



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA

Kampus : Jl. Letjen T.B Simatupang No. 152 Tanjung Barat – Jakarta Selatan 12530
Telp : (021) 789 0965. 782. 9919, 7883 1838, 789 0634
Fax : (021) 789 0966,
Email : info@jagakarsa.ac.id
Website : http://www.jagakarsa.ac.id

SURAT TUGAS

No. 26/UTAMA-J/PROKOM/STM/III/2026

Fakultas : Ilmu Komunikasi
Nama : Titiek Surya Ningsih, S.Sos., M.Si.
Pangkat : Asisten Ahli
NIDN/NIDK/NUPN : 0301108608

Untuk melaksanakan tugas sebagai berikut :

No	Mata Kuliah	Waktu		Kode MK	Kredit (sks)	Jenjang Program	Program Studi	Semester
		Setiap Hari	Pukul					
1.	Pengantar Periklanan	Kamis	11.30 – 14.00	602120133	3	Strata Satu	Ilmu Komunikasi	Genap 2025/2026
2.	Pengantar Periklanan	Kamis	19.00 – 21.30	602120133	3			
3.	Corporate Social Responsibility	Kamis	08.30 – 11.00	635326842	3			
4.	Corporate Social Responsibility	Kamis	16.30 – 19.00	635326842	3			
					12			

Kepada yang bersangkutan akan diberikan gaji/honorarium sesuai dengan peraturan penggajian yang berlaku di Universitas Tama Jagakarsa. Penugasan ini berlaku dari tanggal 2 Maret 2026 sampai dengan tanggal 30 Juni 2026.

Jakarta 2 Maret 2026

Tembusan :

1. Rektor Universitas Tama Jagakarsa
2. Warek I Universitas Tama Jagakarsa
3. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
4. Kepala Bagian Administrasi Umum
5. Arsip

Kaprodi

Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA

FAKULTAS KOMUNIKASI

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER					MK Kolaboratif & Partisipatif		
MATA KULIAH (MK)	KODE	RUMPUN MK	BOBOT (SKS)		SEMESTER	TANGGAL PENYUSUNAN	
Corporate Social Responsibility	635326842	Ilmu Komunikasi	T=2	P=1	6	25 Februari 2026	
OTORISASI	PENGEMBANG RPS		KOORDINATOR MK		Ketua Prodi		
	Titiek Surya Ningsih, M.Si		Titiek Surya Ningsih, M.Si		Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom		
Capaian Pembelajaran Lulusan	CPL Prodi yang dibebankan kepada MK						
	S01	Membentuk insan yang beriman, bertakwa, berakhlak mulia, dan berkarakter sesuai dengan nilai-nilai Pancasila, dalam bentuk menjunjung tinggi norma dan etika akademik.					
	P01	Menguasai konsep teoretis mengenai CSR dengan baik.					
	KU01	Memiliki kemampuan memahami Konseptualisasi CSR					
	KK02	Memiliki kemampuan menangani berbagai kendala dalam CSR					
	Capaian Pembelajaran Matakuliah (CPMK)						
	CPMK1	Mahasiswa mampu melakukan pemahaman terhadap CSR. (P01)					
	CPMK2	Mahasiswa mampu mempraktekkan CSR berdasarkan norma dan etika. (S01,KU01,KK02)					
	CPMK3	Mahasiswa mampu mengevaluasi CSR berdasarkan konsep teoretis yang baik. (P01,KU01,KK02)					
	Kemampuan Akhir Tiap Pembelajaran (SUB CPMK)						
	Sub-CPMK1	Mahasiswa mampu memahami Konseptualisasi CSR: Arti dan arti penting CSR, Manfaat CSR Dimensi CSR, konteks CSR serta Lingkup Kegiatan CSR, Prinsip-prinsip CSR (CPMK 1) (P01)					
	Sub-CPMK2	Mahasiswa mampu menerapkan Perkembangan CSR, Pendekatan & Strategi CSR, Model-model CSR. (CPMK 2) (S01,KU01,KK02)					
	Sub-CPMK3	Mahasiswa mampu menerapkan Implementasi CSR dan masalah-masalahnya. (CPMK 2) (S01,KU01,KK02)					
	Sub-CPMK4	Mahasiswa mampu menerapkan menerapkan Aspek Hukum CSR, Alasan Perusahaan Melakukan CSR, Penerapan CSR serta komunikasi CSR. (CPMK 2) (S01,KU01,KK02)					
	Sub-CPMK5	Mahasiswa mampu mengevaluasi terhadap kegiatan CSR. (CPMK 3) (P01,KU01,KK02)					
	Korelasi CPL terhadap Sub CPMK						
	No	CPL	Sub-CPMK1	Sub-CPMK2	Sub-CPMK3	Sub-CPMK4	Sub-CPMK6
	1	S01		✓	✓	✓	
	2	P01	✓				✓
	3	KU01		✓	✓	✓	✓
	4	KU02		✓	✓	✓	✓

Deskripsi Singkat MK	Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan MK yang memberikan pengetahuan tentang konsep perilaku etis sebuah perusahaan dalam pemberdayaan masyarakat dan sumbangannya dalam pembangunan berkelanjutan. Dalam perkembangannya konsep kepedulian sebuah perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya dapat memiliki banyak implikasinya baik bagi masyarakat, perusahaannya, dan pembangunan nasional secara utuh. Konsep CSR juga membuktikan bahwa antara perusahaan dan masyarakat tidak dapat dipisahkan, dalam kerjasamanya membuktikan bahwa konsep keuntungan harus sejalan dengan kepentingan public. Bahan Kajian meliputi Arti dan arti penting CSR, Manfaat CSR, Dimensi Tanggung Jawab Sosial, Lingkup Kegiatan CSR, Prinsip-prinsip CSR, Perkembangan CSR, Dasar Hukum CSR, Alasan Perusahaan Melakukan CSR, Model-Model CSR, Penerapan CSR.
Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	1. <i>Introduction</i>, Penjelasan RPS dan kontrak Perkuliahan 2. Konseptualisasi CSR: Arti dan arti penting CSR,Manfaat CSR, Dimensi CSR 3. konteks Corporate Social Responsibility (CSR) : Lingkup Kegiatan CSR, Prinsip-prinsip CSR 4. Perkembangan CSR : Latar belakang lahirnya CSR, Perkembangan 1950-1960an, Perkembangan 1970-1980an dan Perkembangan 1990an sampai saat ini 5. Pendekatan & Strategi CSR 6. Model-model CSR 7. Implementasi CSR dan masalah-masalahnya 8. Ujian Tengah Semester (UTS) 9. Aspek Hukum CSR: Dasar hukum perusahaan melakukan CSR dan Faktor Pendorong perusahaan melakukan CSR 10. Alasan Perusahaan Melakukan CSR:Alasan Sosial, Alasan Ekonomi, dan Alasan Hukum 11. Penerapan CSR: Tahap perencanaan, Tahap Implementasi, Tahap Evaluasi dan Tahap Pelaporan. 12. Komunikasi CSR dan dampaknya bagi reputasi perusahaan 13. Analisis CSR PT Unilever Indonesia 14. Analisis CSR PT Cimory 15. Analisis CSR PT Pertamina 16. Ujian Akhir Semester (UAS)
Pustaka	1. Mardikanto, Totok. 2013. Community Development untuk Corporate Social Responsibility (CSR). UNS Press. Surakarta 2. Holy K. M. Kalangit. 2009. Konsep Corporate Social Responsibility, Pengaturan dan Pelaksanaannya di Indonesia. Jakarta 3. Fajar, Mukti. 2013. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia. Studi tentang Penerapan CSR pada Perusahaan Multinasional, Swasta Nasional dan BUMN di Indonesia. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 4. Kartini, Dwi. 2013. Corporate Social Responsibility.Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia. 5. Mardikanto, Totok. 2014. Pemberdayaan Masyarakat oleh Perusahaan. Corporate Social Responsibility. Surakarta: Sebelas Maret University Press. 6. Rahman, Reza. 2009. Corporate Social Responsibility. Antara teori dan Kenyataan. Yogyakarta: Media Pressindo Rudito, 7. Bambang & Melia Famiola. 2013. CSR. Corporate Social Responsibility. Bandung: Penerbit Rekayasa Sains. 8. Suharto, Edi. 2010. CSR & Comdev. Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi. Bandung: Penerbit Alfabeta. 9. Dllnya
Dosen Pengampu	Titiek Surya Ningsih, M.Si
Matakuliah Prasyarat	



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA
FAKULTAS KOMUNIKASI

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Minggu	Sub CPMK	Kemampuan	Penilaian		Metode Pembelajaran		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot (%)
			Indikator	Kriteria	Luring	Daring		
01,02, 03	Sub-CPMK1 (C6, A4, P5)	Mahasiswa mampu memahami CSR dengan baik 1. Introduction, Penjelasan RPS dan Kontrak Perkuliahan. 2. Pendahuluan : Konseptualisasi CSR: Arti dan arti penting CSR, Manfaat CSR Dimensi CSR. 3. Konteks Corporate Social Responsibility (CSR) : Lingkup Kegiatan CSR, Prinsip-prinsip CSR	Ketepatan memahami Konseptualisasi CSR: Arti dan arti penting CSR, Manfaat CSR Dimensi CSR, konteks Corporate Social serta Responsibility (CSR) : Lingkup Kegiatan CSR, Prinsip-prinsip CSR.	Nontes: 1. Keaktifan 2. Tugas: Melakukan Presentasi Kelompok Tes: Menjawab soal essai dengan tepat.	Tatap Muka (TM), 3X3X50 Collaborative Learning Penugasan Terstruktur (PT), (3 X3X60) Belajar Mandiri(BM), 3X3X60)		1.Mardikanto, Totok. 2013. Community Development untuk Corporate Social Responsibility (CSR). UNS Press. Surakarta 2.Holy K. M. Kalangit. 2009. Konsep Corporate Social Responsibility, Pengaturan dan Pelaksanaannya di Indonesia. Jakarta 3.Fajar, Mukti. 2013. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia. Studi tentang Penerapan CSR pada Perusahaan Multinasional, Swasta Nasional dan BUMN di Indonesia. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 4.Kartini, Dwi. 2013. Corporate Social Responsibility.Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia. 5.Mardikanto, Totok. 2014. Pemberdayaan Masyarakat oleh Perusahaan. Corporate Social Responsibility. Surakarta: Sebelas Maret University Press. 6.Rahman, Reza. 2009. Corporate Social Responsibility. Antara teori dan Kenyataan. Yogyakarta: Media Pressindo Rudito,	10%

							7.Bambang & Melia Famiola. 2013. CSR. Corporate Social Responsibility. Bandung: Penerbit Rekayasa Sains. 8.Suharto, Edi. 2010. CSR & Comdev. Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi. Bandung: Penerbit Alfabeta. 9.Dllnya	
04,05,06	Sub-CPMK2 (C3,A4,P4)	Mahasiswa mampu memahami dan menerapkan 4. Perkembangan CSR Latar belakang lahirnya CSR Perkembangan 1950-1960an, Perkembangan 1970-1980an, Perkembangan 1990an sampai saat ini 5. Pendekatan & Strategi CSR 6. Model-model CSR	Ketepatan dalam memahami dan menerapkan Perkembangan CSR, Pendekatan & Strategi CSR, Model-model CSR.	Nontes: 1. Keaktifan 2. Tugas: Melakukan Presentasi Kelompok Tes: Menjawab soal essai dengan tepat.	Tatap Muka (TM), 3X3X50 Collaborative Learning Penugasan Terstruktur (PT), (3 X3X60) Belajar Mandiri(BM), 3X3X60)		1.Mardikanto, Totok. 2013. Community Development untuk Corporate Social Responsibility (CSR). UNS Press. Surakarta 2.Holy K. M. Kalangit. 2009. Konsep Corporate Social Responsibility, Pengaturan dan Pelaksanaannya di Indonesia. Jakarta 3.Fajar, Mukti. 2013. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia. Studi tentang Penerapan CSR pada Perusahaan Multinasional, Swasta Nasional dan BUMN di Indonesia. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 4.Kartini, Dwi. 2013. Corporate Social Responsibility.Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia. 5.Mardikanto, Totok. 2014. Pemberdayaan Masyarakat oleh Perusahaan. Corporate Social Responsibility. Surakarta: Sebelas Maret University Press. 6.Rahman, Reza. 2009.	• 15%

							Corporate Social Responsibility. Antara teori dan Kenyataan. Yogyakarta: Media Pressindo Rudito, 7.Bambang & Melia Famiola. 2013. CSR. Corporate Social Responsibility. Bandung: Penerbit Rekayasa Sains. 8.Suharto, Edi. 2010. CSR & Comdev. Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi. Bandung: Penerbit Alfabeta. 9.Dllnya	
07	Sub-CPMK3 (C3,A4,P4)	Mahasiswa mampu menjelaskan Implementasi CSR dan masalah-masalahnya	Ketepatan dalam menjelaskan Implementasi CSR dan masalah-masalahnya	Nontes: 1. Keaktifan 2. Tugas: Melakukan Presentasi Kelompok Tes: Menjawab soal essai dengan tepat.	Tatap Muka (TM), 3X3X50 Collaborative Learning Penugasan Terstruktur (PT), (3 X3X60) Belajar Mandiri(BM), 3X3X60)		1.Mardikanto, Totok. 2013. Community Development untuk Corporate Social Responsibility (CSR). UNS Press. Surakarta 2.Holy K. M. Kalangit. 2009. Konsep Corporate Social Responsibility, Pengaturan dan Pelaksanaannya di Indonesia. Jakarta 3.Fajar, Mukti. 2013. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia. Studi tentang Penerapan CSR pada Perusahaan Multinasional, Swasta Nasional dan BUMN di Indonesia. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 4.Kartini, Dwi. 2013. Corporate Social Responsibility.Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia. 5.Mardikanto, Totok. 2014. Pemberdayaan Masyarakat oleh Perusahaan. Corporate	• 5%

							Social Responsibility. Surakarta: Sebelas Maret University Press. 6.Rahman, Reza. 2009. Corporate Social Responsibility. Antara teori dan Kenyataan. Yogyakarta: Media Pressindo Rudito, 7.Bambang & Melia Famiola. 2013. CSR. Corporate Social Responsibility. Bandung: Penerbit Rekayasa Sains. 8.Suharto, Edi. 2010. CSR & Comdev. Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi. Bandung: Penerbit Alfabeta. 9.Dllnya	
08	UJIAN TENGAH SEMESTER							
09,10,11,12	Sub-CPMK3 (C3, A4, P4)	Mahasiswa mampu menerapkan 9. Aspek Hukum CSR Aspek Hukum CSR; Dasar hukum perusahaan melakukan CSR Faktor Pendorong perusahaan melakukan CSR 10. Alasan Perusahaan Melakukan CSR: Alasan, Sosial, Alasan Ekonomi, dan Alasan Hukum. 11. Penerapan CSR: Tahap perencanaan, Tahap Implementasi, Tahap Evaluasi dan Tahap Pelaporan. 12. Komunikasi CSR dan dampaknya bagi reputasi perusahaan	Ketepatan dalam menerapkan Aspek Hukum CSR, Alasan Perusahaan Melakukan CSR, Penerapan CSR serta komunikasi CSR	Nontes: 1.Keaktifan 2.Tugas: Melakukan Presentasi 3.Merancang Slide PPT 4.Project Video Presentasi	Tatap Muka (TM), 3X3X50 Collaborative Learning Penugasan Terstruktur (PT), (3 X3X60) Belajar Mandiri(BM), 3X3X60)		1.Mardikanto, Totok. 2013. Community Development untuk Corporate Social Responsibility (CSR). UNS Press. Surakarta 2.Holy K. M. Kalangit. 2009. Konsep Corporate Social Responsibility, Pengaturan dan Pelaksanaannya di Indonesia. Jakarta 3.Fajar, Mukti. 2013. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia. Studi tentang Penerapan CSR pada Perusahaan Multinasional, Swasta Nasional dan BUMN di Indonesia. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 4.Kartini, Dwi. 2013. Corporate Social Responsibility.Transformasi Konsep Sustainability	• 35%

							Management dan Implementasi di Indonesia. 5.Mardikanto, Totok. 2014. Pemberdayaan Masyarakat oleh Perusahaan. Corporate Social Responsibility. Surakarta: Sebelas Maret University Press. 6.Rahman, Reza. 2009. Corporate Social Responsibility. Antara teori dan Kenyataan. Yogyakarta: Media Pressindo Rudito, 7.Bambang & Melia Famiola. 2013. CSR. Corporate Social Responsibility. Bandung: Penerbit Rekayasa Sains. 8.Suharto, Edi. 2010. CSR & Comdev. Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi. Bandung: Penerbit Alfabeta. 9.Dllnya	
13,14,15	Sub-CPMK 4 dan Sub-CPMK 5 (C3,A4,P3,P4)	Mahasiswa mampu menganalisa kegiatan CSR dengan baik 13. Analisis CSR PT Unilever Indonesia 14. Analisis CSR PT Cimory 15. Analisis CSR PT Pertamina	Ketepatan dalam menganalisa terhadap kegiatan CSR	TES: 1. Keaktifan 2. Tugas: Melakukan Presentasi Individu 3. Merancang Slide PPT 4. Project Video Presentasi	Tatap Muka (TM), 4X3X50 Collaborative Learning		1.Mardikanto, Totok. 2013. Community Development untuk Corporate Social Responsibility (CSR). UNS Press. Surakarta 2.Holy K. M. Kalangit. 2009. Konsep Corporate Social Responsibility, Pengaturan dan Pelaksanaannya di Indonesia. Jakarta 3.Fajar, Mukti. 2013. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia. Studi tentang Penerapan CSR pada Perusahaan Multinasional, Swasta Nasional dan BUMN di Indonesia. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.	• 35%



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA
FAKULTAS KOMUNIKASI

RESUME BASIS EVALUASI

No	Basis	Nilai %
1	Aktivitas Partisipatif	15
2	Kognitif/Pengetahuan (Tugas, UTS, UAS)	45
3	Hasil Proyek	40
MK Kolaboratif & Partisipatif ✓		100

Penjelasan:

Partisipasi = Keaktifan/Kehadiran (15%)

Tugas = Presentasi Setiap Minggu (5%) (berdasarkan Rubrik Penilaian)

UTS = Soal oral dari Pertemuan 1 - 7 (Ujian oral) (20%)

UAS = Ujian Tertulis (20%)

Project = Mencari Kegiatan CSR (Kelompok) (40%) (berdasarkan Rubrik Penilaian)

Ketua Program Studi	Kepala Satuan/Gugus Jaminan Mutu	Koordinator Mata Kuliah
Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom		 Titiek Surya Ningsih, M.Si



DAFTAR HADIR DAN NILAI SEMESTER GANJIL / GENAP T.A. 2026

UTAMA/FA/UM01

Kampus : Jl. Letjen T.B. Simatupang No. 152 Tanjung Barat - Jakarta Selatan 12530
Telp. : (021) 789 0965, 782 9919, 78831838, 789 0634
Fax. : (021) 789 0966
Email : info@jagakarsa.ac.id
Website : http://www.jagakarsa.ac.id

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kode dan Mata kuliah : CSR
Smt/SKS/W. Kuliah : V / II / 08.00 -

Dosen : Titrek Surya Mangsi M.Si
Tgl. Kuliah pertama dan berakhir : 5/3/26 - 25/6/26

No. Urut	NPM	NAMA MAHASISWA	PERKULIAHAN KE																				Ke hadir an	Tugas	UTS	UAS	Nilai Akhir		Keterangan
																											Jumlah	Huruf	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20							
			1/3	1/3	1/4	1/4	1/4	1/4	1/4	1/4	1/5	1/5	1/5	1/5	1/6	1/6	1/6	1/6				20%	20%	25%	35%	100%	N.A		
1	23600008	Naila Az Zahra	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				19	16	22	32	89	A		
2	23600009	Christhine Natalia	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				19	16	23	32	90	A		
3	23600010	Naila Dinar N	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				19	16	19	32	86	A		
4	23600005	Amantan Sirington	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				20	16	23	21	80	A		
5	23600003	Laurens Septian S	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				19	16	22	21	78	B		
6	23600004	Muhammad Wabel Faman	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				20	15	18	21	74	B		
7	23600002	Sari Ismangga H Matondang	x	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				19	16	22	32	89	A		
8	23600007	Raihan Dwi Permara	x	✓	x	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	x	x	✓	✓	✓	✓				15	14	18	21	68	C		
9																													
10																													
11																													
12																													
13																													
14																													
15																													

Keterangan :
✓ : Hadir Perkuliahan
- : Absen Perkuliahan
S : Sakit
I : Ijin

PENILAIAN
0 - 44 = E
45 - 55 = D
56 - 69 = C
70 - 79 = B
80 - 100 = A

Dosen Pengampu

Titrek Surya Mangsi, M.Si

Jakarta, 7 Juli 2026

Ketua Program Studi

Diki Bagus chandra



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA

LEMBAGA PENJAMINAN MUTU

LEMBAR MONITORING PERKULIAHAN

FORM: UTAMA/FAU/002

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
SEMESTER : IV
TAHUN AJARAN : 2016 - 2017

KODE/MATA KULIAH/SKS
DOSEN PENGAMPU

: 635326842 / CSR / 3
: Titeh Surya Mingsih, M.Si

PERTEMUAN KE	HARI/TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
1	5/3 ²⁶ Kamis	Introduction	- Pengelasan RPS - Kontrak Perkuliahan - Slayang pandang CSR	6	f	Komentar Program Studi	Komentar UJM
2	12/3 ²⁶ Kamis	Konseptualisasi CSR	- Arti CSR - Dimensi CSR - Penting kah CSR - Manfaat CSR	8	f		
3	2/4 ²⁶ Kamis	Konteks CSR	- Lingkup kegiatan CSR - Jenis CSR - Prinsip CSR	7	f		
4	9/4 ²⁶ Kamis	Pertumbuhan CSR	- Latar belakang lahirnya CSR - Perkembangan CSR	8	f		
5	10/4 ²⁶ Jumat	Pendekatan dan Strategi CSR	- Pendekatan CSR - Strategi CSR	8	f		
6	16/4 ²⁶ Kamis	Model - Model CSR	- model CSR	8	f		
7	23/4 ²⁶ Kamis	Implementasi CSR	- Implementasi CSR - Masalah CSR	7	f		
8	30/4 ²⁶ Kamis	UTS	- Ujian Tengah Semester (materi dari Pertemuan ke 2 & 7)	8	f		
9	7/5 ²⁶ Kamis	Aspek Hukum CSR	- Dasar hukum CSR - faktor pendukung penastuhan melakukean CSR	8	f		
10	15/5 ²⁶ Jumat	Alasan CSR	- Alasan sosial - Alasan hukum - Alasan ekonomi	8	f		

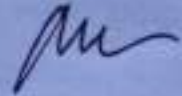
PERTEMUAN KE	HARI/ TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
11	21/5 ²⁶ Kamis	Penerapan CSR	- Tahap Perencanaan - Tahap Pelaporan - Tahap Implementasi - Tahap evaluasi	5	f	Komentar Program Studi	Komentar UJM
12	29/5 ²⁶ Jumat	Komunikasi CSR	- Komunikasi CSR - dampaknya bagi reputasi perusahaan	7	f		
13	4/6 ²⁶ Kamis	Analisis CSR	PT Unilever Indonesia	7	f		
14	5/6 ²⁶ Jumat	Analisis CSR	PT Cimory	8	f		
15	11/6 ²⁶ Kamis	Analisis CSR	PT Pertamina	8	f		
16	25/6 ²⁶ Kamis	UAS	Ujian Akhir Semester (materi dari Pertemuan ke 9 s.d 12)	8	f		

Jakarta, 7 Juli 2026

Dosen Pengampu


Titik Surya Mingsih M.Si

Ketua Program Studi


Achi Agus Chandra



DAFTAR HADIR DAN NILAI SEMESTER GANJIL / GENAP T.A.....

UTAMA/F.A/U/001

Kampus : Jl. Letjen T.B. Simatupang No. 152 Tanjung Barat - Jakarta Selatan 12530
Telp. : (021) 789 0965, 782 9919, 78831838, 789 0634
Fax. : (021) 789 0966
Email : info@jagakarsa.ac.id
Website : http://www.jagakarsa.ac.id

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kode dan Mata kuliah : CSR
Sem/SKS/W. Kuliah : V / III / 1630

Dosen : Titiek Sunja Mingah
Tgl. Kuliah pertama dan berakhir : 5/3/26 - 25/6/26

No. Urut	NPM	NAMA MAHASISWA	PERKULIAHAN KE																		Ke hadir an	Tugas	UTS	UAS	Nilai Akhir		Keterangan																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
																									Jumlah	Huruf																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18								19	20																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
			8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3	8/3

Keterangan :
✓ : Hadir Perkuliahan
- : Absen Perkuliahan
S : Sakit
I : Ijin
Kehadiran Minimal 75 %
UTS : Ujian Tengah Semester
UAS : Ujian Akhir Semester
Ket : Lulus / Tidak Lulus

PENILAIAN
0 - 44 = E
45 - 55 = D
56 - 69 = C
70 - 79 = B
80 - 100 = A

Dosen Pengampu

Titiek Sunja Mingah, M.Si

Jakarta, 7 Juli 2026

Ketua Program Studi

Picta Bagus chandra



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA
LEMBAGA PENJAMINAN MUTU
LEMBAR MONITORING PERKULIAHAN

FORM: UTAMA/FAU/002

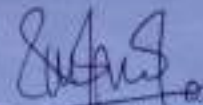
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
SEMESTER : VII
TAHUN AJARAN : 2026-2027

KODE/MATA KULIAH/SKS :
DOSEN PENGAMPU :

PERTEMUAN KE	HARI/TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
1	5/3 ²⁶ Kamis	Introduction	- Penjelasan RPS - Kontrak Perkuliahan - Selangang Pandang CSR	2	f	Komentar Program Studi	Komentar UJM
2	12/3 ²⁶ Kamis	Konseptualisasi CSR	- Arti CSR - Dimensi CSR - Pentingnya CSR - Manfaat CSR	2	f		
3	2/4 ²⁶ Kamis	Konteks CSR	- Lingkup Kegiatan CSR - Jenis CSR - Prinsip CSR	2	f		
4	9/4 ²⁶ Kamis	Pertumbuhan CSR	- Latar belakang lahirnya CSR - Perkembangan CSR	1	f		
5	10/4 ²⁶ Jumat	Pendekatan dan Strategi CSR	- Pendekatan CSR - Strategi CSR	2	f		
6	16/4 ²⁶ Kamis	Model - Model CSR	- Model CSR	1	f		
7	23/4 ²⁶ Kamis	Implementasi CSR	- Implementasi CSR - Masalah CSR	1	f		
8	30/4 ²⁶ Kamis	UTS	Ujian Tengah Semester (materi dari pertemuan ke 2 s.d 7)	2	f		
9	7/5 ²⁶ Kamis	Aspek hukum CSR	- Dasar hukum CSR - Faktor pendukung perusahaan CSR	1	f		
10	15/5 ²⁶ Jumat	Alasan CSR	- Alasan sosial - Alasan Ekonomi - Alasan Hukum	2	f		

PETERMINAN KE	HARI/ TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
11	21/5 ²⁶ Kamis	Penerapan CSR	- Tahap perencanaan - Tahap pelaporan - Tahap implementasi - Tahap evaluasi	1	f	Komentar Program Studi	Komentar UJM
12	24/5 ²⁶ Jumat	Komunikasi CSR	- Komunikasi CSR - dampaknya bagi reputasi perusahaan	1	f		
13	4/6 ²⁶ Kamis	Analisis CSR	PT Unilever Indonesia	2	f		
14	5/6 ²⁶ Jumat	Analisis CSR	PT Cimory	2	f		
15	11/6 ²⁶ Kamis	Analisis CSR	PT Pertamina	0	f		
16	25/6 ²⁶ Kamis	UAS	Ujian Akhir Semester (materi dr pertemuan ke 9 s/d 12)	1	f		

Dosen Pengampu


Triek Sunya Mangsa M.Si

Jakarta, 7 Juli 2026

Ketua Program Studi


Aichi Bagus Chandra



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA

FAKULTAS KOMUNIKASI

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER					MK Kolaboratif & Partisipatif		
MATA KULIAH (MK)	KODE	RUMPUN MK	BOBOT (SKS)		SEMESTER	TANGGAL PENYUSUNAN	
Pengantar Periklanan	602120133	Ilmu Komunikasi	T=2	P=1	2	25 Februari 2026	
OTORISASI	PENGEMBANG RPS		KOORDINATOR MK		Ketua Prodi		
	Titiek Surya Ningsih, M.Si		Titiek Surya Ningsih, M.Si		Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom		
Capaian Pembelajaran Lulusan	CPL Prodi yang dibebankan kepada MK						
	S01	Membentuk insan yang beriman, bertakwa, berakhlak mulia, dan berkarakter sesuai dengan nilai-nilai Pancasila, dalam bentuk menjunjung tinggi norma dan etika akademik.					
	P01	Menguasai konsep teoretis mengenai periklanan dengan baik.					
	KU01	Memiliki kemampuan memahami dasar periklanan, media periklanan serta pemilihan media periklanan, bekerja sama dalam tim dan berinovasi, serta mampu mempraktekan dalam lingkungan pekerjaan dan masyarakat.					
	KK02	Memiliki kemampuan menangani berbagai kendala dalam <i>periklanan</i> .					
	Capaian Pembelajaran Matakuliah (CPMK)						
	CPMK1	Mahasiswa mampu melakukan persiapan dalam periklanan. (P01)					
	CPMK2	Mahasiswa mampu mempraktekkan periklanan berdasarkan norma dan etika. (S01,KU01,KK02)					
	CPMK3	Mahasiswa mampu mengevaluasi periklanan berdasarkan konsep teoretis yang baik. (P01,KU01,KK02)					
	Kemampuan Akhir Tiap Pembelajaran (SUB CPMK)						
	Sub-CPMK1	Mahasiswa mampu merancang pembuatan iklan <i>dengan baik</i> . (CPMK 1) (P01)					
	Sub-CPMK2	Mahasiswa mampu menerapkan dasar periklanan, manajemen iklan, serta pemilihan media periklanan (CPMK 2) (S01,KU01,KK02)					
	Sub-CPMK3	Mahasiswa mampu menerapkan iklan serta cara manajemen <i>periklanan</i> , merancang periklanan, membuat iklan dan anggaran. (CPMK 2) (S01,KU01,KK02)					
	Sub-CPMK4	Mahasiswa mampu menerapkan strategi periklanan dalam lingkungan profesional. (CPMK 2) (S01,KU01,KK02)					
	Sub-CPMK5	Mahasiswa mampu mengevaluasi untuk perbaikan dalam periklanan. (CPMK 3) (P01,KU01,KK02)					
	Korelasi CPL terhadap Sub CPMK						
	No	CPL	Sub-CPMK1	Sub-CPMK2	Sub-CPMK3	Sub-CPMK4	Sub-CPMK6
	1	S01		✓	✓	✓	
	2	P01	✓				✓
	3	KU01		✓	✓	✓	✓
	4	KU02		✓	✓	✓	✓
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini merupakan mata kuliah dasar yang akan membahas tentang dasar-dasar periklanan dalam dunia profesional						

Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	1. <i>Introduction</i>, Penjelasan RPS dan kontrak Perkuliahan 2. Model komunikasi dan peran iklan dalam pemasaran 3. Jenis-jenis iklan : Pembagian iklan secara umum dan khusus serta advertorial 4. Media Periklanan: Below the line, above the line, though the line, menentukan khalayak sasaran serta strategi pemilihan media periklanan. 5. Etika periklanan dan menelaah kasus iklan yang bermasalah dalam sudut pandang etika periklanan 6. Apa itu ide, bagaimana proses brainstorming dan pengembangan ide 7. Pengertian visual, pengertian visual dalam periklanan dan strategi visual dalam iklan 8. Ujian Tengah Semester (UTS) 9. Proses perancangan kreatif dan merancang iklan yang kreatif 10. Copy writing dan isi serta struktur pesan kreatif 11. Iklan dan lingkungan sosial, pengaruh ekonomi, pengaruh psikologis dan pengaruh sosial 12. Media massa cetak dan strategi pemilihan media cetak. 13. Media televisi dan radio, strategi pemilihan televisi dan radio dan media online dan mobile 14. Proses strategi kreatif dan pasca produksi 15. Positioning dan kreatif 16. Ujian Akhir Semester (UAS)
Pustaka	1. Jefkins, Frank. 1997. Periklanan. Jakarta: Erlangga 2. Shimp, A. Terrence. Periklanan dan promosi Edisi 5 jilid 1 3. Kasali, Rhenald. 1995. Manajemen Periklanan. Jakarta: PT Pustaka Utama Graffity 4. Kothler. Philip 1997. Manajemen Pemasaran, Jilid 2. Jakarta: Prenhallindo 5. Lee, Monle. 1999. Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global : Perdana Media Group 6. Jaiz. Muhammad. 2014. Dasar-Dasar Periklanan, Yogyakarta: Graha Ilmu
Dosen Pengampu	Titiek Surya Ningsih, M.Si
Matakuliah Prasyarat	



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA
FAKULTAS KOMUNIKASI

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Minggu	Sub CPMK	Kemampuan	Penilaian		Metode Pembelajaran		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot (%)
			Indikator	Kriteria	Luring	Daring		
01,02, 03	Sub-CPMK1 (C6, A4, P5)	Mahasiswa mampu memahami dasar periklanan dengan baik 1. Pendahuluan : pengantar periklanan meliputi pengertian iklan, sejarah periklanan, fungsi dan tujuan periklanan dan Advertising Agencies 2. Hubungan Iklan dan Komunikasi Pemasaran yang meliputi model komunikasi periklanan dan peran iklan dalam pemasaran 3. Jenis-jenis periklanan yang meliputi jenis periklanan secara umum dan secara khusus dan apa itu advertorial.	Ketepatan memahami dasar periklanan dengan baik, meliputi pengantar periklanan meliputi pengertian iklan, sejarah periklanan, fungsi dan tujuan periklanan dan Advertising Agencies, Hubungan Iklan dan Komunikasi Pemasaran yang meliputi model komunikasi periklanan dan peran iklan dalam pemasaran, Jenis-jenis periklanan yang meliputi jenis periklanan secara umum dan secara khusus dan apa itu advertorial	Nontes: 1. Keaktifan 2. Tugas: Melakukan Presentasi Kelompok Tes: Menjawab soal essai dengan tepat.	Tatap Muka (TM), 3X3X50 Collaborative Learning Penugasan Terstruktur (PT), (3 X3X60) Belajar Mandiri(BM), 3X3X60)		1.Jefkins, Frank. 1997. Periklanan. Jakarta: Erlangga 2.Shimp, A. Terrence. Periklanan dan promosi Edisi 5 jilid 1 3.Kasali, Rhenald. 1995. Manajemen Periklanan. Jakarta: PT Pustaka Utama Graffity 4.Kothler. Philip 1997. Manajemen Pemasaran, Jilid 2. Jakarta: Prenhallindo 5.Lee, Monle. 1999. Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global : Perdana Media Group 6.Jaiz. Muhammad. 2014. Dasar-Dasar Periklanan, Yogyakarta: Graha Ilmu	10%
04,05,06	Sub-CPMK2 (C3,A4,P4)	Mahasiswa mampu menerapkan 4. media periklanan yang meliputi below the line, above the line, menentukan khalayak sasaran serta strategi pemilihan media periklanan 5. etika periklanan dan menelaah kasus	Ketepatan dalam menerapkan media periklanan, etika periklanan serta bagaimana cara membangun ide dalam periklanan	Nontes: 1. Keaktifan 2. Tugas: Melakukan Presentasi Kelompok Tes: Menjawab soal essai dengan	Tatap Muka (TM), 3X3X50 Collaborative Learning Penugasan Terstruktur (PT), (3 X3X60)		1.Jefkins, Frank. 1997. Periklanan. Jakarta: Erlangga 2.Shimp, A. Terrence. Periklanan dan promosi Edisi 5 jilid 1 3.Kasali, Rhenald. 1995. Manajemen Periklanan. Jakarta: PT Pustaka Utama Graffity 4.Kothler. Philip 1997. Manajemen Pemasaran, Jilid	• 15%

		bermasalah iklan “Build In” dari sudut pandang etika dalam periklanan 6. membangun ide dalam periklanan meliputi apa itu ide, bagaimana proses brainstorming dan bagaimana pengembangan ide.		tepat.	Belajar Mandiri(BM), 3X3X60)		2. Jakarta: Prenhallindo 5.Lee, Monle. 1999. Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global : Perdana Media Group 6.Jaiz. Muhammad. 2014. Dasar-Dasar Periklanan, Yogyakarta: Graha Ilmu.	
07	Sub-CPMK3 (C3,A4,P4)	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan gaya visual dalam periklanan. Pengertian visual, pengertian visual dalam periklanan dan strategi visual dalam iklan	Ketepatan dalam menerapkan visual dalam periklanan dan strategi visual dalam iklan	Nontes: 1. Keaktifan 2. Tugas: Melakukan Presentasi Kelompok Tes: Menjawab soal essai dengan tepat.	Tatap Muka (TM), 3X3X50 Collaborative Learning Penugasan Terstruktur (PT), (3 X3X60) Belajar Mandiri(BM), 3X3X60)		1.Jefkins, Frank. 1997. Periklanan. Jakarta: Erlangga 2.Shimp, A. Terrence. Periklanan dan promosi Edisi 5 jilid 1 3.Kasali, Rhenald. 1995. Manajemen Periklanan. Jakarta: PT Pustaka Utama Graffity 4.Kothler. Philip 1997. Manajemen Pemasaran, Jilid 2. Jakarta: Prenhallindo 5.Lee, Monle. 1999. Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global : Perdana Media Group 6.Jaiz. Muhammad. 2014. Dasar-Dasar Periklanan, Yogyakarta: Graha Ilmu.	• 5%
08	UJIAN TENGAH SEMESTER							
09,10,11,12	Sub-CPMK3 (C3, A4, P4)	Mahasiswa mampu menerapkan 9. Proses perencanaan kreatif iklan (1) sebagai berikut proses perancangan kreatif, merancang iklan yang kreatif. 10. Proses perencanaan iklan kreatif (2) sebagai berikut copy writing dan	Ketepatan dalam menerapkan proses perencanaan iklan, pengaruh iklan dan lingkungan sosial, serta print media periklanan.	Nontes: 1.Keaktifan 2.Tugas: Melakukan Presentasi 3.Merancang Slide PPT 4.Project Video Presentasi	Tatap Muka (TM), 3X3X50 Collaborative Learning Penugasan Terstruktur (PT), (3 X3X60)		1.Jefkins, Frank. 1997. Periklanan. Jakarta: Erlangga 2.Shimp, A. Terrence. Periklanan dan promosi Edisi 5 jilid 1 3.Kasali, Rhenald. 1995. Manajemen Periklanan. Jakarta: PT Pustaka Utama Graffity 4.Kothler. Philip 1997. Manajemen Pemasaran, Jilid	• 35%

		isi dan struktur pesan kreatif. 11. Iklan dan lingkungan sosial meliputi pengaruh ekonomi, pengaruh Psikologis dan pengaruh sosial budaya 12. Print media diantara lain media massa cetak dan strategi pemilihan media cetak.			Belajar Mandiri(BM), 3X3X60)		2. Jakarta: Prenhallindo 5.Lee, Monle. 1999. Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global : Perdana Media Group 6.Jaiz. Muhammad. 2014. Dasar-Dasar Periklanan, Yogyakarta: Graha Ilmu	
13,14,15	Sub-CPMK4, Sub-CPMK5 (C3,A4,P3,P4)	Mahasiswa mampu menerapkan 13. Broadcast & interactive online media yang meliputi media televisi dan radio, strategi pemilihan televisi dan radio, media online dan mobile. 14. strategi kreatif dan produksi iklan diantara lain proses strategi kreatif dan pasca produksi. 15. positioning dan kreatif dalam periklanan meliputi positioning dan kreatif	Ketepatan dalam menerapkan broadcast & Interactive online media, strategi kreatif dan produksi iklan serta positioning dan kreatif dalam periklanan.	TES: 1. Keaktifan 2. Tugas: Melakukan Presentasi Individu 3. Merancang Slide PPT 4. Project Video Presentasi	Tatap Muka (TM), 4X3X50 Collaborative Learning		1.Jefkins, Frank. 1997. Periklanan. Jakarta: Erlangga 2.Shimp, A. Terrence. Periklanan dan promosi Edisi 5 jilid 1 3.Kasali, Rhenald. 1995. Manajemen Periklanan. Jakarta: PT Pustaka Utama Graffity 4.Kothler. Philip 1997. Manajemen Pemasaran, Jilid 2. Jakarta: Prenhallindo 5.Lee, Monle. 1999. Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global : Perdana Media Group 6.Jaiz. Muhammad. 2014. Dasar-Dasar Periklanan, Yogyakarta: Graha Ilmu.	• 35%
16	UJIAN AKHIR SEMESTER							



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA
FAKULTAS KOMUNIKASI

RESUME BASIS EVALUASI

No	Basis	Nilai %
1	Aktivitas Partisipatif	15
2	Kognitif/Pengetahuan (Tugas, UTS, UAS)	45
3	Hasil Proyek	40
MK Kolaboratif & Partisipatif ✓		100

Penjelasan:

- Partisipasi = Keaktifan/Kehadiran (15%)
Tugas = Presentasi Setiap Minggu (5%) (berdasarkan Rubrik Penilaian)
UTS = Soal oral dari Pertemuan 1 - 7 (Ujian oral) (20%)
UAS = Ujian Tertulis (20%)
Project = Membuat Iklan (Individual) (40%) (berdasarkan Rubrik Penilaian)

Ketua Program Studi	Kepala Satuan/Gugus Jaminan Mutu	Koordinator Mata Kuliah
Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom		 Titiek Surya Ningsih, M.Si



DAFTAR HADIR DAN NILAI SEMESTER GANJIL / GENAP T.A.....

UTAMA/FA/U/001

Kampus : Jl. Letjen T.B. Simatupang No. 152 Tanjung Barat - Jakarta Selatan 12530
Telp. : (021) 789 0965, 782 9919, 78831838, 789 0634
Fax. : (021) 789 0966
Email : info@jagakarsa.ac.id
Website : http://www.jagakarsa.ac.id

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kode dan Mata kuliah : Pengantar Penjualan
Smt/SKS/W. Kuliah : 1 / 15 / 19.00

Dosen : Titek Surya Mingsih, M.Si
Tgl. Kuliah pertama dan berakhir : 5/3 26 - 15/6 26

No. Urut	NPM	NAMA MAHASISWA	PERKULIAHAN KE																				Ke hadir an	Tugas	UTS	UAS	Nilai Akhir		Keterangan
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20					Jumlah	Huruf	
			75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75					100%	N.A	
1	25600001	Fari Farihan	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	20	16	20	30	86	A	
2	25600023	Luthar	x	x	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	18	16	19	31	84	A	
3																													
4																													
5																													
6																													
7																													
8																													
9																													
10																													
11																													
12																													
13																													
14																													
15																													

Keterangan :
✓ : Hadir Perkuliahan
x : Absen Perkuliahan
S : Sakit
i : Ijin

Kehadiran Minimal 75 %
UTS : Ujian Tengah Semester
UAS : Ujian Akhir Semester
Ket : Lulus / Tidak Lulus

PENILAIAN
0 - 44 = E
45 - 55 = D
56 - 69 = C
70 - 79 = B
80 - 100 = A

Dosen Pengampu

Titek Surya Mingsih, M.Si

Jakarta,

Ketua Program Studi

Picki Bagus chandra



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA

LEMBAGA PENJAMINAN MUTU

LEMBAR MONITORING PERKULIAHAN

FORM UTAMA/FAU/002

PROGRAM STUDI
SEMESTER
TAHUN AJARAN

Ilmu Komunikasi
1^a
2026

KODE/MATA KULIAH/SKS
DOSEN PENGAMPU

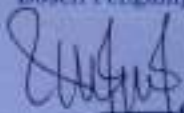
602120133 / Periklanan / 3
Dhek Surya Mingsih

PERTEMUAN KE	HARI TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
1	5/3 26 Kamis	Introduction	- Portrat Bertubuh - Pengajaran RPS - Relasi yang memandang periklanan	1	f	Komentar Program Studi	Komentar UJM
2	12/3 26 Kamis	Model Komunikasi	- Model Komunikasi - Peran iklan dan pemasaran	1	f		
3	2/4 26 Kamis	Pembagian Iklan	- Iklan secara umum - Advertorial - Iklan secara khusus	2	f		
4	9/4 26 Kamis	Media Periklanan	- Above the line - menentukan sasaran - Below the line - strategi pemilihan - Thought the line media	2	f		
5	10/4 26 Jumat	Etika Periklanan	- Definisi etika periklanan - menelaah kasus iklan yg bermasalah	2	f		
6	16/4 26 Kamis	IDE	- Definisi ide - Pengembangan ide - Proses brainstorming	2	f		
7	23/4 26 Kamis	Visual	- Definisi visual - visual dan periklanan - strategi visual dan iklan	2	f		
8	30/4 26 Kamis	UTS	Ujian Tengah Semester (materi pertemuan ke 2 - 7)	2	f		
9	7/5 26 Kamis	Perancangan kreatif	- kreatif - Proses Perancangan kreatif - merancang iklan yg kreatif	2	f		
10	15/5 26 Jumat	Copy Writing	- Definisi copy writing - let copy writing - struktur pesan kreatif	2	f		

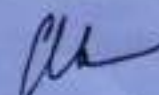
PERTEMUAN KE	HARI/TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
11	21/5 26 Kamis	Plan dan Lingkungan	- lingkungan sosial - pengaruh ekonomi sosial - pengaruh psikologis	2	f	Komentar Program Studi	Komentar UJM
12	29/5 26 Jumat	Media Cetak	- media cetak - strategi pemilihan media cetak	2	f		
13	4/6 26 Kamis	Media Televisi dan Radio	- media Televisi - media Radio - media online	2	f		
14	5/6 26 Jumat	Proses kreatif	- proses strategi kreatif - Pra Produksi dan Pasca produksi	2	f		
15	11/6 26 Kamis	Positioning	- positioning - kreatif	2	f		
16	25/6 26 Kamis	UAS	Ujian Akhir Semester (Materi dari pertemuan 9 s.d 15)	2	f		

Jakarta,

Dosen Pengampu


Titiek Sunya Mihajir, M.Si

Ketua Program Studi


Picti Bagus Chandra



DAFTAR HADIR DAN NILAI SEMESTER GANJIL / GENAP T.A.....

UTAMA/FA/001

Kampus : Jl. Letjen T.B. Simatupang No. 152 Tanjung Barat - Jakarta Selatan 12530
Telp. : (021) 789 0965, 782 9919, 78831838, 789 0634
Fax. : (021) 789 0966
Email : info@jagakarsa.ac.id
Website : http://www.jagakarsa.ac.id

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kode dan Mata kuliah : Pengantar Periklanan
Smt/SKS/W. Kuliah : 1 / 12 / 10.50

Dosen : Titek Surya Mingah, M.Si
Tgl. Kuliah pertama dan berakhir : 5/3/26 - 25/6/26

No. Urut	NPM	NAMA MAHASISWA	PERKULIAHAN KE																				Ke hadir an	Tugas	UTS	UAS	Nilai Akhir		Keterangan
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20					Jumlah	Huruf	
			5/3/26	12/3/26	19/3/26	26/3/26	2/4/26	9/4/26	16/4/26	23/4/26	30/4/26	7/5/26	14/5/26	21/5/26	28/5/26	4/6/26	11/6/26	18/6/26	25/6/26	2/7/26	9/7/26	16/7/26					100%	N.A	
1	25600004	Sasti Mardiana	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	20	16	19	34	89	A	
2	25600006	Bilqis Andriana	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	20	16	20	31	87	A	
3	25600011	Queen Tania Kartika	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	19	15	13	32	79	B	
4	25600015	Giovanna d-s Merlana	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	16	14	20	17	67	C	
5	25600020	Ulfa Fauziah	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	19	15	20	33	87	A	
6	25600008	Aghia Nurul Amalia	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	17	16	15	27	75	B	
7	25600007	Zyuhra Putri P.k	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	17	15	13	27	72	B	
8	25600013	Sandy Nugraha	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	19	16	20	32	87	A	
9																													
10																													
11																													
12																													
13																													
14																													
15																													

Keterangan :		PENILAIAN	
✓	Hadir Perkuliahan	0 - 44	= E
+	Absen Perkuliahan	45 - 55	= D
S	Sakit	56 - 69	= C
i	Bin	70 - 79	= B
		80 - 100	= A

Kehadiran Minimal 75 %
UTS : Ujian Tengah Semester
UAS : Ujian Akhir Semester
Ket : Lulus / Tidak Lulus

Dosen Pengampu

Titek Surya Mingah

Jakarta,

Ketua Program Studi

Picti Bagus Chandra



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA

LEMBAGA PENJAMINAN MUTU

LEMBAR MONITORING PERKULIAHAN

FORM UTAMA/FA/002

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
SEMESTER : II
TAHUN AJARAN : 2026

KODE/MATA KULIAH/SKS : 602120133 / Periklanan / 3
DOSEN PENGAMPU : Titeh Surya Ningih

PERTEMUAN KE	HARI/TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
1	5/3 26 Kamis	Introduction	- Kontrak Perkuliahan - Penjelasan RPS - selangkas pandangan periklanan	8	f	Komentar Program Studi	Komentar UJM
2	12/3 26 Kamis	Model Komunikasi	- Model Komunikasi - Peran iklan dan pemasaran	8	f		
3	2/4 26 Kamis	Pembagian iklan	- Iklan secara umum - Advertorial - Iklan secara khusus	7	f		
4	9/4 26 Kamis	Media Periklanan	- Above the line - Menentukan saluran - Below the line - Strategi pemilihan media - Through the line	6	f		
5	10/4 26 Jumat	Etika Periklanan	- Definisi etika periklanan - memilahh kasus iklan yg bermoralah	8	f		
6	16/4 26 Kamis	IDE	- Apa itu ide ? - pengembangan ide - proses brainstorming	8	f		
7	23/4 26 Kamis	Visual	- Definisi visual - visual dlm periklanan - strategi visual dlm iklan	8	f		
8	30/4 26 Kamis	UTS	Ujian Tengah Semester (materi pertemuan ke 2 - 7)	8	f		
9	7/5 26 Kamis	Perancangan Kreatif	- Kreatif ? - Proses perancangan kreatif - Merancang iklan yg kreatif	8	f		
10	15/5 26 Jumat	Copy Writing	- Definisi copy writing - 1st copy writing - struktur pesan kreatif	8	f		

PETERMINAN KE	HARI/ TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
11	21/5 26 Kamis	Iklan dan Lingkungan	- lingkungan sosial - pengaruh sosial - pengaruh ekonomi - pengaruh psikologis	5	f	Komentar Program Studi	Komentar UJM
12	29/5 26 Jumat	Media Cetak	- Media Massa cetak - Strategi pemilihan media cetak	7	f		
13	4/6 26 Kamis	Media Televisi dan Radio	- Media Televisi - Media Mobile - Media Radio - Strateginya - media Online	8	f		
14	5/6 26 Jumat	Proses Kreatif	- Proses strategi kreatif - Pra, Produksi dan Pasca produksi	8	f		
15	11/6 26 Kamis	Positioning	- Positioning - kreatif	5	f		
16	25/6 26 Kamis	UAS	Ujian Akhir semester (materi dari pertemuan 9, 5/6 15)	8	f		

Jakarta,

Dosen Pengampu


Tiara Surya Mingsih

Ketua Program Studi


Pickel Bagus chandra