



# 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. 22/UTAMA-J/PROKOM/STM/III/2024**

Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Nama : Fara Dilla Fairuz, M.I.Kom.  
Pangkat :  
NIDN/NIDK/NUPN : 0312119302

Untuk melaksanakan tugas sebagai berikut :

No	Mata Kuliah	Waktu		Kode MK	Kredit (sks)	Jenjang Program	Program Studi	Semester
		Setiap Hari	Pukul					
1.	Cyber PR	Selasa	10.50 – 13.20	60B070PR	3	Strata Satu	Ilmu Komunikasi	Genap 2023/2024
2.	Cyber PR	Rabu	19.00 – 21.30	60B070PR	3			
3.	Marketing Public Relations	Selasa	16.30 – 19.00	60B040PR	3			
					9			

Kepada yang bersangkutan akan diberikan gaji/honorarium sesuai dengan peraturan penggajian yang berlaku di Universitas Tama Jagakarsa. Penugasan ini berlaku dari tanggal 18 Maret 2024 sampai dengan tanggal 27 Juli 2024.

Jakarta 18 Maret 2024

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**  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

Kode Dokumen

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER**

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan
Cyber PR	60B070PR		3 SKS	1	Februari 2023
OTORISASI		Pengembang RPS	Koordinator RMK	Ketua PRODI	
				Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK				
	S	Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan perkembangan cyber PR			
	KU	Mempraktikkan kegiatan cyber PR sebagai sarana untuk memperkuat strategi PR sekaligus menjadi strategi komunikasi alternatif untuk memperbaiki komunikasi organisasi antara publik internal dan eksternal			
	KK	Mampu mengimplementasikan kegiatan cyber PR dalam proses laporan tugas kuliah dan dunia kerja			
	P	Mengetahui hakikat cyber PR			
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)				
	CPMK1	Mampu menjelaskan definisi, ruang lingkup cyber PR, teori PR, dimensi pencitraan PR, etika PR di media baru			
	CPMK2	Mampu menjelaskan PR di media sosial, cyber PR dengan email, komunitas online			
	CPMK3	Mampu menjelaskan cyber PR dengan sigfile, auto responder, milis, publikasi online, iklan online			
	CPMK4	Mampu menjelaskan media relations, press release, situs pencari, direct mail			
	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)				
	Sub-CPMK1	Mahasiswa mampu menjelaskan ruang lingkup cyber PR, teori PR, dimensi pencitraan PR, etika PR di media baru			
	Sub-CPMK2	Mahasiswa mampu menjelaskan PR di media sosial, cyber PR dengan email, komunitas online			
	Sub-CPMK3	Mahasiswa mampu menjelaskan cyber PR dengan sigfile, auto responder, milis, publikasi online, iklan online			
	Sub-CPMK4	Mampu menjelaskan media relations, press release, situs pencari, direct mail			
Deskripsi Singkat MK	Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa dapat mempraktikkan cyber PR sebagai sarana untuk memperkuat strategi PR sekaligus menjadi strategi komunikasi alternatif untuk memperbaiki komunikasi organisasi antara publik internal dan eksterna				
Bahan Kajian:	1. Definisi, ruang lingkup cyber PR				

<b>Materi Pembelajaran</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Perkembangan IT terhadap profesi PR</li> <li>3. Teori dan dimensi pencitraan PR</li> <li>4. Etika PR di media baru</li> <li>5. PR dalam sosial media</li> <li>6. Cyber PR dan e-mail</li> <li>7. Cyber PR dan komunitas online</li> <li>8. SIGFILE, autoresponder, Milis</li> <li>9. Publikasi onlinbe</li> <li>10. Iklan online</li> <li>11. Media relations</li> <li>12. Press release</li> <li>13. Situs pencari</li> <li>14. Direct mail</li> </ol>						
<b>Pustaka</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;"><b>Utama :</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2">1. Onggo, Bob Julius. 2017. Cyber Public Relations, PT Elex Media Komputindo: Jakarta</td> </tr> <tr> <td colspan="2">2. Wasesa, Macnamara, (2015). Strategi Public Relations, Jakarta : PT. Gramedia</td> </tr> </table>	<b>Utama :</b>		1. Onggo, Bob Julius. 2017. Cyber Public Relations, PT Elex Media Komputindo: Jakarta		2. Wasesa, Macnamara, (2015). Strategi Public Relations, Jakarta : PT. Gramedia	
<b>Utama :</b>							
1. Onggo, Bob Julius. 2017. Cyber Public Relations, PT Elex Media Komputindo: Jakarta							
2. Wasesa, Macnamara, (2015). Strategi Public Relations, Jakarta : PT. Gramedia							
<b>Dosen Pengampu</b>	Fara Dilla Fairuz, S.I.Kom., M.I.Kom						

## Rencana Pembelajaran Semester (RPS)

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [ <i>Estimasi Waktu</i> ]		Materi Pembelajaran [ <i>Pustaka</i> ]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring ( <i>offline</i> )	Daring ( <i>online</i> )		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1 - 2	- Mahasiswa menguasai pemahaman CP mata kuliah dan cara pencapaiannya melalui proses pembelajaran dengan bahan kajiannya - Mahasiswa mengetahui ruang lingkup cyber public relation - Mahasiswa mampu menjelaskan Pengaruh perkembangan IT terhadap profesi PR. Dan mahasiswa mengetahui tantangan PR di era internet	RPS, Kontrak Perkuliahan, Instrumen Penilaian - Definisi PR - Evolusi dan sejarah PR - Kekuatan cyber PR - Jenis cyber PR - Kelebihan cyber PR - E-PR karakteristik dan manfaat - Perkembangan profesi PR di era internet - Kompetensi PR di era digital	Pemaparan di kelas dan pembagian kelompok	150 Menit		Buku Teks	

3	Mahasiswa mampu menjelaskan teori dan dimensi pencitraan public relation	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Teori dasar PR</li> <li>- Dimensi Pencitraan PR, yakni:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1.) Organisasi;</li> <li>2.) Budaya;</li> <li>3.) Citra Perseorangan;</li> <li>4.) Fisik;</li> <li>5.) Relationship;</li> <li>6.) Refleksi.</li> </ol> </li> </ul>	Ceramah dan diskusi, tanya jawab - Tugas : mencari refrensi contoh majalah/ buletin online PR perusahaan	150 Menit		Buku Teks	
4	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Etika PR di media baru	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definisi etika dalam berbagai perspektif</li> <li>- Fungsi kode etik</li> <li>- Tujuan kode etik</li> <li>- Macam-macam etika</li> <li>- Etika dalam PR</li> <li>- Persoalan PR di media baru</li> <li>- Power of social media</li> <li>- Kode etik dalam cyber PR</li> </ul>	Ceramah dan diskusi (tanya jawab dalam kelompok kecil)	150 Menit		Buku Teks	
5	Mahasiswa mampu memahami dan	- Pendekatan komunikasi PR	Ceramah dan diskusi (tanya	150 Menit		Buku Teks	

	menjelaskan PR dalam sosial media	<ul style="list-style-type: none"> <li>- di media twitter</li> <li>- PR on youtube</li> <li>- Contoh PR campaign</li> <li>- PR on facebook</li> </ul>	jawab dalam kelompok kecil)				
6	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Cyber PR dan e-mail	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pesan email yang efektif</li> <li>- perhatikan subject line</li> <li>- gunakan email merge</li> <li>- membangun merk melalui email atas dasar persetujuan</li> </ul>	Ceramah dan diskusi (tanya jawab dalam kelompok kecil)	150 Menit		Buku Teks	
7	Mahasiswa mampu menjelaskan keterkaitan cyber PR dan komunitas online	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asal mula komunitas maya</li> <li>- Membangun merk dalam komunitas online</li> <li>- Kategori komunitas maya</li> <li>- Manfaat komunitas maya bagi cyber PR</li> </ul>	Ceramah dan diskusi (tanya jawab dalam kelompok kecil).	150 Menit		Buku Teks	
8	<b>Evaluasi Tengah Semester / Ujian Tengah Semester</b>						
9	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang SIG.FILE,	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengertian sig.file</li> <li>- Pembuatan sig.file</li> </ul>	Ceramah, diskusi dan presentasi	150 Menit		Buku teks	

	autoresponder, dan milis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengertian autoresponder</li> <li>- Mailing list (Milis)</li> <li>- Milis publik</li> <li>- Kelompok diskusi milis</li> <li>- manfaat milis</li> <li>- Cara menggunakan milis</li> </ul>					
<b>10</b>	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang publikasi online	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengertian ezine</li> <li>- Ezine berbasis web</li> <li>- Ezine berbasis email</li> <li>- Ezine sebagai sarana publisitas dunia maya</li> <li>- Manfaat ezine bagi perusahaan</li> <li>- Komponen pemasaran melalui ezine</li> <li>- Manfaat memasang iklan di ezine</li> <li>- Berpromosi lewat ezine</li> <li>- Membuat ezine populer</li> </ul>	Ceramah, diskusi dan presentasi	<b>150 Menit</b>		<b>Buku Teks</b>	

11	Mahasiswa mampu menjelaskan mengenai iklan online	<ul style="list-style-type: none"> <li>- keterkaitan iklan dan humas</li> <li>- Publisitas melalui internet</li> <li>- keuntungan publisitas di media online</li> <li>- flow beriklan di media konvensional</li> <li>- Flow beriklan di media online</li> <li>- menetapkan tujuan iklan</li> <li>- tujuan dan format iklan banner</li> <li>- variasi desain iklan banner</li> </ul>	Ceramah, diskusi dan presentasi	150 Menit		Buku Teks	
12 - 13	Mahasiswa mampu menjelaskan media relations	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cyber PR dengan media relations</li> <li>- PR vs Iklan</li> <li>- Press release</li> <li>- Menulis press release</li> <li>- Struktur press release</li> <li>- Menulis press release online</li> <li>- Macam-macam press release</li> <li>- Pendistribusian press release</li> </ul>	Ceramah, diskusi dan presentasi	2 x 150 Menit		Buku Teks	



		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keistimewaan pendistribusian pres/news release online</li> <li>- Tips mendistribusikan press release</li> <li>- Tips mencari press release</li> <li>- Kata kunci (keyword)</li> <li>- Frase keyword</li> <li>- Kit media / news</li> <li>- Membangun kit media / news online</li> </ul>					
<b>14</b>	Mahasiswa mampu menjelaskan publisitas melalui mesin pencari	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pentingnya situs pencari</li> <li>- Situs pencari sebagai bagian dari e-pr mix</li> <li>- Manfaat situs pencari bagi kepentingan PR</li> <li>- Perilaku konsumen di situs pencari</li> <li>- Branding yang unik melalui situs pencari</li> <li>- Mitos di situs pencari</li> <li>- Teknik SEO</li> </ul>	Ceramah, diskusi dan presentasi	<b>150 Menit</b>		<b>Buku Teks</b>	

15	Mahasiswa mampu menjelaskan direct mail	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cara kerja perusahaan direct email</li> <li>- Memilih perusahaan direct mail yang tepat</li> <li>- Langkah persiapan</li> <li>- Biaya</li> <li>- Kesalahan dalam melakukan direct email</li> </ul>	Kuliah dan diskusi (taya jawab dalam kelompok kecil)	150 Menit		Buku Teks	
16	Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester						30%

**Catatan :**

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

7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
8. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
9. **Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.



# DAFTAR HADIR DAN NILAI SEMESTER GANJIL, GENAP T.A. 2023/2024

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 : Cyber Public Relation  
 Smt/SKS/W. Kuliah : V / 3 / 10.50 - 13.20

Dosen : Fara Dilla Fairuz, M.I.Kom  
 Tgl. Kuliah pertama dan berakhir : 19-03-2024 s/d 23-07-2024

No. Urut	NPM	NAMA MAHASISWA	PERKULIAHAN KE																	Ke hadir an	Tugas	UTS	UAS	Nilai Akhir		Keterangan			
			KRS																					Jumlah	Huruf				
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17								18	19	20
			1/3	2/3	2/4	3/4	3/5	4/5	4/6	5/6	5/7	6/7	6/8	7/8	7/9	8/9	8/10	9/10	9/11	10/11	10/12	20%	20%	25%	35%	100%	N.A		
1	21600009	Denny Anocra Pangestu	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	17	16	22,5	32,90	88,4	A	Lulus	
2	21600016	WIBISONO	✓	i	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	16	12	10	28	66	C	Lulus	
3	21600017	Septiana Cahyaning Tiyas	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	20	18	23,25	31,85	93,1	A	Lulus	
4	21600021	Prasista Victory	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	18	18	22,25	30,10	88,35	A	Lulus	
5	21600013	Silvia Gunawan	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	18	18	24,5	29,05	89,55	A	Lulus	
6																													
7																													
8																													
9																													
10																													
11																													
12																													
13																													
14																													
15																													

**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  
  
 Fara Dilla Fairuz, M.I.Kom

Jakarta, 31 Juli 2024  
 Ketua Program Studi  
  
 Rizki B.C.



**UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA**  
**LEMBAGA PENJAMINAN MUTU**  
**LEMBAR MONITORING PERKULIAHAN**

FORM UTAMA/FAU/002

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
 SEMESTER : 6 (Enam)  
 TAHUN AJARAN : 2023 /2024

KODE/MATA KULIAH/SKS :  
 DOSEN PENGAMPU :


/ Cyber pa / 3  
 : Fara Nita Fairuz, M.I.Kom

PERTEMUAN KE	HARI/TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
1	Senin / 19.03.24	Ruang Ingkup	- Definisi PR - Sejarah PR - Definisi cyber pa - Keunggulan cyber pa - Jenis cyber pa	5		Komentar Program Studi	Komentar UJM
2	Selasa / 26.03.24	Ruang Ingkup	- Kelebihan & kekurangan cyber pa - Karakteristik & manfaat cyber pa - Pengaruh - kompetensi wajib seorang cyber pa	4			
3	Selasa / 2.04.24	Tarif Dasar & Dimensi pencitraan cyber PR	- Definisi publik & citra - citra perusahaan - Dimensi pencitraan PR - Industrial economy vs information economy	5			
4	Jumat / 26.04.24	Etika PR di Media Baru	- Etika, etika & kode etik - kode etik PR - Etika PR di media online	5			
5	Selasa / 30.04.24	Cyber PR di media sosial	- Sosial media & media online - Pendekatan komunikasi PR di media sosial X	4			
6	Selasa / 7.05.24	Cyber PR di media sosial	- PR on youtube - contoh PR campaign & youtube - PR on facebook	5			
7	Selasa / 14.05.24	Cyber PR dan email	- Subject line - Mail merge - membangun merk melalui email	3			
8	Selasa / 21.05.24	UTS	UTS	5			
9	Selasa / 28.05.24	Cyber PR & komunitas online	- Sejarah, tujuan - Manfaat bagi humas - Komunitas online di era Medsos	2			
10	Selasa / 4.06.24	Sig-file, Autoresponder, Mail	- sig-file - Autoresponder - mail	5			

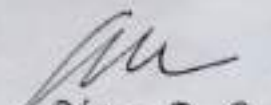
PERTEMUAN KE	HARI/TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
11	11 Juni 2024	Cyber PR & Publikasi online	- etime berbasis web & email - Manfaat & komponen engine	3		Komentar Program Studi	Komentar UJM
12	18 Juni 2024	Ilibur Idul Adha	Idul Adha	-			
13	25 Juni 2024	Humas & Iklan Online	- Iklan & humas - Keunggulan & flow beriklan di media online - jenis banner	4			
14	2 Juli 2024	Media Pemasaran	- cyber PR & media pemasaran - prosy reklamasi - media online	5			
15	9 Juli 2024	Publikitas di media pencari	- SEO & SEM - Manfaat & cara kerja	5			
16	23 Juli 2024	UAS	UAS	5			

Jakarta, 31 Juli 2024

Dosen Pengampu

  
Fara Dhuha F.

Ketua Program Studi

  
Didi B. C.



# DAFTAR HADIR DAN NILAI SEMESTER GANJIL / GENAP T.A. 2023-2024

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 : Cyber PR (Jore)  
 Smt/SKS/W. Kuliah : VI / 3 SKS / 19.00 - 21.30 WIB

Dosen : Fara Dina Farruz, M.I.Kom  
 Tgl. Kuliah pertama dan berakhir : 20.03.24 s.d 24.07.2024

No. Urut	NPM	NAMA MAHASISWA	PERKULIAHAN KE																		Ke hadir an	Tugas	UTS	UAS	Nilai Akhir		Keterangan
			UTS															UTS							Jumlah	Huruf	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18							
			20/03	22/03	24/03	26/03	28/03	30/03	01/04	03/04	05/04	07/04	09/04	11/04	13/04	15/04	17/04	19/04	21/04	23/04	20%	20%	25%	35%	100%	N.A	
1	21600006	Ridho Rahi	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	20	17	17	29,4	83,4	A	Lulus
2	21600007	Atwin Ahmad Adiya	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	19	7	9	21	56	C	Lulus
3	21600003	Fahmi Sugianto Firmansyah	-	-	-	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	16	16	18	28	78	B	Lulus
4																											
5																											
6																											
7																											
8																											
9																											
10																											
11																											
12																											
13																											
14																											
15																											

**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  
 Fara Dina Farruz, M.I.Kom

Jakarta, 31 Juli 2024  
 Ketua Program Studi  
 Didi B.E.



# UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA

LEMBAGA PENJAMINAN MUTU

LEMBAR MONITORING PERKULIAHAN

FORM: UTAMA/FAU/002

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
 SEMESTER : VI (enam)  
 TAHUN AJARAN : 2023/2024

KODE/MATA KULIAH/SKS : / cyber pr / 3 SKS  
 DOSEN PENGAMPU : fara dilla fatmeh, M.I.Kom

PERTEMUAN KE	HARI/TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
1	Rabu/ 20.03.24	Ruang lingkup cyber pr	- Definisi cyber pr - sejarah perkembangan PR	2		Komentar Program Studi	Komentar UJM
2.	Rabu/ 27.03.24	Ruang lingkup	- Kekuatan cyber pr - Jenis cyber pr - kelebihan cyber pr	2			
3.	Rabu/ 03.04.24	Teori Dasar Dimensi pencitraan	- Opini publik & citra - citra perusahaan - Dimensi pencitraan pr	2			
4	Rabu/ 24.04.24	Etika PR di Media baru	- Etik, etika, kode etik PR - Etika dalam PR & cyber pr - Persoalan pr di media baru	2			
5.	Rabu/ 02.05.24	Libur	Hari buncuh Internasional	-			
6	Rabu/ 08.05.24	PR di media sosial	- Pendekatan komunikasi PR di twitter(x), youtube, ig, fb, tiktok - how to engage with public	3			
7.	Rabu/ 15.05.24	Cyber PR & Email	- Pesan email yang efektif - mail merge - membangun merk melalui email	3			
8	Rabu/ 22 mei 24	UTS	UTS	3			
9	Rabu/ 29.05.24	Cyber PR & komunitas online	- Sejarah, tujuan komunikasi online - manfaat bagi humas	3			
10	Rabu/ 05.06.24	Sigfile, mlis	- sig file - mlis - Autoresponder	3			



PERTEMUAN KE	HARI/TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
11	12 Juni 2024	Cyber PR & Publikasi online	- etime berbasis web & email - Manfaat & komponen e-zine	3		Komentar Program Studi	Komentar UJM
12	19 Juni 2024	Humas & Iklan online	- iklan & humas - Keuntungan & Flow beriklan di media online - iklan banner	3			
13	26 Juni 2024	Media Kelatras	- cyber PR & media relations - Press release - media online	3			
14	3 Juli 2024	Publisitas di media pencari	SEO & SEM	3			
15	10 Juli 2024	Publisitas di media pencari	Manfaat, jenis-jenis & cara kerja SEO & SEM	2			
16	24 Juli 2024	UAS	UAS	3			

Jakarta, 31 Juli 2024

Dosen Pengampu

Ketua Program Studi

  
Fara Dina Farut



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

Kode Dokumen

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER**

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan
Marketing Public Relation	60B036J		3 SKS	1	27 Februari 2023
OTORISASI	Pengembang RPS	Koordinator RMK	Ketua PRODI		
			Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom		
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK				
S	Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan perkembangan berdasarkan pancasila				
KU	Mampu menunjukkan kemampuan kinerja yang bermutu dan terukur serta peka terhadap lingkungan				
KK	Mampu mengimplementasikan kegiatan marketing public relation dalam proses laporan tugas kuliah dan dunia kerja				
P	Mengetahui hakikat marketing public relation				
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)					
CPMK1	Memahami Perkembangan Marketing Public Relation , perbedaan antara Corporate Public Relation (CPR) dan Marketing Public Relation (MPR)				
CPMK2	Memahami Integrated Marketing Communication (IMC), Proses kegiatan Marketing Public Relation, Lingkungan Pemasaran dan Strategi Pemasaran				
CPMK3	Memahami Peran Marketing Public Relation bagi Stakeholders, Pemasaran Sosial				
CPMK4	Memahami Marketing Tool, Riset Marketing Public Relation, Sponsorship dan Special Event				
Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)					
Sub-CPMK1	Mahasiswa mampu memahami Sejarah dan Perkembangan Marketing Public Relation , perbedaan antara Corporate Public Relation (CPR) dan Marketing Public Relation (MPR)				
Sub-CPMK2	Mahasiswa mampu memahami Integrated Marketing Communication (IMC), Proses kegiatan Marketing Public Relation, Lingkungan Pemasaran dan Strategi Pemasaran				
Sub-CPMK3	Mahasiswa mampu memahami Peran Marketing Public Relation bagi Stakeholders, Pemasaran Sosial				
Sub-CPMK4	Mahasiswa mampu memahami Marketing Tool, Riset Marketing Public Relation, Sponsorship dan Special Event				
Deskripsi	Mata kuliah ini akan memaparkan dan mendiskusikan mengenai ketrampilan public relation (humas) dalam perspektif dunia marketing.				

<b>Singkat MK</b>	Mata kuliah ini mempelajari ruang lingkup, komunikasi pemasaran terpadu (Integrated Marketing Communication) hingga branding produk atau personal branding serta pengelolaan event pemasaran.
<b>Bahan Kajian: Materi Pembelajaran</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sejarah dan Perkembangan Marketing Public Relation</li> <li>2. Corporate Public Relation (CPR)</li> <li>3. Integrated Marketing Communication (IMC)</li> <li>4. Proses kegiatan Marketing Public Relation</li> <li>5. Lingkungan Pemasaran dan Strategi Pemasaran</li> <li>6. Peran Marketing Public Relation bagi Stakeholders</li> <li>7. Pemasaran Sosial</li> <li>8. Marketing Tools</li> <li>9. Riset Marketing Public Relation</li> <li>10. Sponsorship dan Special Event</li> </ol>
<b>Pustaka</b>	<b>Utama :</b>
	1. Dini Salmiyah. 2020. Marketing Public Relations –Di antara Penjualan dan Pencitraan. Penerbit Deepublish; Yogyakarta
	<b>Pendukung :</b>
	1. Iis Kurnia N. 2017. English for Digital Public Relations. Penerbit Deepublish; Yogyakarta
<b>Dosen Pengampu</b>	Fara Dilla Fairuz, S.I.Kom., M.I.Kom

## Rencana Pembelajaran Semester (RPS)

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [ <i>Estimasi Waktu</i> ]		Materi Pembelajaran [ <i>Pustaka</i> ]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring ( <i>offline</i> )	Daring ( <i>online</i> )		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mampu memahami revolusi sejarah munculnya pemasaran dari masa ke masa, sejarah perkembangan PR	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sejarah munculnya konsep MPR</li> <li>- Mass economy era</li> <li>- Customer economy era</li> <li>- Demand economy era</li> <li>- Experience economy era</li> <li>- Definisi MPR</li> <li>- Faktor pendorong timbulnya MPR</li> <li>- Peran dan fungsi MPR</li> <li>- Kegiatan MPR</li> </ul>	Ceramah, diskusi dan presentasi	150 Menit		Buku Teks	5%
2	Mampu Memahami perbedaan antara CPR dan MPR	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengertian MPR dan CPR</li> <li>- Ruang lingkup CPR dan MPR</li> </ul>	Ceramah, diskusi dan presentasi	150 Menit			5%

		- Peranan MPR dan CPR					
<b>3</b>	Mampu memahami karakteristik Integrated Marketing Communication (IMC)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengertian Marketing,</li> <li>- konsep pemasaran,</li> <li>- IMC,</li> <li>- tujuan IMC,</li> <li>- fenomena pemasaran,</li> <li>- 4P,</li> <li>- 7P,</li> <li>- Cakupan IMC</li> </ul>	Ceramah, diskusi dan presentasi	<b>150 Menit</b>		<b>Buku Teks</b>	<b>5%</b>
<b>4</b>	Mampu memahami Proses kegiatan Marketing PR	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proses kegiatan MPR</li> <li>- fact finding,</li> <li>- planning,</li> <li>- communicating</li> <li>- evaluating</li> </ul>	Ceramah, diskusi dan presentasi	<b>150 Menit</b>		<b>Buku Teks</b>	<b>5%</b>
<b>5</b>	Mampu memahami Lingkungan & strategi pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>- lingkungan mikro dan makro perusahaan,</li> <li>- demografis,</li> <li>- ekonomi,</li> <li>- alam,</li> <li>- teknologi,</li> <li>- politik,</li> <li>- budaya</li> </ul>	Ceramah, diskusi dan presentasi	<b>150 Menit</b>		<b>Buku Teks</b>	
<b>6</b>	Mampu memahami strategi pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>- segmentasi, penetapan</li> <li>- target, positioning,</li> <li>- diferensiasi</li> </ul>	Ceramah, diskusi dan presentasi	<b>150 Menit</b>			<b>5%</b>

7	Mampu memahami peran MPR bagi stakeholders	<ul style="list-style-type: none"> <li>- peran PR,</li> <li>- taktik komunikasi PR,</li> <li>- taktik interpersonal communication</li> <li>- taktik media organisasi</li> <li>- taktik media penghubung</li> </ul>	Ceramah, diskusi dan presentasi	150 Menit			
8	<b>Evaluasi Tengah Semester / Ujian Tengah Semester</b>						<b>20%</b>
9 - 10	Mahasiswa mampu memahami mengenai pemasaran sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sejarah,</li> <li>- definisi,</li> <li>- tujuan,</li> <li>- prinsip,</li> <li>- perbedaan pemasaran komersial dengan pemasaran sosial,</li> <li>- perubahan yang diharapkan</li> <li>- bentuk produk sosial,</li> <li>- positioning the sosial product,</li> <li>- media yang digunakan</li> <li>- stimulus pemasaran sosial</li> </ul>	Ceramah, diskusi dan presentasi	2 x 150 Menit		Buku Teks	5%

11	Mahasiswa mampu menjelaskan peran MPR sebagai penunjang marketing tools	<ul style="list-style-type: none"> <li>- internal &amp; external public</li> <li>- marketing tools,</li> <li>- bussines plan</li> </ul>	Ceramah, diskusi dan presentasi	150 Menit		Buku Teks	5%	
12-13	Mahasiswa mampu menjelaskan riset MPR	<ul style="list-style-type: none"> <li>- lingkungan perusahaan,</li> <li>- analisis SWOT,</li> <li>- strategi SWOT,</li> <li>- segmentasi,</li> <li>- targeting,</li> <li>- positioning</li> </ul>	Ceramah, diskusi dan presentasi	2 x 150 Menit		Buku Teks	10%	
14	Mahasiswa mampu menjelaskan Sponsorship marketing dan special event	<ul style="list-style-type: none"> <li>- event sponsorship,</li> <li>- manajemen event,</li> <li>- peran strategis PR,</li> <li>- communication tools,</li> <li>- prinsip pengelolaan event</li> </ul>	Ceramah, diskusi dan presentasi	150 Menit		Buku Teks	5%	
15	Mahasiswa mampu mereview materi marketing public relation	<ul style="list-style-type: none"> <li>- review materi</li> </ul>	Diskusi dan Tanya jawab	150 Menit		Buku Teks		
16	<b>Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester</b>							<b>30%</b>

**Catatan :**

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.

2. **CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. **CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. **Sub-CP Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
5. **Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
6. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
8. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
9. **Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.





# DAFTAR HADIR DAN NILAI SEMESTER ~~GANJIL~~ / GENAP T.A. 2023 - 2024

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 : Marketing PR  
 Smt/SKS/W. Kuliah : IV / 3 SKS / 0800 - 10-30 WIB

Dosen : Fara Dilla Faruz, M.I.Kom  
 Tgl. Kuliah pertama dan berakhir : 19.03.24 sd 23.07.24

No. Urut	NPM	NAMA MAHASISWA	PERKULIAHAN KE																		Ke hadir an	Tugas	UTS	UAS	Nilai Akhir		Keterangan																	
			UTS									UAS													Jumlah	Huruf																		
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18								19	20															
			10/	20/	2/	23/	10/	2/	14/	2/	25/	4/	1/	18/	25/	1/	09/	23/																		20%	20%	25%	35%	100%	N.A			
1	22600002	Nurkhaliza Fridana	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓																	20	18	19.75	30.8	88.55	A	Lulus			
2	22600007	Siviana Dwi Ambaroyu	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓																		19	18	22.75	33.25	93	A	Lulus		
3																																												
4																																												
5																																												
6																																												
7																																												
8																																												
9																																												
10																																												
11																																												
12																																												
13																																												
14																																												
15																																												

**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  
  
 Fara Dilla faruz, M.I.kom

Jakarta, 31 Juli 2024  
 Ketua Program Studi

Dicky B.C.



**UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA**  
**LEMBAGA PENJAMINAN MUTU**  
**LEMBAR MONITORING PERKULIAHAN**

FORM: UTAMA/FAU/002

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
 SEMESTER : 1<sup>o</sup> (tempat)  
 TAHUN AJARAN : 2023 - 2024

KODE/MATA KULIAH/SKS :  
 DOSEN PENGAMPU :

/ marketing PR / 3 SKS  
 Fara Dilla Fairuz, M.I. Kom

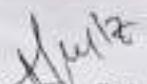
PERTEMUJAN KE	HARI/TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
1	Selasa/ 19.03.24	Revolusi Sejarah Marketing PR	- Sejarah - Peran MPR dalam organisasi - Revolusi marketing dari masa ke masa - Tolak ukur kegiatan MPR	2		Komentar Program Studi	Komentar UJM
2	Selasa/ 26.03.24	CPR & MPR	- Corporate Public Relation (CPR) - Ruang lingkup CPR & MPR - Peranan CPR & MPR - Contoh kegiatan CPR & MPR	2			
3	Selasa/ 2.04.24	Integrated Marketing comm (IMC)	- Konsep IMC - Tujuan IMC - 4Ps & 7Ps Marketing mix	2			
4	Selasa/ 23.04.24	IMC & Proses Kegiatan MPR	- Cakupan IMC - fact finding - Proses IMC - planning - AIDA model - communicating - Evaluating	2			
5	Selasa/ 30.04.24	Ungtungan Pemasaran	- Ungtungan internal - " external - Strategi pemasaran	2			
6	Selasa/ 7.05.24	Ungtungan Pemasaran	- Segmentasi pasar - Diferensiasi - Penetapan target - Positioning	2			
7	Selasa/ 14.05.24	Peran MPR bagi stakeholders	- Taktik komunikasi PR - PR TOOLS - PR & publik	2			
8	Selasa/ 21.05.24	UTS	UTS	2			
9	Selasa/ 28.05.24	Peran MPR sbg marketing tools	- review segmentasi pasar & positioning - marketing tools - review pr tools	2			
10	Selasa/ 4.06.24	Pemasaran Sosial	- sejarah - Tujuan pemasaran - pengertian sosial - prinsip	2			

No. Urutan	Hari Tanggal	Pokok Bahasan	Uraian Materi Bahasan	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
11	Selasa / 11 Juni '24	Pemasaran Sosial	- Perbedaan Pemasaran Sosial dgn Pemasaran Komersial - Contoh Pemasaran Sosial	1		Komentar Program Studi	Komentar UJM
13	Selasa / 25 Juni	Presentasi Mahasiswa	- Tugas Segmentasi pasar f - Tugas Pemasaran Sosial	2			
14	Selasa / 2 Juli '24	Riset MPA	- Analisis SWOT - " STP	2			
15	Selasa / 09 Juli '24	Sponsor & event	- Sponsorship Marketing - Event Sponsorship - PR & event	2			
12	Selasa / 18/7/24		Libur Idul Adha	-			
16	Selasa / 23 Juli '24	UAS	UAS	2			

Jakarta, 31 Juli 2024

Dosen Pengampu

Ketua Program Studi

  
Fara Dilm Farant

  
Dicky B.C.



# DAFTAR HADIR DAN NILAI SEMESTER ~~GANJIL~~ / GENAP T.A. 2023/2024

UTAMA/FAU/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 : Marketing PR  
 Smt/SKS/W. Kuliah : II / 3 sks / 16.30 - 19.00

Dosen : Faro Dilla Faruz, M.T.Kom  
 Tgl. Kuliah pertama dan berakhir : 19.03.24 s.d. 23.07.24

No. Urut	NPM	NAMA MAHASISWA	PERKULIAHAN KE																		Ke hadir an	Tugas	UTS	UAS	Nilai Akhir		Keterangan	
			UTS									UAS													Jumlah	Huruf		
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18								19
1	22600005	Farah Kamila	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓					20%	20%	25%	35%	89,90	A	lulus	
2																												
3																												
4																												
5																												
6																												
7																												
8																												
9																												
10																												
11																												
12																												
13																												
14																												
15																												

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  
  
 Faro Dilla Faruz, M.T.Kom

Jakarta, 31 Juli 2024  
 Ketua Program Studi  
  
 Dicki B.C



# UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA

LEMBAGA PENJAMINAN MUTU

LEMBAR MONITORING PERKULIAHAN

FORM: UTAMA.F.A.U/002

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
 SEMESTER : IV (Empat)  
 TAHUN AJARAN : 2023 - 2024


KODE/MATA KULIAH/SKS : /marketing PR /3 sks  
 DOSEN PENGAMPU : Fera Dita Fatmeh, M.I.Kom

PERTEMUAN KE	HARI/TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
1.	Selasa 19.08.24	Revolusi Sejarah Marketing PR	- sejarah - peran mpa dalam organisasi - Revolusi mpa dari masa ke masa	1		Komentar Program Studi	Komentar UJM
2.	26-8-24	CPR & MPR	- Corporate public relation (CPR) - Rancangan/struktur CPR & MPR - Peran CPR & MPR	1			
3.	2.09.24	IMC	- Konsep IMC - Tujuan IMC - APS & PPS marketing mix	1			
4.	23.09.24	IMC & proses kegiatan mpa	- cakupan IMC - fact finding - proses IMC - planning - AIDA model - communicating	1			
5.	30.09.24	Lingkungan Pemasaran	- lingkungan internal - lingkungan eksternal - strategi pemasaran	1			
6.	7.10.24	Lingkungan Pemasaran	- Segmentasi pasar - Diferensiasi - Penetapan target - positioning	1			
7.	14.10.24	Peran mpa bagi stakeholders	- Taktik komunikasi PR - PR tools - PR & publik	1			
8.	21.10.24	UTS	UTS	1			
9.	28.10.24	Peran mpa sbg Marketing tools	- review Segmentasi pasar & positioning - Marketing tools - Review PR TOOLS	1			
10.	4.11.24	Pemasaran Sosial	- sejarah - Prinsip - pengertian - tujuan Pemasaran Sosial	1			

PERTEMUAN KE	HARI/TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
11	11.06.24	Pemasaran sosial	- Perbedaan pemasaran sosial dan pemasaran konvensional - contoh " " sosial	1		Komentar Program Studi	Komentar UJM
12	18.06.24		Ubur Idul Adha	-			
13	25.06.24	Presurati Mahasiswa	- Tugas segmentasi pasar - " Pemasaran sosial	1			
14	2.07.24	Riset mpa	- Analisis SWOT - " STP	1			
15	9.07.24	Sponsor of event	- Peran MPR dalam sponsorship event - proses sponsor of event	1			
16	23.07.24	UAS	UAS	1			

Jakarta, 31 Juli 2024

Dosen Pengampu

  
Foria Dina Farma, M.I.Kam

Ketua Program Studi

  
Dicky B.e.