

**STRUKTUR KURIKULUM  
PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI**

No	Mata Kuliah	Wajib/Pil	SKS	Semester							
				1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Matakuliah Pengembangan Kepribadian Inti</b>											
1	1000002029 Pendidikan Agama Budha	PILIHAN	2	2							
	pendidikan Agama Hindu										
	pendidikan Agama Islam										
	pendidikan Agama Katholik										
	pendidikan Agama Khonghucu										
	pendidikan Agama Protestan <sup>*)</sup>										
2	1000002033 Pendidikan Kew arganegaraan	WAJIB	2	2							
3	1000002018 Pendidikan Pancasila	WAJIB	2	2							
<b>Matakuliah Pengembangan Kepribadian Institusional</b>											
4	7020103001 Azas Manajemen	WAJIB	3	3							
5	1000002003 Bahasa Indonesia	WAJIB	2	2							
6	7020102086 Filsafat Ilmu <sup>*)</sup>	PILIHAN	2	2							
7	1000002010 Ilmu Kealaman Dasar (IAD)	WAJIB	2	2							
8	7020102002 Bahasa Inggris Bidang Ilmu Komunikasi	WAJIB	2	2							
9	7020103010 Education -Entertainment	WAJIB	3					3			
10	7020103021 Ketrampilan Berpidato	WAJIB	3					3			
11	7020103023 Komunikasi Antarpersonal	WAJIB	3	3							
12	7020103030 Komunikasi Pendidikan <sup>*)</sup>	PILIHAN	3		3						
13	7020103032 Komunikasi Sosial Pembangunan	WAJIB	3					3			
14	7020103034 Kreativita Periklanan	WAJIB	3					3			
15	7020103036 Magang Profesi	WAJIB	3					3			
16	7020103044 Marketing Sosial	WAJIB	3					3			
17	7020103049 Meeting, Incentive, Convention, Exhibition (Mice)	WAJIB	3					3			
18	7020102057 Pengantar Antropologi dan Sosiologi	WAJIB	2	2							
19	7020102063 Pengantar Psikologi	WAJIB	2	2							
20	7020103064 Pengembangan Program Sosial	WAJIB	3					3			
21	7020103069 Produksi Media Massa Elektronik	WAJIB	3					3			
22	7020103074 Riset Media	WAJIB	3					3			
23	7020103083 Tanggung Jawab Sosial Korporat	WAJIB	3						3		
24	7020103085 Visual Digital dan Multimedia <sup>*)</sup>	PILIHAN	3					3			
25	7020102005 Bahasa Inggris Keterampilan Dasar	WAJIB	3	3							
<b>Matakuliah Keilmuan dan Ketrampilan</b>											
26	7020103006 Dasar Jurnalistik	WAJIB	3	3							
27	7020103008 Desain Komunikasi Visual <sup>*)</sup>	PILIHAN	3			3					
28	7020103013 Fotografi	WAJIB	3		3						
29	7020103014 Gender dan Media	WAJIB	3					3			
30	7020103015 Hukum dan Etika Media Massa	WAJIB	3					3			
31	7020103017 Kajian Budaya <sup>*)</sup>	PILIHAN	3		3						
32	7020103088 Kew irausahaan <sup>*)</sup>	PILIHAN	3					3			
33	7020103024 Komunikasi Bisnis	WAJIB	3					3			
34	7020103025 Komunikasi Kesehatan <sup>*)</sup>	PILIHAN	3					3			
35	7020103026 Komunikasi Lintas Budaya	WAJIB	3			3					
36	7020103027 Komunikasi Massa	WAJIB	3		3						
37	7020103028 Komunikasi Organisasi	WAJIB	3		3						
38	7020103031 Komunikasi Politik	WAJIB	3					3			

□	7020103037	Manajemen Bisnis Media	WAJIB	3					3				
40	7020103038	Manajemen Humas	WAJIB	3						3			
41	7020103039	Manajemen Konflik <sup>*)</sup>	PILIHAN	3				3					
42	7020103041	Manajemen Produksi Media Massa	WAJIB	3							3		
43	7020103042	Marketing Politik	WAJIB	3						3			
44	7020103045	Media Baru	WAJIB	3				3					
45	7020103046	Media dan Perubahan Sosial	WAJIB	3						3			
46	7020103050	Metode Penelitian Komunikasi	WAJIB	3						3			
47	7020103053	Patologi Sosial <sup>*)</sup>	PILIHAN	3				3					
48	7020103058	Pengantar Humas	WAJIB	3		3							
49	7020103059	Pengantar Ilmu Komunikasi	WAJIB	3	3								
50	7020102060	Pengantar Ilmu Politik	WAJIB	2	2								
51	7020103062	Pengantar Periklanan	WAJIB	3				3					
52	7020103066	Penulisan Humas	WAJIB	3						3			
53	7020103067	Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup	WAJIB	3					3				
54	7020103068	Perkemb.teknologi Komunikasi	WAJIB	3				3					
55	7020103070	Psikologi Komunikasi	WAJIB	3				3					
56	7020103072	Rekayasa Sosial	WAJIB	3							3		
57	7020103073	Reportase	WAJIB	3						3			
58	7020103075	Seminar	WAJIB	3							3		
59	7020103076	Semiotika <sup>*)</sup>	PILIHAN	3				3					
60	7020103077	Sinematografi	WAJIB	3						3			
61	7020103078	Sistem Komunikasi Indonesia	WAJIB	3		3							
62	7020106079	Skripsi <sup>*)</sup>	PILIHAN	6								6	
63	7020103080	Sosiologi Komunikasi	WAJIB	3				3					
64	7020103084	Teori Komunikasi	WAJIB	3		3							
<b>Matakuliah Keahlian Berkarya</b>													
65	7020103029	Komunikasi Pemasaran	WAJIB	3					3				
66	7020103082	Statistik Sosial	WAJIB	3				3					
<b>Matakuliah Berkehidupan Bermasyarakat</b>													
67	7020103035	Kuliah Kerja Nyata	WAJIB	3							3		
				157	194	21	23	24	24	33	48	15	6

**Alokasi SKS per semester**

Semester 1	:	21
Semester 2	:	23
Semester 3	:	24
Semester 4	:	24
Semester 5	:	33
Semester 6	:	48
Semester 7	:	15
Semester 8	:	6
Jumlah	:	194

## DESKRIPSI MATAKULIAH PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI

### 7020103001 Azas Manajemen

**Dosen :** Putri Aisyiyah Rachma Dewi, S.Sos., M.Med.Kom.  
Mutiah, S.Sos., M.I.Kom.  
Puspita Sari Sukardani, S.T., M.Med.Kom.  
Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A.  
R.A. Sista Paramita, S.E., M.Si.

#### Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mampu menguasai konsep dasar manajemen serta memanfaatkan teknologi dan informasi dalam bidang manajemen dan memaparkan peran dan fungsi manajemen dalam organisasi bisnis maupun nirlaba.
2. Mampu mengambil keputusan berdasarkan analisa situasi dan kondisi yang dihadapi.
3. Memiliki karakter cerdas, mandiri dan jujur di dalam kegiatan pembelajaran pengantar manajemen

#### Deskripsi Matakuliah

Mata kuliah bertujuan menjelaskan kepada mahasiswa konsep-konsep atau pengertian manajemen, berbagai pendekatan dalam manajemen, Fungsi-fungsi manajemen dan aplikasi dari fungsi-fungsi manajemen. Matakuliah ini mengkaji konsep dasar manajemen terkait dengan gambaran umum manajemen. Perkembangan teori manajemen, lingkungan eksternal organisasi, fungsi manajemen dan pengambilan keputusan, fungsi pengorganisasian dan perubahan organisasi, motivasi, kepemimpinan dan komunikasi serta fungsi pengawasan dan sistem informasi. Metode pembelajaran yang digunakan adalah ceramah bervariasi, diskusi dan observasi.

#### Referensi

T. Hani Handoko. *Manajemen Edisi 2*. 2012. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta  
Robbins P. Stephen, 2007, *Manajemen*, PT Macanan  
Boonstra. 2008. *Dynamics of Organizational Change and Learning*. Wiley.

### 7020102005 Bahasa Inggris Keterampilan Dasar

**Dosen :** Tsuroyya, S.S., M.A.

#### Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mampu menerapkan keahlian bahasa Inggris dan memanfaatkan TIK untuk (1) berkomunikasi dan (2) memahami teks lisan dan tulis dalam konteks-konteks keseharian dan umum terbatas.
2. Menguasai pengetahuan dasar ilmu bahasa Inggris untuk menunjang kemampuan (1) berkomunikasi dengan bahasa yang berterima dan (2) pemahaman teks.
3. Membuat keputusan dalam memilih bahasa yang tepat sesuai dengan kaidah penggunaan bahasa berterima sesuai dengan konteksnya.
4. Memiliki tanggung jawab atas (1) penggunaan bahasa yang dipakai dan (2) tugas yang diberikan terkait penggunaan dan pemahaman bahasa.

#### Deskripsi Matakuliah

Matakuliah ini membekali mahasiswa pada keterampilan dan komponen bahasa pada level dasar (pre-intermediate). Matakuliah ini juga memperkenalkan tes terstandarisasi yang memuat latihan keterampilan membaca (reading skills), menyimak (listening comprehension) dan tata bahasa dan kosakata (structure and vocabulary) yang diarahkan untuk persiapan test bahasa inggris standar Internasional. Semua kegiatan perkuliahan akan disajikan dengan sistem ceramah, diskusi, presentasi dan diskusi, tugas penyelesaian masalah (*problem solving*), dan refleksi.

#### Referensi

1. Sharpe, Pamela. J. 2003. *How to prepare for the TOEFL*. Barron Educational Series. NY
2. Phillips, Deborah. 2004. *Longman Preparation Course for the TOEFL Test: The Paper Test (Student Book with Answer Key and CD-ROM)*. Pearson Education. NY
3. Phillips, Deborah. 2012. *Official Guide to the TOEFL Test With CD-ROM, 4th Edition (Official Guide to the Toefl Ibt)*. McGraw-Hill. USA.
4. Phillips, Deborah. 2001. *Longman Introductory Course for the TOEFL Test: iBT, 2nd ed.* Pearson Education. NY
5. Worcester, Adam, et al. 2008. *Building Skill for the TOEFL iBT: Beginning*. Compass Publishing.
6. Cullen, Pauline, et al. 2014. *The Official Cambridge Guide to IELTS Students Book With Answers with DVD-ROM*. Oxford University Press.
7. Parthare, Emma Parthare, Gary May, Peter. 2013. *Headway Academic Skills IELTS Study Skills Edition: Level 1 Students Book*. Oxford University Press.
8. Loughed, Lin. 2007. *Longman Preparation Series for the TOEIC Test: Listening and Reading, 5th Edition*. Pearson Education. NY
9. Tim Mata Kuliah Bahasa Inggris. 2016. *English for Non English Department Students*. Surabaya: Surabaya University Press.

**7020102086 Filsafat Ilmu**

**Dosen :** Awang Dharmawan, S.Ikom., M.A.  
Dr. Danang Tandyonomanu, S.Sos., M.Si.

**Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi**

Mampu menjabarkan kajian ontologis, epistemologis, dan aksiologis keilmuan, dalam hal implementasinya bagi pengembangan keilmuan dan kependidikan dengan titik tekan pada persoalan logika dan metodologi ilmiah, serta tanggung jawab material, formal, dan moral keilmuan.

**Deskripsi Matakuliah**

Pemahaman mendasar dan mengakar tentang konsepsi ilmu, pemetaan ilmu, pengetahuan dan kebenaran, netralitas, manfaat, dan dampak ilmu terhadap kehidupan. Juga dikaji makna, implikasi, dan implementasi filsafat ilmu bagi pengembangan keilmuan dan kependidikan dengan titik tekan pada persoalan logika dan metodologi ilmiah.

**Referensi**

1. Pramono, Made, dkk, 2005, *Filsafat Ilmu (Kajian Ontologi, Epistemologi, dan Aksiologi)*, Unesa Unipress, Surabaya.
2. Pramono, Made, *E-learning Filsafat Ilmu* : <http://elearning.unesa.ac.id>
3. Kuipers, Theo A.F., (ed.), 2007, *Handbook of The Philosophy of Science: General Philosophy of Science - Focal Issues*, Elsevier BV, Netherlands.
4. Endraswara, Suwardi, 2012, *Filsafat Ilmu: Konsep, Sejarah, dan Pengembangan Metode Ilmiah*, Yogyakarta: CAPS.
5. Prawironegoro, Darsono, 2010, *Filsafat Ilmu: Kajian tentang Pengetahuan yang Disusun Secara Sistematis dan Sistemik dalam Membangun Ilmu Pengetahuan*, Jakarta: Nusantara Consulting
6. Nina W. Syam. 2013. *Model-Model Komunikasi*. Bandung: Simbiosis
7. Thomas S. Kuhn. 2005. *The Structure of Scientific Revolutions (Peran Paradigma Dalam Revolusi Sains)*. Bandung: Rosda
8. Nina W. Syam. 2013. *Filsafat Sebagai Akar Komunikasi*. Bandung: Simbiosis

**7020103059 Pengantar Ilmu Komunikasi**

**Dosen :** Awang Dharmawan, S.Ikom., M.A.  
Mutiah, S.Sos., M.I.Kom.  
Puspita Sari Sukardani, S.T., M.Med.Kom.  
Tsuroyya, S.S., M.A.  
Dr. Danang Tandyonomanu, S.Sos., M.Si.

**Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi**

Mahasiswa mempunyai pemahaman aspek-aspek keberhasilan komunikasi antar manusia.

**Deskripsi Matakuliah**

Pengkajian terhadap apa, mengapa dan bagaimana manusia berkomunikasi, komponen dan konteks komunikasi. Penekanan diberikan kepada bagaimana menciptakan komunikasi yang efektif.

**Referensi**

1. Mulyana, Dedi. 2001. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
2. Rakhmat, Jalaluddin. 1994. *Psikologi Komunikasi*. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
3. Verderber, Rudolph F. 1999. *Communicate!* 9th Ed. California: Wadsworth Publishing Company
4. Wood, Julia T. 2004. *Interpersonal Communication: Everyday Encounters*. 4th Edition. Belmont. California: Wadsworth Publishing Company
5. Wood, Julia T. 1998. *Communication Mosaic: A NEW Introduction to the Field of Communication*. Belmont. California: Wadsworth Publishing Company

**7020102063 Pengantar Psikologi**

**Dosen :** Damajanti Kusuma Dewi, S.Psi., M.Si.

**Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi****Sikap**

- Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.
- Taat hukum dan disiplin dan kehidupan bermasyarakat dan bernegara
- Menginternalisasi nilai, norma dan etika akademik
- Mewujudkan karakter "Iman, Cerdas, Mandiri, Jujur, Peduli dan Tangguh" dalam perilaku keseharian.

**Pengetahuan**

- Menguasai konsep teoritis utama tentang proses kognisi, afeksi dan konasi dalam perilaku manusia, dan gangguan-gangguan perilaku manusia.

#### Pengetahuan Umum

- 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.

#### Pengetahuan Khusus

- Mampu menjelaskan hakekat dan ruang lingkup psikologi
- Mampu menjelaskan konsep-konsep perilaku berdasarkan pendekatan-pendekatan psikologi
- Mampu menjelaskan proses kognisi dalam perilaku
- Mampu menjelaskan proses afeksi dalam perilaku
- Mampu menjelaskan proses konasi dalam perilaku
- Mampu menjelaskan gangguan-gangguan perilaku manusia.

#### Deskripsi Matakuliah

Mata kuliah ini membahas tentang hakekat dan ruang lingkup psikologi, memahami perilaku manusia menurut proses kognisi, afeksi dan konasi, serta gangguan-gangguan perilaku manusia.

#### Referensi

- King, L.A. 2010. Psikologi Umum. Buku 1. Alih Bahasa Brian Marwendy. Jakarta, Salemba Humanika  
King, L.A. 2010. Psikologi Umum. Buku 2. Alih Bahasa Brian Marwendy. Jakarta, Salemba Humanika  
Fieldman, R.S. 2012. Pengantar Psikologi. Buku 1. Alih Bahasa Petty G.G. & Putri N.S. Jakarta, Salemba Humanika  
Fieldman, R.S. 2012. Pengantar Psikologi. Buku 2. Alih Bahasa Petty G.G. & Putri N.S. Jakarta, Salemba Humanika

7020103013

#### Fotografi

**Dosen :** Puspita Sari Sukardani, S.T., M.Med.Kom.  
Dr. Danang Tandyonomanu, S.Sos., M.Si.

#### Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mengaplikasikan bidang keahlian fotografi dan memanfaatkan IPTEKS yang mendukung dalam penyelesaian masalah serta mampu beradaptasi terhadap situasi dan kondisi yang dihadapi.
2. Menguasai konsep teoritis teknik dasar fotografi secara umum dan konsep fotografi teoritis di lapangan secara mendalam, serta mampu mempraktekkan menjadi sebuah karya.
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis situasi dan kondisional, dan mampu menghasilkan karya fotografi yang menarik dan solutif.
4. Bertanggung jawab pada hasil karya sendiri dan dapat diberi tugas tanggung jawab atas pencapaian hasil karya kelompok.

#### Deskripsi Matakuliah

Mata kuliah ini yang memberikan wawasan dan mempraktekkan mengenai teknik dasar fotografi, jenis-jenis foto sebagai karya, pengenalan kamera dan karakteristik kamera sebagai alat foto, dasar-dasar pemotretan meliputi komposisi, keseimbangan, kontras, serta pengambilan foto dalam sejumlah teknik pengambilan.

#### Referensi

1. Barnbaum, Bruce. 2015. *The Essence of Photography : Seeing and Creativity*. Rocky Nook Inc. Canada
2. Rutherford, Steve. 2013. *How to Photograph Anything Like A Pro*. Australia
3. Northrup, Tony. 2013. *Tony Northrup's DSLR Book: How to Create Stunning Digital Photography*. Mason Press Inc. USA
4. Barnbaum, Bruce. 2012. *The Art Of Photography*. Rocky Nook Inc. Canada
5. Kelby, Scott. 2009. *The Digital Photography Book*. Peachpitt Press. USA
6. Freeman, Michael, 2013. *Mastering Digital Photography*.
7. Freeman, Michael, 2004. *Basic Photography (Guide Book)*, USA.
8. Goodman, 2013. *Masters of Photography* River Golden, Hongkong.
9. Blackwell, Wiley, 2012. *UBIQUITOUS PHOTOGRAPHY*.

7020103017

#### Kajian Budaya

**Dosen :** Putri Aisyiyah Rachma Dewi, S.Sos., M.Med.Kom.  
Tsuroyya, S.S., M.A.

#### Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

Menerapkan kajian budaya dan komunikasi dengan memanfaatkan TIK.  
Menguasai berbagai konsep, dan teori budaya untuk menganalisis perkembangan budaya tradisional sampai dengan budaya teknologi digital  
Menggunakan kajian budaya yang tepat berdasarkan data dan informasi dan memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternatif solusi secara mandiri dan kelompok  
Bertanggung jawab terhadap penulisan dan pelaporan makalah di bidang kajian budaya

### Deskripsi Matakuliah

Mata kuliah ini membahas kajian materi yang mencakup teori pemikiran kritis, konstruktivisme, wacana budaya, dan analisis kritis interdisiplin yang menyangkut berbagai isu atau realitas perkembangan budaya tradisional sampai budaya digital dengan menggunakan metode ceramah, diskusi, dan penugasan proyek

### Referensi

1. John Fiske. 2011. *Cultural and Communication Studies*. Yogyakarta: Jala Sutra.
2. Stuart Hall. 1980. *Cultural Studies: Two Paradigms*. Open University Press.
3. Ravell. J. 1998. *Cultural Studies. Critics Miss The Point*. Asia Pasific Media Educator, issue 4.
4. John Storey. 2010. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jala Sutra
5. Stephen Hill dan Bevis Vinner. 2007. *Media and Cultural Theory*. Ventus Publishing

7020103027

### Komunikasi Massa

**Dosen :** Tsurroya, S.S., M.A.  
Gilang Gusti Aji, S.I.P., M.Si.

### Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa memiliki pengetahuan tentang karakter, konsep, model, dalam pola komunikasi massa
2. Mahasiswa memahami praktik kerja media secara konseptual, baik di tataran isi, organisasi, hingga struktur
3. Mahasiswa mampu menguasai berbagai teori komunikasi massa sebagai pendekatan dalam memformulasikan dan menganalisis berbagai fenomena yang ada
4. Mahasiswa memiliki rasa tanggung jawab yang tercermin dalam tingkat keaktifan berdiskusi dan penugasan

### Deskripsi Matakuliah

Mata kuliah Komunikasi Massa mengkaji substansi tentang pengertian, konsep, model, dan teori-teori dalam praktik media massa. Selain itu praktik media massa sebagai pusat kajian dikaji secara konseptual dari level konten, organisasi, serta persinggungannya dengan institusi sosial, politik, budaya, dan ekonomi. Pembelajaran dilakukan selama satu semester dengan menggunakan metode presentasi, diskusi, serta penugasan individu dan kelompok. Penilaian dilakukan melalui tes tulis dan kinerja.

### Referensi

1. Ardianto, Elvinaro. Komala, Lukiat. 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
2. Baran, J Stanley & Dennis K Davis. 2000. *Mass Communication Theory : Foundations, Ferment, and Future*. California : Wadsworth
3. *Cangara, Hafied*. 2011. *Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
4. Eriyanto. 2011. *Analisis Isi, Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi & Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
5. Kovach, Bill dan Tom Rosenstiel. 2006. *Sembilan Elemen Jurnalisme: Apa yang Seharusnya Diketahui Wartawan dan Diharapkan Publik*. Jakarta: Yayasan Pantau. Little, John
6. McQuail, Denis. 2010. *Mass Communication Theory 6th ed*. London : Sage
7. Nurudin, *Komunikasi Massa, CESPUR, Malang, September 2003*
8. Pete Golding and Garham Murdock, 2007 *The Political Economy of Media*. Volume I, Cheltenham, UK. Broolfield, US: The International Library of Studi and culture.
9. Shoemaker, Pamela J., & Stephen D. Reese. (1996). *Mediating The Message: Theories Of Influences On Mass Media Content*, London: Pearson Longman
10. Sobur, Alex. *Semiotika Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2003

7020103028

### Komunikasi Organisasi

**Dosen :** Putri Aisyiyah Rachma Dewi, S.Sos., M.Med.Kom.  
Awang Dharmawan, S.Ikom., M.A.  
Mutiah, S.Sos., M.I.Kom.

### Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

- Terampil melakukan komunikasi dalam konteks organisasional dengan memanfaatkan IPTEKS serta mampu beradaptasi dalam lingkungan organisasi.
- Menguasai konsep teoritis bentuk dan budaya organisasi, dan dapat memformulasikan penyelesaian masalah berdasar pengetahuan yang dimiliki
- Mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis situasional organisasi, dan memberikan pertimbangan alternatif solusi permasalahan komunikasi dalam organisasi
- Bertanggung jawab menyelesaikan tugas yang diberikan untuk pencapaian hasil kerja organisasi

### Deskripsi Matakuliah

Mengkaji substansi definisi dan tantangan dalam komunikasi organisasi, paradigma-paradigma organisasi, budaya organisasi, tipe kepemimpinan, proses sosialisasi, proses pengambilan keputusan, manajemen konflik dalam organisasi. Pembelajaran dilakukan selama satu semester dengan pendekatan *exposition*

*discovery learning* dengan metode ceramah, diskusi, presentasi, dan studi kasus. Penilaian dilakukan melalui tes tulis dan kinerja.

#### Referensi

1. Kathrine Miller; 2015; *Organizational Communications: Approaches and Process* (7th ed); Texas
2. Jason S. Wrench, 2012. *An Introduction to Organizational Communication*

7020103030

#### Komunikasi Pendidikan

**Dosen :** Mutiah, S.Sos., M.I.Kom.  
Dr. Danang Tandyonomanu, S.Sos., M.Si.

#### Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

Mampu menggunakan IPTEKS untuk memahami penerapan komunikasi dalam bidang pendidikan  
Menguasai konsep teoritis tentang komunikasi dalam bidang pendidikan, serta mampu memformulasikan bentuk-bentuk komunikasi pendidikan yang efektif.

Mampu mengambil keputusan yang tepat dalam memilih bentuk komunikasi efektif dalam konteks pendidikan, baik secara mandiri dan kelompok

Bertanggung jawab terhadap formulasi bentuk-bentuk komunikasi pendidikan efektif.

#### Deskripsi Matakuliah

Mata kuliah ini mempelajari tentang aspek komunikasi dalam konteks pendidikan. Kajian tentang peran guru, penggunaan simbol verbal dan nonverbal serta media yang digunakan untuk mencapai transfer pengetahuan yang efektif, terutama dalam lingkup ruang kelas. Melalui diskusi dan penugasan mahasiswa dapat melakukan analisis dan sintesis terhadap pelaksanaan komunikasi pendidikan yang efektif

#### Referensi

1. Gayle, Barbara Mae, et.all. (eds.). 2006. *Classroom Communication and Instructional Processes: Advances Through Meta-Analysis*. New Jersey: Lawrence Eelbaum Associates Farrell.
2. Thomas S.C. 2009. *Talking, Listening and Teaching: A Guide to Classroom Communication*. California: CorwinNaim.
3. Ngainun. 2011. *Dasar-dasar Komunikasi Pendidikan*. Jogjakarta: Ar-Russ Media.
4. Powell, Robert G. and Powell Dana L. 2010. *Classroom Communication and Diversity: enhancing Instructional Practice*. New York: Routledge.
5. Yusuf. Pawit M. 2010. *Komunikasi Instruksional: Teori dan Praktek*. Jakarta: Bumi Aksara.

7020103053

#### Patologi Sosial

**Dosen :** Awang Dharmawan, S.Ikom., M.A.  
Mutiah, S.Sos., M.I.Kom.  
Puspita Sari Sukardani, S.T., M.Med.Kom.  
Dr. Danang Tandyonomanu, S.Sos., M.Si.

#### Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

Memahami konsep patologi sosial, definisi, karakteristik, dan jenis patologi sosial.

Selain itu, mahasiswa dapat mengidentifikasi kasus patologi sosial dan dilaporkan ke dalam bentuk video document

#### Deskripsi Matakuliah

Mempelajari konsep patologi sosial, dan berbagai kasus patologi sosial dalam perspektif komunikasi seperti illegal logging, anak jalanan, kriminalitas, gangguan mental, korupsi, kemiskinan, kenakalan remaja, prostitusi, perjudian, kekerasan terhadap anak, human trafficking, kekerasan dalam rumah tangga

#### Referensi

1. Kartini Kartono. 2014. *Patologi Sosial 3*. Jakarta: Rajawali
2. Adon Nasrullah Jamaludin. 2016. *Dasar-dasar Patologi Sosial*. Pustaka Setia

7020103070

#### Psikologi Komunikasi

**Dosen :** Mutiah, S.Sos., M.I.Kom.  
Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A.

#### Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

- Mahasiswa memiliki pengetahuan mengenai Psikologi Komunikasi yang meliputi Karakteristik manusia komunikasi, sistem komunikasi interpersonal, sistem komunikasi kelompok, sistem komunikasi massa, sistem komunikasi verbal dan non verbal
- Mahasiswa mampu merancang pesan yang efektif sesuai konteks situasi dan kondisi
- mahasiswa memiliki rasa tanggung jawab pada pekerjaan sendiri maupun organisasi yang tercermin dalam keberhasilan menyelesaikan tugas-tugas perkuliahan

### Deskripsi Matakuliah

Mata kuliah psikologi komunikasi mengkaji substansi tentang Karakteristik manusia komunikasi, sistem komunikasi interpersonal, sistem komunikasi kelompok, sistem komunikasi massa, sistem komunikasi verbal dan non verbal. Mata kuliah ini menggunakan strategi *student center learning (SCL)* yang menuntut keaktifan mahasiswa dalam proses pembelajaran

### Referensi

1. Rakhmat, Jalaluddin. 2015. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya
2. De Vito. 2007. *Interpersonal Communication*. New York: Sage Publication
3. Tubbs & Moss. 2010. *Human Communications*. New York: Sage Publication

7020103080

### Sosiologi Komunikasi

**Dosen :** Awang Dharmawan, S.Ikom., M.A.  
Mutiah, S.Sos., M.I.Kom.  
Tsuroyya, S.S., M.A.

### Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

- Mampu menganalisis berbagai persoalan sosiologi di dalam komunikasi, yang meliputi kajian media, kajian media massa, kajian khalayak dan budaya massa, kajian konten media, kajian budaya media dan kelompok yang terpinggirkan, hegemoni kepemilikan media, kajian struktur new media dan *cyber society*. Metode perkuliahan yang digunakan ceramah, presentasi, dan diskusi konsep serta kasus sosiologi komunikasi. Dengan begitu mahasiswa dituntut dapat kritis terhadap efek media, dengan cara mengungkapkan permasalahan media terhadap khalayak dan menganalisisnya dengan perspektif komunikasi.
- Mampu memahami berbagai konsep dan teori sosiologi komunikasi, baik itu dalam bentuk paradigma kritis dan interpretatif.
- Mampu mengambil keputusan konsep komunikasi yang tepat dalam mendiskusikan data atau kasus komunikasi di masyarakat, dan mampu memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternatif solusi secara mandiri dan didiskusikan kedalam kelompok terhadap permasalahan masyarakat dan media komunikasi terkini
- Bertanggung jawab pada tugas makalah sosiologi komunikasi yang dibuat individu, dan aktif memberikan masukan atau analisa terhadap diskusi di dalam kelompoknya.

### Deskripsi Matakuliah

Menguasai berbagai konsep dan teori-teori hubungan komunikasi dan masyarakat, dan peka terhadap fenomena pengaruh media terhadap kehidupan sosial, dan menganalisis perkembangan media terhadap perubahan sosial. Metode perkuliahan ceramah, diskusi, dan presentasi kasus-kasus kepentingan ekonomi politi kepemilikan media dan efek media.

### Referensi

1. Denis Mc Quail. 2010. *1CMass Communication Theory* 6th edition. 1D London: Sage Publications Ltd.
2. Burhan Bungin. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
3. Nina W. Syam, M.S. 2009. *Sosiologi Komunikasi*. Bandung: Humaniora
4. Momon Sudarma. 2014. *Sosiologi Komunikasi*. Bandung: Mitra Wacana Media
5. James Curran. 2002. *Media and Power*. New York: Routledge.
6. Vincent Mosco. 2009. *The Political Economy of Communication*. Second edition. London: Sage publications Ltd.
7. Jan A.G.M van Dijk. 2006. *The Network Society*. 2nd edition. London: Sage Publications
8. George Ritzer, Douglas J Gooman. 2011. *Teori Sosiologi Modern*. Edisi keenam. Jakarta: Kencana

7020103015

### Hukum dan Etika Media Massa

**Dosen :**

### Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu membuat produk media massa dengan memanfaatkan IPTEKS sesuai dengan hukum dan etika media di Indonesia
2. Menguasai konsep teoritis hukum dan etika media massa serta mampu memecahkan persoalan etika jurnalistik
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan memilih beragam alternatif solusi untuk persoalan media  
Bertanggungjawab terhadap pekerjaan sendiri dan pencapaian hasil kerja organisasi

### Deskripsi Matakuliah

Mengkaji substansi definisi hukum, sistem hukum Indonesia, kode etik jurnalistik, undang-undang penyiaran, undang-undang ITE, asosiasi profesi bidang media, pelanggaran hukum media. Perkuliahan diberikan selama satu semester menggunakan strategi *exposition discovery learning* dengan metode ceramah, diskusi, studi kasus. Penilaian dilakukan melalui tes tulis dan pembuatan makalah tentang kasus pers yang terjadi di Indonesia.



## Referensi

1. *The New Ethics of Journalism*, 2013, CQ Press
2. Don R. Pember & Clay Calvert, 2014, *Mass Media Law*, McGraw Hill
3. Sirikit Syah. 2014, *Membicang Etika Media*, Elex Media Computindo: Jakarta
4. Ashadi Siregar.2006.Etika Komunikasi.
5. Mufid, Muhammad. Komunikasi dan Regulasi Penyiaran
6. Agus Sudibyo.2009.Kebebasan Semu
7. Ade Armando.2011. Televisi Jakarta di atas Indonesia

7020103088

## Kewirausahaan

**Dosen :** Putri Aisyiyah Rachma Dewi, S.Sos., M.Med.Kom.  
Puspita Sari Sukardani, S.T., M.Med.Kom.

### Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mampu mengaplikasikan bidang Kewirausahaan dan memanfaatkan IPTEKS dalam penyelesaian masalah serta mampu beradaptasi terhadap situasi yang dihadapi.
2. Menguasai konsep teoritis bidang pengetahuan kewirausahaan secara umum dan konsep teoritis bagian khusus dalam bidang pengetahuan tersebut secara mendalam, serta mampu memformulasikan penyelesaian masalah yang berhubungan dengan kewirausahaan.
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan data, dan mampu memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternatif solusi kewirausahaan secara mandiri dan kelompok.
4. Bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri dan dapat diberi tanggung jawab atas pencapaian hasil kerja secara berkelompok.

### Deskripsi Matakuliah

Memberikan kemampuan dan ketrampilan berwirausaha dan mengembangkan bisnis plan.

### Referensi

1. Hendro. 2011. *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
2. Kasali, Rhenald. 2010. *Modul Kewirausahaan*. Jakarta Selatan : PT Mizan Publika.
3. Justin G Longecker. 2000. *Kewirausahaan, Manajemen Usaha Kecil*. Yogyakarta : Salemba Empat.
4. Mas 19ud Machfoedz, 2004. *Kewirausahaan, Suatu Pendekatan Kontemporer*, Yogyakarta : UPP AMP YKPN.

7020103024

## Komunikasi Bisnis

**Dosen :** Putri Aisyiyah Rachma Dewi, S.Sos., M.Med.Kom.  
Dr. Danang Tandyonomanu, S.Sos., M.Si.

### Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Memiliki kemampuan untuk menggunakan perangkat TIK untuk komunikasi bisnis.
2. Menguasai konsep teoritis dan praktik tentang komunikasi bisnis.
3. Memilih strategi komunikasi yang tepat dalam menyusun komunikasi bisnis.
4. Bertanggung jawab terhadap tugas yang diberikan.

### Deskripsi Matakuliah

Komunikasi bisnis mempelajari konsep dasar dan konteks komunikasi dalam organisasi bisnis; strategi persebaran pesan, media, evaluasi dan audit komunikasi bisnis. Dengan diskusi dan latihan, mahasiswa dapat melakukan praktek komunikasi dalam bentuk tulisan dan juga presentasi untuk tujuan bisnis. Pembelajaran selama satu semester dilaksanakan dengan metode *direct instruction*, *inquiry*, dan penugasan proyek.

### Referensi

1. Guffey, Mary Ellen. Rhodes, Kathleen and Rogin, Patricia. 2006. *Komunikasi Bisnis: Proses & Produk*. Jakarta: Salemba Empat
2. Hartley, Peter dan Bruckmann, Clive G. 2002. *Business Communication*. London: Routledge.
3. Curtin, Dan B. Floyd James J. and Winsor, Jerry L. 2006. *Komunikasi Bisnis dan Profesional*. Bandung: Rosda
4. Dewi, Sutrisna. 2007. *Komunikasi Bisnis*. Yogya: Andi Publisher

7020103029

## Komunikasi Pemasaran

**Dosen :** Mutiah, S.Sos., M.I.Kom.  
Puspita Sari Sukardani, S.T., M.Med.Kom.

### Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

- Mampu mengaplikasikan bidang keahlian komunikasi pemasaran dan memanfaatkan IPTEKS pada dalam penyelesaian masalah pemasaran serta mampu beradaptasi terhadap situasi yang dihadapi.

- Menguasai konsep teoritis bidang komunikasi pemasaran terpadu secara umum dan konsep teoritis komunikasi pemasaran secara khusus dan mendalam serta mampu memformulasikan penyelesaian masalah pemasaran secara prosedural.
- Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis situasi pasar dan data pemasaran, dan mampu memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternatif solusi komunikasi pemasaran secara mandiri dan kelompok.
- Bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri dan dapat diberi tanggung jawab atas pencapaian hasil kerja organisasi.

#### Deskripsi Matakuliah

Mata kuliah ini mempelajari beberapa materi konsep dasar komunikasi pemasaran dan proses komunikasi pemasaran mencakup: analisis audiens, penyusunan bauran promosi, pengembangan program komunikasi pemasaran, implementasi dan pengendalian komunikasi pemasaran serta berbagai kasus yang relevan.

#### Referensi

1. Shimp, Terrence. 2010. *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communications, 8e*. South-Western, Cengage Learning
2. Belch, George E and Belch, Michael A. 2003. *Advertising and Promotion: an Integrated marketing communication perspective. Sixth edition*. The McGrawHill
3. Shimp, Terrence. 2003. *Periklanan dan Promosi; Aspek tambahan pemasaran terpadu. (buku I)* Erlangga. Jakarta
4. Shimp, Terrence. 2003. *Periklanan dan Promosi; Aspek tambahan pemasaran terpadu. (buku II)* Erlangga. Jakarta
5. Pelsmacker, Patrick De; Geuens, Maggie and Van den Bergh, Joeri. 2005. *Foundations of Marketing Communications: A european perspective*. Prentice Hall
6. Kotler, Philip. 2011. *Marketing Management: 13 edition*. Prentice Hall Inc
7. Duncan, Tom. 2002. *IMC. Using advertising and Promotion to build Brand*. McGrawHill.
8. Tuten, Tracy L. 2008. *Advertising 2.0. Social media marketing in web 2.0 world*. Praeger. London

7020103031

#### Komunikasi Politik

Dosen : Awang Dharmawan, S.Ikom., M.A.

#### Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mampu mengaplikasikan sikap yang kritis melihat fenomena komunikasi politik yang terjadi, dan paham terhadap penggunaan IPTEKS yang berkembang saat ini untuk menunjang komunikasi politik, dan mampu mengikuti dan beradaptasi dengan isu-isu komunikasi politik yang terbaru.
2. Membahas berbagai bahan kajian yang mencakup ruang lingkup komunikasi politik, peristiwa yang terjadi pada komponen-komponen komunikasi politik, pengaruh sistem politik terhadap perilaku komunikasi politik, propaganda melalui media, agenda setting politik di dalam media, fenomena lembaga survey, survey politik, dan negosiasi politik.
3. Mampu mengambil keputusan konsep yang tepat dalam mendiskusikan fenomena dan data politik yang terjadi dengan perspektif komunikasi politik, dan mampu memberikan petunjuk secara individu dan kelompok, dalam memilih berbagai alternatif solusi dari permasalahan proses komunikasi politik.
4. Bertanggung jawab pada penyelesaian tugas makalah individu yang menganalisa fenomena politik berdasarkan perspektif komunikasi politik, dan juga bertanggung jawab untuk mempresentasikan jurnal komunikasi politik secara kelompok.

#### Deskripsi Matakuliah

Mata kuliah Komunikasi Politik mengkaji substansi proses komunikasi dalam konteks politik yang mencakup definisi, aktor, efeknya. Berada dalam konteks pemerintahan yang demokratis, mata kuliah ini turut membahas konsep ruang publik dan opini publik. Perkembangan teknologi mendorong matkul komunikasi politik memberikan porsi pada pembahasan tentang demokrasi dalam ruang virtual. Pembelajaran dilakukan selama satu semester dengan menggunakan metode presentasi, diskusi, serta penugasan pribadi dan kelompok. Penilaian dilakukan melalui tes tulis, kinerja, dan portofolio

#### Referensi

1. Brian Mc Nair. 2011. *An Introduction to Political Communication (5th edition)*. London: Routledge
2. Darren G. Lilleker. 2006. *Key Concepts In Political Communication*. London: Sage
3. Jalaludin Rakhmat. 2006. *Komunikasi Politik*. Bandung: Rosdakarya
4. Deddy Mulyana. *Komunikasi Politik*. Bandung: Rosdakarya
5. Kuskridho Ambardi. 2009. *Politik Kartel*. Jakarta: LSI dan KPG
6. Dietram A. Scheufels. 2006. *Framing, Agenda Setting, and Priming: Three Evolution of Three Media Effects Models*. Journal of Communication Vol 57, Issue 1.
7. Gary D. Rawnsley. 2005. *Political Communication and Democracy*. New York: Palgrave MacMillan
8. Walter Lipman. 1998. *Public Opinion*. New Brunswick: Transaction Publishers.
9. David T. Hill dan Krishna Sein. 2005. *The Internet in Indonesia 1990s New Democracy*. New York: Routledge.

**7020103032 Komunikasi Sosial Pembangunan****Dosen :****Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi**

1. Mengaplikasikan teori komunikasi sosial pembangunan dan memanfaatkan teknologi informasi komunikasi dalam menyelesaikan masalah pembangunan.
2. Menguasai prinsip, strategi komunikasi, dan 1Cissue 1D terkini dalam bidang pendidikan, lingkungan, gender, dan kesehatan masyarakat dengan memanfaatkan kearifan lokal.
3. Mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis data dan informasi dan memberikan beragam alternatif solusi dalam permasalahan pembangunan.
4. Bertanggung jawab pada penulisan makalah dan pemaparan analisis studi kasus.

**Deskripsi Matakuliah**

Mengkaji substansi teori pembangunan, prinsip, rancangan dasar, model perencanaan komunikasi studi pembangunan serta teknologi informasi dan komunikasi dan difusi 13 inovasi sebagai sarana untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah pembangunan dengan menggunakan metode ceramah, diskusi, dan analisis studi kasus.

**Referensi**

1. Lennie, J. and Tacchi, J. 2013. *Evaluating Communication for Development: A Framework for Social Change*. London: Routledge. 2.
2. Mefalopolos, P. 2008. *Development Communication Sourcebook: Broadening the Boundaries of Communication*. Washington D.C.: The World Bank.
3. Melkote, S. and Steeves, H. 2005. *Communication for Development in the Third World: Theory and Practice for Empowerment*, 2nd edition. New Delhi: Sage Publication India Pvt Ltd.
4. Saebani, B. 2016. *Sosiologi Pembangunan*. Bandung: Pustaka Setia.
5. Wilkins, K., Tufte, T., and Obregon, R. 2014. *The Handbook of Development Communication and Social Change*. New Jersey: Wiley-Blackwell.

**7020103037 Manajemen Bisnis Media****Dosen :** Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A.**Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi**

1. Mampu menggunakan IPTEKS untuk mengaplikasikan pengolahan media massa dan menghasilkan inovasi bisnis media.
2. Menguasai konsep teoritis tentang aspek bisnis media massa, serta mampu memformulasikan inovasi bisnis media.
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan data tentang alternatif inovasi untuk meningkatkan aspek bisnis pada organisasi media secara mandiri dan kelompok.
4. Bertanggung jawab pada pengelolaan serta inovasi bisnis media.

**Deskripsi Matakuliah**

Media ini mengkaji terhadap aspek bisnis dari organisasi media massa: cetak, elektronik dan media baru. Kuliah ini juga mengkaji aspek diversifikasi dan inovasi bisnis lainnya yang mendukung keberadaan media secara ekonomi, serta perundangan yang mengaturnya.

**Referensi**

1. Picard, Robert G. 2002. *The Economics and Financing of Media Companies*. London: Sage Pub.
2. Block, Peter (Ed). 2001. *Managing in The Media*. Oxford: Focal Press.
3. Ulin, Jeffrey. 2014. *The Bussiness of Media Distribution: Monetizing Film, TV and Video Content in an Online World*. Devon: Florence Production.
4. Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana

**7020103049 Meeting, Incentive, Convention, Exhibition (MICE)****Dosen :****Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi**

- Mahasiswa mampu menyelenggarakan event;
- Menguasai konsep teoritis tentang manajemen dan penyelenggaraan event;
- Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan memilih beragam alternatif solusi untuk persoalan berkaitan MICE
- Bertanggungjawab terhadap pekerjaan sendiri dan pencapaian hasil kerja tim

**Deskripsi Matakuliah**

Mengkaji substansi definisi MICE, perkembangan industri MICE, perencanaan srategis event, SDM, sponsorship, budgeting, project management, hingga pelaksanaan dan evaluasi untuk MICE

## Referensi

1. Bowdin, Glenn, Allen, O 19Toole, Harris, McDonnel. 2006. *Events Management* . Elsevier UK
2. D.G Conway. 2006. *The Event Manager 19s Bible* . How To Books UK
3. Judy Allen. 2009. *Event Planning (2nd ed)* . Canada: Wiley Ltd

### 7020103064 Pengembangan Program Sosial

Dosen :

#### Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Menyelenggarakan program sosial tepat guna sesuai dengan permasalahan sosial.
2. Menguasai prinsip, strategi manajemen *event* beserta evaluasinya sebagai solusi *issue* pembangunan di antaranya bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan, dan ekonomi.
3. Mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis data dan informasi dan memberikan beragam alternatif solusi dalam permasalahan pembangunan.
4. Bertanggung jawab pada persiapan, pelaksanaan, dan pelaporan *event* yang diselenggarakan.

#### Deskripsi Matakuliah

Mengkaji prinsip dan strategi manajemen *event* sebagai sarana untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah pembangunan dengan menggunakan metode ceramah, diskusi, dan penugasan berbasis proyek.

#### Referensi

Allen, J. (2009). *Event Planning : The Ultimate Guide to Successful Meetings, Corporate Events, Fundraising Galas, Conferences and Conventions, Incentives, and Other Special Events* . Ontario: John Wiley & Sons Canada, Ltd.

### 7020103067 Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup

Dosen : Mutiah, S.Sos., M.I.Kom.  
Puspita Sari Sukardani, S.T., M.Med.Kom.

#### Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

Mata kuliah ini membahas masalah tentang perilaku konsumen berdasarkan pengertiannya, konsep dan teori perilaku untuk memahami perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk mengembangkan strategi Pemasaran, tipe-tipe konsumen dan segmentasi pasar, teori tentang pengambilan keputusan konsumen, strategi pemasaran, konsumerisme, Undang-undang Perlindungan Konsumen

#### Deskripsi Matakuliah

1. Mampu mengaplikasikan bidang keahliannya dan memanfaatkan IPTEKS pada bidangnya dalam penyelesaian masalah serta mampu beradaptasi terhadap situasi yang dihadapi.
2. Menguasai konsep teoritis bidang pengetahuan tertentu secara umum dan konsep teoritis bagian khusus dalam bidang pengetahuan tersebut secara mendalam, serta mampu memformulasikan penyelesaian masalah prosedural.
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan data, dan mampu memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternatif solusi secara mandiri dan kelompok.
4. Bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri dan dapat diberi tanggung jawab atas pencapaian hasil kerja organisasi.

#### Referensi

1. Peter, J. Paul dan Olson, Jerry C. 1996. *1CConsumer Behavior and Marketing Strategy 1D*, 4th edition, Irwin
2. Assael, Henry 1998. *1CConsumer Behavior and Marketing Action 1D*, 6th edition, International Thomson Publishing
3. Engel, James F., Blackwell Roger D., Miniard, Paul W. 1995. *1CConsumer Behavior 1D*, 6th edition, Binarupa Aksara

### 7020103085 Visual Digital dan Multimedia

Dosen :

#### Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mampu mengaplikasikan bidang visual digital dan multimedia dan memanfaatkan IPTEKS dalam penyelesaian masalah serta mampu membuat karya visual.
2. Menguasai konsep teoritis bidang pengetahuan visual digital, pemahaman tentang computer grafis dan berbagai konsep pengantar multimedia, serta mampu memformulasikan penyelesaian masalah visual secara prosedural.
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis visual dan data, dan mampu memberikan solusi dan pemecahan masalah secara visual baik secara mandiri dan kelompok.
4. Bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri dan dapat diberi tanggung jawab atas pencapaian hasil kerja kelompok.

### **Deskripsi Matakuliah**

Matakuliah ini dimaksudkan untuk memberi pengetahuan dan pemahaman tentang berbagai konsep yang merupakan pengantar mengenai komponen media digital antara lain: Perancangan, warna, teks, gambar, suara, animasi, video dan web. Kuliah ini ditekankan pada pembuatan, digiting dan manipulasi komponen media.

### **Referensi**

1. Hughes, John F. 2013. *Computer Graphics : Principles and Practice*. Pearson Education Inc. USA.
2. Arnston, Amy E. 2007. *Graphic Design: Basics*, Thomson Wadsworths, United States of America.
3. Hill, Will, 2005. *The Complete Typografer: A Manual for Designing with Type*, Page One Publishing Private Limited, Singapore

**7020103042**

### **Marketing Politik**

**Dosen :**

### **Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi**

1. Mampu mengaplikasikan sikap yang kritis melihat fenomena komunikasi politik yang terjadi, dan paham terhadap penggunaan IPTEKS yang berkembang saat ini untuk menunjang dan beradaptasi dengan isu-isu marketing politik.
2. Membahas berbagai bahan kajian yang mencakup ruang lingkup marketing politik, peristiwa yang terjadi pada komponen-komponen komunikasi politik, pengaruh sistem politik terhadap perilaku komunikasi politik, propaganda melalui media, agenda setting politik di dalam media, fenomena lembaga survey, survey politik, dan negosiasi politik.
3. Mampu mengambil keputusan konsep yang tepat dalam mendiskusikan fenomena dan data politik yang terjadi dan mampu memberikan petunjuk secara individu dan kelompok, dalam memilih berbagai alternatif solusi dari permasalahan proses marketing politik.
4. Bertanggung jawab pada penyelesaian tugas makalah kelompok yang menyusun strategi marketing politik dan bertanggung jawab untuk mempresentasikan strategi marketing politik secara kelompok.

### **Deskripsi Matakuliah**

Mata kuliah marketing politik mengkaji praktik pemasaran dalam konteks komunikasi politik. Kajiannya meliputi aktor - aktor yang beraktivitas seperti komunikator, konsumen politik, serta fenomena tim pemenangan. Selanjutnya pembahasan dilanjutkan pada ragam strategi komunikasi mulai komunikasi langsung, komunikasi termediasi, hingga iklan. Mata kuliah ini bersifat praktis sehingga proses pembelajaran akan lebih banyak bertumpu pada keaktifan dan observasi langsung di lapangan.

### **Referensi**

**7020103066**

### **Penulisan Humas**

**Dosen :**

### **Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi**

1. Mampu merancang company profile, media internal dan materi publikasi lain secara efektif dengan memanfaatkan peralatan media secara tepat sesuai dengan kepentingan public relations.
2. Menguasai konsep teoritis tentang penulisan terutama di bidang PR.
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan teori dan analisis informasi krisis PR serta memberikan petunjuk alternatif solusi.
4. Bertanggung jawab pada tugas-tugas kehumasan yang diberikan dan berkontribusi aktif pada tim untuk mencapai tujuan organisasi.

### **Deskripsi Matakuliah**

Mengkaji substansi ragam informasi (terkontrol & tidak terkontrol), perangkat penulisan PR, company profile, product knowledge, backgrounder, Iklan Layanan Masyarakat, iklan komersial, artikel & editorial, publikasi kolateral, laporan Tahunan. Pembelajaran dilakukan selama satu semester dengan strategi group learning, metode yang digunakan adalah diskusi, presentasi, simulasi, brainstorming, dan praktik pembuatan company profile. Penilaian dilakukan berdasarkan presentasi dan portofolio tugas

### **Referensi**

1. Aronson, Merry. 2007. *The Public Relations Writer 19s Handbook: The Digital Age*. Wiley Imprint: California
2. Mathilda AMW Birow. 2012. *Becermin Lewat Tulisan*. Gramedia: Jakarta
3. Kriyantono, Rachmad. 2008. *Public Relations Writing*. Kencana Prenada Media: Jakarta

**7020103074**

### **Riset Media**

**Dosen :**

### **Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi**

1. Mampu memanfaatkan IPTEKS untuk melakukan riset tentang media massa.
2. Menguasai konsep teoritis tentang riset dan evaluasi baik produk dan aktivitas media.

3. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi tentang performa media dan memberi berbagai rekomendasi pasca menjalankan penelitian dan evaluasi media.
4. Memiliki tanggung jawab pribadi terhadap riset media yang dilakukan.

#### **Deskripsi Matakuliah**

Matakuliah ini mengembangkan keterampilan mahasiswa dalam melakukan penelitian dengan objek media massa, baik dari sisi produksi, distribusi, maupun konsumsi media. Mahasiswa akan menjalani pengalaman belajar yang lengkap, tidak memahami konsep riset media, paradigma, desain penelitian, berbagai strategi penelitian media massa, tetapi juga dapat menyelesaikan proposal penelitian media. Sehingga mata kuliah ini mendukung dalam menyiapkan skripsi mahasiswa

#### **Referensi**

1. Berger, Arthur Asa, *Media and Communication Research Methods: an Introduction to Qualitative and Quantitative Approach*, Sage Publications, UK, 2000
2. Creswell, John W. 2003. *Research Design ; Quantitative, Qualitative, and Mixed Method Approaches*. Sage
3. Eriyanto. 2015. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana
4. Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
5. Kriyantono, Rachmat, 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada media group
6. Littlejohn, Stephen W., Foss, Karen. 2011. *Teori Komunikasi : Theories Of Human Communication*. Jakarta : Salemba Humanika
7. Wimmer, Roger D. And Dominick, Joseph R., *Mass Media Research; An Introduction*, Thomson Wadsworth, USA, 2006

### **7020103077 Sinematografi**

#### **Dosen :**

#### **Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi**

1. Mampu mengaplikasikan bidang keahlian sinematografi dan memanfaatkan IPTEKS dalam penyelesaian masalah serta mampu beradaptasi terhadap situasi dunia perfilman yang dihadapi.
2. Menguasai konsep teoritis bidang pengetahuan sinematografi secara umum dan konsep teoritis pengaplikasian konsep sinematografi secara khusus dan mendalam serta mampu memformulasikan penyelesaian masalah prosedural di bidang sinematografi.
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis situasi dunia perfilman dan teknik yang diterapkan dalam dunia sinematografi, dan mampu memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternatif solusi secara mandiri dan kelompok.
4. Bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri dan dapat diberi tanggung jawab atas pencapaian hasil kerja organisasi.

#### **Deskripsi Matakuliah**

Mata kuliah ini mengenalkan prinsip-prinsip sinematografi yang meliputi konsep dasar film, terminologi film, karakteristik, jenis-jenis dan format penyajian film, struktur, konstruksi dramatik, teknik visualisasi, serta dasar-dasar teknik apresiasi film.

#### **Referensi**

1. Brown, Blain. 2012. *Cinematography : Theory and Practice : Image Making for Cinematographers and Directors*. Focal Press. Burlington.
2. Walker, Elsie. 2015. *Understanding Soundtrack Through Film Theory*. Oxford University Press. Oxford.
3. Elsaesser, Thomas, Malte Hagener. 2010. *Film Theory: An Introduction Through The Senses*. Routledge. New York.
4. Stam, Robert. 2004. *Film Theory : An Introduction*. Blackwell Publishing Ltd. Victoria.
5. Marcelli, Joseph. 1996. *The Five C 19s of Cinematography: Motion Picture Filming Techniques Simplified*. Cine/Grafic Publications. California.
6. Cury, Ivan. (2011). *Directing and Producing for Television*. London: Focal Press

### **7020103041 Manajemen Produksi Media Massa**

#### **Dosen :**

#### **Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi**

1. Mampu memanfaatkan IPTEKS untuk menganalisis dan mengembangkan aspek manajerial dalam aktivitas produksi media massa.
2. Menguasai konsep teoritis tentang manajemen produksi media massa cetak dan elektronik.
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan data, terhadap aspek-aspek manajemen media massa, serta tanggap terhadap perubahan dan beradaptasi terhadap alternatif solusi secara mandiri dan kelompok.
4. Bertanggung jawab dalam aktivitas manajemen media massa secara mandiri dan dapat bekerja sama untuk pencapaian tujuan organisasi media massa.

### **Deskripsi Matakuliah**

Matakuliah ini mengkaji tentang aspek manajerial dari kegiatan produksi media massa elektronik. Mahasiswa mengembangkan pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan sumber daya manusia, perencanaan keuangan dan produksi, serta evaluasi program media massa. Melalui ekspositori dan discovery learning mahasiswa dapat menganalisis manajemen media massa.

### **Referensi**

1. Cleve, Bastian. 2006. *Film Production Management*. Oxford: Elsevier
2. Gough, Howard. (1999). *Programa Radio : Perencanaan, Penyajian, dan Produksi*. Diterbitkan oleh Asia Pacific Institute for Broadcasting Development, Kuala Lumpur Malaysia.
3. Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana

### **7020103072 Rekayasa Sosial**

**Dosen :**

### **Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi**

1. Mengaplikasikan sebuah rekayasa untuk menyelesaikan permasalahan sosial dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi.
2. Menguasai konsep teoritis komunikasi sosial pembangunan dan pengembangan program sosial secara mendalam untuk menformulasikan rekayasa sosial.
3. Mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan data (permasalahan sosial, strategi komunikasi, inovasi) dan memberikan ide program komunikasi dari berbagai alternatif solusi di bidang rekayasa sosial.
4. Bertanggung jawab pada pelaksanaan pembuatan program komunikasi dan pelaporannya.

### **Deskripsi Matakuliah**

Melakukan identifikasi masalah sosial di sebuah LSM, pendekatan komunikasi sosial pembangunan, perancangan, pelaksanaan, monitoring, dan evaluasi produk komunikasi sosial pembangunan serta menyajikannya dalam bentuk penelitian sumatif dan formatif dengan menggunakan metode ceramah, diskusi, dan pengalaman lapangan.

### **Referensi**

1. Mefalopulos, P. 2008. *Development Communication Sourcebook: Broadening the Boundaries of Communication*. Washington D.C. : The World Bank.
2. Wilkins, K., Tufte, T., and Obregon, R. 2012. *The Handbook of Development Communication and Social Change*. Hoboken: Wiley Blackwell.

### **7020103075 Seminar**

**Dosen :**

### **Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi**

1. Memanfaatkan IPTEKS sebagai alat bantu penyelesaian masalah, serta mengkomunikasikan gagasan dan temuan dalam bidang komunikasi.
2. Menguasai konsep teori riset komunikasi memberikan solusi yang tepat berdasarkan informasi yang akurat.
3. Mengambil keputusan strategis berdasarkan data dan informasi (referensi dan jurnal penelitian yang relevan) dan memberikan ide untuk memilih berbagai alternatif solusi dalam bidang komunikasi.
4. Bertanggungjawab pada penulisan dan pelaporan proposal penelitian.

### **Deskripsi Matakuliah**

Menentukan rumusan masalah penelitian komunikasi, menyusun tinjauan pustaka, dan menentukan metode penelitian yang tepat sesuai dengan rumusan masalah yang ditetapkan dengan menggunakan metode ceramah, diskusi, pembimbingan individu, dan penugasan proyek.

### **Referensi**

1. Brennen, B.S. (2013). *Qualitative Research Methods for Media Studies*. New York: Routledge.
2. Maddox. C.T. (2013). *Quantitative Research Methods for Communication*. Oxford: Oxford University Press.
3. Tim Jurnal Unesa. 2012. *Template e-journal unesa*. [www.ejournal.unesa.ac.id](http://www.ejournal.unesa.ac.id).

### **7020103083 Tanggung jawab Sosial Korporat**

**Dosen :** -

### **Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi**

1. Mampu merancang dan melakukan program pengelolaan perusahaan/lembaga yang memiliki dampak positif bagi lingkungan sekitar, berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan serta memanfaatkan IPTEKS dalam melakukan tugas-tugasnya

2. Menguasai konsep teoritis tentang tanggung jawab sosial korporat (CSR) mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat di bidang CSR, dan memberikan petunjuk berbagai alternatif solusi secara mandiri dan berkelompok
4. Mampu memimpin tim kerja dan beradaptasi dengan setiap lingkungan/ kondisi yang ditemui

#### **Deskripsi Matakuliah**

Mengkaji substansi program-program perusahaan/lembaga yang bermanfaat bagi sosial dan lingkungan sekitar, sistem informasi, pengaruh internal dan eksternal perusahaan, serta evaluasi program CSR. Pembelajaran dilakukan selama satu semester dengan strategi exposition-discovery learning, metode yang digunakan adalah ceramah, diskusi, studi kasus, simulasi, dan praktik membuat program-program CSR. Penilaian dilakukan melalui tes tertulis, kinerja, dan evaluasi program kegiatan.

#### **Referensi**

1. Grunig, JE & Hunt, T. Managing Public Relations. New York: Holt, Rinehart & Winston
2. Iriantara, Yosol. 2004. Manajemen Strategis Public Relations. Jakarta: Ghalia
3. Kasali, Rhenald. 1994. Manajemen Public Relations. Jakarta: Pustaka Grafiti
4. Moore, Frazier. 2004. Humas: Membangun Citra Dengan Komunikasi. Bandung: Rosda
5. Kotler, P & Lee, N (2005). Corporate Social Responsibility. New Jersey : Wiley & Sons. Inc.
6. Suharti, E. (2007). Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Bandung : Refika Aditama.
7. Wibisono, Yusuf (2007). Membedah Komsep dan Aplikasi CSR . Fascho Publishing.