

Mata Kuliah	: Strategi dan Taktik Hubungan Masyarakat	Tanggal	: 30 Juli 2025
Kode MK	: KOM505	Rumpun MK	: MKP
Bobot (sks)	T (Teori) : 2 P (Praktik/Praktikum) : 1	Semester	: 5
Dosen Pengembang RPS, 	Koordinator Keilmuan, 	Kepala Program Studi, 	Dekan 
Fathiyah Nur Rahmi, S.I.Kom., M.I.Kom.	Fathiyah Nur Rahmi, S.I.Kom., M.I.Kom.	Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom.	Dra. Clara Evi C. Citraningtyas, M.A., Ph.D.

NOMOR TUGAS
1
BENTUK TUGAS
Tugas - aspek kognitif
JUDUL TUGAS
Makalah Analisis Fase Strategi dan Taktik Aktivitas Hubungan Masyarakat
SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (SUB CPMK)
Mahasiswa mampu menganalisis produk komunikasi yang dihasilkan organisasi sebagai penerapan praktik perencanaan strategis hubungan masyarakat. (C4)
DESKRIPSI TUGAS
Mahasiswa menganalisis fase perencanaan strategi dan taktik Hubungan Masyarakat pada sebuah brand.
METODE Pengerjaan Tugas

Mahasiswa membuat kelompok yang terdiri dari 4-5 orang. Melakukan analisis setiap minggunya mengenai setiap fase strategi taktik. Adapun rincian tugas adalah:

1. Melakukan analisis pada kampanye Hubungan Masyarakat yang telah dilakukan sebelumnya dan menganalisis isu sosial untuk menjadi referensi kampanye.
2. Melakukan analisis organisasi (SWOT Analysis, dan visi misi) pada sebuah brand.
3. Melakukan analisis publik (Enablers, Costumer, Producers, Limiters) pada sebuah brand.
4. Melakukan analisis goals dan objective pada sebuah brand.
5. Melakukan analisis strategi proactive dan reactive sebuah brand.
6. Melakukan analisis Taktik kampanye sebuah brand.
7. Melakukan analisis timeline dan budgeting kampanye sebuah brand.

Mahasiswa kemudian mempresentasikan hasil analisis dilanjutkan dengan diskusi.

BENTUK DAN FORMAT LUARAN

PDF dan PPT

INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN

1. Kelengkapan (20%)
2. Kualitas Materi (60%)
3. Kreativitas (20%)

JADWAL PELAKSANAAN

Pertemuan ke 2-6, 9-13.

LAIN-LAIN

-

DAFTAR RUJUKAN

Smith, D. (2021). Strategic Planning for Public Relations, 6th Ed. New York: Routledge.

Tench., R., Waddington, S. (2021). Exploring Public Relations: Global Strategic Communication 5th Ed. Harlow: Pearson Education Limited.

Coursera:

<https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications>

NOMOR TUGAS

2
BENTUK TUGAS
Tugas - aspek kognitif Presentasi Akhir – Project Based Learning
JUDUL TUGAS
Makalah Perencanaan Kampanye berdasarkan Strategi dan Taktik Aktivitas Hubungan Masyarakat
SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (SUB CPMK)
Mahasiswa mampu merancang perencanaan program/kampanye hubungan masyarakat berbasis data secara kolaboratif dan adaptif di era digital dalam konteks multimedia journalism dan public relations. (C6)
DESKRIPSI TUGAS
Mahasiswa membuat perencanaan strategi dan taktik Hubungan Masyarakat pada sebuah brand.
METODE Pengerjaan Tugas
Mahasiswa membuat kelompok yang terdiri dari 4-5 orang kemudian membuat perencanaan strategi taktik berdasarkan hasil analisis setiap minggunya mengenai setiap fase strategi taktik. Adapun rincian tugas adalah: <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat makalah: Perencanaan kampanye PR pada sebuah brand sesuai dengan fase strategi dan taktik (Formatif, Strategi, Taktik, Evaluasi). 2. Presentasi Kelompok: Melakukan presentasi hasil perencanaan kampanye PR pada sebuah brand (NGO atau profit). Mahasiswa kemudian mempresentasikan hasil analisis dilanjutkan dengan diskusi.
BENTUK DAN FORMAT LUARAN
PDF dan PPT
INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan (20%) 2. Kualitas Materi (60%) 3. Kreativitas (20%)
JADWAL PELAKSANAAN
Pertemuan ke 13-15



**RENCANA TUGAS MAHASISWA (RTM)
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUMANIORA DAN BISNIS**

**SPT-I-02-BPP-LSE
POB-01/F-01**

Issue/Revisi : R1

LAIN-LAIN

-

DAFTAR RUJUKAN

Smith, D. (2021). Strategic Planning for Public Relations, 6th Ed. New York: Routledge.

Tench., R., Waddington, S. (2021). Exploring Public Relations: Global Strategic Communication 5th Ed. Harlow: Pearson Education Limited.

Coursea:

<https://www.coursera.org/learn/integrated-marketing-communications>