

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**

Nama Mata Kuliah	Kode Mata Kuliah	Bobot (sks)	Semester	Tgl Penyusunan
Humas Pemasaran	IKL4023	2 (dua) sks	4 (empat)	15 Januari 2020
Otorisasi	<b>Nama Koordinator Pengembang RPS</b>	<b>Koordinator Bidang Keahlian (Jika Ada)</b>	<b>Koor. PRODI</b>	
	Anindita Budi Astuti, MM	Dr. Tipri Rose Kartika, MM	Rizky Kertanegara, M.Si	
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	<b>CPL-PRODI (Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi) yang Dibebankan pada Mata Kuliah</b>			
	S3	Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan peradaban berdasarkan Pancasila		
	S6	Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan		
	KU2	Mampu menunjukkan kinerja bermutu dan terukur		
	KU3	Mampu memecahkan masalah pekerjaan dengan sifat dan konteks yang sesuai dengan bidang keahlian terapan, didasarkan pada pemikiran logis, inovatif, dan bertanggung jawab atas hasilnya secara mandiri		
	KU5	Mampu bekerja sama, berkomunikasi, dan berinovatif dalam pekerjaannya		
	<b>CPMK (Capaian Pembelajaran Mata Kuliah)</b>			
	CPMK1	Memahami sejarah dan perkembangan Humas Pemasaran		
	CPMK2	Memahami peran dan karakteristik Humas Pemasaran		
	CPMK3	Memahami <i>internal branding</i>		
	CPMK4	Menerapkan manajemen krisis		
	CPMK5	Memahami <i>Media Relations</i>		
	CPMK6	Memahami pemasaran sosial media		
	CPMK7	Merencanakan <i>event</i>		

<b>Deskripsi Mata Kuliah</b>	MK Humas Pemasaran adalah mata kuliah yang memberikan materi yang memberikan materi mengenai ketrampilan manajemen komunikasi krisis, perencanaan strategi komunikasi, ketrampilan komunikasi pemasaran terpadu, branding produk atau personal branding serta pengelolaan event pemasaran	
<b>Bahan Kajian / Materi Pembelajaran</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sejarah dan Perkembangan Humas Pemasaran</li> <li>2. Peran dan karakteristik Humas Pemasaran</li> <li>3. <i>Internal Branding</i></li> <li>4. Manajemen Krisis</li> <li>5. <i>Press Release</i> dan <i>Press Conference</i></li> <li>6. Pemasaran Sosial Media</li> <li>7. <i>Event</i> dan <i>Sponsorship</i></li> </ol>	
<b>Daftar Referensi</b>	<b>Utama:</b>	1. Dini Salmiyah. 2017. <i>Marketing Public Relations –Di antara Penjualan dan Pencitraan</i> . Penerbit Deepublish; Yogyakarta
	<b>Pendukung</b>	1. Iis Kurnia N. 2017. <i>English for Digital Public Relations</i> . Penerbit Deepublish; Yogyakarta
<b>Media Pembelajaran</b>	<b>Perangkat lunak:</b>	<b>Perangkat keras :</b>
	Powerpoint	Notebook & LCD Projector
<b>Kriteria, Indikator dan Bobot Penilaian</b>	Tugas (40%) <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat video log (VLOG)</li> <li>2. Membuat Poster Digital Kampanye Tanggap Isu/krisis</li> <li>3. Membuat Press Release</li> <li>4. Menyusun Proposal Acara Press Conference</li> <li>5. Membuat konten pemasaran sosial media</li> </ol> UTS (20%) Mahasiswa mampu menjelaskan kembali sejarah, peran dan karakteristik Humas Pemasaran UAS (40%) Mahasiswa mampu menjelaskan kembali cara membina relasi dengan media, ketrampilan manajemen krisis, merencanakan event dan ketrampilan komunikasi terpadu	
<b>Nama Dosen Pengampu</b>	Anindita Budi Astuti, SE.,MM	Advertising 2018A
	Maya Puspita Dewi, S.Sos., MM	Advertising2018B Advertising2018C Advertising2018D
<b>Matakuliah prasyarat (jika ada)</b>	Tidak ada	

Minggu Ke-	Kemampuan akhir yg direncanakan	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Metode Pembelajaran	Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian		
						Kriteria	Indikator	Bobot Penilaian(%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	Mampu memahami sejarah munculnya konsep MPR serta faktor-faktor pendorongnya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sejarah munculnya konsep MPR</li> <li>Pengertian MPR</li> <li>Faktor-faktor pendorong timbulnya MPR</li> <li>Peran dan Fungsi MPR</li> <li>Kegiatan-kegiatan MPR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bentuk: Kuliah</li> <li>Metode: Diskusi</li> </ul>	<b>TM:</b> 4 jp x 50" <b>TT:</b> 4 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membaca dan mendiskusikan definisi dan faktor-faktor pendorong timbulnya MPR</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Keaktifan di dalam kelas <b>Bentuk:</b> Tanya Jawab	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aktif dalam diskusi</li> </ul>	
2	Mampu Memahami perbedaan antara CPR dan MPR	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pengertian CPR dan MPR</li> <li>Model yang menghubungkan PR dengan Marketing</li> <li>Ruang Lingkup pekerjaan CPR dan MPR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bentuk: Kuliah</li> <li>Metode: Diskusi</li> </ul>	<b>TM:</b> 4 jp x 50" <b>TT:</b> 4 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menjelaskan dan mendiskusikan ruang lingkup pekerjaan CPR dan MPR dalam suatu perusahaan</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Keaktifan di dalam kelas <b>Bentuk:</b> Tanya Jawab	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aktif dalam diskusi</li> </ul>	
3	Mampu memahami karakteristik MPR	<ul style="list-style-type: none"> <li>MPR Proaktif</li> <li>MPR Reaktif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bentuk: Kuliah</li> <li>Metode: Diskusi</li> </ul>	<b>TM:</b> 4 jp x 50" <b>TT:</b> 4 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menjelaskan karakteristik MPR Proaktif dan MPR Reaktif</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Penilaian tugas individu <b>Bentuk:</b> Portofolio tugas individu mahasiswa	Kreativitas dan kerapihan mencari sumber referensi makalah	
4, 5	Mampu Memahami internal branding	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pengertian internal branding</li> <li>Manfaat internal branding</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bentuk: Kuliah</li> <li>Metode: Diskusi</li> </ul>	<b>TM:</b> 4 jp x 50" <b>TT:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menjelaskan dan mendiskusikan cara membangun internal branding dalam perusahaan</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Keaktifan di dalam kelas <b>Bentuk:</b> Tanya Jawab	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aktif dalam diskusi</li> </ul>	10%

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komponen pendukung internal branding</li> </ul>		4 jp x 50"				
6, 7	Mampu Memahami kegiatan membina hubungan dengan media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Press Release dan Press Conference</li> <li>• Perencanaan dan pelaksanaan press konferensi</li> <li>• Perencanaan dan pelaksanaan press release</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk: Kuliah</li> <li>• Metode: Drill</li> </ul>	<b>TM:</b> 4 jp x 50" <b>TT:</b> 4 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyajikan press konferensi di dalam kelas</li> <li>• Mencari bentuk press release di media</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Penilaian tugas kelompok <b>Bentuk:</b> Portofolio tugas kelompok mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kreativitas dan kerapihan mencari sumber referensi presentasi</li> <li>• Kreativitas dan kerapihan menyusun proposal acara press konferensi</li> </ul>	<b>10 %</b>
8	Ujian Tengah Semester							20%
9, 10	Mampu memahami penanganan manajemen krisis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengertian krisis</li> <li>• Penyebab krisis</li> <li>• Fase Krisis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk: Kuliah</li> <li>• Metode: Diskusi</li> </ul>	<b>TM:</b> 4 jp x 50" <b>TT:</b> 4 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjelaskan karakteristik krisis yang dialami oleh perusahaan yang ada di Indonesia</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Penilaian tugas individu <b>Bentuk:</b> Portofolio tugas individu mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keaktifan dan kerapihan mencari sumber referensi makalah</li> </ul>	10%
11, 12	Mampu menjelaskan Pengertian dan Konsep pemasaran sosial media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definisi pemasaran sosial media</li> <li>• Kelebihan dan kekurangan pemasaran melalui sosial media</li> <li>• Karakteristik pengguna media sosial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk: Kuliah</li> <li>• Metode: Diskusi</li> </ul>	<b>TM:</b> 4 jp x 50" <b>TT:</b> 4 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menjelaskan dampak sosial media dalam kehidupan sosial</li> <li>• Membuat konten pemasaran melalui sosial media</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> <b>Penilaian tugas kelompok</b> <b>Bentuk:</b> <b>Portofolio tugas kelompok mahasiswa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan waktu mengumpulkan tugas</li> </ul>	10%
13, 14, 15	Mampu memahami pengelolaan event pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengertian dan macam event</li> <li>• Kelebihan dan kekurangan event pemasaran</li> <li>• Faktor penentu keberhasilan event pemasaran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk: Kuliah</li> <li>• Metode: Drill</li> </ul>	<b>TM:</b> 4 jp x 50" <b>TT:</b> 4 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyajikan proposal event pemasaran</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Penilaian tugas kelompok <b>Bentuk:</b> Portofolio tugas kelompok mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kreativitas dan kerapihan mencari sumber referensi presentasi</li> <li>• Ketepatan waktu mengumpulkan</li> </ul>	

16	Ujian Akhir Semester	20% + 20%
----	----------------------	-----------

**Catatan:**

1. Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI) adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. CPL yang dibebankan pada mata kuliah adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, pengetahuan, ketrampilan umum, dan ketrampilan khusus.
3. CP Mata kuliah (CPMK) adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. Sub-CP Mata kuliah (Sub-CPMK) adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
5. Kreteria Penilaian adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kriteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
6. Indikator penilaian kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.