi melalui forum dan page video pendukung materi dan contoh kampanye. Tugas diberikan pada dan dikumpulkan dengan fitur assignment. Progress perancangan kampanye setiap minggu di unggah melalui drive masing-</p>	<p>Pengertian PR, Fungsi dan Tugas PR, Stakeholders PR, Perbedaan PR dan Marketing dan PR <i>Campaign Planning</i>; 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>	5

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 312 PRODUKSI MEDIA HUBUNGAN MASYARAKAT

	kampanye berjalan maksimal (C6, A5)			<p>masing kelompok</p> <p>Tugas 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat Agency • Membuat Company Profile Agency • Membuat Business Kit <p>Tugas 2:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Progres 1 Kampanye <p>Tugas 3</p> <ul style="list-style-type: none"> • Progres 2 Kampanye 2 	<p>Pustaka: Newson, Jim Haynes (2011) Public Relations Writing, 9th Edition</p>	
4-5	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa mampu menghasilkan rancangan kampanye dengan mempertimbangkan masukan dari 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:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diskusi • Q n A • Asistensi • Presentasi 	<p>TM: 3 x 50" BT: 3 x 60" BM: 3 x 60"</p> <p>Daring melalui collabor dengan menampilkan slide presentasi, kegiatan diskusi melalui forum dan page video pendukung materi</p> <p>Tugas 4: Presentasi konsep kampanye melalui</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>	5

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 312 PRODUKSI MEDIA HUBUNGAN MASYARAKAT

				zoom meeting		
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 rancangan kampanye PR (C2,A5) 3. Mahasiswa mampu memahami dan membuat perencanaan <i>copywriting</i> untuk berbagai media PR yang digunakan untuk mengomunikasikan kampanye PR (C5, C6, A4) 	<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 yang dipilih sebagai sarana untuk menyampaikan pesan kampanye 	<p>Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan pemahaman mengenai perencanaan kampanye yang dibuat</p> <p>Bentuk Penilaian:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diskusi • Presentasi • Paper • Q n A 	<p>TM: 3 x 50" Daring melalui aplikasi Zoom BT: 3 x 60" BM: 3 x 60" Daring melalui collabor dengan menampilkan slide presentasi, kegiatan diskusi melalui forum dan page video pendukung materi. Progress perancangan kampanye setiap minggu di unggah melalui drive masing-masing kelompok</p> <p>Tugas 5 : Advertising 1</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
8	Evaluasi Tengah Semester : Ujian tertulis. Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya (20)					
9,10, 11	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa mampu memahami dan membuat pesan kampanye pada media digital (media sosial) (C2, C1) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan pemahaman tentang proses pembuatan media kit dan kegunaan dari 	<p>Kriteria: Ketepatan Penguasaan dan Pembuatan Media PR untuk</p>	<p>TM: 3 x 50" Daring melalui aplikasi Zoom BT: 3 x 60" BM: 3 x 60"</p>	<p>Kampanye PR online, Media Kit (undangan media, cover letter, press release, fact sheet,</p>	10

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 312 PRODUKSI MEDIA HUBUNGAN MASYARAKAT

	<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>	<p>masing-masing media kit.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan pemahaman tentang memproduksi pesan kampanye PR melalui media digital • Ketepatan pemahaman mengenai media untuk mendukung pesan kampanye meliputi newsletter, brosur, internal magazine 	<p>mendukung pesan kampanye</p> <p>Bentuk Penilaian:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diskusi • Q n A • Artikel • Produksi Media PR 	<p>Daring melalui collabor dengan menampilkan slide presentasi, kegiatan diskusi melalui forum dan page video pendukung materi.</p> <p>Progress perancangan kampanye setiap minggu di unggah melalui drive masing-masing kelompok</p> <p>Tugas 6: Advertising 2</p> <p>Tugas 7: Media Kit</p>	<p>biography, quotes from media, brosur), Internal Magazine.</p> <p>Pustaka: Newson, Jim Haynes (2011) Public Relations Writing, 9th Edition</p>	
12, 13	<p>1. Mahasiswa mampu memahami dan membuat konsep pesan yang akan disampaikan melalui iklan layanan masyarakat/ <i>public service announcement</i> (PSA) (C5, C6, A4)</p> <p>2. Mahasiswa mampu mempresentasikan hasil iklan layanan masyarakat yang dikaitkan dengan pesan kampanye (C6, A4)</p>	<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: 3 x 50" BT: 3 x 60" BM: 3 x 60"</p> <p>Daring melalui collabor dengan menampilkan slide presentasi, kegiatan diskusi melalui forum dan page video pendukung materi</p>	<p>Definisi PSA, Teknik pembuatan PSA, Fungsi PSA</p>	5

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM 312 PRODUKSI MEDIA HUBUNGAN MASYARAKAT

				Tugas 8: Konsep PSA		
14, 15	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan revisi dan masukan dari praktisi Mahasiswa mampu mempresentasikan detail 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: 3 x 50" Daring melalui aplikasi Zoom</p> <p>BT: 3 x 60" BM: 3 x 60" Daring melalui collabor dengan menampilkan slide presentasi dan page video pendukung materi. Progress perancangan kampanye setiap minggu di unggah melalui drive masing-masing kelompok</p>	<p>Pustaka: Newson, Jim Haynes (2011) Public Relations Writing, 9th Edition</p>	5
16	Evaluasi Akhir Semester: Pameran. Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa (35)					