



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/2025

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

Untuk melaksanakan tugas mengajar sebagai berikut :

No	Mata Kuliah	Waktu		Kode MK	Kredit (sks)	Jenjang Program	Program Studi	Semester
		Setiap Hari	Pukul					
1.	Pengantar Periklanan	Selasa	10.50 – 13.20	612112053	3	Strata	Ilmu Komunikasi	Genap 2024/2025
2.	Pengantar Periklanan	Selasa	16.30 – 19.00	612112053	3	Satu		
3.	Manajemen Krisis PR	Rabu	16.30 – 19.00	60B072PR	3			
				Jumlah	9			

Kepada yang bersangkutan akan diberikan gaji/honorarium sesuai dengan peraturan penggajian yang berlaku di Universitas Tama Jagakarsa. Penugasan ini berlaku dari tanggal 10 Maret 2025 sampai dengan tanggal 26 Juli 2025.

Jakarta, 1 Maret 2025

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 ILMU KOMUNIKASI
JAKARTA**



Jurusan/ Prodi : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Mata Kuliah : Manajemen Krisis Public Relation
Tahun/Semester/SKS : 2025/6/3
Standar Kompetensi : Mengetahui, Memahami dan Mengaplikasikan

DOSEN PENGAMPU :

Titiek Surya Ningsih, S.Sos.I, M.Si

NIDN 0301108608

HP/WA 0817100186

Email : titiek.univtamajagakarsa@gmail.com



**UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

Jl. TB Simatupang No. 152 Tanjung Barat – Jakarta Selatan 12530

**FORMULIR
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) GENAP 2022/2023**

No. Dokumen 007/RPS/LPM/UTAMA-J/2018	No. Revisi	Hal 1 dari 12	Tanggal Terbit 28 Februari 2025
Matakuliah : Manajemen Krisis Public Relation	Semester: 6	sks: 3	Kode MK: -
Mata Kuliah Prasyarat **)	: Ilmu komunikasi		
Dosen Pengampu/Penanggungjawab	: Titiek Surya Ningsih, S.Sos.I, M.Si		
Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)	<p>A. Sikap :</p> <ul style="list-style-type: none">a. Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius;b. Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika;c. Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik;d. Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab pada negara dan bangsa;e. Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain;f. Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan pancasila;g. Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan;h. Taat hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara;i. Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan;j. Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri. <p>B. Pengetahuan :</p> <ul style="list-style-type: none">a. Menguasai konsep teoretis tentang manajemen krisis public relation.b. Mampu mengetahui pengenalan dan penanggulangan terhadap krisis bagi sebuah perusahaan/organisasi,c. Mampu memahami manajemen dalam mengkomunikasikan resiko,d. Mampu memahami manajemen strategi dan penanganan isu dan krisis,e. serta mampu membuat tugas akhir yang merupakan analisis resiko lengkap dengan strategi penanganannya.f. Mampu menyajikannya sesuai dengan fakta dan norma.g. Menguasai etika dalam membangun dan melestarikan hubungan masyarakat dan nilai-nilai kemanusiaan (humanity values).		

	<p>h. Menguasai kaidah, prinsip dan teknik public speaking fungsi, level organisasi, dan tujuannya</p> <p>i. Menguasai prinsip dan issue terkini dalam ekonomi, politik, sosial, ekologi, perkembangan teknologi terbaru dan terkini secara umum.</p> <p>j. Menguasai pengetahuan tentang teknik komunikasi menggunakan teknologi terbaru dan terkini.</p> <p>C. Keterampilan Umum :</p> <p>a. Menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan/atau teknologi sesuai dengan bidang keahliannya;</p> <p>b. Mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan, teknologi atau seni sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah untuk menghasilkan solusi, gagasan, desain, atau kritik seni serta menyusun deskripsi saintifik hasil kajiannya dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir;</p> <p>c. Mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis terhadap informasi dan data;</p> <p>d. Mengelola pembelajaran secara mandiri;</p> <p>e. Mengembangkan dan memelihara jaringan kerja dengan pembimbing, kolega, sejawat baik di dalam maupun di luar lembaganya.</p> <p>D. Keterampilan Khusus :</p> <p>a. Mahasiswa mampu menjelaskan secara konseptual keterkaitan antara reputasi, krisis, dan public relations.</p> <p>b. Mahasiswa mampu memetakan dan menganalisis tipe, magnitude, dan akar-akar krisis komunikasi dan reputasi.</p> <p>c. Mahasiswa mampu menyusun strategi Public Relations untuk mempertahankan dan meningkatkan reputasi serta mencari solusi bagi krisis komunikasi.</p> <p>d. Mampu berkomunikasi dan bernegosiasi dengan klien secara efektif.</p> <p>e. Setelah mengikuti perkuliahan ini, mahasiswa dapat memahami krisis PR, mengeksplorasi tahapan-tahapan krisis, mampu melakukan manajemen krisis, dapat mengidentifikasi model penyelesaian krisis, mampu melakukan media relations di saat krisis, mampu melakukan internal dan eksternal relations di saat krisis, serta dapat memecahkan krisis PR sebuah perusahaan.</p>
<p>Capaian Pembelajaran Matakuliah (CPMK)</p>	<p>A. Sikap :</p> <p>a. Mampu mengetahui pengenalan dan penanggulangan terhadap krisis bagi sebuah perusahaan/organisasi,</p> <p>b. Mampu memahami manajemen dalam mengkomunikasikan resiko,</p> <p>c. Mampu memahami manajemen strategi dan penanganan isu dan krisis,</p> <p>d. serta mampu membuat tugas akhir yang merupakan analisis resiko lengkap dengan strategi penanganannya.</p>

	<p>e. Mampu menyajikannya sesuai dengan fakta dan norma.</p> <p>B. Pengetahuan :</p> <p>a. Menguasai pengenalan dan penanggulangan terhadap krisis bagi sebuah perusahaan/organisasi, manajemen dalam mengkomunikasikan resiko.</p> <p>b. Manajemen strategi dan penanganan isu dan krisis, serta mampu membuat tugas akhir yang merupakan analisis resiko lengkap dengan strategi penanganannya.</p> <p>c. Mampu memiliki pengetahuan tentang teknik komunikasi menggunakan teknologi terbaru dan terkini.</p> <p>d. Kemampuan dalam memahami, menjelaskan, dan memecahkan masalah-masalah yang ada dalam kawasan keahlian ilmu komunikasi khususnya manajemen krisis public relation.</p> <p>e. Setelah mengikuti perkuliahan ini, mahasiswa dapat memahami krisis PR, mengeksplorasi tahapan-tahapan krisis, mampu melakukan manajemen krisis, dapat mengidentifikasi model penyelesaian krisis, mampu melakukan media relations di saat krisis, mampu melakukan internal dan eksternal relations di saat krisis, serta dapat memecahkan krisis PR sebuah perusahaan.</p> <p>C. Keterampilan Umum</p> <p>a. Menerapkan model pembelajaran <i>quantum learning, active learning, cooperative learning</i> dan <i>scientific learning</i> dalam pembelajaran</p> <p>b. Menerapkan model <i>project-based, problem-based learning, integrated learning</i> dan <i>e-learning</i> dalam pembelajaran.</p> <p>D. Keterampilan Umum :</p> <p>a. Melakukan evaluasi hasil belajar (evaluasi produk) dan evaluasi pembelajaran (evaluasi proses)</p> <p>b. Menerapkan penilaian alternatif</p>
<p>Deskripsi Matakuliah</p>	<p>Manajemen Reputasi, Krisis dan Public Relations merupakan tiga domain kajian besar yang saling terkait satu sama lain. Dalam praktik di lapangan, ketiganya seringkali benar-benar berkelindan dan tidak mungkin dipisahkan.</p> <p>Untuk membangun reputasi diperlukan Manajemen Reputasi dan aktivitas Public Relations sekaligus. Demikian juga ketika terjadi krisis yang disebabkan oleh menurunnya kualitas komunikasi peranan Public Relations sangat penting. Oleh karena krisis dapat memicu penurunan reputasi, krisis tidak hanya memerlukan Public Relations, melainkan juga Manajemen Reputasi.</p> <p>Mata kuliah ini mengintegrasikan pembahasan atas ketiga domain besar tersebut menjadi sebuah objek kajian. Dengan memahami ketiganya secara simultan dan terhubung sedemikian rupa diharapkan mahasiswa mempunyai pemahaman yang lebih komprehensif baik di tataran teori maupun konsep-konsep praxis.</p>

Minggu ke	Kemampuan yang diharapkan (Sub-CPMK)	Bahan Kajian/Materi Pembelajaran	Metode Pembelajaran dan Pengalaman Belajar	Waktu	Penilaian	Kriteria/ Indikator	Bobot
1	Mahasiswa dapat memahami tentang pengantar tentang manajemen krisis public relation dan Selayang pandang mengenai kontrak perkuliahan untuk satu semester.	<i>Introduction</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	5%
2	Mahasiswa dapat memahami mengenai Konsep Reputasi: Identitas, Image dan Reputasi	Bagaimana identitas dan image membentuk reputasi?	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	10%
3	Mahasiswa dapat memahami apa mengenai Corporate Branding	a. Apa yang dimaksud dengan Corporate Branding? b. Bagaimana aplikasi Corporate Branding di Indonesia?	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	10%
4	Mahasiswa dapat memahami tentang Corporate Reputation.	a. Apa yang dimaksud dengan Corporate Reputatiom? b. Bagaimana aplikasi Corporate Reputation di Indonesia.	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	15%

5	Mahasiswa dapat memahami Manajemen Reputasi	Bagaimana konsep dan aplikasi konsep manajemen reputasi untuk korporasi swasta di Indonesia?	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	10%
6.	Mahasiswa dapat memahami Manajemen Reputasi	Bagaimana konsep dan aplikasi konsep manajemen reputasi untuk institusi pemerintahan di Indonesia?	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	5%
7	Mahasiswa dapat memahami Peran Public Relations dalam Mengatasi Krisis dan Penurunan Reputasi	Bagaimana peran Public Relations dalam mengatasi krisis yang dialami institusi?	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	10%
8	Mahasiswa memahami materi 1 s/d 7	Ujian Tengah Semester	Soal Ujian	90'	UTS	UTS	
9	Mahasiswa dapat memahami Peran Public Relations dalam Mengatasi Krisis dan Penurunan Reputasi	Bagaimana peran Public Relations dalam mengatasi penurunan reputasi?	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	5%
10	Mahasiswa dapat memahami Krisis Manajemen dan Krisis Komunikasi: Sebuah Perbandingan	<p>a. Apa perbedaan konsep Krisis Manajemen dengan Krisis Komunikasi?</p> <p>b. Bagaimana peranan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	5%

		leadership dalam krisis manajemen dan krisis komunikasi?					
11	Mahasiswa dapat memahami Krisis Komunikasi dan Public Relations	a. Bagaimana Public Relations mengidentifikasi dan mengonseptualisasi krisis komunikasi? b. Bagaimana krisis komunikasi mengancam eksistensi institusi?	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	5%
12	Mahasiswa dapat memahami Manajemen Krisis Public Relations	a. Bagaimana langkah-langkah strategis Public Relations dalam mengatasi krisis? b. Bagaimana manajemen komunikasi berperan dalam mengatasi krisis?	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	5%
13	Mahasiswa dapat memahami Media Relations untuk menjaga reputasi dan pemulihan krisis	<i>Bagaimana peran media dalam menjaga reputasi institusi?</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	5%
14	Mahasiswa dapat memahami secara keseluruhan manajemen krisis dalam public relation.	Studi Kasus	<ul style="list-style-type: none"> • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	5%

15	Mahasiswa dapat memahami secara keseluruhan manajemen krisis dalam public relation.	Studi Kasus	<ul style="list-style-type: none"> • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	5%
16	Mahasiswa memahami seluruh materi yang sudah diajarkan	Ujian Akhir Semester	Soal Ujian	90'	UAS	UAS	

****)** Mahasiswa tidak dapat mengambil matakuliah lanjutan apabila tidak lulus mata kuliah prasyarat.

Daftar Referensi:

1. Kriyantono, Rachmat (2012). *Public Relations & Crisis Management*. Jakarta: Prenada
2. Kriyantono, Rachmat (2012a). Measuring a company reputation. *International Journal of Business & Social Science*, Vol 3 no 9, May 2012
3. Griffin, Andrew (2014). *Crisis, Issues and Reputation Management: A Handbook for PR and Communication Professionals*. London: CPI Group.
4. Anthonissen, P. F. (ed.). 2008. *Crisis communication: practical public relations strategies for reputation management and company survival*. London and Philadelphia: Kogan Page
5. Chatra, E & R. Nasrullah. 2008. *Public Relations, Strategi Kehumasan dalam Menghadapi Krisis*. Bandung: Maximlis.
6. Coombs, W. T. & S. J. Holladay. 2010. *The Handbook of Crisis Communication*. Oxford: Wiley-Blackwell
7. Doorley, J. & H. F. Garcia. 2007. *Reputation Management the Key to Successful Public Relations and Corporate Communication*. New York: Routledge
8. Falkheimer, J. & M. Heide. 2009. *Crisis Communication in a New World Reaching Multicultural Publics through Old and New Media*. *Nordicom Review* 30 (2009) 1, pp. 55-65
9. Griffin, A. 2008. *New strategies for reputation management: gaining control of issues, crises and corporate social responsibility*. London and Philadelphia: Kogan Page
10. Griffin, G. 2002. *Reputation Management*. Oxford: Capstone Publishing Wasesa, S.A. & J. Macnamara. 2010. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Gramedia
11. Helm, S., K. Liehr-Gobbers, C. Storck (eds.). 2011. *Reputation Management*. Arizona & Duesseldorf: Springer
12. Iriantara, Y. 2005. *Media Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Tugas mahasiswa dan penilaiannya

1. Tugas

Minggu ke	Bahan Kajian/Materi Pembelajaran	Tugas		Waktu	Penilaian	Indikator	Bobot
14 dan 15	<ul style="list-style-type: none"> Membuat makalah individu terkait Studi Kasus, Analisa krisis public relation yang ada di Indonesia. 	Mandiri Terstruktur	Sistem penulisan harus sesuai dengan sistematika penulisan makalah.	Makalah individu dikumpulkan ketika pertemuan 14 dan 15 kemudian dipresentasikan.	1. Pemahaman tentang materi yang sudah kita bahas per minggunya. 2. Sistem penulisannya dan teori sesuai dengan buku referensi atau tidak		

Jenis tugas yang diberikan dalam bentuk: *makalah individu terkait Analisa krisis public relation yang ada di Indonesia, dan akan dipresentasikan.*

Aspek Penilaian

- (1) Sikap
- (2) Pengetahuan
- (3) Keterampilan
- (4) Syarat mengikuti UAS Kehadiran Mahasiswa Minimal 70%.

a) Bobot Penilaian Bersifat Akumulasi

- (1) Bobot Kehadiran (NK) = 20%
- (2) Bobot Tugas (NT) = 20%
- (3) Bobot Nilai Ujian Tengah Semester (UTS) = 25%
- (4) Bobot Nilai Ujian Akhir Semester (UAS) = 35%
- (5) Nilai Akhir dalam bentuk Huruf (A/B/C/D/E)
- (6) Apabila salah satu komponen bobot tidak ada maka otomatis nilai E.

Jakarta, 28 Februari 2025

Mengetahui

Ketua Program Studi

Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom

Pengampu/Penanggunjawab MK

Titiek Surya Ningsih, S.Sos.I, M.Si

Tata Cara Pengisian Kolom Rencana Pembelajaran Semester (RPS)

Tata cara pengisian Rencana Pembelajaran Semester (RPS) pada setiap komponen dilakukan dengan penjelasan sebagai berikut;

Nomor Kolom	Judul Kolom	Penjelasan Pengisian
1	Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)	Capaian Pembelajaran Lulusan diisi sesuai dengan CPL (sikap / pengetahuan / ketrampilan) yang terkait dengan matakuliah yang sudah ada dalam matrik CPL-Bahan Kajian-Matakuliah dalam kurikulum Program Studi masing-masing.
2	Capaian Pembelajaran Matakuliah (CPMK)	Capaian Pembelajaran Matakuliah adalah kemampuan akhir yang diharapkan setelah mahasiswa menyelesaikan mata kuliah yang bersangkutan sesuai dengan bahan kajian yang telah dirumuskan, pada CPMK memuat aspek Afektif, Kognitif dan Psikomotorik.
3	Deskripsi Matakuliah	Deskripsi matakuliah yang telah dirumuskan dalam kurikulum.
4	Minggu ke	Menunjukkan kapan suatu kegiatan dilaksanakan, yakni mulai minggu ke 1 sampai ke 16 (Satu semester) bisa 1/2/3/4 mingguan).
5	Kemampuan yang diharapkan	Rumusan kemampuan dibidang kognitif, psikomotorik, dan afektif diusahakan lengkap dan utuh (<i>hard skills & soft skills</i>). Merupakan tahapan kemampuan yang diharapkan dapat mencapai kompetensi matakuliah diakhir semester
6	Bahan kajian (Materi Kuliah)	Bisa diisi pokok bahasan/sub pokok bahasan, atau topik bahasan (dengan asumsi tersediabahan ajar/diktat/modul ajar untuk setiap pokok bahasan).
7	Metode pembelajaran dan Pengalaman Belajar Mahasiswa	Bisa berupa ceramah, diskusi, presentasi tugas, seminar, simulasi, responsi, praktikum, latihan, kuliah lapangan, praktik bengkel, survai lapangan, bermain peran, atau gabungan berbagai bentuk. Penetapan bentuk pembelajaran didasarkan pada keniscayaan bahwa kemampuan yang diharapkan diatas akan tercapai dengan bentuk / model pembelajaran tersebut. Dijelaskan secara singkat pengalaman belajar yang diharapkan pada mahasiswa.
8	Waktu	Takaran waktu yang menyatakan beban belajar dalam satuan SKS (Satuan Kredit Semester). 1 (Satu) SKS setara dengan 50 (Lima Puluh) menit perkegiatan proses belajar mengajar dikelas.
9	Penilaian	Sistem penilaian yang digunakan meliputi, jenis tes, cara penilaian serta instrument penilaian yang digunakan.
10	Kriteria / indikator	Berisi indikator yang dapat menunjukkan unsur kemampuan yang dinilai (bisa kualitatif, misal ketepatan analisis, kerapian sajian, kreativitas ide, kemampuan komunikasi, bisa juga yang kuantitatif : banyaknya kutipan acuan/unsur yang dibahas, kebenaran hitungan, dll).
11	Bobot Penilaian	Disesuaikan dengan kedalaman dan keluasan bahan kajian atau secara sederhana tercermin dari waktu yang digunakan untuk membahas atau mengerjakan tugas, atau besarnya sumbangan suatu kemampuan.

		Ujian Tengah semester dan Ujian Akhir tidak diberi bobot dikolom ini, tetapi diberi bobot ketika menentukan nilai akhir kelulusan dalam suatu matakuliah.
12	UTS dan UAS	Soal UTS diambil dari Materi Pertemuan 1-7 dan Soal UAS diambil dari Materi Pertemuan 9-15. UTS dilaksanakan pada Pertemuan ke-8, sedangkan UAS dilaksanakan pada Pertemuan ke-16. Materi Soal UAS minimal 5 soal, terdiri dari 50% soal harus berisikan studi/analisis kasus, sedangkan 50% sisanya terdiri dari pendalaman materi.

Ditetapkan di : Jakarta
 Pada Tanggal : 28 Februari 2025
 Rektor

Prof. Dr. H. M. Noor Sembiring., SE., M.M
 19640913 199303 1001

UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JAKARTA



Jurusan/ Prodi : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Mata Kuliah : Pengantar Periklanan
Tahun/Semester/SKS : 2025/2/3
Standar Kompetensi : Mengetahui, Memahami dan Mengaplikasikan

DOSEN PENGAMPU :

Titiek Surya Ningsih, S.Sos.I, M.Si

NIDN : 0301108608

HP/WA : 0817100186

Email : titiek.univtamajagakarsa@gmail.com

	UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI			
	Jl. TB Simatupang No. 152 Tanjung Barat – Jakarta Selatan 12530 FORMULIR RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) GENAP 2024/2025			
No. Dokumen 007/RPS/LPM/UTAMA-J/2018	No. Revisi	Hal 1 dari 11	Tanggal Terbit 1 Maret 2025	
Matakuliah : Pengantar Periklanan	Semester: 2	sks: 3	Kode MK: -	
Mata Kuliah Prasyarat **)	: Ilmu komunikasi			
Dosen Pengampu/Penanggungjawab	: Titiek Surya Ningsih, S.Sos.I, M.Si			
Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)	A. Sikap : <ol style="list-style-type: none"> a. Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius; b. Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika; c. Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik; d. Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab pada negara dan bangsa; e. Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain; f. Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan pancasila; g. Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan; h. Taat hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara; i. Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan; j. Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri. B. Pengetahuan : <ol style="list-style-type: none"> a. Menguasai konsep teoretis tentang desain dan estetika, prinsip-prinsip desain visual, perilaku konsumen, komunikasi persuasi dan komunikasi massa; b. Menguasai teknik gambar, teknik produksi media, dan program aplikasi desain grafis c. Menguasai etika dalam membangun dan melestarikan hubungan masyarakat dan nilai-nilai kemanusiaan (humanity values). d. Menguasai kaidah, prinsip dan teknik komunikasi lintas fungsi, level organisasi, dan budaya; e. Menguasai prinsip dan issue terkini dalam ekonomi, politik, sosial, ekologi, perkembangan teknologi terbaru dan terkini secara umum. f. Menguasai pengetahuan tentang teknik komunikasi menggunakan teknologi terbaru dan terkini. 			

	<p>C. Keterampilan Umum :</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan/atau teknologi sesuai dengan bidang keahliannya; b. Mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan, teknologi atau seni sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah untuk menghasilkan solusi, gagasan, desain, atau kritik seni serta menyusun deskripsi saintifik hasil kajiannya dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir; c. Mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis terhadap informasi dan data; d. Mengelola pembelajaran secara mandiri; e. Mengembangkan dan memelihara jaringan kerja dengan pembimbing, kolega, sejawat baik di dalam maupun di luar lembaganya. <p>D. Keterampilan Khusus :</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Mampu membuat perencanaan strategis tentang iklan dan media untuk mencapai suatu tujuan melalui pencarian, identifikasi dan pemanfaatan informasi tentang kebutuhan konsumen dan pasar sebagai bagian dari konsep dan proses rancangan. b. Mampu melakukan “ <i>media buying</i> “ c. Mampu menterjemahkan perencanaan strategis iklan/media ke dalam beberapa alternatif desain iklan dan media visual secara kreatif dengan menerapkan prinsip dasar desain, melalui teknik gambar tangan bebas (<i>freehand drawing</i>) maupun menggunakan peralatan grafis digital. d. Mampu memproduksi karya media atau produksi iklan (<i>copywriting, visualisasi, dan editing</i>) dalam bentuk media cetak maupun elektronik. e. Mampu menyusun narasi yang simpel, sederhana, informatif yang mengungkapkan pemahaman tentang idea, struktur, karakter, konflik, dan simbolisasi dari hasil karyanya f. Mampu melakukan kajian pada iklan dan media pasca produksi berdasarkan berdasarkan analisis kebutuhan, pemetaan konsumen dan pasar. g. Mampu berkomunikasi dan bernegosiasi dengan klien secara efektif.
<p>Capaian Pembelajaran Matakuliah (CPMK)</p>	<p>A. Sikap :</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Menguasai konsep teoretis tentang periklanan, desain dan estetika, prinsip-prinsip desain visual, perilaku konsumen, komunikasi persuasi dan komunikasi massa; b. Mampu menguasai teknik gambar, teknik produksi media, dan program aplikasi desain grafis c. Menguasai pengetahuan tentang teknik komunikasi menggunakan teknologi terbaru dan terkini. d. Mampu memproduksi karya media atau produksi iklan (<i>copywriting, visualisasi, dan editing</i>) dalam bentuk media cetak maupun elektronik.

	<p>e. Mampu menterjemahkan perencanaan strategis iklan/media ke dalam beberapa alternatif desain iklan dan media visual secara kreatif dengan menerapkan prinsip dasar desain, melalui teknik gambar tangan bebas (<i>freehand drawing</i>) maupun menggunakan peralatan grafis digital.</p> <p>B. Pengetahuan :</p> <p>a. Menguasai pengetahuan tentang teknik komunikasi menggunakan teknologi terbaru dan terkini. b. Kemampuan dalam memahami, menjelaskan, dan memecahkan masalah-masalah yang ada dalam kawasan keahlian Ilmu Komunikasi khususnya tentang ilmu periklanan</p> <p>C. Keterampilan Umum</p> <p>a. Menerapkan model pembelajaran <i>quantum learning, active learning, cooperative learning</i> dan <i>scientific learning</i> dalam pembelajaran b. Menerapkan model <i>project-based, problem-based learning, integrated learning</i> dan <i>e-learning</i> dalam pembelajaran.</p> <p>D. Keterampilan Umum :</p> <p>a. Melakukan evaluasi hasil belajar (evaluasi produk) dan evaluasi pembelajaran (evaluasi proses) b. Menerapkan penilaian alternatif</p>
<p>Deskripsi Matakuliah</p>	<p>: Agar mahasiswa mampu memahami dan menerapkan tentang dasar-dasar periklanan yang di dapat dan mengaplikasikannya dalam dunia periklanan</p>
<p>Materi Pembelajaran / Pokok Bahasan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Introduction</i>, Penjelasan RPS dan kontrak Perkuliahan 2. Model komunikasi dan peran iklan dalam pemasaran 3. Pembagian iklan secara umum dan khusus serta advertorial 4. 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)					
Minggu ke -	Kemampuan yang diharapkan (Sub-CPMK)	Bahan Kajian/Materi Pembelajaran	Metode Pembelajaran dan Pengalaman Belajar	Waktu	Penilaian	Kriteria/ Indikator	Bobot
1	Mahasiswa dapat memahami tentang pengantar periklanan meliputi pengertian iklan, sejarah periklanan, fungsi dan tujuan periklanan dan Advertising Agencies	<i>Introduction</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	5%
2	Mahasiswa dapat memahami apa hubungan Iklan dan Komunikasi Pemasaran yang meliputi model komunikasi periklanan dan peran iklan dalam pemasaran	Model komunikasi dan peran iklan dalam pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	10%
3	Mahasiswa dapat memahami apa saja Jenis-jenis periklanan yang meliputi jenis periklanan secara umum dan secara khusus dan apa itu advertorial	Pembagian iklan secara umum dan khusus serta advertorial	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	10%
4	Mahasiswa dapat memahami tentang media periklanan yang meliputi below the line, above the line, menentukan khalayak sasaran serta strategi pemilihan media periklanan.	Below the line, above the line, though the line, menentukan khalayak sasaran serta strategi pemilihan media periklanan.	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	15%

5	Mahasiswa dapat memahami etika periklanan meliputi etika periklanan dan menelaah kasus bermasalah iklan "Build In" dari sudut pandang etika dalam periklanan	Etika periklanan dan menelaah kasus iklan yang bermasalah dalam sudut pandang etika periklanan	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	10%
6.	Mahasiswa dapat memahami bagaimana membangun ide dalam periklanan meliputi apa itu ide, bagaimana proses brainstorming dan bagaimana pengembangan ide.	Apa itu ide, bagaimana proses brainstorming dan pengembangan ide	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	5%
7	Mahasiswa dapat memahami bagaimana gaya visual dalam periklanan. Pengertian visual, pengertian visual dalam periklanan dan strategi visual dalam iklan	Pengertian visual, pengertian visual dalam periklanan dan strategi visual dalam iklan	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	10%
8	Mahasiswa memahami materi 1 s/d 7	Ujian Tengah Semester	Soal Ujian	90'	UTS	UTS	
9	Mahasiswa dapat memahami bagaimana proses perencanaan kreatif iklan (1) sebagai berikut proses perancangan kreatif, merancang iklan yang kreatif.	Proses perancangan kreatif dan merancang iklan yang kreatif	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	5%
10	Mahasiswa dapat memahami bagaimana proses perencanaan iklan kreatif (2) sebagai berikut copy writing dan isi dan struktur pesan kreatif.	Copy writing dan isi serta struktur pesan kreatif	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	5%

11	Mahasiswa dapat memahami iklan dan lingkungan sosial meliputi pengaruh ekonomi, pengaruh Psikologis dan pengaruh sosial budaya	Iklan dan lingkungan sosial, pengaruh ekonomi, pengaruh psikologis dan pengaruh sosial	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	5%
12	Mahasiswa dapat memahami print media diantara lain media massa cetak dan strategi pemilihan media cetak.	Media massa cetak dan strategi pemilihan media cetak.	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	5%
13	Mahasiswa dapat memahami Broadcast & interactive online media yang meliputi media televisi dan radio, strategi pemilihan televisi dan radio, media online dan mobile.	Media televisi dan radio, strategi pemilihan televisi dan radio dan media online dan mobile	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	5%
14	Mahasiswa dapat memahami strategi kreatif dan produksi iklan (2) diantara lain proses strategi kreatif dan pasca produksi.	Proses strategi kreatif dan pasca produksi	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	5%
15	Mahasiswa dapat memahami positioning dan kreatif dalam periklanan meliputi positioning dan kreatif	Positioning dan kreatif	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	5%
16	Mahasiswa memahami seluruh materi yang sudah diajarkan	Ujian Akhir Semester	Soal Ujian	90'	UAS	UAS	

*****) Mahasiswa tidak dapat mengambil matakuliah lanjutan apabila tidak lulus mata kuliah prasyarat.**

Daftar Referensi:

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

Tugas mahasiswa dan penilaiannya

1. Tugas

Minggu ke	Bahan Kajian/Matari Pembelajaran	Tugas		Waktu	Penilaian	Indikator	Bobot
8, 16	<ul style="list-style-type: none"> • Mengumpulkan resume yang sudah ditentukan • Membuat makalah individu dari salah satu topik pembahasan dikerjakan secara perorangan. 	Mandiri		Dikumpulkan ketika uts dan uas untuk resume	1. Pemahaman tentang materi yang sudah kita bahas per minggunya. 2. Sistem penulisannya dan teori sesuai dengan buku referensi atau tidak		
		Terstruktur	Sistem penulisan harus sesuai dengan sistematika penulisan makalah.	Makalah individu dikumpulkan ketika uas			
16	Membuat Iklan Layanan Masyarakat	Mandiri	Membuat Video	Diposting di Media sosial			

Jenis tugas yang diberikan dalam bentuk: *resume dengan tulis tangan di kerjakan setiap minggu namun dikumpulkan 7x pertemuan dikumpulkan uts dan 7x pertemuan berikutnya dikumpulkan ketika uas serta makalah individu dengan salah satu topik yang sudah kita bahas lebih diperdalam lagi dan dikumpulkan ketika uas.*

Aspek Penilaian

- (1) Sikap
- (2) Pengetahuan
- (3) Keterampilan
- (4) Syarat mengikuti UAS Kehadiran Mahasiswa Minimal 70%.

a) Bobot Penilaian Bersifat Akumulasi

- (1) Bobot Kehadiran (NK) = 20%
- (2) Bobot Tugas (NT) = 20%
- (3) Bobot Nilai Ujian Tengah Semester (UTS) = 25%
- (4) Bobot Nilai Ujian Akhir Semester (UAS) = 35%
- (5) Nilai Akhir dalam bentuk Huruf (A/B/C/D/E)
- (6) Apabila salah satu komponen bobot tidak ada maka otomatis nilai E.

Jakarta, 1 Maret 2025

Mengetahui

Ketua Program Studi

Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom

Pengampu/Penanggungjawab MK

Titiek Surya Ningsih, S.Sos.I, M.Si

A. Tata Cara Pengisian Kolom Rencana Pembelajaran Semester (RPS)

Tata cara pengisian Rencana Pembelajaran Semester (RPS) pada setiap komponen dilakukan dengan penjelasan sebagai berikut;

Nomor Kolom	Judul Kolom	Penjelasan Pengisian
1	Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)	Capaian Pembelajaran Lulusan diisi sesuai dengan CPL (sikap / pengetahuan / ketrampilan) yang terkait dengan matakuliah yang sudah ada dalam matrik CPL-Bahan Kajian-Matakuliah dalam kurikulum Program Studi masing-masing.
2	Capaian Pembelajaran Matakuliah (CPMK)	Capaian Pembelajaran Matakuliah adalah kemampuan akhir yang diharapkan setelah mahasiswa menyelesaikan mata kuliah yang bersangkutan sesuai dengan bahan kajian yang telah dirumuskan, pada CPMK memuat aspek Afektif, Kognitif dan Psikomotorik.
3	Deskripsi Matakuliah	Deskripsi matakuliah yang telah dirumuskan dalam kurikulum.
4	Minggu ke	Menunjukkan kapan suatu kegiatan dilaksanakan, yakni mulai minggu ke 1 sampai ke 16 (Satu semester) bisa 1/2/3/4 mingguan).
5	Kemampuan yang diharapkan	Rumusan kemampuan dibidang kognitif, psikomotorik, dan afektif diusahakan lengkap dan utuh (<i>hard skills & soft skills</i>). Merupakan tahapan kemampuan yang diharapkan dapat mencapai kompetensi matakuliah diakhir semester
6	Bahan kajian (Materi Kuliah)	Bisa diisi pokok bahasan/sub pokok bahasan, atau topik bahasan (dengan asumsi tersedia bahan ajar/diktat/modul ajar untuk setiap pokok bahasan).
7	Metode pembelajaran dan Pengalaman Belajar Mahasiswa	Bisa berupa ceramah, diskusi, presentasi tugas, seminar, simulasi, responsi, praktikum, latihan, kuliah lapangan, praktik bengkel, survai lapangan, bermain peran, atau gabungan berbagai bentuk. Penetapan bentuk pembelajaran didasarkan pada keniscayaan bahwa kemampuan yang diharapkan diatas akan tercapai dengan bentuk / model pembelajaran tersebut. Dijelaskan secara singkat pengalaman belajar yang diharapkan pada mahasiswa.
8	Waktu	Takaran waktu yang menyatakan beban belajar dalam satuan SKS (Satuan Kredit Semester). 1 (Satu) SKS setara dengan 50 (Lima Puluh) menit perkegiatan proses belajar mengajar dikelas.
9	Penilaian	Sistem penilaian yang digunakan meliputi, jenis tes, cara penilaian serta instrument penilaian yang digunakan.
10	Kriteria / indikator	Berisi indikator yang dapat menunjukkan unsur kemampuan yang dinilai (bisa kualitatif, misal ketepatan analisis, kerapian sajian, kreativitas ide, kemampuan komunikasi, bisa juga yang kuantitatif : banyaknya kutipan acuan/unsur yang dibahas, kebenaran hitungan, dll).
11	Bobot Penilaian	Disesuaikan dengan kedalaman dan keluasan bahan kajian atau secara sederhana tercermin dari waktu yang digunakan untuk membahas atau mengerjakan tugas, atau besarnya sumbangan suatu kemampuan. Ujian Tengah semester dan Ujian Akhir tidak diberi bobot dikolom ini, tetapi diberi bobot ketika menentukan nilai akhir kelulusan dalam suatu matakuliah.

12	UTS dan UAS	Soal UTS diambil dari Materi Pertemuan 1-7 dan Soal UAS diambil dari Materi Pertemuan 9-15. UTS dilaksanakan pada Pertemuan ke-8, sedangkan UAS dilaksanakan pada Pertemuan ke-16. Materi Soal UAS minimal 5 soal, terdiri dari 50% soal harus berisikan studi/analisis kasus, sedangkan 50% sisanya terdiri dari pendalaman materi.
----	-------------	--

Ditetapkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 1 Maret 2025
Rektor

Prof. Dr. H. M. Noor Sembiring., S.E., M.M
19640913 199303 1001



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA

LEMBAGA PENJAMINAN MUTU

LEMBAR MONITORING PERKULIAHAN

FORM UTAMA/FAU/002

PROGRAM STUDI
SEMESTER
TAHUN AJARAN

: Ilmu Komunikasi
: V
: 2024/2025

KODE/MATA KULIAH/SKS
DOSEN PENGAMPU

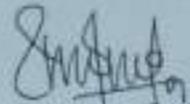
: Manajemen Krisis PR /3
: Titik Surya Mingsih, M.Si.

PERTEMUAN KE	HARI/TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
1	12/3 25	Introduction	- Kontrak perkuliahan - Penjelasan RPS	2	f	Komentar Program Studi	Komentar UJM
2	19/3 25	Identitas, image dan Reputasi	- Definisi - membentuk identitas, image dan Reputasi - dll	2	f		
3	16/4 25	Corporate Branding	- Corporate Branding - Aplikasi Corporate Branding di Indonesia	2	f		
4	23/4 25	Corporate Reputasi	- Corporate Reputasi - Aplikasi corporate reputasi di Indonesia	1	f		
5	30/4 25	Manajemen Reputasi	Bagaimana konsep dan Aplikasi konsep manajemen reputasi & korporasi swasta di Indonesia	2	f		
6	7/5 25	Manajemen Reputasi	Bagaimana konsep dan Aplikasi konsep manajemen reputasi & institusi pemerintahan di Indonesia	1	f		
7	14/5 25	Peran PR dalam mengatasi krisis dan penurunan reputasi	Bagaimana peran PR dalam mengatasi krisis yg dialami institusi	0	f		
8	21/5 25	UTS	Ujian Tengah Semester	2	f		
9	28/5 25	Peran PR dalam mengatasi krisis dan penurunan reputasi	Bagaimana peran PR dalam mengatasi krisis dan penurunan reputasi	2	f		
10	4/6 25	Krisis Manajemen dan krisis komunikasi sebuah perbandingan	- perbedaannya - peranan leadership dalam krisis manajemen dan krisis komunikasi	2	f		

PERTEMUAN KE	HARI/TANGGAL	POKOK BAHASAN	URUTAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
11	11/6 25	Krisis komunikasi dan PR	- PR mengidentifikasi krisis - krisis komunikasi mengancam destinasi institusi	2	f	Komentar Program Studi	Komentar UJM
12	13/6 25	Manajemen PR Krisis	- langkah & strategi PR dalam mengatasi krisis - manajemen kom. berpacu dan krisis	2	f		
13	18/6 25	Media Relations & menjaga reputasi	- peran media dan menjaga reputasi institusi	1	f		
14	20/6 25	studi kasus	studi kasus	2	f		
15	25/6 25	studi kasus	studi kasus	2	f		
16	9/7 25	UAS	Ujian Akhir Semester	2	f		

Jakarta, 17 Juli 2025

Dosen Pengampu


Titik Suci Purwati, M.Si

Ketua Program Studi


Rizki Rizki Prandita



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA

LEMBAGA PENJAMINAN MUTU

LEMBAR MONITORING PERKULIAHAN

FORM: UTAMA/FAJ/002

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
SEMESTER : 3
TAHUN AJARAN : 2024 / 2025

KODE/MATA KULIAH/SKS :
DOSEN PENGAMPU :

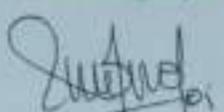
: Pengantar Periklanan / 3
: Titeek Surya Mingsih, PM-51

PERTEMUAN KE	HARI/TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
1	11/3 25	Introduction	Pengertian RPS dan kontrak perkuliahan	10	f	Komentar Program Studi	Komentar UJM
2	18/3 25	Model Komunikasi & peran iklan	- model komunikasi - peranan iklan dan pemasarannya - penting promosi dan iklan	8	f		
3	15/4 25	Pembagian iklan	- iklan secara umum - iklan secara khusus - iklan advertorial	10	f		
4	22/4 25	Media Periklanan	- Above the line - below the line - Thought the line	9	f		
5	29/4 25	Etika periklanan	- etika periklanan - membahas etika periklanan dan sulit pandang etika periklanan.	10	f		
6	6/5 25	IDE	- Apa itu ide - proses brainstorming - strategi pengembangan ide	10	f		
7	13/5 25	Gaya Visual	- visual - visual dan iklan - strategi visual dan iklan	10	f		
8	20/5 25	UTS	Ujian Tengah Semester	10	f		
9	27/5 25	Kreatif Iklan	- kreatif iklan - proses perencanaan kreatif - merancang iklan yang kreatif	10	f		
10	3/6 25	Copy writing	- Definisi - copy writing - isi serta struktur pesan kreatif	8	f		

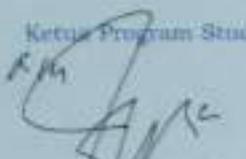
PERTEMUAN KE	HARI TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mahasiswa Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
11	10/6 25	Iklan dan Lingkungan sosial	- pengaruh ekonomi - pengaruh psikologis - pengaruh sosiologis / sosial	9	f	Komentar Program Studi	Komentar UJM
12	13/6 25	Media Cetak	- media cetak - strategi pemasaran media cetak	8	f		
13	17/6 25	Media Elektronik & online dan mobile	- media televisi - Strategi pemasaran tvb - media radio - media online dan mobile	8	f		
14	20/6 25	Strategi kreatif iklan	- proses strategi kreatif - pra, produksi dan pasca produksi	10	f		
15	24/6 25	Positioning	- positioning - kreatif iklan	10	f		
16	8/7 25	VAS	Ujian Akhir Semester	9	f		

Jakarta, 17 Juli 2025

Dosen Pengampu


Titik Surya Mingsih, M.Si

Ketua Program Studi


Rizki Rizki 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 : Manajemen Krisis PR
 Smt/SKS/W. Kuliah : 4/ 4 / 16.30 - 19.00

Dosen : Titek Surya Mingsih, M.Si
 Tgl. Kuliah pertama dan berakhir : 12/3 25 - 9 Juli 2025

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
			1/1	1/2	1/3	1/4	1/5	1/6	1/7	1/8	1/9	1/10	1/11	1/12	1/13	1/14	1/15	1/16	1/17	1/18	1/19	1/20	20%	20%	25%	35%	100%	N.A	
1	1140201	Nurkhaliza tridana	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	18	16	21	28	83	A	
2	1140204	Silvana Pwi Astuti	✓	✓	✓	1	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	17	17	18	31	83	A	
3																													
4																													
5																													
6																													
7																													
8																													
9																													
10																													
11																													
12																													
13																													
14																													
15																													

Keterangan :
 ✓ : Hadir Perkuliahan
 - : Absen Perkuliahan
 S : Sakit
 l : 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, 17 Juli 2025
 Ketua Program Studi

 Dicky Brijis chandra



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA

LEMBAGA PENJAMINAN MUTU

LEMBAR MONITORING PERKULIAHAN

FORM UTAMA/FA/U/002

PROGRAM STUDI
SEMESTER
TAHUN AJARAN

Ilmu Komunikasi
: XI
: 2024/2025

KODE/MATA KULIAH/SKS
DOSEN PENGAMPU

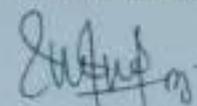
: Manajemen krisis PR / 3
: Titeki Surya Mingsih, M.Si

PERTEMUAN No	HARI/ TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
1	12/3 25	Introduction	- Kontrak Perkuliahan - Penjelasan RPS	2	f	Komentar Program Studi	Komentar UJM
2	19/3 25	Identitas, image dan Reputasi	- Definisi - Pembentuk Identitas, Image dan Reputasi - dll	2	f		
3	16/4 25	Corporate Branding	- Corporate Branding - Aplikasi corporate Branding di Indonesia ?	2	f		
4	23/4 25	Corporate Reputation	- Corporate Reputation - Aplikasi corporate Reputation di Indonesia	1	f		
5	30/4 25	Manajemen Reputasi	Bagaimana konsep dan aplikasi konsep manajemen reputasi y korporasi swasta di Indonesia	2	f		
6	7/5 25	Manajemen Reputasi	Bagaimana konsep dan aplikasi konsep manajemen reputasi y instansi pemerintahan di Indonesia	1	f		
7	14/5 25	Peran PR dan mitigasi krisis dan pemulihan reputasi	Bagaimana peran PR dan mengatasi krisis yg dialami lectivo	3	f		
8	21/5 25	UTS	Ujian Tengah Semester	3	f		
9	28/5 25	Peran PR dan mitigasi krisis dan pemulihan Reputasi	Bagaimana peran PR dan mengatasi krisis dan pemulihan Reputasi	3	f		
10	4/6 25	Krisis Manajemen dan krisis komunikasi - Model perbandingan	- perbedaannya - peranan leadership dalam krisis manajemen dan krisis komunikasi	1	f		

PERTEMUAN No	HARI TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
11	11/6 25	Krisis komunikasi dan PR	- PR mengidentifikasi krisis - krisis komunikasi menganalisa eksistensi institusi	2	f	Komentar Program Studi	Komentar UJM
12	13/6 25	Manajemen Krisis PR	- langkah & strategi PR dan mengatasi krisis - manajemen kom. berperan dan krisis	2	f		
13	18/6 25	Media Pelahans / menjaga Reputasi	- peran media dan menjaga reputasi reputasi institusi	2	f		
14	20/6 25	Studi kasus	Studi kasus	2	f		
15	25/6 25	studi kasus	studi kasus	2	f		
16	9/7 25	UAS	Ujian Akhir Semester	2	f		

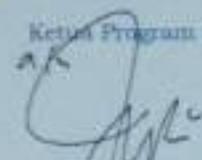
Jakarta, 17 Juli 2025.

Dosen Pengampu



Titik Surya Mulyati, M.Si

Ketua Program Studi



Dicki Fugina 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 : Pengantar Periklanan
 Smt/SKS/W. Kuliah : 15 / 3 / 16.30 - 19.00

Dosen : Titiek Surya Mingah, M.Si
 Tgl. Kuliah pertama dan berakhir : 1/7/25 - 8 Juli 2025

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	
			%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%					%	%				%
1	24600008	Eni Marjani	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	20	20%	20%	22	31	87	A		
2	24600007	Kimi Nur Alfiyahrin	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	17	20%	20%	19	0	50	D		
3	23607015	Cynthia Putri Wulandari	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	20	20%	20%	17	23	74	B		
4	24607019	Yoel Suranta	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	18	20%	20%	17	24	73	B		
5																														
6																														
7																														
8																														
9																														
10																														
11																														
12																														
13																														
14																														
15																														

Keterangan :	
✓	Hadir Perkuliahan
-	Absen Perkuliahan
S	Sakit
I	Ijin
✓	Echadiran 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 Surya Mingah, M.Si

Jakarta, 17 Juli 2025

Ketua Program Studi

Picti Bungas chandra



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA

LEMBAGA PENJAMINAN MUTU

LEMBAR MONITORING PERKULIAHAN

FORM UTAMA/FA/U/002

PROGRAM STUDI :
SEMESTER :
TAHUN AJARAN :

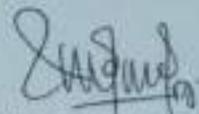
KODE/MATA KULIAH/SKS :
DOSEN PENGAMPU :

PERTEMUAN KE	HARI/TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
1	11/3 25	Introduction	- Penjelasan RPPS - kontrak perkuliahan	2	f	Komentar Program Studi	Komentar UJM
2	18/3 25	Model komunikasi & Peran iklan	- model komunikasi - peranan iklan dan pemasarannya - penting promosi dan iklan	4	f		
3	15/4 25	pembagian iklan	- iklan secara umum - iklan secara khusus - iklan advertorial	4	f		
4	22/4 25	Media Penjualan	- Above the line - Below the line - Thought the line	4	f		
5	29/4 25	Etika Penjualan	- etika penjualan - menelaah etika penjualan - studi kasus	3	f		
6	6/5 25	IPE	- Apa itu ide - proses brainstorming - strategi pengembangan ide	4	f		
7	13/5 25	Gaya Visual	- Visual - Visual dan iklan - strategi visual dan iklan	3	f		
8	20/5 25	UTS	Ujian Tengah Semester	4	f		
9	27/5 25	Kreatif Iklan	- kreatif iklan - proses perancangan kreatif - merancang iklan yg kreatif	4	f		
10	3/6 25	Copy writing	- Definisi - copy writing - isi serta struktur pesan kreatif	4	f		

PERTEMUAN KE	HARI/TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
11	10/6 25	Iklan dan lingkungan sosial	- pengaruh ekonomi - pengaruh sosial - pengaruh psikologis	4	F	Komentar Program Studi	Komentar UJM
12	13/6 25	Media cetak	- media cetak - strategi pemilihan media cetak	4	F		
13	17/6 25	Media Elektronik & online dan mobile	- media televisi - strategi pemilihan media tv - media radio - media online dan mobile	3	F		
14	20/6 25	Strategi kreatif iklan	- proses strategi kreatif - pra, produksi dan pasca produksi	4	F		
15	24/6 25	Positioning	- positioning - kreatif: iklan	4	F		
16	8/7 25	UAS	Ujian Akhir Semester	3	F		

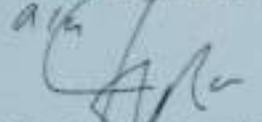
Jakarta, 17 Juli 2025

Dosen Pengampu



Titik Sunya Mingsih, M.Si

Ketua Program Studi



Diteri Balaji Chandra