



**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUMANIORA DAN BISNIS**

**SPT-I/03/BP/POB-
01/F-02**

Issue/Revisi : A0

| | | | |
|--|--|---|---|
| Mata Kuliah | : Komunikasi Persuasif | Tanggal | : 27 Juni 2023 |
| Kode MK | : KOM204 | Rumpun MK | : MKWP |
| Bobot (sks) | T (Teori) : 3 P (Praktik/Praktikum) : 0 | Semester | : 4 |
| Dosen Pengembang RPS,  Fathiyah Nur Rahmi, M.I.Kom. | Koordinator Keilmuan,  Fathiyah Nur Rahmi, M.I.Kom. | Kepala Program Studi,  Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom. | Dekan,  Dra. Clara Evi C. Citraningtyas, M.A., Ph.D |

| RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER | |
|-------------------------------|--|
| Capaian Pembelajaran (CP) | CPL – PRODI yang dibebankan pada MK |
| | 23-KOM-CPL-03 Menampilkan sikap mandiri, bertanggungjawab sesuai nilai, norma, dan etika akademik kajian Ilmu Komunikasi dan berjiwa kewirausahaan. |
| | 23-KOM-CPL-06 Membentuk kemampuan berpikir tingkat tinggi (High Order Thinking Skill) seperti komunikasi, kolaborasi, berpikir kritis, dan kreatif dalam menghadapi era industri dan perkembangannya di luar program studi melalui program MBKM. |
| | 23-KOM-CPL-08 Membuktikan tanggung jawab atas pencapaian hasil kerja berdasarkan proses pengambilan keputusan yang tepat dengan memelihara dan mengembangkan jaringan kerja. |
| | 23-KOM-CPL-10 Merancang pesan komunikasi berdasarkan hasil analisis atau kajian terhadap masalah atau isu komunikasi dalam berbagai konteks. |
| | Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK) |
| | 23-KOM-CPMK-031 Mampu menerangkan konsep teoritis di bidang komunikasi sesuai dengan etika dan norma yang berlaku |
| | 23-KOM-CPMK-062 Mampu mendemonstrasikan keterampilan di bidang komunikasi secara kreatif dan kolaboratif. |
| | 23-KOM-CPMK-081 Mampu mengaitkan konsep dan teori dengan fenomena komunikasi dalam proses pengambilan keputusan secara tepat |

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

| | |
|-----------------|--|
| 23-KOM-CPMK-102 | Mampu merencanakan isi pesan komunikasi berdasarkan hasil analisis atau kajian terhadap masalah atau isu komunikasi dalam berbagai konteks |
|-----------------|--|

Kemampuan Akhir Tiap Tahap Belajar (Sub-CPMK)

| | |
|-------------------|--|
| 23-KOM-SCPMK-0317 | Mahasiswa mampu menjelaskan dasar- dasar komunikasi persuasif dan konsep persuasif dalam era Teknologi, Informasi dan Komunikasi. |
| 23-KOM-SCPMK-0621 | Mahasiswa mampu mengimplementasikan komunikasi persuasif dalam berbagai bentuk narasi, serta mengimplementasikan persuasi komunikasi interpersonal di kehidupan sehari-hari. |
| 23-KOM-SCPMK-0812 | Mahasiswa mampu menelaah konsep dan teori komunikasi persuasif dengan fenomena komunikasi mengenai kredibilitas komunikator, pesan, dan media komunikasi untuk mempersuasi komunikan. |
| 23-KOM-SCPMK-1021 | Mahasiswa mampu menyusun isi pesan persuasif dan merencanakan penerapan tools Integrated Marketing Communication menggunakan media digital mengenai isu komunikasi dalam berbagai konteks. |

Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK

| | | | | |
|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 23-KOM-SCPMK-0317 | 23-KOM-SCPMK-0621 | 23-KOM-SCPMK-0812 | 23-KOM-SCPMK-1021 |
| 23-KOM-CPMK-031 | √ | | | |
| 23-KOM-CPMK-062 | | √ | | |
| 23-KOM-CPMK-081 | | | √ | |
| 23-KOM-CPMK-102 | | | | √ |

| Kode CPL | Kode CPMK | Kode Sub CPMK | Indikator | Metode Penilaian | Bobot |
|---------------|-----------------|-------------------|--|---|-------|
| 23-KOM-CPL-03 | 23-KOM-CPMK-031 | 23-KOM-SCPMK-0317 | Kelengkapan jawaban mahasiswa dalam menjelaskan dasar- dasar komunikasi persuasif dan konsep persuasif dalam era Teknologi, Informasi dan Komunikasi. | Unjuk Kerja (Tugas Individu) | 5% |
| 23-KOM-CPL-06 | 23-KOM-CPMK-062 | 23-KOM-SCPMK-0621 | Kelengkapan jawaban mahasiswa dalam mengimplementasikan komunikasi persuasif dalam berbagai bentuk narasi, serta mengimplementasikan persuasi komunikasi interpersonal di kehidupan sehari-hari. | Unjuk Kerja (Diskusi kelompok dan Tugas Individu) Partisipasi (Kuis) | 25% |

| RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER | | | | | |
|--|---|-------------------|--|--|-----|
| 23-KOM-CPL-08 | 23-KOM-CPMK-081 | 23-KOM-SCPMK-0812 | Kelengkapan jawaban mahasiswa dalam menelaah konsep dan teori komunikasi persuasif dengan fenomena komunikasi mengenai kredibilitas komunikator, pesan, dan media komunikasi untuk mempersuasi komunikan. | Unjuk Kerja (Diskusi kelompok) Tes Tertulis | 35% |
| 23-KOM-CPL-10 | 23-KOM-CPMK-102 | 23-KOM-SCPMK-1021 | Kualitas hasil produksi dalam tahap menyusun isi pesan persuasif dan merencanakan penerapan tools Integrated Marketing Communication menggunakan media digital mengenai isu komunikasi dalam berbagai konteks. | Unjuk Kerja (Presentasi) Observasi (Projek) | 35% |
| Deskripsi Singkat MK | Mata kuliah ini membahas prinsip dasar komunikasi persuasif, teori terkait, hingga teknik dan strategi komunikasi persuasif serta peran media baru dalam kehidupan dan signifikansinya dalam menyampaikan pesan di ruang publik. Mahasiswa juga merancang karya komunikasi sebagai bagian dari pesan persuasif. | | | | |
| Bahan Kajian : Materi Pembelajaran/Pokok Bahasan | Critical Thinking & Creative Strategy, Teori Komunikasi | | | | |
| Pustaka | Utama | | | | |
| | 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. | | | | |
| | Pendukung | | | | |
| | Arief, N. Nurlaela. 2019. Public Relations in the Era of Artificial Intelligence: Bagaimana Big Data dan AI Merevolusi dunia PR. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. | | | | |
| Media Pembelajaran | Perangkat Lunak: | | Perangkat Keras: | | |
| | Power Point, Collabor | | Komputer, LCD Projector, Speaker | | |

| Minggu ke- | Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan) | Penilaian | | Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu) | | Materi Pembelajaran (Pustaka) | Bobot Penilaian (%) |
|------------|--|---|--|---|------------|--|---------------------|
| | | Indikator | Kriteria & Bentuk Penilaian | Luring (5) | Daring (6) | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | |
| 1 | Mahasiswa mampu menjelaskan kembali dasar- dasar komunikasi persuasif dan konsep persuasif dalam era Teknologi, Informasi dan Komunikasi. (C2) | Ketepatan dalam menjelaskan dasar- dasar persuasi dan komunikasi persuasif serta implementasinya dalam kehidupan sehari- hari. | Kriteria: Rubrik holistik. Bentuk penilaian: Unjuk Kerja (Tugas Individu) <ul style="list-style-type: none"> Tanya Jawab Diskusi | Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka. Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus. Waktu: TM: 3x50" TS: 3x60" TM:3x60" Tugas Individu: Membuat essay studi kasus mengenai konsep komunikasi persuasif | | 1. Pengantar konsep persuasi 2. Pengertian Konsep dan Ruang Lingkup Komunikasi Persuasif serta posisinya dalam disiplin Ilmu Komunikasi Pustaka: Perloff, Richard M. 2017. The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitudes in The 21st Century. New York. Routledge | 2,5 |
| 2 | Mahasiswa mampu menjelaskan kembali dasar- dasar komunikasi persuasif dan konsep persuasif dalam era Teknologi, Informasi dan Komunikasi. (C2) | Ketepatan dalam menjelaskan konsep-konsep dari Komunikasi Persuasif serta implementasi komunikasi persuasif dalam Era TIK (Teknologi, Informasi dan Komunikasi) | Kriteria: Rubrik holistik. Bentuk penilaian: Unjuk Kerja (Tugas Individu) <ul style="list-style-type: none"> Tanya Jawab Diskusi | Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka. Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus. Waktu: TM: 3x50" TS: 3x60" TM:3x60" Tugas Individu: Membuat essay studi kasus mengenai konsep komunikasi persuasif | | 1. Sejarah perkembangan komunikasi persuasif 2. Pengaruh perkembangan era TIK pada komunikasi persuasif Pustaka: Perloff, Richard M. 2017. The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitudes in The 21st Century. New York. Routledge | 2,5 |

| Minggu ke- | Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan) | Penilaian | | Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu) | | Materi Pembelajaran (Pustaka) | Bobot Penilaian (%) |
|------------|---|---|---|---|--|---|---------------------|
| | | Indikator | Kriteria & Bentuk Penilaian | Luring (5) | Daring (6) | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | |
| 3 | Mahasiswa mampu mengimplementasikan komunikasi persuasif dalam berbagai bentuk narasi, serta mengimplementasikan persuasi komunikasi interpersonal di kehidupan sehari-hari. (C3) | Ketepatan dalam menjelaskan perspektif etika dalam Komunikasi Persuasif | Kriteria: Rubrik analitik. Bentuk penilaian: Unjuk Kerja (Diskusi Kelompok) <ul style="list-style-type: none"> Tanya Jawab Diskusi Tugas Kelompok | Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka. Metode: Ceramah, Diskusi Kelompok, Studi kasus. Waktu: TM: 3x50" TS: 3x60" TM:3x60" Tugas Kelompok Makalah, yang terdiri dari latar belakang, konsep, analisis implementasi berbagai konsep komunikasi persuasif | | 1. Pengertian Etika dalam konteks persuasif 2. Berbagai jenis Etika dalam Komunikasi Persuasif 3. Implementasi Etika Komunikasi persuasif di masyarakat Pustaka: Perloff, Richard M. 2017. The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitudes in The 21st Century. New York. Routledge | 5 |
| 4 | Mahasiswa mampu mengimplementasikan komunikasi persuasif dalam berbagai bentuk narasi, serta mengimplementasikan persuasi komunikasi interpersonal di kehidupan sehari-hari. (C3) | Ketepatan dalam menjelaskan konsep attitude dalam komunikasi persuasif | Kriteria: Rubrik analitik Bentuk penilaian: Unjuk Kerja (Diskusi Kelompok) <ul style="list-style-type: none"> Tanya Jawab Diskusi Tugas Kelompok | | Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka. Metode: Ceramah, Diskusi Kelompok, Studi kasus. Waktu: TM: 3x50" TS: 3x60" TM:3x60" Tugas Kelompok Makalah, yang terdiri dari latar belakang, konsep, | 1. Pengertian konsep attitude dalam Komunikasi Persuasif 2. Konsep attitude dalam penelitian komunikasi Pustaka: Perloff, Richard M. 2017. The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitudes in The 21st Century. New York. Routledge | 5 |

| Minggu ke- | Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan) | Penilaian | | Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu) | | Materi Pembelajaran (Pustaka) | Bobot Penilaian (%) |
|------------|--|--|---|---|--|--|---------------------|
| | | Indikator | Kriteria & Bentuk Penilaian | Luring (5) | Daring (6) | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | |
| | | | | | analisis implementasi berbagai konsep komunikasi persuasif | | |
| 5 | Mahasiswa mampu mengimplementasikan komunikasi persuasif dalam berbagai bentuk narasi, serta mengimplementasikan persuasi komunikasi interpersonal di kehidupan sehari-hari. (C3) | Ketepatan dalam menjelaskan proses komunikasi persuasif | Kriteria: Rubrik analitik. Bentuk penilaian: Unjuk Kerja (Diskusi Kelompok) <ul style="list-style-type: none"> Tanya Jawab Diskusi Tugas Kelompok | Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka. Metode: Ceramah, Diskusi Kelompok, Studi kasus. Waktu: TM: 3x50" TS: 3x60" TM:3x60" Tugas Kelompok Makalah, yang terdiri dari latar belakang, konsep, analisis implementasi berbagai konsep komunikasi persuasif | | 1. Menguraikan unsur-unsur proses komunikasi persuasif 2. Proses Komunikasi Persuasif dalam penelitian (teori teori Persuasi) Pustaka: Perloff, Richard M. 2017. The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitudes in The 21st Century. New York. Routledge | 5 |
| 6 | Mahasiswa mampu menelaah konsep dan teori komunikasi persuasif dengan fenomena komunikasi mengenai kredibilitas komunikator, pesan, dan media komunikasi untuk mempersuasi komunikan. (C4) | Ketepatan dalam menguraikan kualitas komunikator yang persuasif dan mempersuasi komunikan. | Kriteria: Rubrik analitik. Bentuk penilaian: Unjuk Kerja (Diskusi Kelompok) <ul style="list-style-type: none"> Tanya Jawab Diskusi Tugas Kelompok | Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka. Metode: Ceramah, Diskusi Kelompok, Studi kasus. Waktu: TM: 3x50" TS: 3x60" TM:3x60" | | 1. Unsur Komunikator dan Komunikan dalam Komunikasi Persuasif 2. Penilaian kualitas komunikator Pustaka: Perloff, Richard M. 2017. The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitudes in The 21st | 5 |

| Minggu ke- | Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan) | Penilaian | | Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu) | | Materi Pembelajaran (Pustaka) | Bobot Penilaian (%) |
|------------|--|---|---|---|------------|---|---------------------|
| | | Indikator | Kriteria & Bentuk Penilaian | Luring (5) | Daring (6) | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | |
| | | | | Tugas Kelompok Makalah, yang terdiri dari latar belakang, konsep, analisis implementasi berbagai konsep komunikasi persuasif | | Century. New York. Routledge | |
| 7 | <p>Mahasiswa mampu mengimplementasikan komunikasi persuasif dalam berbagai bentuk narasi, serta mengimplementasikan persuasi komunikasi interpersonal di kehidupan sehari-hari. (C3)</p> <p>Mahasiswa mampu menelaah konsep dan teori komunikasi persuasif dengan fenomena komunikasi mengenai kredibilitas komunikator, pesan, dan media komunikasi untuk mempersuasi komunikan. (C4)</p> | Ketepatan dalam menguraikan pesan-pesan persuasif. | <p>Kriteria: Rubrik analitik.</p> <p>Bentuk penilaian:</p> <ol style="list-style-type: none"> Partisipasi (Kuis) Unjuk Kerja (Diskusi Kelompok) <ul style="list-style-type: none"> Tanya Jawab Diskusi Tugas Kelompok | <p>Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka.</p> <p>Metode: Ceramah, Diskusi kelompok, Studi kasus.</p> <p>Waktu: TM: 3x50" TS: 3x60" TM:3x60"</p> <p>Tugas Kelompok Makalah, yang terdiri dari latar belakang, konsep, analisis implementasi berbagai konsep komunikasi persuasif</p> <p>Kuis tertulis: Review materi 1-7</p> | | <ol style="list-style-type: none"> Pentingnya unsur pesan dalam komunikasi persuasif Jenis jenis pesan Komunikasi Persuasif dan implementasinya dalam kehidupan sehari-hari | 7,5 |
| 8 | Evaluasi Tengah Semester : Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya (20%) Tes Tertulis | | | | | | |
| 9 | Mahasiswa mampu menelaah konsep dan teori komunikasi persuasif dengan fenomena komunikasi mengenai kredibilitas komunikator, | Ketepatan dalam menjelaskan mengenai penerapan media modern sebagai media persuasi yang efektif | <p>Kriteria: Rubrik analitik.</p> <p>Bentuk penilaian: Unjuk Kerja (Diskusi Kelompok)</p> | Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka. | | <ol style="list-style-type: none"> Sejarah perkembangan media di masyarakat Berbagai media | 5 |

| Minggu ke- | Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan) | Penilaian | | Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu) | | Materi Pembelajaran (Pustaka) | Bobot Penilaian (%) |
|------------|--|---|--|--|------------|--|---------------------------|
| | | Indikator | Kriteria & Bentuk Penilaian | Luring (5) | Daring (6) | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | |
| | pesan, dan media komunikasi untuk mempersuasi komunikan. (C4) | | <ul style="list-style-type: none"> Tanya Jawab Diskusi Tugas Kelompok | Metode: Ceramah, Diskusi Kelompok, Studi kasus. Waktu: TM: 3x50" TS: 3x60" TM:3x60" Tugas Kelompok Makalah, yang terdiri dari latar belakang, konsep, analisis implementasi berbagai konsep komunikasi persuasif | | Komunikasi Persuasif 2. Penggunaan media dalam praktik komunikasi persuasif Pustaka: Perloff, Richard M. 2017. The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitudes in The 21st Century. New York. Routledge | |
| 10 | Mahasiswa mampu mengimplementasikan komunikasi persuasif dalam berbagai bentuk narasi, serta mengimplementasikan persuasi komunikasi interpersonal di kehidupan sehari-hari.(C3) | Ketepatan dalam mengimplementasikan komunikasi persuasif pada berbagai bentuk narasi. | Kriteria: Rubrik analitik. Bentuk penilaian: Unjuk Kerja (Tugas Individu) <ul style="list-style-type: none"> Tanya Jawab Diskusi Tugas Individu | Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka. Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus. Waktu: TM: 3x50" TS: 3x60" TM:3x60" Tugas Individu: Membuat video narasi persuasi | | 1. Sejarah Persuasi narasi dalam studi Komunikasi Persuasi 2. Pentingnya studi Persuasi narasi dalam penelitian media baru komunikasi Pustaka: Perloff, Richard M. 2017. The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitudes in The 21st Century. New York. Routledge | 5 |
| 11 | Mahasiswa mampu mengimplementasikan komunikasi persuasif dalam berbagai bentuk | Ketepatan dalam mengimplementasikan persuasi | Kriteria: Rubrik analitik. | Bentuk: Kuliah pertemuan tatap muka. | | Komunikasi Persuasif Interpersonal dan Perkembangan | 2,5 |

| Minggu ke- | Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan) | Penilaian | | Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu) | | Materi Pembelajaran (Pustaka) | Bobot Penilaian (%) |
|------------|---|---|--|---|--|---|---------------------|
| | | Indikator | Kriteria & Bentuk Penilaian | Luring (5) | Daring (6) | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | |
| | narasi, serta mengimplementasikan persuasi komunikasi interpersonal di kehidupan sehari-hari.(C3) | komunikasi interpersonal dalam kehidupan sehari-hari | Bentuk penilaian: Partisipasi (Keaktifan dan Kuis) <ul style="list-style-type: none"> • Tanya Jawab • Diskusi • Kuis | Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus, Kuis Waktu: TM: 3x50" TS: 3x60" TM:3x60" | | komunikasi persuasif di era media baru. Pustaka: Perloff, Richard M. 2017. The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitudes in The 21st Century. New York. Routledge | |
| 12 | Mahasiswa mampu menyusun perencanaan kampanye persuasif dan merencanakan penerapan tools Integrated Marketing Communication menggunakan media digital mengenai isu komunikasi dalam berbagai konteks.(C6) | Ketepatan dalam menyusun komunikasi persuasif pada iklan dan IMC. | Kriteria: Rubrik analitik. Bentuk penilaian: Observasi (Projek) <ul style="list-style-type: none"> • Tanya Jawab • Diskusi • Tugas Kelompok (Proposal) | | Bentuk: Kuliah daring Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus. Waktu: TM: 3x50" TS: 3x60" TM:3x60" Tugas Kelompok <ul style="list-style-type: none"> • Membuat proposal perencanaan bentuk kampanye persuasif yang terdiri dari latar belakang, konsep, analisis implementasi berbagai konsep | 1. Komunikasi Persuasif pada Iklan dan IMC 2. Perkembangan penerapan media baru dalam dunia periklanan dan IMC Pustaka: Perloff, Richard M. 2017. The Dynamics of Persuasion, Communication and Attitudes in The 21st Century. New York. Routledge | 2,5 |

| Minggu ke- | Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan) | Penilaian | | Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu) | | Materi Pembelajaran (Pustaka) | Bobot Penilaian (%) |
|------------|---|--|--|---|---|--|---------------------|
| | | Indikator | Kriteria & Bentuk Penilaian | Luring (5) | Daring (6) | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | |
| | | | | | komunikasi persuasi. • Produksi salah satu bentuk kampanye persuasif | | |
| 13 | Mahasiswa mampu menyusun perencanaan kampanye persuasif dan merencanakan penerapan tools Integrated Marketing Communication menggunakan media digital mengenai isu komunikasi dalam berbagai konteks.(C6) | Ketepatan dalam mengimplementasikan implementasi persuasif digital pada media digital. | Kriteria: Rubrik analitik. Bentuk penilaian: Observasi (Projek) • Tanya Jawab • Diskusi • Tugas Kelompok (Proposal) | Bentuk: Kuliah daring Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus. Waktu: TM: 3x50" TS: 3x60" TM:3x60" Tugas Kelompok • Membuat proposal perencanaan bentuk kampanye persuasif yang terdiri dari latar belakang, konsep, analisis implementasi berbagai konsep komunikasi persuasi. • Produksi salah satu bentuk kampanye persuasif | | 1. Sejarah Komunikasi Persuasif Digital 2. Perkembangan penelitian terkait komunikasi persuasif digital | 2,5 |

| Minggu ke- | Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan) | Penilaian | | Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu) | | Materi Pembelajaran (Pustaka) | Bobot Penilaian (%) |
|------------|---|---|---|---|------------|--|---------------------|
| | | Indikator | Kriteria & Bentuk Penilaian | Luring (5) | Daring (6) | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | |
| 14 | Mahasiswa mampu menyusun perencanaan kampanye persuasif dan merencanakan penerapan tools Integrated Marketing Communication menggunakan media digital mengenai isu komunikasi dalam berbagai konteks.(C6) | Ketepatan dalam menyusun dan mempresentasikan perencanaan kampanye persuasif digital dalam berbagai bentuk media publikasi. | Kriteria: Rubrik analitik. Bentuk penilaian: Observasi (Projek) Unjuk Kerja (Presentasi) <ul style="list-style-type: none"> Tanya Jawab Diskusi Tugas Kelompok (Proposal) Presentasi kelompok | Bentuk: Kuliah daring Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus. Waktu: TM: 3x50" TS: 3x60" TM:3x60" Tugas Kelompok <ul style="list-style-type: none"> Membuat proposal perencanaan bentuk kampanye persuasif yang terdiri dari latar belakang, konsep, analisis implementasi berbagai konsep komunikasi persuasi. Produksi salah satu bentuk kampanye persuasif Presentasi kelompok | | 1. Perencanaan Kampanye Persuasif dilihat dari unsur Komunikator, Pesan, Media, Komunikan. 2. Presentasi kelompok | 2,5 |
| 15 | Mahasiswa mampu menyusun perencanaan kampanye persuasif dan merencanakan penerapan tools Integrated Marketing Communication menggunakan media digital | Ketepatan dalam menyusun dan mempresentasikan perencanaan kampanye persuasif digital dalam berbagai bentuk media publikasi. | Kriteria: Rubrik analitik. Bentuk penilaian: Observasi (Projek) Unjuk Kerja (Presentasi) <ul style="list-style-type: none"> Tanya Jawab | Bentuk: Kuliah daring Metode: Ceramah, Diskusi, Studi kasus. | | 1. Perencanaan Kampanye Persuasif dilihat dari unsur Komunikator, | 7,5 |

| Minggu ke- | Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan) | Penilaian | | Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu) | | Materi Pembelajaran (Pustaka) | Bobot Penilaian (%) |
|------------|---|-----------|---|--|------------|--|---------------------|
| | | Indikator | Kriteria & Bentuk Penilaian | Luring (5) | Daring (6) | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | |
| | mengenai isu komunikasi dalam berbagai konteks.(C6) | | <ul style="list-style-type: none"> Diskusi Tugas Kelompok (Proposal) Presentasi kelompok | Waktu: TM: 3x50" TS: 3x60" TM:3x60" Tugas Kelompok <ul style="list-style-type: none"> Membuat proposal perencanaan bentuk kampanye persuasif yang terdiri dari latar belakang, konsep, analisis implementasi berbagai konsep komunikasi persuasi. Produksi salah satu bentuk kampanye persuasif Presentasi kelompok | | Pesan, Media, Komunikas. 2. Presentasi kelompok | |
| 16 | Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa (20%) | | | | | | |