



UNIVERSITAS BANDAR LAMPUNG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	SEMESTER
Dasar-Dasar Public relations	IK203	Ilmu Komunikasi	2
	JADWAL	BOBOT (sks)	TANGGAL PENYUSUNAN
	Senin 13.30 – 15.00 Selasa 13.00 – 15.30	3 sks	Februari 2024
PENGESAHAN	Pengembang RPS	Koordinator MK	Ketua PRODI
	Hanindyalaila Pienrasmi , M.A	Hanindyalaila Pienrasmi , M.A	Dr. Budhi Waskito, M.Si
DOSEN PENGAMPU MK	1. Hanindyalaila Pienrasmi , M.A 2. pienrasmi@ubl.ac.id 3. 082227050507		
CAPAIAN PEMBELAJARAN	CPL yang dibebankan pada Mata Kuliah		
	CPL-1	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri.	
	CPL-2	Menguasai konsep teoritis public relations	
	CPL-3	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.	
	CPL-4	Mampu mendesain dan mengaplikasikan keilmuan komunikasi untuk mendukung kemajuan kegiatan public relations, jurnalistik, dokumentaris dan wirausaha media.	

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah													
CPMK 1	Mampu menjelaskan Fungsi Public Relations pada perusahaan												
CPMK2	Mampu mengidentifikasi kegiatan-kegiatan Public Relations Perusahaan												
CPMK3	Mampu menyusun strategi penyebaran informasi perusahaan sesuai dengan publik sarannya.												
CPMK4	Mampu mengidentifikasi permasalahan komunikasi yang dihadapi oleh perusahaan												
Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)													
Sub-CPMK 1	Mampu menjelaskan tujuan pembelajaran mata kuliah Dasar-Dasar Public Relations												
Sub-CPMK 2	Mampu menjelaskan fungsi PR dalam sebuah perusahaan												
Sub-CPMK 3	Mampu Mengidentifikasi Tahapan dalam prosesn manajemen PR												
Sub-CPMK 4	Mampu Mengidentifikasi Teknik-teknik komunikasi PR												
Sub-CPMK 5	Mampu mengidentifikasi Peran PR dalam perusahaan												
Sub-CPMK 6	Mampu mengidentifikasi perbedaan fungsi PR, advertising dan marketing.												
Sub-CPMK 7	Mampu menjelaskan etika profesi seorang PR												
Sub-CPMK 8	Mampu mengidentifikasi Publik Perusahaan												
Sub-CPMK 9	Mampu mengidentifikasi identitas perusahaan, citra dan reputasi.												
Sub-CPMK 10	Mampu mengidentifikasi produk hasil penulisan PR												
Sub-CPMK 11	Mampu mengidentifikasi kegiatan PR di media digital												
Sub-CPMK 12	Mampu menjelaskan proses manajemen pengelolaan isu dan krisis perusahaan												
Sub-CPMK 13	Mampu mengidentifikasi permasalahan komunikasi yang dihadapi oleh perusahaan												
Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK (diisi bagaimana Sub-CPMK berkontribusi untuk pencapaian CPMK dengan tanda √)													
Matriks Ketercapaian CPL	Sub-CPMK 1	Sub-CPMK 2	Sub-CPMK 3	Sub-CPMK 4	Sub-CPMK 5	Sub-CPMK 6	Sub-CPMK 7	Sub-CPMK 8	Sub-CPMK 9	Sub-CPMK 10	Sub-CPMK 11	Sub-CPMK 12	Sub-CPMK 13
CPMK1	√	√	√	√	√	√							
CPMK2						√	√	√	√	√	√	√	
CPMK3								√	√	√	√	√	
CPMK4												√	√
Deskripsi Mata Kuliah	Mata kuliah ini diberikan untuk memberikan kedalaman pengetahuan dan pengembangan keahlian pada mahasiswa dalam memahami fungsi public relations dalam suatu perusahaan. Dalam mata kuliah ini juga memberikan materi tentang jenis-jenis publik pada perusahaan serta pentingnya membangun citra perusahaan yang positif. Mata kuliah ini juga memberikan pengetahuan tentang produk tulisan yang diproduksi oleh PR, selain itu mempelajari manajemen isu dan krisis dalam sutau perusahaan dan mengadaptasi trend digital saat ini dalam menjalankan fungsi PR perusahaan. Mata kuliah ini memberikan penjelasan secara mendalam mengenai pentingnya membangun hubungan yang baik antara perusahaan dan publiknya serta memastikan agar penyebaran pesan dan informasi dari perusahaan kepada publiknya dan juga sebaliknya berjalan dengan baik dan efektif.												
Bahan Kajian: Materi	1. Pengantar Mata Kuliah												

Pembelajaran	<ol style="list-style-type: none"> 2. Definisi Public Relations dan Sejarah Perkembangannya 3. Proses Manajemen PR 4. Model Komunikasi PR 5. Peran PR 6. Marketing PR, Corporate PR, Marketing dan Advertising. 7. Etika PR 8. PR Internal dan Publik Internal Perusahaan 9. PR Eksternal dan Publik Eksternal Perusahaan 10. Identitas, Citra dan Reputasi 11. PR Writting 12. Cyber PR 13. Manajemen Isu dan Krisis 14. Analisis Perkembangan Fungsi PR Perusahaan saat ini
Pustaka	Utama :
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ardianto Elvinaro (2014). Handbook of Public Relations 2. Cutlip, Center, Broom. (2016). Effective Public Relations 3. Irianta Yosol (2014). Public Relations Writing 4. Morris. (2014). Manajemen Public Relations 5. Prayudi (2012). Public Relations Stratejik 6. Rosadi Ruslan. (2017) Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi
	Pendukung :

Pengesahan,
Dosen Penyusun RPS,



Hanindyalaila Pienrasmi, M.I. Kom

Ketua Program Studi,



Dr. Budhi Waskito, M.Si