



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. 28/UTAMA-J/PROKOM/STM/III/2026

Fakultas : Ilmu Komunikasi
Nama : Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom.
Pangkat : Tenaga Pengajar
NIDN / NUPTK : 0324087301 / 4156751652130093

Untuk melaksanakan tugas mengajar sebagai berikut :

No	Mata Kuliah	Waktu		Kode MK	Kredit (sks)	Jenjang Program	Program Studi	Semester
		Setiap Hari	Pukul					
1.	Fotografi II	Selasa	08.30 – 10.10	602130162	2	Strata Satu	Ilmu Komunikasi	Genap 2025/2026
2.	Fotografi II	Rabu	16.30 – 18.10	602130162	2			
3.	Kreatif Konten Media	Kamis	08.30 – 11.00	615114043	3			
4.	Kreatif Konten Media	Kamis	16.30 – 19.00	615114043	3			
5.	Manajemen Krisis Public Relations	Selasa	11.30 – 14.00	634316643	3			
6.	Manajemen Krisis Public Relations	Selasa	16.30 – 19.00	634316643	3			
				Jumlah	16			

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

Jakarta, 2 Maret 2026

Tembusan :

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

Kaprodi

Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom

Rencana Pembelajaran Semester (RPS)

	UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI Jl. TB Simatupang No. 152 Tanjung Barat – Jakarta Selatan 12530					Kode Dokumen
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER						
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks) = 2		SEMESTER	Tgl Penyusunan
Fotografi II	602130162	Ilmu Komunikasi	T=1	P=1	2	Maret 2026
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua PRODI	
	 Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom.				 Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom.	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK					
	CPL1 (S)	Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan/tugas di bidang keahliannya secara mandiri				
	CPL4 (P)	Mempunyai pengetahuan tentang aplikasi fotografi dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan				
	CPL2 (KU)	Mampu membuat perencanaan umum tentang proyek/pekerjaan fotografi dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan;				
	CPL3 (KK)	Mampu mengembangkan ide-ide dan menghasilkan foto yang sesuai dengan tujuan-tujuan dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan;				
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)					
	CPMK1	Menunjukkan sikap profesional atas keahlian fotografi secara mandiri dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan;				
	CPMK2	Mampu membuat perencanaan anggaran dan teknis untuk suatu proyek/pekerjaan fotografi dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan;				
	CPMK3	Mampu memberikan argumentasi atas ide-ide yang diusulkan pada suatu proyek/pekerjaan fotografi dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan; Mampu mengerjakan fotografi dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan; Mampu melaksanakan pengawasan dan evaluasi suatu proyek/pekerjaan fotografi hingga tahap pasca produksi dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan;				
	CPMK4	Mempunyai pengetahuan tentang aspek-aspek jurnalistik, public relations, dan periklanan;pada suatu proyek/pekerjaan fotografi				

	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)				
	Sub-CPMK1	Mampu menyelesaikan setiap proyek/pekerjaan fotografi yang memadukan berbagai aspek dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan;			
	Sub-CPMK2	Mampu membuat perencanaan anggaran dan teknis fotografi yang efektif dan efisien dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan;			
	Sub-CPMK3	Mampu menyajikan ide-ide kreatif dan komunikatif melalui suatu foto dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan; Mampu melakukan kendali atas suatu proyek/pekerjaan fotografi dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan;			
	Sub-CPMK4	Mampu melakukan evaluasi terhadap aspek-aspek jurnalistik, public relations, dan periklanan dalam fotografi			
	Korelasi CPL terhadap Sub-CPMK				
		Sub-CPMK1	Sub-CPMK2	Sub-CPMK3	Sub-CPMK4
	CPL1	Bertanggung jawab hingga terwujudnya suatu karya fotografi dengan segala aspek jurnalistik, public relations, dan periklanan;	Bertanggung jawab atas rencana anggaran dan teknis suatu pekerjaan fotografi dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan;	Kemampuan menyajikan dan mewujudkan ide ke dalam video dan bertanggung jawab atas kendali dalam pekerjaan fotografi dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan;	Pengetahuan yang lengkap tentang fotografi dalam dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan;
	CPL2	Kemampuan menyusun perencanaan proyek fotografi dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan; yang tepat hingga tercapainya tujuan	Kemampuan menyusun rencana anggaran proyek fotografi yang tepat dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan; dan melaksanakannya baik secara mandiri maupun melalui kerjasama	Kemampuan membuat beragam jenis fotografi yang tepat dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan;	Pengetahuan beragam aplikasi fotografi beserta kelebihan dan kekurangannya dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan;
	CPL3	Kemampuan menghasilkan dan mengembangkan beragam ide fotografi dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan;	Kemampuan adaptasi terhadap kebutuhan dan keinginan klien fotografi dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan;	Kemampuan membuat fotografi dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan; untuk kebutuhan media digital	Pengetahuan untuk evaluasi, dokumentasi dan distribusi/publikasi hasil fotografi dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan;
CPL4	Pengetahuan spesifik mengenai perangkat pendukung fotografi dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan;	Perencanaan dan penggunaan anggaran proyek fotografi yang efektif dan efisien dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan;	Pengetahuan spesifik dalam produksi fotografi untuk beragam platform dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan;	Pengetahuan spesifik dan strategis terutama pada tahap akhir proses produksi fotografi dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan; yang mencakup evaluasi, dokumentasi dan distribusi/publikasi	
Deskripsi Singkat MK	Fotografi II merupakan lanjutan dari mata kuliah Fotografi I yang berfokus pada penerapan teknik fotografi dalam bidang jurnalistik, public relations, dan periklanan. Mahasiswa akan mempelajari bagaimana fotografi digunakan sebagai sarana komunikasi visual untuk menyampaikan pesan, membangun citra, dan mendukung strategi komunikasi. Pembahasan meliputi fotografi berita, foto korporat, foto produk, dan foto kampanye. Mahasiswa juga akan berlatih merancang konsep foto sesuai kebutuhan media dan organisasi serta menghasilkan karya fotografi yang komunikatif, estetik, dan etis.				

Bahan Kajian: Materi Pembelajaran		1. Pengantar Fotografi Terapan: Jurnalistik, PR, dan Periklanan 2. Etika dan Prinsip Komunikasi Visual dalam Fotografi Profesional 3. Fotografi Jurnalistik: Konsep dan Karakteristik 4. Teknik Pengambilan Foto Jurnalistik 5. Penulisan Caption dan Editing Foto Berita 6. Fotografi untuk Public Relations (PR) 7. Produksi Foto Korporat dan Dokumentasi Kegiatan 8. Pengantar Fotografi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran 9. Konsep Kreatif dalam Fotografi Iklan 10. Teknik Pemotretan Produk dan Still Life Photography 11. Foto Model dan Lifestyle untuk Iklan 12. Pascaproduksi dan Manipulasi Digital 13. Presentasi & Pameran Karya Fotografi Terapan					
Pustaka		Utama :					
		• Haronas Kutanto (2025). Buku Menenal Fotografi Jurnalistik. Deeppublish. • Darwis Triadi. Fotografi : Indonesian Photo – Making Picture Not Taking Picture.					
		Pendukung :					
		• https://www.digitografi.com.					
Dosen Pengampu		Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom					
Matakuliah syarat		Fotografi I					
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mahasiswa mampu memahami Pengantar Fotografi Terapan: Jurnalistik, PR, dan Periklanan	Ketepatan menjelaskan Pengantar Fotografi Terapan: Jurnalistik, PR, dan Periklanan	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab (100 menit)		Pengantar Fotografi Terapan: Jurnalistik, PR, dan Periklanan	2,50%

2	Mahasiswa mampu memahami Etika dan Prinsip Komunikasi Visual dalam Fotografi Profesional	Ketepatan menjelaskan Etika dan Prinsip Komunikasi Visual dalam Fotografi Profesional	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab (100 menit)		Etika dan Prinsip Komunikasi Visual dalam Fotografi Profesional	2,50%
3	Mahasiswa mampu memahami Fotografi Jurnalistik: Konsep dan Karakteristik	Ketepatan menjelaskan Fotografi Jurnalistik: Konsep dan Karakteristik	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab (100 menit)		Fotografi Jurnalistik: Konsep dan Karakteristik	2,50%
4	Mahasiswa mampu memahami Teknik Pengambilan Foto Jurnalistik	Ketepatan menjelaskan Teknik Pengambilan Foto Jurnalistik	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab, latihan (100 menit)		Teknik Pengambilan Foto Jurnalistik	2,50%
5	Mahasiswa mampu memahami Penulisan Caption dan Editing Foto Berita	Ketepatan menjelaskan Penulisan Caption dan Editing Foto Berita	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab, latihan (100 menit)		Penulisan Caption dan Editing Foto Berita	2,50%
6	Mahasiswa mampu memahami Fotografi untuk Public Relations	Ketepatan menjelaskan Fotografi untuk Public Relations	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab, latihan (100 menit)		Fotografi untuk Public Relations	2,50%
7	Mahasiswa mampu memahami Produksi Foto Korporat dan Dokumentasi Kegiatan	Ketepatan menjelaskan Produksi Foto Korporat dan Dokumentasi Kegiatan	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab, latihan (100 menit)		Produksi Foto Korporat dan Dokumentasi Kegiatan	2,50%

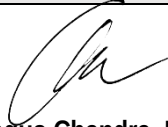
8	Evaluasi Tengah Semester / Ujian Tengan Semester						25%
9	Mahasiswa mampu memahami Pengantar Fotografi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran	Ketepatan menjelaskan Pengantar Fotografi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab, latihan (100 menit)		Pengantar Fotografi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran	2,50%
10	Mahasiswa mampu memahami Konsep Kreatif dalam Fotografi Iklan	Ketepatan menjelaskan Konsep Kreatif dalam Fotografi Iklan	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab, latihan (100 menit)		Konsep Kreatif dalam Fotografi Iklan	5%
11	Mahasiswa mampu memahami Teknik Pemotretan Produk dan Still Life Photography	Ketepatan menjelaskan Teknik Pemotretan Produk dan Still Life Photography	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab, latihan(100 menit)		Teknik Pemotretan Produk dan Still Life Photography	2,50%
12	Mahasiswa mampu memahami Foto Model dan Lifestyle untuk Iklan	Ketepatan menjelaskan Foto Model dan Lifestyle untuk Iklan	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab (100 menit)		Foto Model dan Lifestyle untuk Iklan	2,50%
13	Mahasiswa mampu memahami Pascaproduksi dan Manipulasi Digital	Ketepatan menjelaskan Pascaproduksi dan Manipulasi Digital	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab, latihan (100 menit)		Pascaproduksi dan Manipulasi Digital	5%

14	Mahasiswa mampu memahami Presentasi & Pameran Karya Fotografi Terapan	Ketepatan menjelaskan Presentasi & Pameran Karya Fotografi Terapan	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab, latihan (100 menit)		Presentasi & Pameran Karya Fotografi Terapan	2,50%
15	Mahasiswa mampu memahami Presentasi & Pameran Karya Fotografi Terapan	Ketepatan menjelaskan Presentasi & Pameran Karya Fotografi Terapan	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab, latihan (100 menit)		Presentasi & Pameran Karya Fotografi Terapan	2,50%
16	Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester						35%

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.

Rencana Pembelajaran Semester (RPS)

	UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI Jl. TB Simatupang No. 152 Tanjung Barat – Jakarta Selatan 12530					Kode Dokumen
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER						
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks) = 3		SEMESTER	Tgl Penyusunan
Kreatif Konten Media	615114043	Ilmu Komunikasi	T=2	P=1	4	Maret 2026
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua PRODI	
	 Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom.				 Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom.	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK					
	CPL1 (S)	Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan/tugas di bidang keahliannya secara mandiri				
	CPL4 (P)	Mempunyai pengetahuan tentang aplikasi ilmu komunikasi melalui media kreatif				
	CPL2 (KU)	Mampu membuat perencanaan umum tentang proyek/pekerjaan membuat konten media kreatif; Mampu menggunakan dan memilih software yang tepat bagi suatu proyek/pekerjaan membuat konten media kreatif;				
	CPL3 (KK)	Mampu mengembangkan ide-ide dan membuat konten media yang sesuai dengan tujuan-tujuan komunikasi				
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)					
	CPMK1	Menunjukkan sikap profesional atas keahliannya secara mandiri dalam membuat konten media kreatif				
	CPMK2	Mampu membuat perencanaan anggaran dan teknis untuk suatu proyek/pekerjaan membuat konten media kreatif i Mampu mengikuti perkembangan software untuk membuat konten media kreatif beserta perangkat-perangkat pendukungnya				
	CPMK3	Mampu memberikan argumentasi atas ide-ide kreatif yang diusulkan pada suatu proyek/pekerjaan membuat konten media kreatif Mampu membuat konten media kreatif Mampu melaksanakan pengawasan suatu proyek/pekerjaan membuat konten media kreatif hingga tahap pasca produksi Mampu melaksanakan evaluasi terhadap suatu proyek/pekerjaan membuat konten media kreatif baik sedang berjalan maupun yang sudah selesai				
	CPMK4	Mempunyai pengetahuan tentang aspek-aspek komunikasi pada suatu proyek/pekerjaan membuat konten media kreatif				

	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)				
	Sub-CPMK1	Mampu menyelesaikan setiap proyek/pekerjaan membuat konten media kreatif yang memadukan berbagai aspek komunikasi			
	Sub-CPMK2	Mampu membuat perencanaan anggaran proyek/pekerjaan membuat konten media kreatif yang efisien Mampu membuat perencanaan teknis proyek/pekerjaan membuat konten media kreatif yang efektif dan efisien Mampu menggunakan software untuk membuat konten media kreatif yang terupdate			
	Sub-CPMK3	Mampu menyajikan ide-ide kreatif dan komunikatif melalui suatu konten media Mampu menggunakan software untuk membuat konten media kreatif Mampu melakukan kendali atas suatu proyek/pekerjaan membuat konten media kreatif			
	Sub-CPMK4	Mampu melakukan evaluasi terhadap aspek-aspek komunikasi dalam membuat konten media kreatif			
	Korelasi CPL terhadap Sub-CPMK				
		Sub-CPMK1	Sub-CPMK2	Sub-CPMK3	Sub-CPMK4
	CPL1	Bertanggung jawab hingga terwujudnya suatu konten media dengan segala aspek komunikasinya	Bertanggung jawab atas rencana anggaran dan teknis suatu pekerjaan membuat konten media kreatif	Kemampuan menyajikan dan mewujudkan ide ke dalam konten media dan bertanggung jawab atas kendali dalam pekerjaan membuat konten media kreatif	Pengetahuan yang lengkap tentang konten media dalam kerangka ilmu komunikasi
	CPL2	Kemampuan menyusun perencanaan proyek konten media kreatif yang tepat hingga tercapainya tujuan	Kemampuan menyusun rencana anggaran proyek konten media kreatif yang tepat dan melaksanakannya baik secara mandiri maupun melalui kerjasama	Kemampuan membuat beragam jenis konten media kreatif yang tepat	Pengetahuan beragam software konten media kreatif beserta kelebihan dan kekurangannya
	CPL3	Kemampuan menghasilkan dan mengembangkan beragam ide konten media kreatif	Kemampuan adaptasi terhadap kebutuhan dan keinginan klien dalam membuat konten media kreatif	Kemampuan membuat konten media kreatif untuk kebutuhan media digital	Pengetahuan untuk evaluasi, dokumentasi dan distribusi/publikasi hasil membuat konten media kreatif
CPL4	Pengetahuan spesifik mengenai perangkat pendukung konten media kreatif	Perencanaan dan penggunaan anggaran konten media kreatif yang efektif dan efisien	Pengetahuan spesifik dalam konten media kreatif untuk beragam platform	Pengetahuan spesifik dan strategis terutama pada tahap akhir proses membuat konten media kreatif yang mencakup evaluasi, dokumentasi dan distribusi/publikasi	
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah Kreatif Konten Media membahas konsep, strategi, dan praktik pembuatan konten kreatif di berbagai platform media. Mahasiswa akan mempelajari proses pengembangan ide, penulisan naskah, desain pesan, serta produksi konten yang menarik, informatif, dan relevan dengan target audiens. Mata kuliah ini menekankan pada kemampuan berpikir kreatif dan inovatif dalam mengelola pesan melalui berbagai format seperti teks, gambar, audio, dan video. Mahasiswa juga akan diperkenalkan etika produksi konten, serta strategi distribusi dan analisis efektivitas konten di era digital. Melalui praktik dan proyek tugas akhir, mahasiswa diharapkan mampu menghasilkan karya konten media yang orisinal, komunikatif, serta sesuai dengan kebutuhan komunikasi publik, korporasi, maupun kampanye sosial.				

Bahan Kajian: Materi Pembelajaran		1. Pengantar Kreatif Konten Media 2. Tren dan Ekosistem Media Digital 3. Proses Kreatif dan Ideasi 4. Storytelling dan Narasi Visual 5. Strategi Komunikasi dan Branding 6. Produksi Konten Teks dan Visual 7. Produksi Audio dan Video 8. Etika dan Tanggung Jawab dalam Produksi Konten 9. Distribusi dan Strategi Publikasi Konten 10. Evaluasi Efektivitas Konten 11. Proyek Akhir: Produksi Konten Kampanye 12. Presentasi dan Umpan Balik Proyek 13. Refleksi dan Evaluasi Mata Kuliah					
Pustaka		Utama :					
		- Nugroho, Aditya & Pambudi, Satria. (2021). Strategi Kreatif Produksi Konten Digital. Yogyakarta: Deepublish - Jefferly (2023). Jadi Content Creator: Siapa Takut!. Jakarta: Elex Media Komputindo.					
		Pendukung :					
		Christofel Angelo (2023). Think All Side The Box. Jakarta: Elex Media Komputindo.					
Dosen Pengampu		Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom					
Matakuliah syarat		-					
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mahasiswa mampu memahami Pengantar Kreatif Konten Media	Ketepatan menjelaskan Pengantar Kreatif Konten Media	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, Studi Kasus, tanya jawab (150 menit)		Pengantar Kreatif Konten Media	2,50%

2	Mahasiswa mampu memahami Tren dan Ekosistem Media Digital	Ketepatan menjelaskan Tren dan Ekosistem Media Digital	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab (150 menit)		Tren dan Ekosistem Media Digital	2,50%
3	Mahasiswa mampu memahami Proses Kreatif dan Ideasi	Ketepatan menjelaskan Proses Kreatif dan Ideasi	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab (150 menit)		Proses Kreatif dan Ideasi	2,50%
4	Mahasiswa mampu memahami Storytelling dan Narasi Visual	Ketepatan menjelaskan Storytelling dan Narasi Visual	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab (150 menit)		Storytelling dan Narasi Visual	2,50%
5	Strategi Komunikasi dan Branding	Ketepatan menjelaskan Strategi Komunikasi dan Branding	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab (150 menit)		Strategi Komunikasi dan Branding	2,50%
6	Mahasiswa mampu memahami Produksi Konten Teks dan Visual	Ketepatan menjelaskan Produksi Konten Teks dan Visual	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab, latihan (150 menit)		Produksi Konten Teks dan Visual	2,50%
7	Mahasiswa mampu memahami Produksi Audio dan Video	Ketepatan menjelaskan Produksi Audio dan Video	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab, latihan(150 menit)		Produksi Audio dan Video	2,50%
8	Evaluasi Tengah Semester / Ujian Tengan Semester						25%
9	Mahasiswa mampu memahami Etika dan Tanggung Jawab dalam Produksi Konten	Ketepatan menjelaskan Etika dan Tanggung	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab (150 menit)		Etika dan Tanggung Jawab dalam Produksi Konten	2,50%

		Jawab dalam Produksi Konten					
10	Mahasiswa mampu memahami Distribusi dan Strategi Publikasi Konten	Ketepatan menjelaskan Distribusi dan Strategi Publikasi Konten	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab (150 menit)		Distribusi dan Strategi Publikasi Konten	5%
11	Mahasiswa mampu memahami Evaluasi Efektivitas Konten	Ketepatan menjelaskan Evaluasi Efektivitas Konten	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab (150 menit)		Evaluasi Efektivitas Konten	2,50%
12	Mahasiswa mampu memahami Proyek Akhir: Produksi Konten Kampanye	Ketepatan menjelaskan Proyek Akhir: Produksi Konten Kampanye	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab, Latihan (150 menit)		Proyek Akhir: Produksi Konten Kampanye	2,50%
13	Mahasiswa mampu memahami Presentasi dan Umpan Balik Proyek	Ketepatan menjelaskan Presentasi dan Umpan Balik Proyek	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab (150 menit)		Presentasi dan Umpan Balik Proyek	5%
14	Mahasiswa mampu memahami Presentasi dan Umpan Balik Proyek	Ketepatan menjelaskan Presentasi dan Umpan Balik Proyek	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab (150 menit)		Presentasi dan Umpan Balik Proyek	2,50%

15	Mahasiswa mampu memahami Refleksi dan Evaluasi Mata Kuliah	Ketepatan menjelaskan Refleksi dan Evaluasi Mata Kuliah	Keaktifan dan tes spontan	Kuliah, Contextual Learning, tanya jawab (150 menit)		Presentasi dan Umpan Balik Proyek	2,50%
16	Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester						35%

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.



**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	No. Revisi	Hal 1 dari 12		Tanggal Terbit Maret 2026
Matakuliah : Manajemen Krisis Public Relation	Semester: 6	sks: 3	Kode MK: 634316643	
Mata Kuliah Prasyarat **)	: Ilmu komunikasi			
Dosen Pengampu/Penanggungjawab	Dicki Bagus Chandra,M.I.Kom.			
Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)	A. Sikap : 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 : 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).			

	h. Menguasai kaidah, prinsip dan teknik public speaking fungsi, level organisasi, dan tujuannya i. Menguasai prinsip dan issue terkini dalam ekonomi, politik, sosial, ekologi, perkembangan teknologi terbaru dan terkini secara umum. j. 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. Mahasiswa mampu menjelaskan secara konseptual keterkaitan antara reputasi, krisis, dan public relations. b. Mahasiswa mampu memetakan dan menganalisis tipe, magnitude, dan akar-akar krisis komunikasi dan reputasi. c. Mahasiswa mampu menyusun strategi Public Relations untuk mempertahankan dan meningkatkan reputasi serta mencari solusi bagi krisis komunikasi. d. Mampu berkomunikasi dan bernegosiasi dengan klien secara efektif. 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.
Capaian Pembelajaran Matakuliah (CPMK)	A. Sikap : a. Mampu mengetahui pengenalan dan penanggulangan terhadap krisis bagi sebuah perusahaan/organisasi, b. Mampu memahami manajemen dalam mengkomunikasikan resiko, c. Mampu memahami manajemen strategi dan penanganan isu dan krisis, d. serta mampu membuat tugas akhir yang merupakan analisis resiko lengkap dengan strategi penanganannya.

	e. Mampu menyajikannya sesuai dengan fakta dan norma. B. Pengetahuan : - Menguasai pengenalan dan penanggulangan terhadap krisis bagi sebuah perusahaan/organisasi, manajemen dalam mengkomunikasikan resiko. - Manajemen strategi dan penanganan isu dan krisis, serta mampu membuat tugas akhir yang merupakan analisis resiko lengkap dengan strategi penanganannya. - Mampu memiliki pengetahuan tentang teknik komunikasi menggunakan teknologi terbaru dan terkini. - Kemampuan dalam memahami, menjelaskan, dan memecahkan masalah-masalah yang ada dalam kawasan keahlian ilmu komunikasi khususnya manajemen krisis public relation. - 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. C. Keterampilan Umum - Menerapkan model pembelajaran <i>quantum learning, active learning, cooperative learning</i> dan <i>scientific learning</i> dalam pembelajaran - Menerapkan model <i>project-based, problem-based learning, integrated learning</i> dan <i>e-learning</i> dalam pembelajaran. D. Keterampilan Umum : - Melakukan evaluasi hasil belajar (evaluasi produk) dan evaluasi pembelajaran (evaluasi proses) - Menerapkan penilaian alternatif
Deskripsi Matakuliah	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. 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. 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.

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>	• Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	2,5%
2	Mahasiswa dapat memahami mengenai Konsep Reputasi: Identitas, Image dan Reputasi	Bagaimana identitas dan image membentuk reputasi?	• Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	2,5%
3	Mahasiswa dapat memahami apa mengenai Corporate Branding	a. Apa yang dimaksud dengan Corporate Branding? b. Bagaimana aplikasi Corporate Branding di Indonesia?	• Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	2,5%
4	Mahasiswa dapat memahami tentang Corporate Reputation.	a. Apa yang dimaksud dengan Corporate Reputation? b. Bagaimana aplikasi Corporate Reputation di Indonesia.	• Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	2,5%

5	Mahasiswa dapat memahami Manajemen Reputasi	Bagaimana konsep dan aplikasi konsep manajemen reputasi untuk korporasi swasta di Indonesia?	• Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	2,5%
6.	Mahasiswa dapat memahami Manajemen Reputasi	Bagaimana konsep dan aplikasi konsep manajemen reputasi untuk institusi pemerintahan di Indonesia?	• 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?	• Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	2,5%
8	Mahasiswa memahami materi 1 s/d 7	Ujian Tengah Semester	Soal Ujian	90'	UTS	UTS	25%
9	Mahasiswa dapat memahami Peran Public Relations dalam Mengatasi Krisis dan Penurunan Reputasi	Bagaimana peran Public Relations dalam mengatasi penurunan reputasi?	• 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	a. Apa perbedaan konsep Krisis Manajemen dengan Krisis Komunikasi? b. Bagaimana peranan	• Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	2,5%

		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?	• Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	2,5%
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?	• Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	2,5%
13	Mahasiswa dapat memahami Media Relations untuk menjaga reputasi dan pemulihan krisis	<i>Bagaimana peran media dalam menjaga reputasi institusi?</i>	• Ceramah • Tanya jawab • Diskusi Kelas	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	2,5%
14	Mahasiswa dapat memahami secara keseluruhan manajemen krisis dalam public relation.	Studi Kasus	• Tanya jawab • Diskusi Kelas	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	2,5%

15	Mahasiswa dapat memahami secara keseluruhan manajemen krisis dalam public relation.	Studi Kasus	• Tanya jawab • Diskusi Kelas	150'	Pemahaman mahasiswa terhadap materi	Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan yang diberikan dosen	2,5%
16	Mahasiswa memahami seluruh materi yang sudah diajarkan	Ujian Akhir Semester	Soal Ujian	90'	UAS	UAS	35%

****) 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	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, Maret 2026

Ketua Program Studi



Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom

Pengampu/Penanggunjawab MK



Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom



DAFTAR HADIR DAN NILAI SEMESTER GENAP T.A 2025/2026

UTAMA/F.A/U/001

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

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Kode dan Mata Kuliah : 602130162 / Fotografi II

Smt / SKS / W. Kuliah : II / 2 SKS / Pagi

Dosen : Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom

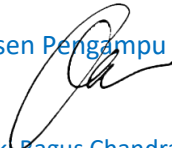
Tgl. Kuliah pertama dan berakhir : 03/03/2026 sd 30/06/2025

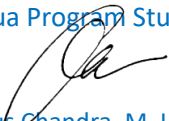
No Urut	NPM	NAMA MAHASISWA	PERKULIAHAN KE																				Kehadiran	Tugas	UTS	UAS	Nilai Akhir		Keterangan
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20					Jumlah	Huruf	
			3/3	10/3	17/3	24/3	31/3	7/4	14/4	21/4	28/4	5/5	12/5	19/5	29/5	4/6	11/6	23/6									20%	20%	
1	25600004	SASRI NISAFATNI	√	√	√	√	√	√	√	√	-	√	√	√	√	√	√					18,75	15,00	21,00	26,60	81,35	A		
2	25600020	ULFAH FAUZIAH	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-	√	√	√	√					18,75	16,00	20,00	27,00	81,75	A		
3	25600006	BILQIS ANDREZA	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-	√	√	√					18,75	15,00	22,00	28,00	83,75	A		
4	25600005	RIFA NABILA FAUZIAH	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-					-	-	-	-	-	E		
5	25600011	QUEEN TANIA KARTIKA	√	√	√	-	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√					18,75	17,00	21,00	28,00	84,75	A		
6	25600007	ZYAHRA PUTRI PERMANING KASIH	√	-	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√					20,00	15,00	22,00	26,00	83,00	A		
7	25600008	AGNIA NURIL AMALIA	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√					20,00	15,00	20,00	26,00	81,00	A		
8	25600003	ROMI AL AKBAR	√	√	√	√	√	√	√	√	-	-	-	-	-	-	-					10,00	-	-	-	10,00	E		
9	25600013	SANDY NUGRAHA	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-	√	√	√	√	√					18,75	16,00	21,00	27,00	82,75	A	
10	25607009	MOHAMMAD RIFQI ISLAMY	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√					20,00	17,00	20,00	25,00	82,00	A		
11	25600015	GIOVANIA DOS SANTOS MEILANA	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	-	√	√	√	√					18,75	16,00	19,50	27,00	81,25	A		

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

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

Jakarta, 30 Juli 2026

Dosen Pengampu

Dicki Bagus Chandra, M. I.Kom

Ketua Program Studi

Dicki Bagus Chandra, M. I.Kom

Ketua Program Studi



Dicki Bagus Chandra, M. I.Kom







UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA

LEMBAGA PENJAMINAN MUTU

LEMBAR MONITORING PERKULIAHAN

FORM : UTAMA/F/A/U/002

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

SEMESTER : II Pagi

TAHUN AJARAN : 2025/2026

KODE / MATA KULIAH /SKS : 602130162 / Fotografi II / 2 SKS

DOSEN PENGAMPU : Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom

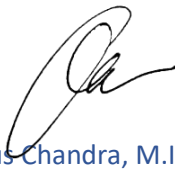
PERTEMUAN KE	HARI TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda Tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
1	03/03/2026	Pengantar Fotografi Terapan	Pengantar Fotografi Terapan: Jurnalistik, PR, dan Periklanan	10		Komentar Program Studi	Komentar UJM
2	10/03/2026	Etika & Prinsip Komunikasi Visual	Etika dan Prinsip Komunikasi Visual dalam Fotografi Profesional	9			
3	17/03/2026	Fotografi Terapan Jurnalistik	Fotografi Jurnalistik: Konsep dan Karakteristik	10			
4	24/03/2026	Fotografi Terapan Jurnalistik	Praktik Fotografi Jurnalistik	9			
5	31/03/2026	Fotografi Terapan PR	Fotografi PR: Konsep dan Karakteristik	10			
6	07/04/2026	Fotografi Terapan PR	Praktik Fotografi PR	10			
7	14/04/2026	Fotografi Terapan Periklanan	Fotografi Periklanan: Konsep dan Karakteristik	10			
8	21/04/2026	Fotografi Terapan Periklanan	Latihan Fotografi Periklanan	10			
9	28/04/2026	Ujian Tengah Semester	Materi 1 sampai dengan 8	9			
10	05/05/2026	Konsep Kreatif dalam Fotografi Jurnalistik	Konsep Kreatif dalam Fotografi Jurnalistik	8			

PERTEMUAN KE	HARI TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda Tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
11	12/05/2026	Konsep Kreatif dalam Fotografi PR	Konsep Kreatif dalam Fotografi PR	8		Komentar Program Studi	Komentar UJM
12	19/05/2026	Konsep Kreatif dalam Fotografi Periklanan	Konsep Kreatif dalam Fotografi Periklanan	8			
13	29/05/2026	Pemanfaatan AI untuk Fotografi	Penarapan Pemanfaatan AI untuk Fotografi	9			
14	04/06/2026	Produksi Media Terapan Fotografi	Produksi Media Terapan Fotografi	10			
15	11/06/2026	Review Materi	Review Materi 9 sd 14	10			
16	23/06/2026	Ujian Akhir Semester	Materi 10 sampai dengan 15	10			

Dosen Pengampu


Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom

Jakarta, 30 Juli 2026
Ketua Program Studi


Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA

LEMBAGA PENJAMINAN MUTU LEMBAR MONITORING PERKULIAHAN

FORM : UTAMA/F/A/U/002

PROGRAM STUDI

SEMESTER

TAHUN AJARAN

: Ilmu Komunikasi

: II Sore

: 2025/2026

KODE / MATA KULIAH /SKS

DOSEN PENGAMPU

: 602130162 / Fotografi II / 2 SKS

: Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom

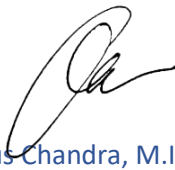
PERTEMUAN KE	HARI TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda Tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
1	04/03/2026	Pengantar Fotografi Terapan	Pengantar Fotografi Terapan: Jurnalistik, PR, dan Periklanan	2		Komentar Program Studi	Komentar UJM
2	11/03/2026	Etika & Prinsip Komunikasi Visual	Etika dan Prinsip Komunikasi Visual dalam Fotografi Profesional	2			
3	18/03/2026	Fotografi Terapan Jurnalistik	Fotografi Jurnalistik: Konsep dan Karakteristik	2			
4	25/03/2026	Fotografi Terapan Jurnalistik	Praktik Fotografi Jurnalistik	2			
5	01/04/2026	Fotografi Terapan PR	Fotografi PR: Konsep dan Karakteristik	2			
6	08/04/2026	Fotografi Terapan PR	Praktik Fotografi PR	2			
7	15/04/2026	Fotografi Terapan Periklanan	Fotografi Periklanan: Konsep dan Karakteristik	2			
8	22/04/2026	Fotografi Terapan Periklanan	Latihan Fotografi Periklanan	2			
9	29/04/2026	Ujian Tengah Semester	Materi 1 sampai dengan 8	2			
10	06/05/2026	Konsep Kreatif dalam Fotografi Jurnalistik	Konsep Kreatif dalam Fotografi Jurnalistik	2			

PERTEMUAN KE	HARI TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda Tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
11	13/05/2026	Konsep Kreatif dalam Fotografi PR	Konsep Kreatif dalam Fotografi PR	2		Komentar Program Studi	Komentar UJM
12	20/05/2026	Konsep Kreatif dalam Fotografi Periklanan	Konsep Kreatif dalam Fotografi Periklanan	1			
13	29/05/2026	Pemanfaatan AI untuk Fotografi	Penarapan Pemanfaatan AI untuk Fotografi	2			
14	05/06/2026	Produksi Media Terapan Fotografi	Produksi Media Terapan Fotografi	2			
15	12/06/2026	Review Materi	Review Materi 9 sd 14	2			
16	24/06/2026	Ujian Akhir Semester	Materi 10 sampai dengan 15	2			

Dosen Pengampu


Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom

Jakarta, 30 Juli 2026
Ketua Program Studi


Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA

LEMBAGA PENJAMINAN MUTU

LEMBAR MONITORING PERKULIAHAN

FORM : UTAMA/F/A/U/002

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

SEMESTER : IV Pagi

TAHUN AJARAN : 2025/2026

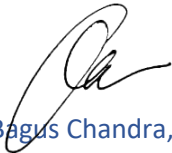
KODE / MATA KULIAH /SKS : 615114043 / Kreatif Konten Media / 3 SKS

DOSEN PENGAMPU : Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom

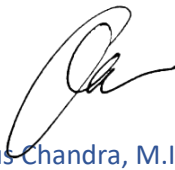
PERTEMUAN KE	HARI TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda Tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
1	05/03/2026	Pengantar Kreatif Konten Media	Pengantar Kreatif Konten Media	9		Komentar Program Studi	Komentar UJM
2	12/03/2026	Tren dan Ekosistem Media Digital	Tren dan Ekosistem Media Digital	9			
3	20/03/2026	Proses Kreatif dan Ideasi	Proses Kreatif dan Ideasi	9			
4	26/03/2026	Storytelling dan Narasi Visual	Storytelling dan Narasi Visual	8			
5	02/04/2026	Strategi Komunikasi dan Branding	Strategi Komunikasi dan Branding	9			
6	09/04/2026	Produksi Konten Teks dan Visual	Produksi Konten Teks dan Visual	9			
7	16/04/2026	Produksi Audio dan Video	Produksi Audio dan Video	9			
8	23/04/2026	Etika & Tanggung Jawab Produksi Konten	Etika dan Tanggung Jawab dalam Produksi Konten	9			
9	30/04/2026	Ujian Tengah Semester	Materi 1 sampai dengan 8	9			
10	07/05/2026	Distribusi dan Strategi Publikasi Konten	Distribusi dan Strategi Publikasi Konten	7			

PERTEMUAN KE	HARI TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda Tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
11	16/05/2026	Evaluasi Efektivitas Konten	Evaluasi Efektivitas Konten	8		Komentar Program Studi	Komentar UJM
12	21/05/2026	Perencanaan Proyek Kreatif Konten Media	Perencanaan Proyek Kreatif Konten Media	6			
13	29/05/2026	Evaluasi Progres Proyek Kreatif Konten Media	Evaluasi Progres Proyek Kreatif Konten Media	8			
14	06/06/2026	Finalisasi Proyek Kreatif Konten Media	Finalisasi Proyek Kreatif Konten Media	9			
15	13/06/2026	Presentasi Akhir Proyek Kreatif Konten Media	Presentasi Akhir Proyek Kreatif Konten Media	9			
16	25/06/2026	Ujian Akhir Semester	Materi 10 sampai dengan 15	9			

Dosen Pengampu


Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom

Jakarta, 30 Juli 2025
Ketua Program Studi


Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA

LEMBAGA PENJAMINAN MUTU

LEMBAR MONITORING PERKULIAHAN

FORM : UTAMA/F/A/U/002

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

SEMESTER : IV Sore

TAHUN AJARAN : 2025/2026

KODE / MATA KULIAH /SKS : 615114043 / Kreatif Konten Media / 3 SKS

DOSEN PENGAMPU : Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom

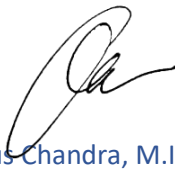
PERTEMUAN KE	HARI TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda Tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
1	05/03/2026	Pengantar Kreatif Konten Media	Pengantar Kreatif Konten Media	4		Komentar Program Studi	Komentar UJM
2	12/03/2026	Tren dan Ekosistem Media Digital	Tren dan Ekosistem Media Digital	4			
3	20/03/2026	Proses Kreatif dan Ideasi	Proses Kreatif dan Ideasi	4			
4	26/03/2026	Storytelling dan Narasi Visual	Storytelling dan Narasi Visual	4			
5	02/04/2026	Strategi Komunikasi dan Branding	Strategi Komunikasi dan Branding	4			
6	09/04/2026	Produksi Konten Teks dan Visual	Produksi Konten Teks dan Visual	4			
7	16/04/2026	Produksi Audio dan Video	Produksi Audio dan Video	4			
8	23/04/2026	Etika & Tanggung Jawab Produksi Konten	Etika dan Tanggung Jawab dalam Produksi Konten	4			
9	30/04/2026	Ujian Tengah Semester	Materi 1 sampai dengan 8	4			
10	07/05/2026	Distribusi dan Strategi Publikasi Konten	Distribusi dan Strategi Publikasi Konten	2			

PERTEMUAN KE	HARI TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda Tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
11	16/05/2026	Evaluasi Efektivitas Konten	Evaluasi Efektivitas Konten	4		Komentar Program Studi	Komentar UJM
12	21/05/2026	Perencanaan Proyek Kreatif Konten Media	Perencanaan Proyek Kreatif Konten Media	3			
13	29/05/2026	Evaluasi Progres Proyek Kreatif Konten Media	Evaluasi Progres Proyek Kreatif Konten Media	4			
14	06/06/2026	Finalisasi Proyek Kreatif Konten Media	Finalisasi Proyek Kreatif Konten Media	4			
15	13/06/2026	Presentasi Akhir Proyek Kreatif Konten Media	Presentasi Akhir Proyek Kreatif Konten Media	4			
16	25/06/2026	Ujian Akhir Semester	Materi 10 sampai dengan 15	4			

Dosen Pengampu


Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom

Jakarta, 30 Juli 2025
Ketua Program Studi


Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA

LEMBAGA PENJAMINAN MUTU

LEMBAR MONITORING PERKULIAHAN

FORM : UTAMA/F/A/U/002

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

SEMESTER : VI Pagi

TAHUN AJARAN : 2025/2026

KODE / MATA KULIAH /SKS : 634316643 / Manajemen Krisis PR / 3 SKS

DOSEN PENGAMPU : Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom

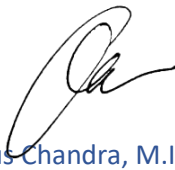
PERTEMUAN KE	HARI TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda Tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
1	03/03/2026	Pengantar Manajemen Krisis Public Relations	Pengantar Manajemen Krisis Public Relations	8		Komentar Program Studi	Komentar UJM
2	10/03/2026	Konsep Reputasi: Identitas, Image, dan Reputasi	Konsep Reputasi: Identitas, Image, dan Reputasi	8			
3	17/03/2026	Corporate Branding	Corporate Branding	8			
4	24/03/2026	Corporate Reputation	Corporate Reputation	8			
5	31/03/2026	Manajemen Reputasi pada Korporasi Swasta	Manajemen Reputasi pada Korporasi Swasta	6			
6	07/04/2026	Manajemen Reputasi pada Institusi Pemerintahan	Manajemen Reputasi pada Institusi Pemerintahan	8			
7	14/04/2026	Peran Public Relations dalam Mengatasi Krisis	Peran Public Relations dalam Mengatasi Krisis	8			
8	21/04/2026	Peran PR Mengatasi Penurunan Reputasi	Peran Public Relations dalam Mengatasi Penurunan Reputasi	8			
9	28/04/2026	Ujian Tengah Semester	Materi 1 sampai dengan 8	8			
10	05/05/2026	Krisis Manajemen dan Krisis Komunikasi	Krisis Manajemen dan Krisis Komunikasi	5			

PERTEMUAN KE	HARI TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda Tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
11	12/05/2026	Krisis Komunikasi dalam Public Relations	Krisis Komunikasi dalam Public Relations	7		Komentar Program Studi	Komentar UJM
12	19/05/2026	Manajemen Krisis Public Relations	Manajemen Krisis Public Relations	8			
13	29/05/2026	Media Relations Menjaga Reputasi & Pemulihan	Media Relations dalam Menjaga Reputasi dan Pemulihan Krisis	6			
14	04/06/2026	Studi Kasus Manajemen Krisis Public Relations	Studi Kasus Manajemen Krisis Public Relations	7			
15	11/06/2026	Studi Kasus Lanjutan Manajemen Krisis PR	Studi Kasus Lanjutan Manajemen Krisis Public Relations	8			
16	23/06/2026	Ujian Akhir Semester	Materi 10 sampai dengan 15	8			

Dosen Pengampu


Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom

Jakarta, 30 Juli 2026
Ketua Program Studi


Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom



UNIVERSITAS TAMA JAGAKARSA

LEMBAGA PENJAMINAN MUTU

LEMBAR MONITORING PERKULIAHAN

FORM : UTAMA/F/A/U/002

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

SEMESTER : VI Sore

TAHUN AJARAN : 2025/2026

KODE / MATA KULIAH /SKS : 634316643 / Manajemen Krisis PR / 3 SKS

DOSEN PENGAMPU : Dicki Bagus Chandra, 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	03/03/2026	Pengantar Manajemen Krisis Public Relations	Pengantar Manajemen Krisis Public Relations	3		Komentar Program Studi	Komentar UJM
2	10/03/2026	Konsep Reputasi: Identitas, Image, dan Reputasi	Konsep Reputasi: Identitas, Image, dan Reputasi	3			
3	17/03/2026	Corporate Branding	Corporate Branding	2			
4	24/03/2026	Corporate Reputation	Corporate Reputation	3			
5	31/03/2026	Manajemen Reputasi pada Korporasi Swasta	Manajemen Reputasi pada Korporasi Swasta	3			
6	07/04/2026	Manajemen Reputasi pada Institusi Pemerintahan	Manajemen Reputasi pada Institusi Pemerintahan	3			
7	14/04/2026	Peran Public Relations dalam Mengatasi Krisis	Peran Public Relations dalam Mengatasi Krisis	3			
8	21/04/2026	Peran PR Mengatasi Penurunan Reputasi	Peran Public Relations dalam Mengatasi Penurunan Reputasi	3			
9	28/04/2026	Ujian Tengah Semester	Materi 1 sampai dengan 8	3			
10	05/05/2026	Krisis Manajemen dan Krisis Komunikasi	Krisis Manajemen dan Krisis Komunikasi	2			

PERTEMUAN KE	HARI TANGGAL	POKOK BAHASAN	URAIAN MATERI BAHASAN	Jumlah Mhs Hadir	Tanda Tangan Dosen	Kontrol / Monitoring	
						Program Studi	Unit Jaminan Mutu
11	12/05/2026	Krisis Komunikasi dalam Public Relations	Krisis Komunikasi dalam Public Relations	3		Komentar Program Studi	Komentar UJM
12	19/05/2026	Manajemen Krisis Public Relations	Manajemen Krisis Public Relations	2			
13	29/05/2026	Media Relations Menjaga Reputasi & Pemulihan	Media Relations dalam Menjaga Reputasi dan Pemulihan Krisis	3			
14	04/06/2026	Studi Kasus Manajemen Krisis Public Relations	Studi Kasus Manajemen Krisis Public Relations	2			
15	11/06/2026	Studi Kasus Lanjutan Manajemen Krisis PR	Studi Kasus Lanjutan Manajemen Krisis Public Relations	2			
16	23/06/2026	Ujian Akhir Semester	Materi 10 sampai dengan 15	2			

Dosen Pengampu



Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom

Jakarta, 30 Juli 2026

Ketua Program Studi



Dicki Bagus Chandra, M.I.Kom