



1 / 12

*Program Studi Ilmu Komunikasi*

JENJANG: Strata 1

**RPS**

NO. MK

MATA KULIAH: Perencanaan PR

NO. BK

KLASTER BIDANG KAJIAN: Public Relations

NO. KEL.  
MK

KELOMPOK MATA KULIAH: MK Peminatan

NO. STATUS  
MK

STATUS MATA KULIAH: WPS (Wajib Prodi)

NO.  
PEMINATAN

PEMINATAN: Public Relations Strategis

PRASYARAT:

Pengantar Humas

PRASYARAT UNTUK:

PRASYARAT SKS  
MINIMUM:

SEMESTER  
**6**

BOBOT SKS:  
**3**

TAHUN AKADEMIK:  
Genap - **2019/2020**

TANGGAL PEMBUATAN:  
16 Februari 2020

KETUA PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI

Wa Ode Sitti Nurhaliza,  
S.I.Kom., M.I.Kom  
**NIDN. 0302069106**

KOORDINATOR  
PENGAMPU MATA KULIAH

Hani Astuti, S.Sos, M.Ikom  
NIDN: 0319048601

DOSEN PENGAJAR MATA KULIAH

Hani Astuti, S.Sos, M.Ikom  
**NIDN. 0319048601**

## DESKRIPSI SINGKAT MATA KULIAH

Public Relations atau Humas adalah seluruh bentuk komunikasi terencana, baik ke dalam maupun ke luar, antar suatu organisasi dengan khalayak luas dalam rangka mencapai tujuan-tujuan tertentu berlandaskan rasa saling pengertian dan memahami. (Jefkins, 2003:10).

Sebagai salah satu bagian dari sebuah organisasi, humas tentu memiliki peran vital dan tidak dapat dipandang kecil. Menurut Ruslan (2010: 26), paling tidak ada empat peran dari humas dalam sebuah organisasi. Pertama, Komunikator. Kedua, Relationship. Ketiga, *Back up management*. Keempat, *Good image maker* atau menciptakan citra atau publikasi positif mengenai organisasi yang diwakili merupakan peran penting lain dari humas.

Perencanaan kegiatan komunikasi akan menjadi metode dan langkah-langkah yang ditempuh organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Diakhir mata kuliah perencanaan PR, mahasiswa akan memiliki kemampuan untuk merencanakan, mengorganisasikan dan melaksanakan kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam kegiatan kehumasan (public relations) dengan cara-cara inovatif, dan mengikuti perkembangan zaman.

## STRATEGIC SKILLS

1. Kemampuan membuat perencanaan kegiatan kehumasan (*Planning Skills*)
2. Kemampuan membuat perencanaan yang sesuai dengan kerangka kerja organisasi/perusahaan (*Frameworking Skills*)
3. Kemampuan mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhan organisasi/perusahaan untuk diterjemahkan ke dalam perencanaan kegiatan-kegiatan kehumasan
4. Kemampuan untuk membuat strategi program kehumasan yang adaptif dan sesuai dengan perkembangan zaman.

## ACADEMIC SKILLS

1. Menemukan sumber pengetahuan, informasi dan data
2. Mengelola proses-proses kerja akademik (Pembelajaran, penelitian, penerapan publikasi dan komunikasi)
3. Mengomunikasikan ide-ide dan pemikiran ilmiah sesuai dengan audiens dan *interlocutors* (lawan bicara)
4. Menyimpulkan implikasi konseptual dan praktis dari fenomena gagasan maupun fenomena konkrit (*inferencing*)
5. Merumuskan rekomendasi dari hasil kajian berdasarkan audiens dan stakeholders.

## SOFT SKILLS

1. Communication Skills
2. Public Speaking and Presentation Skills
3. Creativity and Imaginative Thinking
4. Journalistic Writing Skills

## HARD SKILLS

1. Keterampilan menggunakan software untuk presentasi (Prezi, PPT dst);
2. Keterampilan membuat konten dengan menggunakan softawre infografis sederhana (canva, pictochart, dst)
3. Kemampuan membuat konten video sederhana

## SOFTWARE / APP SKILL

**Prezi; Canva; Microsoft Power Point; Piktochart; iMovie; Video Maker, dst**

## PELUANG SERTIFIKASI

*Keterampilan yang didapat mahasiswa dari perkuliahan ini bisa menjadi bekal untuk mengambil sertifikasi sbb.: Sertifikasi Profesi Public Relatons dan Sertifikasi Profesi Marketing Communications*

## CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN (CPL) YANG DIUSUNG MATA KULIAH

KODE	DESKRIPSI
PP2	Menguasai konsep teoritis komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa secara mendalam
PP3	Menguasai konsep teoritis berbagai media (saluran) komunikasi, yang meliputi media cetak media elektronik (audio/audio-visual), dan media digital;
PP4	Menguasai konsep, kaidah, dan proses pengembangan isi pesan untuk mencapai berbagai tujuan komunikasi menggunakan beragam jenis saluran komunikasi;
PP5	Menguasai konsep, kaidah, dan proses penyusunan rencana dan implementasi program komunikasi;
PP9	Menguasai pengetahuan faktual tentang jenis dan regulasi penyiaran, pers, jurnalistik, periklanan, informasi publik, dan informasi dan Transaksi Elektronik;
PP10	Menguasai keterampilan hibrida yang mencakup keterampilan keras, lunak, teknis dan strategis;
PP13	Menguasai bentuk termutakhir dari paradigma dan teori komunikasi dan turunannya di studi industri media, public relations dan teknologi komunikasi digital;
KK1	Mampu memproduksi isi pesan untuk berbagai tujuan komunikasi menggunakan berbagai jenis saluran komunikasi yang bermanfaat bagi masyarakat dan sesuai dengan norma hukum, norma sosial dan etika yang berlaku;
KK2	Mampu membuat kajian atau analisis atas masalah atau isu komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa menggunakan konsep dan teori komunikasi yang relevan;
KK3	Mampu menjalankan program komunikasi untuk mencapai tujuan melalui tahap perencanaan, implementasi dan evaluasi pelaksanaan program komunikasi;

## CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (CPMK)

*Yaitu CPL yang diejawantahkan dalam konteks Mata Kuliah terkait*

KODE	DESKRIPSI
PP2, KK1	Menguasai konsep teoritis konteks komunikasi serta produksi pesan komunikasi efektif dengan tujuan serta media yang tepat;
PP3, PP4, PP10, KK1	Menguasai konsep teoritis berbagai media (saluran) komunikasi dengan pesan komunikasi efektif yang disampaikan melalui saluran komunikasi tertuju;
PP9, PP3, PP5	Menguasai kode etik jurnalistik, penyiaran, periklanan dan public relations serta penggunaan media komunikasi yang memiliki kaidah dan penyusunan perencanaan yang matang dengan tujuan jelas;
PP13, KK2	Menguasai perkembangan dan tuntutan jaman untuk bisa diadaptasi tanpa menghilangkan core dari public relations serta didasari riset atau tolak ukur;
KK3, KK1	mampu mengimplementasikan perencanaan PR melalui program yang sudah di analisa dan tolak ukur sesuai dengan norma dan etika

## SUB-CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (SUBCPMK)

*CPMK yang diejawantahkan dalam konteks Bahan Kajian di setiap pertemuan di Mata Kuliah terkait*

KODE	DESKRIPSI
	<p>Mahasiswa memahami tentang konsep konsep dasar perencanaan PR</p> <p>Mahasiswa memahami tentang kegiatan-kegiatan kehumasan dan peran PR dalam sebuah organisasi/perusahaan</p> <p>Mahasiswa memahami wilayah kerja PR dan relasi pemangku kepentingan stakeholder dari profesi PR.</p> <p>Mahasiswa mampu mengidentifikasi isu-isu penting yang akan dipublikasikan melalui media dan cara penanggulangan yang tepat jika terjadi krisis komunikasi</p> <p>Mahasiswa memahami pentingnya mengelola reputasi baik bagi perusahaan melalui aktivitas komunikasi yang dijalankan oleh PR</p>



Mahasiswa mampu memproduksi isi pesan untuk berbagai tujuan komunikasi menggunakan berbagai jenis saluran komunikasi

Mahasiswa mampu menjalankan program komunikasi untuk mencapai tujuan melalui tahap perencanaan, implementasi dan evaluasi pelaksanaan program komunikasi

---



## REFERENSI

---

### REFERENSI UTAMA

---

Smith, R.D (2009). Strategic Planning for PR (3rd.Ed)

Andy Green (2006). Effective Personal Communication Skills for Public Relations (PR in Practice)

Swan, P (2008). The Purpose of Public Relations, New York: Mc.Graw Hill

Gregory, Anne. (2004). Perencanaan dan Manajemen Kampanye PR

Janis Teruggi Page. (2018). Introduction to Strategic Public Relations: Digital, Global, and Socially Responsible Communication. Sage Publications

Cangara (2017). Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Rajawali Pers

---

## PENUGASAN

TUGAS TERSTRUKTUR	KISARAN BELAJAR MANDIRI
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat Analisa Isu PR Aktual di Masyarakat</li> <li>2. Membuat Analisa atas Manajemen Isu dan Krisis Komunikasi yang terjadi pada satu isu actual PR di masyarakat</li> <li>3. Menyusun perencanaan kampanye atas satu isu publik</li> <li>4. Pembuatan proposal kampanye PR terintegrasi</li> </ol>	

---

**KISARAN TARGET LUARAN PEMBELAJARAN**


---

Pembuatan Proposal Kampanye PR Terintegrasi

---

**TIM PENGEMBANG MATA  
KULIAH**


---

Koordinator RPS : Hani Astuti S.Sos M.Ikom (0319048601)

Koordinator Mata Kuliah : Hani Astuti S.Sos M.Ikom (0319048601)

Nama Anggota :

Imaddudin S.Ikom, M.Ikom (0310068902)

Tri Alida Apriliana, SIP, M.Ikom (0322048204)

Erita Riski Putri, S.Sos, M.Si

1			
<b>BAHAN KAJIAN: KONSEP DASAR PERENCANAAN PR</b>			
	METODE	REFERENSI BAHAN KAJIAN	INDIKATOR CAPAIAN BAHAN KAJIAN
PERTEMUAN I	Presentasi di Kelas Diskusi Kelas	(Smith, R.D.2009: Chapter 1) (Cangara, 2017)	Mahasiswa memahami tentang konsep konsep dasar perencanaan PR
2			
<b>BAHAN KAJIAN: IDENTIFIKASI KEGIATAN DAN PERAN PR</b>			
	METODE	REFERENSI BAHAN KAJIAN	INDIKATOR CAPAIAN BAHAN KAJIAN
PERTEMUAN II	Presentasi di Kelas Diskusi Kelas	(Swan, P. 2008: Chapter 1)	Mahasiswa memahami tentang kegiatan-kegiatan kehumasan dan peran PR dalam sebuah organisasi/perusahaan
3			
<b>BAHAN KAJIAN: PEMETAAN DAN MEMBANGUN RELASI STAKEHOLDERS</b>			
	METODE	REFERENSI BAHAN KAJIAN	INDIKATOR CAPAIAN BAHAN KAJIAN
PERTEMUAN III	Presentasi di Kelas Diskusi Kelas	Janis Teruggi Page. (2018: Ch 9-10)	Mahasiswa memahami wilayah kerja PR dan relasi pemangku kepentingan stakeholder dari profesi PR

4			
<b>BAHAN KAJIAN: MEMBANGUN RELASI DENGAN MEDIA</b>			
	METODE	REFERENSI BAHAN KAJIAN	INDIKATOR CAPAIAN BAHAN KAJIAN
PERFORMIANMI	Presentasi di Kelas Diskusi Kelas	Janis Teruggi Page. (2018: Ch 7)	Mahasiswa memahami relasi media di era digital dan memahami perkembangan media sosial dan teknologi digital yang digunakan dalam aktivitas kehumasan
5			
<b>BAHAN KAJIAN: MANAJEMEN ISU DAN KRISIS KOMUNIKASI</b>			
	METODE	REFERENSI BAHAN KAJIAN	INDIKATOR CAPAIAN BAHAN KAJIAN
PERFORMIANMI	Presentasi di Kelas Diskusi Kelas	Janis Teruggi Page. (2018: Ch 12)	Mahasiswa memahami pentingnya pengelolaan isu-isu yang akan dipublikasikan melalui media dan cara penanggulangan yang tepat jika terjadi krisis komunikasi
6			
<b>BAHAN KAJIAN: MENGELOLA REPUTASI SECARA DIGITAL</b>			
	METODE	REFERENSI BAHAN KAJIAN	INDIKATOR CAPAIAN BAHAN KAJIAN
PERFORMIANMI	Presentasi di Kelas Diskusi Kelas	Janis Teruggi Page. (2018: Ch 11)	Mahasiswa memahami pentingnya mengelola reputasi baik bagi perusahaan melalui aktivitas komunikasi yang dijalankan PR



7			
<b>BAHAN KAJIAN: MEMBANGUN RELASI DENGAN KOMUNITAS DAN CSR</b>			
	METODE	REFERENSI BAHAN KAJIAN	INDIKATOR CAPAIAN BAHAN KAJIAN
PERTEMUANMI	Presentasi di Kelas Diskusi Kelas	Janis Teruggi Page. (2018: Ch 9&10)	Mahasiswa memahami pentingnya membangun relasi yang baik dengan para pemangku kepentingan yang berada di luar organisasi/perusahaan
8			
<b>UJIAN TENGAH SEMESTER: EVALUASI CAPAIAN PEMBELAJARAN HARDSKILLS DAN SOFTSKILLS</b>			
	METODE	REFERENSI BAHAN KAJIAN	INDIKATOR CAPAIAN BAHAN KAJIAN
PERTEMUANMI	Ujian Tertutup di Kelas	Semua Materi Sebelum UTS	Ketepatan menjawab dan kemampuan menunjukan aspek-aspek softskill yang dinilai
9			
<b>BAHAN KAJIAN: KOMUNIKASI EFEKTIF PRAKTISI PR PROFESIONAL</b>			
	METODE	REFERENSI BAHAN KAJIAN	INDIKATOR CAPAIAN BAHAN KAJIAN
PERTEMUANMI	Presentasi di Kelas Diskusi Kelompok	(Andy Green. 2006: Ch2&3)	Mahasiswa mampu mengkomunikasikan pesan dalam bentuk ide dan gagasan yang disampaikan baik secara lisan maupun tulisan kepada publik



10 BAHAN KAJIAN: MEMBENTUK PESAN DAN MEMILIH STRATEGI PR			
	METODE	REFERENSI BAHAN KAJIAN	INDIKATOR CAPAIAN BAHAN KAJIAN
PERTEMUAN/MI MINGGU KE	Presentasi di Kelas Diskusi Kelompok	(Smith, R.D.2009: Step 6&7)	Mahasiswa mampu memilih strategi komunikasi yang tepat sesuai dengan target audiens yang dituju
11 BAHAN KAJIAN: PENULISAN UNTUK PR: PERSUASIF DAN BERFOKUS PADA AUDIENS			
	METODE	REFERENSI BAHAN KAJIAN	INDIKATOR CAPAIAN BAHAN KAJIAN
PERTEMUAN/MI MINGGU KE	Presentasi di Kelas Diskusi dan Tugas Kelompok	Janis Teruggi Page. (2018: Ch 6)	Mahasiswa mampu memproduksi isi pesan untuk berbagai tujuan komunikasi menggunakan berbagai jenis saluran komunikasi
12 BAHAN KAJIAN: PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM KAMPANYE PR			
	METODE	REFERENSI BAHAN KAJIAN	INDIKATOR CAPAIAN BAHAN KAJIAN
PERTEMUAN/MI MINGGU KE	Presentasi di Kelas Diskusi dan Tugas Kelompok Presentasi Mahasiswa	Janis Teruggi Page. (2018: Ch 8)	Mahasiswa dapat memaksimalkan penggunaan media sosial dalam kampanye PR



<b>BAHAN KAJIAN; STUDI KASUS KAMPANYE PR AKTUAL MELALUI MEDIA SOSIAL</b>			
	<b>METODE</b>	<b>REFERENSI BAHAN KAJIAN</b>	<b>INDIKATOR CAPAIAN BAHAN KAJIAN</b>
<b>13</b>			
<b>PERTEMUAN/MI MINGGU KE</b>	Presentasi di Kelas Diskusi dan Tugas Kelompok Presentasi Mahasiswa	Studi Kasus Kampanye PR yang sukses dan viral di masyarakat	Mahasiswa mampu menganalisa kesuksesan kampanye PR yang dilakukan melalui media sosial, sebuah kampanye/publikasi yang viral di media sosial
<b>BAHAN KAJIAN: PENYUSUNAN RANCANGAN KAMPANYE PR TERINTEGRASI</b>			
	<b>METODE</b>	<b>REFERENSI BAHAN KAJIAN</b>	<b>INDIKATOR CAPAIAN BAHAN KAJIAN</b>
<b>14</b>			
<b>PERTEMUAN/MI MINGGU KE</b>	Presentasi di Kelas Diskusi dan Tugas Kelompok Presentasi Mahasiswa	(Smith, R.D.2009: Step 8)	Mahasiswa mampu menyusun sebuah rancangan kampanye PR secara terencana dan terintegrasi dengan seluruh saluran komunikasi yang ada
<b>BAHAN KAJIAN: PENYUSUNAN RANCANGAN KAMPANYE PR TERINTEGRASI</b>			
	<b>METODE</b>	<b>REFERENSI BAHAN KAJIAN</b>	<b>INDIKATOR CAPAIAN BAHAN KAJIAN</b>
<b>15</b>			
<b>PERTEMUAN/MI MINGGU KE</b>	Presentasi di Kelas Diskusi dan Tugas Kelompok Presentasi Mahasiswa	(Smith, R.D.2009: Step 8)	Mahasiswa mampu menyusun sebuah rancangan kampanye PR secara terencana dan terintegrasi dengan seluruh saluran komunikasi yang ada

## 12/12 | SILABUS

16	<b>BAHAN KAJIAN: EVALUASI CAPAIAN PEMBELAJARAN HARDSKILL DAN SOFT SKILLS (UAS)</b>		
	METODE	REFERENSI BAHAN KAJIAN	INDIKATOR CAPAIAN BAHAN KAJIAN
PERTEMUANMI MINGGU KE	TAKE HOME TEST	-	Ketepatan penyusunan proposal kampanye PR sesuai dengan instruksi dan pembelajaran yang dilakukan sepanjang semester