



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. 19/UTAMA-J/PROKOM/STM/III/2024

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

Untuk melaksanakan tugas sebagai berikut :

No	Mata Kuliah	Waktu		Kode MK	Kredit (sks)	Jenjang Program	Program Studi	Semester
		Setiap Hari	Pukul					
1.	Pengantar Periklanan	Selasa	10.50 – 13.20	612112123	3	Strata	Ilmu Komunikasi	Genap 2023/2024
2.	Pengantar Periklanan	Selasa	16.30 – 19.00	612112123	3	Satu		
3.	Komunikasi Bisnis	Selasa	08.00 – 10.30	60B066	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

Kaprodi


Dicki Bagus Chandra, M.LKom

Tembusan :

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

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

MATA KULIAH:
Komunikasi Bisnis

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



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA
JAKARTA
2024**



**UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JAKARTA**

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH	KODE	RUMPUN MK	BOBOT (SKS)	SEMESTER	TGL PENYUSUNAN
Komunikasi Bisnis		MATA KULIAH KOMUNIKASI BISNIS	3	6	12 Februari 2024
OTORISASI		Dosen Pengembang RPS		Ka. Prodi	
		Titiek Surya Ningsih, S.Sos,I M.Si		Dicky Bagus Chandra, M.I.Kom	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL PRODI				
	S9	Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahlian secara mandiri			
	P1	Mampu mengenali dan memahami prosedur penelitian dalam administrasi bisnis			
	P3	Mampu mengaplikasikan berbagai fenomena dan masalah yang muncul dalam dinamika administrasi bisnis.			
	P6	Mampu menguasai metode-metode pengambilan keputusan bisnis			
PS	Menguasai pengetahuan tentang berbagai regulasi yang berdampak pada organisasi, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional				

KU1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya
KU2	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur
KU3	Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni
KU9	Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi
KK1	Mampu mengidentifikasi dan menangkap peluang-peluang bisnis
CPMK	
M2	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang dasar komunikasi bisnis
M5	Mahasiswa mampu memahami, dan menerapkan komunikasi lisan
M6	Mampu memahami, dan menerapkan komunikasi tertulis
M9	Mampu memahami, dan menerapkan komunikasi dalam organisasi
M10	Mampu memahami, dan menerapkan komunikasi non verbal
M15	Mahasiswa mampu menerapkan negosiasi

Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini membahas tentang konsep dasar komunikasi bisnis, mampu memahami dan menerapkan komunikasi lisan, mampu memahami dan menerapkan komunikasi antarbudaya, menerapkan komunikasi verbal dan non verbal menrapkan fungsi dan perencanaan komunikasi tertulis dan menerapkan pemecahan masalah dalam kelompok serta penerapan negosiasi, hingga penerapan teknologi komunikasi.				
Materi Pembelajaran / Pokok Bahasan	Diisi pokok bahasan / sub pokok bahasan atau pokok bahasan <ol style="list-style-type: none"> 1. Kontrak dan orientasi perkuliahan 2. Konsep Dasar Komunikasi Bisnis 3. Komunikasi Internal, eksternal dan Komunikasi verbal 4. Komunikasi Nonverbal 5. Negosiasi dan Lobi 6. Komunikasi Visual, Komunikasi Audiovisual dan strategi Perubahan Organisasi 7. Komunikasi Antarbudaya 8. UTS 9. Komunikasi tertulis 10. Komunikasi Lisan : Berbicara dan Menyimak 11. Karakter dan perilaku organisasi 12. Nilai, Persepsi dan Sikap Individu 13. Penerapan penulisan laporan bisnis 14. Menerapkan pemecahan masalah dalam kelompok 15. Teknologi Komunikasi Informasi 16. UAS 				
Pustaka	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Utama</td> <td style="padding: 10px;"> <p>Sudaryono (2022), <u>Komunikasi Bisnis</u>, Jakarta, Prenadamedia</p> <p>Djoko Purwanto (2012). <u>Komunikasi Bisnis</u>. Yogyakarta: BPFE.</p> <p>Umar Farouk Zuhdi, M.Si, (2011), <u>Komunikasi Bisnis: Pemahaman Secara Mudah</u>, Jakarta: Buku Kita.</p> </td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Pendukung</td> <td style="padding: 10px;"> <p>Dan B. Curtis, James J. Floyd, Jerry L. Winsor (2010). <u>Komunikasi Bisnis dan Profesional</u>. Jakarta :Nusantara Consulting.</p> <p>Sri Astuti Pratminingsih (2012). <u>Komunikasi Bisnis</u>. Jakarta :Salemba Empat.</p> </td> </tr> </table>	Utama	<p>Sudaryono (2022), <u>Komunikasi Bisnis</u>, Jakarta, Prenadamedia</p> <p>Djoko Purwanto (2012). <u>Komunikasi Bisnis</u>. Yogyakarta: BPFE.</p> <p>Umar Farouk Zuhdi, M.Si, (2011), <u>Komunikasi Bisnis: Pemahaman Secara Mudah</u>, Jakarta: Buku Kita.</p>	Pendukung	<p>Dan B. Curtis, James J. Floyd, Jerry L. Winsor (2010). <u>Komunikasi Bisnis dan Profesional</u>. Jakarta :Nusantara Consulting.</p> <p>Sri Astuti Pratminingsih (2012). <u>Komunikasi Bisnis</u>. Jakarta :Salemba Empat.</p>
Utama	<p>Sudaryono (2022), <u>Komunikasi Bisnis</u>, Jakarta, Prenadamedia</p> <p>Djoko Purwanto (2012). <u>Komunikasi Bisnis</u>. Yogyakarta: BPFE.</p> <p>Umar Farouk Zuhdi, M.Si, (2011), <u>Komunikasi Bisnis: Pemahaman Secara Mudah</u>, Jakarta: Buku Kita.</p>				
Pendukung	<p>Dan B. Curtis, James J. Floyd, Jerry L. Winsor (2010). <u>Komunikasi Bisnis dan Profesional</u>. Jakarta :Nusantara Consulting.</p> <p>Sri Astuti Pratminingsih (2012). <u>Komunikasi Bisnis</u>. Jakarta :Salemba Empat.</p>				

Media Pembelajaran	Perangkat Lunak	Perangkat Keras
	Browser	Laptop
Team Teaching	Titiek Surya Ningsih, M.Si	
Mata Kuliah Syarat	Komunikasi Bisnis	

Mg ke-	Sub- CP-MK (sbg kemampuan akhir yang diharapkan)	Indikator	Kriteria dan Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Materi pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)

1	Mampu memahami, menanggapi, Kontrak dan orientasi perkuliahan	Ketepatan menjelaskan akan Kontrak dan orientasi perkuliahan	Kelengkapan dan Kebenaran Dalam Tanya Jawab Kuis	<p>Ceramah Diskusi, dan Tanya Jawab</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kuliah dan Diskusi (TM: 1x1x(3x50)) ▪ Tugas 1: Menyusun ringkasan (BT+BM: 1x1x3x60) ▪ Tugas 2: Membuat makalah (BT+BM: 1x1x3x60) 	<p>Kontrak dan orientasi perkuliahan:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Membahas tujuan materi, strategi, ▪ sumber dan evaluasi, ▪ tugas dan tagihan dalam perkuliahan. <p>Pustaka: Dosen</p>	5 %
2	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang Konsep dasar komunikabisnis	Ketepatan penjelasan maupun uraian tentang konsep dasar komunikasi bisnis	Mahasiswa dapat menguasai dan menjelaskan tentang konsep dasar komunikasi bisnis	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kuliah dan Diskusi (TM: 1x1x(3x50)) ▪ Tugas 1: Menyusun ringkasan (BT+BM: 1x1x3x60) ▪ Tugas 2: Membuat makalah (BT+BM: 1x1x3x60) 	<p>Konsep dasar Komunikasi bisnis:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Memahami pengertian komunikasi, ▪ memahami unsur-unsur komunikasi, ▪ Membangun komunikasi efektif dengan konsumen ▪ Merancang komunikasi yang baik ▪ Proses komunikasi ▪ Komunikasi bisnis, <p>Pustaka: Buku Referensi</p>	5 %

3	Mahasiswa mampu memahami dan menerapkan komunikasi Internal, eksternal dan komunikasi verbal	Ketepatan penjelasan maupun uraian tentang komunikasi internal, eksternal dan komunikasi verbal	Mahasiswa dapat menguasai dan menjelaskan tentang komunikasi internal, eksterna dan Komunikasi verbal	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kuliah dan Diskusi (TM: 1x1x(3x50) ▪ Tugas 1: Menyusun ringkasan (BT+BM: 	<p>Menerapkan Komunikasi Internal, eksternal dan Komunikasi Verbal:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Komunikasi internal ▪ Komunikasi eksternal ▪ Menunjukkan bentuk-bentuk komunikasi verbal, ▪ menunjukkan keuntungan dan kerugian komunikasi verbal, ▪ menggunakan komunikasi verbal dalam organisasi 	5 %
---	--	---	---	---	--	-----

				<p>1x1x3x60)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tugas 2: Membuat makalah (BT+BM: 1x1x3x60) 	<p>Pustaka: Buku Referensi</p>	
4	<p>Mahasiswa mampu memahami, dan menerapkan komunikasi nonverbal</p>	<p>Ketepatan penjelasan maupun uraian tentang komunikasi nonverbal</p>	<p>Mahasiswa mampu memahami dan menerapkan komunikasi nonverbal</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kuliah dan Diskusi (TM: 1x1x(3x50) ▪ Tugas 1: Menyusun ringkasan (BT+BM: 1x1x3x60) ▪ Tugas 2: Membuat makalah (BT+BM: 1x1x3x60) 	<p>Menerapkan Komunikasi nonverbal:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Komunikasi Nonverbal ▪ Memahami komponen komunikasi nonverbal <p>Pustaka: Buku Referensi</p>	10 %
5	<p>Mahasiswa mampu memahami, dan menerapkan Negosiasi dan lobi</p>	<p>Ketepatan penjelasan dan uraian tentang Negosiasi dan lobi</p>	<p>Mahasiswa mampu memahami dan menerapkan negosiasi dan lobi</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kuliah dan Diskusi (TM: 1x1x(3x50) ▪ Tugas 1: Menyusun ringkasan (BT+BM: 1x1x3x60) ▪ Tugas 2: Membuat makalah (BT+BM: 1x1x3x60) 	<p>Menerapkan Negosiasi dan lobi</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Memahami Negosiasi dan lobi ▪ Proses negosiasi ▪ Tujuan negosiasi dan ▪ Strategi negosiasi dan lobi <p>Pustaka: Buku Referensi</p>	5 %

6	Mampu memahami,dan menerapkan Komunikasi visual, audiovisual serta strategi perubahan organisasi	Ketepatan penjelasan maupun uraian tentang menerapkan Komunikasi visual, audiovisual serta strategi perubahan organisasi	Mahasiswa mampu memahami dan menerapkan Komunikasi visual, audiovisual serta strategi perubahan organisasi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kuliah dan Diskusi [(TM: 1x1x(3x50) 	<p>Menerapkandan membahas Komunikasi visual, audiovisual serta strategi perubahan organisasi:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Membahas tentang komunikasi visual ▪ Membahas tentang komunikasi audiovisual ▪ Memahami strategi perubahan organisasi 	5 %
---	--	--	--	---	--	-----

				<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tugas 1: Menyusun ringkasan (BT+BM: 1x1x3x60) ▪ Tugas 2: Membuat makalah (BT+BM: 1x1x3x60) 	Pustaka: Buku Referensi	
7	Mahasiswa mampu menerapkan komunikasi antarbudaya	Ketepatan penjelasan dan uraian tentang Menerapkan komunikasi antarbudaya	Mahasiswa mampu menerapkan komunikasi antarbudaya	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kuliah dan Diskusi (TM: 1x1x(3x50) ▪ Tugas 1: Menyusun ringkasan (BT+BM: 1x1x3x60) ▪ Tugas 2: Membuat makalah (BT+BM: 1x1x3x60) 	Menerapkan komunikasi antarbudaya: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pentingnya komunikasi antarbudaya. ▪ Memahami budaya dan perbedaan budaya ▪ Menghadapi reaksi etnosentris Pustaka: Buku Referensi	5 %
8	UTS = Evaluasi Tengah Semester : Melakukan validasi hasil penilaian , evaluasi, dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya					
9	Mampu memahami, dan menerapkan komunikasi tertulis	Ketepatan penjelasan mengenai Menerapkan	Mahasiswa dapat menerapkan komunikasi tertulis	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kuliah dan Diskusi (TM: 1x1x(3x50) 	Menerapkan komunikasi tertulis: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Komunikasi tertulis ▪ Prinsip-prinsip komunikasi tertulis ▪ Surat bisnis ▪ Periklanan ▪ Press release 	5%

		komunikasi tertulis		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tugas 1: Menyusun ringkasan (BT+BM: 1x1x3x60) ▪ Tugas 2: Membuat makalah (BT+BM: 1x1x3x60) 	Pustaka: Buku Referensi	
10	Mampu memahami, dan menerapkan komunikasi lisan	Kemampuan ketepatan penjelasan dan menerapkan mengenai komunikasi lisan	Mahasiswa dapat menerapkan komunikasi lisan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kuliah dan Diskusi (TM: 1x1x(3x50)) ▪ Tugas 1: Menyusun ringkasan (BT+BM: 1x1x3x60) ▪ Tugas 2: Membuat makalah (BT+BM: 1x1x3x60) 	<p>Menerapkan dan membahas komunikasi lisan</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Menerapkan pengertian komunikasi lisan ▪ Pentingnya komunikasi lisan ▪ Faktor-faktor yang mempengaruhi kelancaran bicara ▪ Bentuk-bentuk bicara dalam bisnis ▪ Pengertian menyimak ▪ Proses menyimak ▪ Tipe menyimak ▪ Sebab-sebab menyimak tidak efektif ▪ Pentingnya menyimak dalam bisnis. <p>Pustaka: Buku Referensi</p>	5%
11	Mampu menerapkan karakter dan perilaku organisasi	Ketepatan penjelasan	Mahasiswa dapat menerapkan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kuliah dan Diskusi 	<p>Penerapan dan membahas karakter dan perilaku organisasi:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Konsep karakter organisasi ▪ Corporate pathos ▪ Peran karakter pathos ▪ Pola kepekaan dan pathos 	10%

		mengenai penerapan karakter dan perilaku organisasi	Karakter dan perilaku organisasi	(TM: 1x1x(3x50)) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tugas 1: Menyusun ringkasan (BT+BM: 1x1x3x60) ▪ Tugas 2: Membuat makalah (BT+BM: 1x1x3x60) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pengembangan organisasi ▪ Pengertian pengembangan organisasi ▪ Pengertian perilaku organisasi ▪ Organisasi pembelajaran <p>Pustaka: Buku Referensi</p>	
12	Mampu memahamidan menerapkan nilai, persepsi dan sikap individu	Ketepatan penjelasan mengenai penerapan nilai, persepsi dan sikap individu	Mahasiswa mampu menerapkan nilai, persepsi dan sikap individu	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kuliah dan Diskusi (TM: 1x1x(3x50)) ▪ Tugas 1: Menyusun ringkasan (BT+BM: 1x1x3x60) ▪ Tugas 2: Membuat makalah (BT+BM: 1x1x3x60) 	<p>Penerapan dan membahas nilai, persepsi dan sikap individu:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pengertian nilai, persepsi dan sikap ▪ Konsep nilai, persepsi dan sikap ▪ Membangun sikap ▪ Komponen sikap ▪ dllnya <p>Pustaka: Buku Referensi</p>	5 %
13	Mampu menerapkan pemecahan masalah dalam kelompok	Ketepatan penjelasan mengenai penerapan pemecahan masalah dalam kelompok	Mahasiswa mampu menerapkan pemecahan masalah dalam kelompok	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kuliah dan Diskusi (TM: 1x1x(3x50)) ▪ Tugas 1: Menyusun ringkasan (BT+BM: 1x1x3x60) 	<p>Menerapkan dan membahas pemecahan masalah dalam kelompok:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Menentukan karakteristik kelompok kecil, ▪ mengaplikasikan strategi dalm pemecahan masalah, ▪ Memahami gaya kepemimpinan dalam kelompok 	10 %

				<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tugas 2: Membuat makalah (BT+BM: 1x1x3x60) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ menunjukkan peranan anggotakelompok. ▪ Manfaat dan kelemahan pemecahan masalah dalam kelompok <p>Pustaka: Buku Referensi</p>	
14	Mampu memahamidan menerapkan penulisan laporan dan proposal bisnis	Ketepatan penjelasan mengenai penerapan penulisan laporan dan proposal bisnis	Mahasiswa mampu memahami dan penerapan penulisan laporan dan proposal bisnis	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kuliah dan Diskusi (TM: 1x1x(3x50)) ▪ Tugas 1: Menyusun ringkasan (BT+BM: 1x1x3x60) ▪ Tugas 2: Membuat makalah (BT+BM: 1x1x3x60) 	<p>Penerapan penulisan laporan dan proposal bisnis:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Menentukan pengertian laporan dan proposal bisnis ▪ Kegunaan laporan dan proposal bisnis ▪ Jenis-jenis laporan bisnis ▪ Syarat-syarat laporan yang baik ▪ Perencanaan laporan dan proposal ▪ Bagian pokok laporan dan proposal ▪ Pengorganisasian laporan dan proposal ▪ Pengorganisasian laporan singkat. <p>Pustaka: Buku referensi</p>	10%

15	Mahasiswa mampu menerapkan Teknologi Komunikasi Informasi	Ketepatan penjelasan mengenai uraian penerapan Teknologi Komunikasi Informasi	Mahasiswa mampu menerapkan Teknologi Komunikasi Informasi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kuliah dan Diskusi (TM: 1x1x(3x50)) ▪ Tugas 1: Menyusun ringkasan (BT+BM: 1x1x3x60) ▪ Tugas 2: Membuat makalah (BT+BM: 1x1x3x60) 	<p>Penerapan Teknologi Komunikasi Informasi:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Membahas hakikat Teknologi Komunikasi ▪ Teknologi Komunikasi Informasi ▪ Perkembangan ICT dalam komunikasi bisnis ▪ Peluang bersaing di pasar global ▪ Tren TI masa depan ▪ Kode etik profesional IT ▪ Meluncurkan bisnis online ▪ Menciptakan pemasaran 	15 %

					<p>online</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Siasat pemasaran online <p>Pustaka: Buku Referensi</p>	
16	UAS = Evaluasi Tengah Semester : Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa					

Catatan :

- (1) TM=Tatap Muka , BT =Belajar Terstruktur , BM=Belajar Mandiri
- (2) (TM:3x50”) dibaca : kuliah tatap muka 1 kali (minggu)x 3 SKSx50 menit =150 menit (2,5 jam)
- (3) (BT+BM : (2+2)x 3x60) dibaca : belajar terstruktur 2 kali (minggu) dan belajar mandiri 2 kali (minggu) x 3 SKSx 60 menit = (12 jam)
- (4) Mahasiswa mampu merancang kampanye komunikasi pemasaran terpadu (IMC=Integrated marketing Communication) dalam bentuk proposaldan mempresentasikannya (C6,A2,P2) : menunjukkan bahwa Sub—CPMK ini mengandung kemampuan dalam ranah taksonomi kognitif level-2 (kemampuan merancang) , afeksi level 2 (kemampuan merespon dalam diskusi) dan psikomotorik level 2 (memanipulasi gerakan tubuh dalam ketrampilan presentasi)
- (5) Penulisan daftar pustaka disarankan menggunakan salah satu standar/style penulisan pustaka internasional dalam contoh ini menggunakanstyle APA
- (6) RPS : Rencana Pembelajaran, RMK=Rumpun Mata Kuliah , Prodi= Program Studi



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

UTAMA/FA/001

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

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kode dan Mata Kuliah : Komunikasi Bisnis
Sem/ SKS/W, Kuliah : V / 10 / 08.00 - 10.30

Dosen : Tehi Surya Mingah, M.Si
Tgl. Kuliah pertama dan berakhir : 19/3/24 - 23/7/24

Table with columns: No. Urut, NPM, NAMA MAHASISWA, PERKULIAHAN KE (1-20), Ke hadir an, Tugas, UTS, UAS, Nilai Akhir (Jumlah, Huruf), Keterangan. Rows list student names and their performance across 20 sessions.

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

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

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

Dosen Pengampu

Signature of Tehi Surya Mingah

Jakarta, 19 April 2024

Diajukan Program Studi



Signature of Diki P.C.



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA
LEMBAGA PENJAMINAN MUTU
LEMBAR MONITORING PERKULIAHAN

FORM UTAMA/FAU/002

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
 SEMESTER : V
 TAHUN AJARAN : 2023 - 2024

KODE/MATA KULIAH/SKS
 DOSEN PENGAMPU

: Komunikasi Bisnis / 3
 : Eka Surya Mingsih, M.Si

PERTAMBAHAN NO	HARI/TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
1	19/5/24	Kontrak perkuliahan	- Kontrak Perkuliahan - peraturan dll - onenka perkuliahan - tugas @	13	Eka	Komentar Program Studi	Komentar UJM
2	26/3/24	Konsep dasar Kom. Bisnis	- Komunikasi - Komunikasi efektif - Kom. Bisnis	11	Eka		
3	2/4/24	Kom. Internal dll	- Kom. Internal - Kom. Verbal - Kom. Eksternal	15	Eka		
4	26/4/24	Kom. non verbal	- Definisi kom. non verbal - fungsi - dll	14	Eka		
5	30/4/24	Lobi dan nego S.ATI	- Definisi - Strategi - fungsi - dll - Tujuan	13	Eka		
6	7/5/24	Komunikasi visual, audiovisual perubahan organisasi	- Definisi - Scori - Tujuan - Strategi dan - fungsi perubahan organisasi	15	Eka		
7	14/5/24	Komunikasi Antarbudaya	- Definisi - pemahaman KATB - konsep budaya - Proses terbentuknya budaya organisasi	15	Eka		
8	21/5/24	UTS	Ujian Tengah Semester	16	Eka		
9	31/5/24	Kom. tertulis	Definisi kom. tertulis - Penjelasan - Prinsip @ Kom. tertulis - Peristiwaa - oral bisnis - proses release	14	Eka		
10	4/5/24	Kom. lisan	- Kom. lisan - Definisi @ kom. lisan - Maksudnya kom. lisan - peninjauan - Prinsip @ dan contohnya	15	Eka		

Dipindai dengan CamScanner

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 24	Moti, Persepsi & Sikap Individu	- definisi - proses - faktor - komponen - pengaruh - pengaruh - pengaruh - pengaruh	13	<i>[Signature]</i>	Komentar Program Studi	Komentar UJM
12	15/6 24	Perencanaan Masa Laki dan kelompok	- karakteristik kelompok kecil - Aplikasi Strategi - gaya kepemimpinan	15	<i>[Signature]</i>		
13	2/7 24	Perencanaan laporan dan proposal bisnis	- Perencanaan - Rancangan - Jenis - syarat laporan yg baik - Perencanaan laporan - laporan bisnis	11	<i>[Signature]</i>		
14	9/7 24	TIK	- Teknologi komunikasi - Perambangan ICT - Relevansi Berbasis - Tren TI	14	<i>[Signature]</i>		
15	12/7 24	Karakter dan perilaku organisasi	- konsep karakter organisasi - corporate pathos - peran karakter pathos - organisasi - pengembangan	16	<i>[Signature]</i>		
16	23/7 24	UAS	Ujian Akhir Semester	16	<i>[Signature]</i>		

Jakarta, 8 Agustus 2024
Ketua Program Studi

Dosen Pengampu
[Signature]
Trike Sengul Mulyati

 FAKULTAS
ILMU KOMUNIKASI
[Signature]
Diki B.G.

UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JAKARTA



Jurusan/ Prodi : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Mata Kuliah : Pengantar Periklanan
Tahun/Semester/SKS : 2024 / 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 2023/2024**

No. Dokumen 007/RPS/LPM/UTAMA-J/2018	No. Revisi	Hal 1 dari 11	Tanggal Terbit 1 Maret 2024
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)	<p>A. Sikap :</p> <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. <p>B. Pengetahuan :</p> <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.

C. Keterampilan Umum :

- 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.

D. Keterampilan Khusus :

- 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 “ *media buying* “
- 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 (*freehand drawing*) maupun menggunakan peralatan grafis digital.
- d. Mampu memproduksi karya media atau produksi iklan (*copywriting, visualisasi, dan editing*) 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

	<p>f. Mampu melakukan kajian pada iklan dan media pasca produksi berdasarkan berdasarkan analisis kebutuhan, pemetaan konsumen dan pasar.</p> <p>g. Mampu berkomunikasi dan bernegosiasi dengan klien secara efektif.</p>
<p>Capaian Pembelajaran Matakuliah (CPMK)</p>	<p>A. Sikap :</p> <p>a. Menguasai konsep teoretis tentang periklanan, desain dan estetika, prinsip-prinsip desain visual, perilaku konsumen, komunikasi persuasi dan komunikasi massa;</p> <p>b. Mampu menguasai teknik gambar, teknik produksi media, dan program aplikasi desain grafis</p> <p>c. Menguasai pengetahuan tentang teknik komunikasi menggunakan teknologi terbaru dan terkini.</p> <p>d. Mampu memproduksi karya media atau produksi iklan (<i>copywriting, visualisasi, dan editing</i>) dalam bentuk media cetak maupun elektronik.</p> <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.</p> <p>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</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>

		a. Melakukan evaluasi hasil belajar (evaluasi produk) dan evaluasi pembelajaran (evaluasi proses) b. Menerapkan penilaian alternatif					
Deskripsi Matakuliah	: Agar mahasiswa mampu memahami dan menerapkan tentang dasar-dasar periklanan yang di dapat dan mengaplikasikannya dalam dunia periklanan						
Materi Pembelajaran / Pokok Bahasan	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	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	10%

	periklanan					diberikan dosen	
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	5%

						diberikan dosen	
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	Positioning dan kreatif	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Tanya jawab • Diskusi 	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap	Mahasiswa dapat menjawab	5%

	kreatif		Kelas		materi	pertanyaan yang diberikan dosen	
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 	ndiri	umpulkan ketika uts dan uas untuk resume	1. Pemahaman tentang materi yang sudah kita bahas per		

	pembahasan dikerjakan secara perorangan.	struktur	em penulisan harus sesuai dengan sistematika penulisan makalah.	akalah individu dikumpulkan ketika uas	minggunya. 2. Sistem penulisannya dan teori sesuai dengan buku referensi atau tidak		
16	Membuat Iklan Layanan Masyarakat	ndiri	mbuat Video	osting 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.

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 2024
 Rektor

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



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

UTAMA F.A.U.GIT

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 : 4 / 3 / 10 SD - 13 20

Dosen : Triek Surya Mingsih, M.Si
 Tgl. Kuliah pertama dan terakhir : 19/3²⁰²⁴ - 27/7²⁰²⁴

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
			19%	24%	24%	25%	25%	25%	25%	26%	26%	27%	27%	27%	27%							20%	20%	25%	35%	100%	N.A	
1	25400008	Muhammad Halal Tomam	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							18	16	17	24	75	B	
2	23600001	Sari Loemangga H. Mid.	✓	✓	✓	5	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							20	17	20	31	88	A	
3	21400003	Wanetta Sepren Sepren	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							20	16	18	26	80	A	
4	21400010	Nayla Dikar Napisha	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5	✓	✓	✓	✓	✓	✓							20	16	19	31	86	A	
5	23600005	Amanton Siringan	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5	✓	✓	✓	✓	✓	✓							20	16	18	28	82	A	
6	23600006	Adinda Khairunnisa	✓	✓	✓	5	✓	5	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓						X	16	10	17	—	43	E	Tidak lulus
7	23600007	Ruham Dwi Permana	✓	X	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓							16	16	18	31	81	A	
8	21600008	Naila Az Zahra	✓	✓	✓	✓	5	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							20	17	19	28	84	A	
9	21600009	Christine Natalia	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							20	16	19	26	81	A	
10	20600002	Dyhezkia Syarif	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	X	✓	✓	✓	✓							16	17	17	24	74	B	
11	23600016	Christina Periswastandari	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							16	10	12	10	48	D	Tidak lulus
12	22600018	M. Mozaik Bamadhan	X	✓	✓	✓	✓	5	✓	X	X	X	✓	✓	✓							14	10	16	24	64	C	
13																												
14																												
15																												

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

Zehadiran 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

Jakarta, 01 Agustus 2024
 Dosen Pengampu:
 Triek Surya Mingsih

Kesua Program Studi:
 Rizki B.C.

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI



UNIVERSITAS TAMA JEMBER
LEMBAGA PENJAMINAN MUTU
LEMBAR MONITORING PERKULIAHAN

FORM: UTAMA/FA/002

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
 SEMESTER : 8
 TAHUN AJARAN : 2013-2014

KODE/MATA KULIAH/SKS
 DOSEN PENGAMPU

: Ringkasan Pendanaan / 3
 : Titik Surya Mangsih, M.Si

PERTUNJUKAN NO	HARI/TANGGAL	FOKUS BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
1	19/3/24	Kontrak Perkuliahan	- RPS - kontrak perkuliahan - tugas	8	f	Komentar Program Studi	Komentar UJM
2	26/3/24	Model komunikasi dan peran iklan di masyarakat	- pengertian - tujuan iklan - peran iklan - sejarah - Advertising agencies - fungsi - model komunikasi	11	f		
3	2/4/24	Iklan secara umum dan secara khusus	- iklan secara umum - dan komunikasi - iklan secara khusus - dan isi - berdasarkan tujuan - dari target	11	f		
4	26/4/24	Media Periklanan	- Above the line - Below the line - Disruptive the line	11	f		
5	30/4/24	Etika Periklanan	- Definisi - EPI - iklan gay bubble - contoh iklan melanggar etika	9	f		
6	7/5/24	Membangun Ide	- Apa itu ide? - Proses ide - Brainstorming - pengembangan ide	12	f		
7	14/5/24	Elemen Visual dan Iklan	- Visual - fungsi visual - visual dlm iklan - strategi visual dlm iklan	10	f		
8	21/5/24	UTS	Ujian Tengah Semester	12	f		
9	31/5/24	Perencanaan Iklan kreatif 1	- Definisi kreatif - merancang iklan kreatif - Strategi kreatif iklan	9	f		
10	4/6/24	Perencanaan Iklan kreatif 2	- copy writing - isi serta struktur pesan kreatif	10	f		

PERTIMBANGAN NO	HARI TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
11	11/6/24	Media dan Influencer social	- penguatan etos kerja - psikologis - sosial dan budaya	11	f	Komentar Program Studi	Komentar UJM
12	15/6/24	Print Media	- Definisi - jenis - Strategi pemilihan media - Struktur print media - contoh	11	f		
13	27/7/24	Broadcast & Interactive online	- Media TV, Radio, online - Strategi pemilihan media broadcast	11	f		
14	9/7/24	Strategi kreatif	- Proses strategi kreatif dan Pasca produksi	11	f		
15	12/7/24	Positioning dan kreatif	- positioning - strategi positioning	12	f		
16	23/7/24	UAS	Ujian Akhir Semester	11	f		

Jakarta, 0 Agustus 2024

Ketua Program Studi

Dosen Pengampu:

 Tifelle Rizka Mumpoko, M.Si



 Rendi B.C.



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

UTAMA/FA/001

Kampus : Jl. Letjen T.D. 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 Penulisan
 Smt/SKS/W. Kuliah : 5 / 15 / 16 : 30 - 18.30

Dosen : Titeh Surya Mungah, M.Si
 Tgl. Kuliah pertama dan berakhir : 19/3/24 - 23/7/24

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
			%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%					%	%			
																							20%	20%	25%	35%	100%	N.A	
1	23600013	Albertus Februan A.C.B	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	20	18	24	26	88	A	
2	23607011	M Ricky Fallah	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	16	18	16	27	77	B	
3	18600064	Geby Panulian Simorangkir	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	18	18	16	26	78	B	
4	2360001	Faren Vishkar	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	18	18	17	26	79	B	
5																													
6																													
7																													
8																													
9																													
10																													
11																													
12																													
13																													
14																													
15																													

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

Keabsahan 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
 Titeh Surya Mungah, M.Si

Jakarta, 19 Agustus 2024
 Ketua Program Studi
 Ricky B.C.



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA
LEMBAGA PENJAMINAN MUTU
LEMBAR MONITORING PERKULIAHAN

FORM UTAMA.FA.002

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
 SEMESTER : V
 TAHUN AJARAN : 2023/2024

KODE/MATA KULIAH/SKS
 DOSEN PENGAMPU

: Pengantar Periklanan / 3
 : Ehek Sunu Mulyo, 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	19/3 24	Kontak Periklanan	- RPS - Kontak Periklanan - Tugas CD	4	f	Komentar Program Studi	Komentar UJM
2	21/3 24	Model Komunikasi & Rantai Iklan dan Penjualan	- Pengertian - Tujuan iklan - Efektivitas - Segmen - Advertising agencies - Fungsi - model komunikasi	4	f		
3	27/4 24	Iklan secara umum & secara khusus	- iklan secara umum - iklan secara khusus - berdasarkan tujuan	4	f		
4	26/4 24	Media Periklanan	- Above the line - Below the line - Through the line	4	f		
5	30/4 24	Etika Periklanan	- Definisi - ECI - iklan yg baik - contoh iklan yg melanggar etika	3	f		
6	7/5 24	Membangun ide	- Apa itu ide - Proses ide - brainstorming - pengembangan ide	4	f		
7	14/5 24	Gaya Visual dan iklan	- Permis visual - gaya visual - Visual dan iklan - strategi visual dan iklan	4	f		
8	21/5 24	UTS	Ujian Tengah Semester	4	f		
9	31/5 24	Perancangan iklan kreatif 1	- Permis kreatif - merancang iklan kreatif - strategi kreatif iklan	1	f		
10	4/6 24	Perancangan iklan kreatif 2	- copy writing - isi serta struktur pesan kreatif	2	f		

Dipindai dengan CamScanner

No. Urut	Tgl. Tanggal	Pokok Bahasan	Uraian Materi/Bahasan	Jumlah Mhs Hadir	Tanda Tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
11	11/6/24	iklan dan lingkungan sosial	- prasyarat kreatif - prasyarat psikologis - sosial dan budaya	4	f	Komentar Program Studi	Komentar UJM
12	14/6/24	Print Media	- definisi - jenis - strategi pemilihan media - struktur print media - contoh	3	f		
13	2/7/24	Broadcast & Interactive online	- Media TV, Radio, online - strategi pemilihan media broadcast	3	f		
14	9/7/24	Strategi kreatif	- proses strategi kreatif dan peran produser	4	f		
15	12/7/24	Positioning dan kreatif	- positioning - strategi positioning	4	f		
16	23/7/24	UAS	Ujian Akhir Semester	4	f		

Jakarta, 12 Agustus 2024

Dosen Pengampu

 Tiara Siregar Mulyati

Ketua Program Studi
 FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

 Picky B C

Dipindai dengan CamScanner