

**STRUKTUR KURIKULUM TAHUN AKADEMIK 2019/2020
PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI**

No	Mata Kuliah	Wajib/Pil	SKS	Semester						
				2	3	4	5	6	7	
Matakuliah Pengembangan Kepribadian Inti										
1	100002001 Agama	WAJIB	2	2						
2	100002033 Pendidikan Kewarganegaraan	WAJIB	2	2						
Matakuliah Keahlian Berkarya										
3	7020103098 Analisis Teks ⁾	PILIHAN	3					3		
4	7020103102 Creative Writing ⁾	PILIHAN	3					3		
5	7020103099 Etnografi Komunikasi ⁾	PILIHAN	3					3		
6	7020103094 Filmologi ⁾	PILIHAN	3			3				
7	7020103096 Kapita Selekta Perubahan Sosial ⁾	PILIHAN	3					3		
8	7020103029 Komunikasi Pemasaran	WAJIB	3		3					
9	7020103100 Mixed Method ⁾	PILIHAN	3					3		
10	7020103097 Riset Khalayak ⁾	PILIHAN	3					3		
11	7020103082 Statistik Sosial	WAJIB	3		3					
12	7020102002 Bahasa Inggris Bidang Ilmu Komunikasi	WAJIB	2	2						
13	7020103010 Education -Entertainment ⁾	PILIHAN	3				3			
14	7020103030 Komunikasi Pendidikan	WAJIB	3			3				
15	7020103032 Komunikasi Sosial Pembangunan ⁾	PILIHAN	3				3			
16	7020103034 Kreativita Periklanan ⁾	PILIHAN	3					3		
17	7020103036 Magang Profesi	WAJIB	3							3
18	7020103044 Marketing Sosial ⁾	PILIHAN	3				3			
19	7020103069 Produksi Media Massa Elektronik ⁾	PILIHAN	3				3			
20	7020103085 Visual Digital dan Multimedia ⁾	PILIHAN	3				3			
Matakuliah Keilmuan dan Ketrampilan										
21	7020103095 Branding ⁾	PILIHAN	3				3			
22	7020103008 Desain Komunikasi Visual	WAJIB	3			3				
23	7020103013 Fotografi	WAJIB	3		3					
24	7020103014 Gender dan Media ⁾	PILIHAN	3				3			
25	7020103015 Hukum dan Etika Media Massa ⁾	PILIHAN	3					3		
26	7020103020 Keterampilan Berpidato	WAJIB	3		3					
27	7020103088 Kewirausahaan	WAJIB	3			3				
28	7020103022 Komunikasi Antarpersona	WAJIB	3		3					
29	7020103024 Komunikasi Bisnis	WAJIB	3			3				
30	7020103025 Komunikasi Kesehatan ⁾	PILIHAN	3			3				
31	7020103026 Komunikasi Lintas Budaya	WAJIB	3				3			
32	7020103027 Komunikasi Massa	WAJIB	3			3				
33	7020103028 Komunikasi Organisasi	WAJIB	3		3					
34	7020103031 Komunikasi Politik ⁾	PILIHAN	3			3				
35	7020103037 Manajemen Bisnis Media ⁾	PILIHAN	3					3		
36	7020103038 Manajemen Humas ⁾	PILIHAN	3					3		
37	7020103039 Manajemen Konflik ⁾	PILIHAN	3		3					
38	7020103041 Manajemen Produksi Media Massa ⁾	PILIHAN	3					3		
39	7020103042 Marketing Politik ⁾	PILIHAN	3					3		
40	7020103045 Media Baru	WAJIB	3				3			

41	7020103046	Media dan Perubahan Sosial ⁾	PILIHAN	3					3		
42	7020103049	Meeting, Incentive, Convention, Exhibition (Mice) ⁾	PILIHAN	3				3			
43	7020103050	Metode Penelitian Komunikasi	WAJIB	3				3			
44	7020103051	Metode Penelitian Sosial	WAJIB	3			3				
45	7020103053	Patologi Sosial ⁾	PILIHAN	3		3					
46	7020103058	Pengantar Humas	WAJIB	3	3						
47	7020103062	Pengantar Periklanan	WAJIB	3	3						
48	7020103066	Penulisan Humas ⁾	PILIHAN	3					3		
49	7020103067	Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup ⁾	PILIHAN	3				3			
50	7020103068	Perkemb.teknologi Komunikasi	WAJIB	3	3						
51	7020103072	Rekayasa Sosial ⁾	PILIHAN	3					3		
52	7020103073	Reportase ⁾	PILIHAN	3					3		
53	7020103077	Sinematografi ⁾	PILIHAN	3				3			
54	7020103078	Sistem Komunikasi Indonesia	WAJIB	3	3						
55	7020106079	Skripsi	WAJIB	6						6	
56	7020103080	Sosiologi Komunikasi	WAJIB	3		3					
57	7020103083	Tanggung Jawab Sosial Korporat ⁾	PILIHAN	3					3		
58	7020103084	Teori Komunikasi	WAJIB	3	3						
Matakuliah Perilaku Berkarya											
59	7020103104	Excellent Services AND Hospitality ⁾	PILIHAN	3					3		
Matakuliah Pengembangan Kepribadian Institusional											
60	1000002010	Ilmu Alamiah Dasar (IAD)	WAJIB	2	2						
Matakuliah Berkehidupan Bermasyarakat											
61	7020103035	Kuliah Kerja Nyata	WAJIB	3						3	
62	7020103101	Leisure and Popular Culture ⁾	PILIHAN	3					3		
63	7020103103	Social Media Life ⁾	PILIHAN	3					3		
				83	188	23	27	27	39	60	12

Alokasi SKS per semester

Semester 2	:	23
Semester 3	:	27
Semester 4	:	27
Semester 5	:	39
Semester 6	:	60
Semester 7	:	12
Jumlah	:	188

**DESKRIPSI MATAKULIAH
PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI**

7020102002 Bahasa Inggris Bidang Ilmu Komunikasi

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

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mengaplikasikan strategi membaca dan teknik menulis untuk memahami teks bidang komunikasi berbahasa Inggris dan menulis makalah ilmiah dalam Bahasa Inggris dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi;
2. Menguasai konsep teoritis strategi membaca dan teknik penulisan kutipan dalam Bahasa Inggris secara mendalam untuk menulis makalah ilmiah dalam Bahasa Inggris;
3. Mengambil keputusan (strategi dan teknik kutipan) yang tepat berdasarkan analisis informasi dan data (teks dan pendapat pakar) yang mencerminkan beragam alternatif solusi strategi membaca dan teknik kutipan;
4. Bertanggung jawab pada revidi teori di bidang komunikasi yang berbahasa Inggris dan penulisan makalah ilmiah bidang komunikasi dalam Bahasa Inggris.

Deskripsi Matakuliah

Mata kuliah ini mengembangkan keterampilan membaca mahasiswa dengan beragam strategi agar dapat mengoptimalkan tingkat pemahaman terhadap suatu teks, mengidentifikasi informasi yang relevan dan tidak relevan dan memahami garis besar sebuah teks di bidang komunikasi. Selain itu, mata kuliah ini memungkinkan mahasiswa untuk menerapkan pemahamannya terhadap sebuah teks ke dalam sebuah tulisan berupa kutipan, paragraf, dan makalah ilmiah dengan menggunakan metode ceramah, diskusi, demonstrasi, dan penugasan proyek.

Referensi

- Fang, I. 1997. *A History of Mass Communication*. Boston: Butterworth-Heinemann.
Griffin, E. 2012. *A First Look at Communication Theory*. New York: McGraw Hill.
Raimes, A. 2005. *Keys for Writers*. Boston: Houghton Mifflin Company.
Straubhaar, J. et al. 2012. *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology 7th edition*. Boston: Wadsworth.

7020103058 Pengantar Humas

Dosen : Putri Aisyiyah Rachma Dewi, S.Sos., M.Med.Kom.
Tsuroyya, S.S., M.A.
Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A.

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Memiliki kemampuan untuk menggunakan perangkat TIK untuk menyelesaikan tugas-tugas humas;
2. Menguasai konsep teoritis dan praktik humas sesuai dengan kaidah hukum dan etik profesi PR;
3. Mengambil keputusan yang tepat dalam menyelesaikan tugas-tugas kehumasan, dan mampu memberikan petunjuk dalam alternative solusi kehumasan;
4. Bertanggungjawab pada pekerjaan sendiri dan dapat diberi tanggung jawab pada pencapaian target kehumasan yang diberikan oleh organisasi.

Deskripsi Matakuliah

Matakuliah ini mengkaji definisi dan ruang lingkup humas, tugas dan fungsi humas, pemangku kepentingan, ragam produk humas, organisasi humas, media relations, reputasi perusahaan, budaya perusahaan, humas dan media sosial, etika PR. Pembelajaran dilakukan satu semester dengan menggunakan metode ceramah, diskusi, presentasi, dan simulasi. Penilaian dilakukan melalui tes tulis dan kinerja.

Referensi

- Cutlip, Scott M., Allen H. Center & Glen M. Broom. 2009. *Effective Public Relations Ed.9*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
Lattimore, dkk. 2010. *Public Relations: Profesi & Praktik ed. 3*. Jakarta: Salemba Humanika.
Soemirat, Soleh & Elvinaro Ardianto. 2010. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Rosda Karya.
Suhandag, Kustadi. 2004. *Public Relations Perusahaan*. Bandung: Nuansa.

7020103062 Pengantar Periklanan

Dosen : Puspita Sari Sukardani, S.T., M.Med.Kom.
Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A.

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mampu mengaplikasikan bidang keahlian periklanan dan memanfaatkan IPTEKS dalam penyelesaian masalah serta mampu beradaptasi terhadap situasi persaingan iklan yang dihadapi;
2. Menguasai konsep teoritis bidang periklanan secara umum dan konsep teoritis ruang lingkup periklanan secara khusus secara mendalam, serta mampu memformulasikan penyelesaian masalah periklanan secara procedural;
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis situasi, informasi dan data, dan mampu memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternatif solusi periklanan secara mandiri dan kelompok;
4. Bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri dan bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja kelompok.

Deskripsi Matakuliah

Matakuliah ini dimaksudkan untuk memberi pemahaman tentang periklanan sebagai bagian dari kajian ilmu komunikasi. Pembahasan matakuliah ini meliputi pengenalan dasar-dasar periklanan, mulai sejarah, konsep, proses hingga perkembangan periklanan modern.

Referensi

- Budiman, M.A.. 2008. *Jualan Ide Segar*. Galang Press.
- Davis, A. 2013. *Promotional Cultures – The Rise and Spread of Advertising, Public Relations, Marketing, and Branding*. Wiley Blackwell.
- Jewler and Drewniany. 2001. *Creative Strategy in Advertising*. 7TH Edition. Wadsworth.
- Madjadikara, S.A. 2004. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan: Bimbingan Praktis Penulisan Naskah Iklan* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sutherland, Max & Alice K. Sylvester. 2005. *Advertising and The Mind of The Consumer: Bagaimana mendapatkan untung berlipat lewat iklan yang tepat*
- Prieler. 2016. *Advertising in the Aging Society*. Palgrave Macmillan UK.
- Widyatama, R. 2007. *Pengantar Periklanan*. Pustaka Book Publisher.

7020103068 Perkembangan Teknologi Komunikasi

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

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mampu mengaplikasikan bidang keahlian teknologi komunikasi dan memanfaatkan IPTEKS pada bidang teknologi dalam penyelesaian masalah komunikasi serta mampu beradaptasi terhadap situasi komunikasi yang dihadapi;
2. Menguasai konsep teoritis dan sejarah perkembangan teknologi dalam bidang komunikasi secara umum dan dampak sosial bagi manusia, serta mampu memformulasikan penyelesaian masalah teknologi komunikasi secara procedural;
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi komunikasi dan data teknologi, dan mampu memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternatif solusi secara mandiri dan kelompok;
4. Bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri dan dapat diberi tugas tanggung jawab atas pencapaian hasil karya kelompok.

Deskripsi Matakuliah

Mata kuliah ini membahas tentang garis besar perkembangan teknologi komunikasi, revolusi media komunikasi, proses inovasi dan adaptasi masyarakat terhadap teknologi komunikasi, cybercommunity dan budaya massa, dampak perkembangan teknologi komunikasi terhadap teori-teori komunikasi, dan penelitian komunikasi, serta dampak sosial perkembangan teknologi komunikasi, dan aplikasi teknologi komunikasi dalam kehidupan sehari-hari, bahasan diakhiri dengan realitas media dan konstruksi sosial media massa.

Referensi

- Dizard, W. 1994. *Old Media New Media*. New York: Longman Inc.
- Naisbitt, J. 1994. *Global Paradox*. Jakarta: Binarupa Aksara,
- Noegroho, A. 2010. *Teknologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Purwadi, D.H. 1997. *Mengenal Internet jaringan Internet*, Gramedia, Jakarta.
- Rogers, E.M. 1996. *Communications Technologie*. London: The Free Press Collier Mc Millan Publishing.
- Strautbhaar, J. and Larose, R. 1997. *Communication in the Informations Society*. California, USA: Wadsworth Publishing.

7020103078 Sistem Komunikasi Indonesia

Dosen : Gilang Gusti Aji, S.I.P., M.Si.
Mutiah, S.Sos., M.I.Kom.

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

Memahami tujuan dari teori ilmu komunikasi, teori-teori komunikasi antar personal, teori-teori komunikasi kelompok, teori-teori komunikasi organisasi, dan teori-teori komunikasi di dunia maya.

Deskripsi Matakuliah

Mempelajari mengenai perkembangan sistem komunikasi Indonesia mulai dari tingkat komunikasi tradisional di pedesaan, sistem komunikasi massa, media penyiaran, media baru, dan pengaruh sistem komunikasi terhadap kondisi masyarakat mulai er orde baru dan pasca reformasi.

Referensi

Nurudin. 2007. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Rajawali Pers.
Griffin, E. 2012. *A First Look at Communication Theory (8th edition)*. Boston: Mc Graw Hill.
Panuju, R. 1997. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

7020103084 Teori Komunikasi

Dosen : Putri Aisyiah Rachma Dewi, S.Sos., M.Med.Kom.
Awang Dharmawan, S.Ikom., M.A.
Dr. Danang Tandyonomanu, S.Sos., M.Si.

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

Menguasai berbagai teori-teori ilmu komunikasi untuk digunakan sebagai pendekatan dalam memformulasikan dan menganalisis masalah fenomena komunikasi.

Deskripsi Matakuliah

Membahas berbagai kajian yang meliputi tradisi dan konteks komunikasi, teori pesan, teori komunikasi antar personal, teori organisasi dan kelompok, teori media, dan teori publik. Dalam perkuliahan mahasiswa juga dituntut berdiskusi dan mempersentasikan berbagai artikel jurnal yang mengangkat kasus-kasus empirik dengan analisis berbagai macam teori komunikasi.

Referensi

Griffin, E. 2012. *A First Look at Communication Theory (8th edition)*. Boston: Mc Graw Hill.
William, R. dan Turner, L. 2010. *Introducing Communication Theory: Analysis and application*. Mc Graw Hill.
Littlejohn, S.W. dan Foss, K.A. 2009. *Theories of Human Communication*. Waveland press Inc.
Wood, J.T. 2011. *Communications Mosaics*. Boston: Wadsworth.

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

Barnbaum, B. 2015. *The Essence of Photography : Seeing and Creativity*. Canada: Rocky Nook Inc.
Barnbaum, B. 2012. *The Art of Photography*. Canada: Rocky Nook Inc. Canada
Blackwell, W, 2012. *Ubiquitous Photography*.
Freeman, M 2013. *Mastering Digital Photography*.
Freeman, M. 2004. *Basic Photography (Guide Book)*. USA.

Goodman. 2013. *Masters of Photography*. Hongkong: River Golden.
Kelby, S. 2009. *The Digital Photography Book*. USA: Peachpitt Press.
Northrup, T. 2013. *Tony Northrup's DSLR Book: How to Create Stunning Digital Photography*. USA: Mason Press Inc.
Rutherford, Steve. 2013. *How to Photograph Anything Like A Pro*. Australia.

7020103022 **Komunikasi Antarpersona**

Dosen : Mutiah, S.Sos., M.I.Kom.
Tsuruyya, S.S., M.A.

Deskripsi Matakuliah

Mata kuliah komunikasi antarpersonal ini akan diberikan secara teoritik dan praktek. Secara teori mata kuliah komunikasi antarpersonal akan membantu mahasiswa mengetahui komunikasi antarpersonal yang efektif. Bagaimana sebaiknya kita berkomunikasi? Apakah semua orang berkomunikasi seperti yang kita harapkan? Bagaimana komunikasi yang baik mampu menumbuhkan pribadi yang efektif dan terbuka? Teknik menghadapi wawancara juga akan dipelajari, karena jika individu mampu melakukan komunikasi personal yang efektif maka besar kemungkinan dapat mengahantarkan pada hidup yang sukses. Semua pertanyaan tersebut akan dipelajari dalam komunikasi antarpersonal dan harapannya mahasiswa pada akhirnya dapat menerapkan konsep-konsep komunikasi antarpersonal yang efektif dan beretika. Pertama mahasiswa akan diberikan penjelasan mengenai alasan kenapa komunikasi antarpersonal ini dipelajari, apa fungsinya dan tujuan mata kuliah ini.

Selanjutnya mahasiswa mendapatkan pencerhan mengenai membina hubungan yang baik, memelihara hubungan. Mahasiswa akan diberikan teori-teori yang berkaitan dengan komunikasi interprsonal, teori ini merupakan landasan yang bisa menjadi referensi mahasiswa ketika mengerjakan skripsi dengan tema berkaitan.

Maka setelah mengetahui alasan penting mempelajari komunikasi antarpersonal mahasiswa akan mendalami konsep efektifitas komunikasi antarpersonal secara spesifik, mulai dari bagaimana menjadi pendengar yang baik, manajemen konflik, *communication in intimate relationship* dll. Pada umumnya semua materi yang diberikan adalah praktek yang langsung bisa mereka terapkan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu mata kuliah ini akan memberikan pengalaman belajar yang variatif, selain dilakukan di kelas, mahasiswa juga akan diajak menyaksikan dan menganalisis beberapa komunikasi antarpersonal yang ditayangkan lewat video. Dan mengobservasi pola-pola komunikasi antarpersonal diruang publik maupun di media sosial. Hasil observasi dan analisis mahasiswa akan dipresentasikan dengan menggunakan powerpoint. Metode pembelajaran mata kuliah ini menggunakan metode eksploratif, dimana mahasiswa diajak proaktif untuk menggali konsep-konsep komunikasi antar personal.

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

1. Terampil melakukan komunikasi dalam konteks organisasional dengan memanfaatkan IPTEKS serta mampu beradaptasi dalam lingkungan organisasi;
2. Menguasai konsep teoritis bentuk dan budaya organisasi, dan dapat memformulasikan penyelesaian masalah berdasar pengetahuan yang dimiliki;
3. Mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis situasional organisasi, dan memberikan pertimbangan alternatif solusi permasalahan komunikasi dalam organisasi;
4. 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

Miller, K. 2015. *Organizational Communications: Approaches and Process (7th ed)*. Texas.
Wrench, J.S. 2012. *An Introduction to Organizational Communication* . New York.

7020103029 **Komunikasi Pemasaran**

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

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mampu mengaplikasikan bidang keahlian komunikasi pemasaran dan memanfaatkan IPTEKS pada dalam penyelesaian masalah pemasaran serta mampu beradaptasi terhadap situasi yang dihadapi;
2. 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 procedural;
3. 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;
4. 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

- Belch, G.E. and Belech, M.A. 2003. *Advertising and Promotion: an Integrated marketing communication perspective. Sixth edition.* The McGrawHill.
- Duncan, T. 2002. *IMC. Using advertising and Promotion to Build Brand.* McGrawHill.
- Kotler, P. 2011. *Marketing Management: 13 edition.* Prentice Hall Inc.
- Shimp, T. 2003. *Periklanan dan Promosi; Aspek tambahan pemasaran terpadu (buku II).* Jakarta: Erlangga.
- Shimp, T. 2010. *Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communications 8e.* Cengage Learning: South-Western.
- Pelsmacker, P.D., Geuens, M. and Van den Bergh, J. 2005. *Foundations of Marketing Communications: A european perspective.* Prentice Hall.
- Tuten, T.L. 2008. *Advertising 2.0. Social media marketing in web 2.0 world.* London: Praeger.

7020103039 Manajemen Konflik

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

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mampu mengaplikasikan berbagai konsep manajemen konflik dalam menganalisis kasus konflik yang terjadi di masyarakat, dan memanfaatkan pendekatan IPTEKS dalam menganalisis manajemen konflik, serta mampu beradaptasi dengan meminimalisir pertentangan di dalam unsur komunikasi yang berbeda;
2. Membahas materi kajian yang mencakup konsep dasar konflik, faktor-faktor penghambat komunikasi yang berakibat konflik, pendekatan sosial budaya dalam manajemen konflik, resolusi konflik, peran negosiasi dan persuasi dalam konflik, dan manajemen konflik kelompok atau organisasi;
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat dalam mendeteksi kasus sosial yang rentan terjadi konflik, dan memberikan petunjuk secara individu dan kelompok dalam memilih berbagai alternatif solusi melalui konsep resolusi konflik;
4. Bertanggung jawab pada tugas artikel individu yang menganalisis konflik dengan pendekatan manajemen konflik, dan bertanggung jawab terhadap teman-teman kelasnya untuk mempresentasikan berbagai konsep manajemen konflik.

Deskripsi Matakuliah

Mampu mengelola sebuah konflik di dalam kelompok atau organisasi, baik dalam wujud mencegah dan menyelesaikan persoalan konflik, atau membangun konflik untuk membangun solidaritas antar anggota kelompok. Metode perkuliahan ceramah, diskusi konsep-konsep manajemen konflik, dan presentasi kasus manajemen konflik.

Referensi

- Klimann, R. dan Kenneth. 1975. *Interpersonal Conflict-Handling Behaviour as Reflections of Jungian Personality Dimensions. Psychological Reports.*
- Littlejohn, S.W. 2007. *Communication Conflict, and The Management of Difference.* Long Grove: Waveland Press.
- Rusdiana. 2015. *Manajemen Konflik.* Bandung: Pustaka Setia.
- Wirawan. 2011. *Konflik dan Manajemen Konflik.* Jakarta: Salemba Humanika.

7020103053 Patologi Sosial

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

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Memahami konsep patologi sosial, definisi, karakteristik, dan jenis patologi sosial;
2. 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

Kartono, K. 2014. *Patologi Sosial 3*. Jakarta: Rajawali.
Jamaludin, A.N. 2016. *Dasar-dasar Patologi Sosial*. Pustaka Setia.

7020103080 Sosiologi Komunikasi

Dosen : Mutiah, S.Sos., M.I.Kom.
Tsuroyya, S.S., M.A.

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. 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;
2. Mampu memahami berbagai konsep dan teori sosiologi komunikasi, baik itu dalam bentuk paradigma kritis dan interpretative;
3. 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;
4. 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

Bungin, B. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
Curran, J. 2002. *Media and Power*. New York: Routledge.
McQuail, D. 2010. *Mass Communication Theory 6th edition*. London: Sage Publications Ltd.
Mosco, V. 2009. *The Political Economy of Communication*. Second edition. London: Sage publications Ltd.
Ritzer, G. dan Gooman, D.J.. 2011. *Teori Sosiologi Modern*. Edisi keenam. Jakarta: Kencana.
Sudarman, M. 2014. *Sosiologi Komunikasi*. Bandung: Mitra Wacana Media
Syam, N.W. 2009. *Sosiologi Komunikasi*. Bandung: Humaniora.
van Dijk, J.A.M. 2006. *The Network Society*. 2nd edition. London: Sage Publications

7020103082 Statistik Sosial

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

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Memiliki kemampuan menggunakan perangkat TIK untuk perumusan, pengukuran, dan penyajian data dalam statistik social;
2. Menguasai konsep teoritis dan praktik tentang statistik sosial sesuai dengan variabel penelitian sosial.
3. Mengambil keputusan yang tepat dalam pemilihan jenis statistik social;

4. Bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri dan dapat diberi tanggung jawab terhadap tugas yang diberikan.

Deskripsi Matakuliah

Mata kuliah Statistik Sosial menekankan arti pentingnya statistika dalam dunia ilmiah maupun dalam kehidupan sehari-hari. Setelah mengikuti mata kuliah ini diharapkan mahasiswa dapat menyajikan data secara singkat dan mudah dipahami, baik dalam bentuk tabel, grafik, dan diagram. Selain itu mahasiswa dapat menghitung ukuran-ukuran pemusatan (tendensi sentra) dan ukuran-ukuran penyebaran (variasi) serta sekaligus dapat menarik kesimpulan berdasarkan ukuran-ukuran tersebut. Pada akhir pembelajaran, mahasiswa diharapkan dapat menginterpretasikan dan membuat keputusan-keputusan yang logis dan rasional. Pembelajaran selama satu semester dilaksanakan dengan metode *direct instruction* dan penugasan.

Referensi

- Furqon. 2004. *Statistika Terapan Untuk Penelitian, cetakan V*. Bandung: Alfabeta.
Irianto, A. 2006. *Statistik: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
Riduwan. 2014. *Pengantar Statistika Sosial*. Bandung: Alfabeta.
Sugiyono. 2000. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
Wim Van Zanten. 1994. *Statistika Untuk Ilmu-Ilmu Sosial, edisi Kedua*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

7020103008 Desain Komunikasi Visual

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

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mampu mengaplikasikan bidang Desain Komunikasi Visual dan memanfaatkan IPTEKS dalam penyelesaian masalah serta mampu beradaptasi terhadap situasi yang dihadapi;
2. Menguasai konsep teoritis bidang pengetahuan Desain Komunikasi Visual secara umum dan konsep teoritis bagian khusus dalam bidang pengetahuan tersebut secara mendalam, serta mampu memformulasikan penyelesaian masalah yang berhubungan dengan desain visual;
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan data, dan mampu memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternatif solusi desain visual 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 proses desain visual mulai dari tahapan analisa, identifikasi hingga eksekusi sebuah brief desain ke dalam wujud aplikasi desain visual yang digunakan dalam sebuah iklan media cetak. Mengajarkan mahasiswa untuk: 1.) Memahami jenis-jenis elemen visual sebuah desain dan penggunaannya dalam sebuah proyek desain 2.) Mampu menterjemahkan brief klien ke dalam bentuk visual desain 3.) Memiliki ketrampilan teknis dasar pembuatan dummy/mock-up desain visual sesuai standar industri 4.) Memiliki ketrampilan teknis dasar penggunaan perangkat kerja desain grafis.

Referensi

- Kusmiati, dkk. 1999. *Teori Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Djambatan.
Kusnanto, A. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*.
Murphy, J. dan Rowe, M. 1988. *How to Design Trade Mark and Logos*. Ohio: North Light Books.
Sanyoto, S.E. 2006. *Metode Perancangan Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Dimensi Press.
Sihombing, D. 2001. *Typografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
Triggs, T. 1995. *Communicating Design in Visual Communication*. London: Basford Ltd.

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

Hendro. 2011. *Dasar-dasar Kewirausahaan* .Jakarta: Penerbit Erlangga.
Kasali, R. 2010. *Modul Kewirausahaan* . Jakarta Selatan: PT Mizan Publika.
Longecker, J.G.. 2000. *Kewirausahaan, Manajemen Usaha Kecil*. Yogyakarta: Salemba Empat.
Masud, M. 2004. *Kewirausahaan, Suatu Pendekatan Kontemporer*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

7020103024 Komunikasi Bisnis

Dosen : Putri Aisyiyah Rachma Dewi, S.Sos., M.Med.Kom.
 Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A.

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

Curtin, D., James B.F. J. and Winsor, J.L. 2006. *Komunikasi Bisnis dan Profesional* . Bandung: Rosda.
Dewi, S. 2007. *Komunikasi Bisnis* . Yogyakarta: Andi Publisher.
Guffey, M.E. Rhodes, Kathleen and Rogin, Patricia. 2006. *Komunikasi Bisnis: Proses & Produk* . Jakarta: Salemba Empat.
Hartley, Peter dan Bruckmann, Clive G. 2002. *Business Communication* . London: Routledge.

7020103025 Komunikasi Kesehatan

Dosen : Dr. Danang Tandyonomanu, M.Si.
 Tsuroyya, S.S., M.A.

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mampu mengaplikasikan bidang komunikasi kesehatan dan memanfaatkan IPTEKS pada dalam penyelesaian masalah serta mampu beradaptasi terhadap situasi medis yang dihadapi;
2. Menguasai konsep teoritis bidang komunikasi kesehatan secara umum dan praktiknya secara mendalam, serta mampu memformulasikan penyelesaian masalah procedural;
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi komunikasi kesehatan dan data kesehatan masyarakat, dan mampu memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternatif solusi kampanye komunikasi kesehatan 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 mengupas komunikasi kesehatan sebagai pendekatan yang multidisiplin dan multi aspek. Mata kuliah akan membahas beragam jenis audiens (individu, kelompok, profesi, komunitas, pengambil kebijakan) dan pesan dalam komunikasi kesehatan yang terkait dengan peran strategisnya, baik di tingkat mikro (bahasa dan simbol dalam komunikasi kesehatan), meso (proses produksi komunikasi kesehatan), maupun makro (dampaknya terhadap kesehatan masyarakat). Mahasiswa juga akan mengevaluasi berbagai tujuan dalam komunikasi kesehatan. Melalui metode studi kasus dan kunjungan/praktek lapangan, mahasiswa juga akan memperluas wawasan dan menambah pengalaman akan aplikasi komunikasi kesehatan di masyarakat.

Referensi

Harrington, N. 2015. *Health Communication: Theory, Method, and Application* . New York: Routledge.
Berry, D. 2007. *Health Communication: Theory and Practice* . Berkshire: Open University Press.

7020103027 **Komunikasi Massa**

Dosen : Tsuroyya, 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

- Ardianto, E. dan Komala, L. 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Baran, J.S. & Davis, D.K. 2000. *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. California: Wadsworth.
- Cangara, H. 2011. *Komunikasi Politik Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi, Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi & Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Golding, P and Murdock, G. 2007. *The Political Economy of Media. Volume I*. Cheltenham, UK. Broolfield, US: The International Library of Studi and culture.
- Kovach, B. dan Rosenstiel, T. 2006. *Sembilan Elemen Jurnalisme: Apa yang Seharusnya Diketahui Wartawan dan Diharapkan Publik*. Jakarta: Yayasan Pantau.
- McQuail, D. 2010. *Mass Communication Theory 6thed*. London: Sage.
- Nurudin. 2003. *Komunikasi Massa*. Malang, CESPUR.
- Shoemaker, P.J., & Reese, S.D. 1996. *Mediating The Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. London: Pearson Longman.
- Sobur, A. 2003. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

7020103030 **Komunikasi Pendidikan**

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

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mampu menggunakan IPTEKS untuk memahami penerapan komunikasi dalam bidang pendidikan;
2. Menguasai konsep teoritis tentang komunikasi dalam bidang pendidikan, serta mampu memformulasikan bentuk-bentuk komunikasi pendidikan yang efektif;
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat dalam memilih bentuk komunikasi efektif dalam konteks pendidikan, baik secara mandiri dan kelompok;
4. 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

- Gayle, B.M. et.al. (eds.). 2006. *Classroom Communication and Instructional Processes: Advances Through Meta-Analysis*. New Jersey: Lawrence Eelbaum Associates Farrell.
- Ngainun. 2011. *Dasar-dasar Komunikasi Pendidikan*. Jogjakarta: Ar-Russ Media.
- Thomas S.C. 2009. *Talking, Listening and Teaching: A Guide to Classroom Communication*. California: Corwin Naim.
- Powell, R.G. and Powell, D.L. 2010. *Classroom Communication and Diversity: Enhancing Instructional Practice*. New York: Routledge.
- Yusuf. P.M. 2010. *Komunikasi Instruksional: Teori dan Praktek*. Jakarta: Bumi Aksara.

7020103031 Komunikasi Politik

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

- Ambardi, K. 2009. *Politik Kartel*. Jakarta: LSI dan KPG.
- Hill, D.T. dan Sein, K. 2005. *The Internet in Indonesia 1990s New Democracy*. New York: Routledge.
- Lilleker, D.G.. 2006. *Key Concepts In Political Communication*. London: Sage.
- Lipman, W. 1998. *Public Opinion*. New Bruns Wick: Transaction Publishers.
- Mc Nair, B. 2011. *An Introduction to Political Communication (5th edition)*. London: Routledge.
- Mulyana, D. *Komunikasi Politik*. Bandung: Rosdakarya.
- Rakhmat, J. 2006. *Komunikasi Politik*. Bandung: Rosdakarya.
- Rawnsley, G.D. 2005. *Political Communication and Democracy*. New York: Palgrave MacMilan.
- Scheufels, D.A.. 2006. *Framing, Agenda Setting, and Priming: Three Evolution of Three Media Effects Models*. Journal of Communication Vol 57, Issue 1.

7020103051 Metode Penelitian Sosial

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

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mampu memanfaatkan IPTEKS untuk mendapatkan isu kekinian tentang fenomena komunikasi;
2. Menguasai konsep teoritis tentang penelitian sosial terutama dalam bidang komunikasi serta menyusun kerangka penelitian yang sesuai;
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat tentang pemanfaatan teori komunikasi serta metode penelitian berdasarkan fenomena komunikasi;
4. Bertanggung jawab untuk menyusun proposal penelitian komunikasi secara mandiri serta dapat diberi tanggung jawab dalam kegiatan kelompok.

Deskripsi Matakuliah

Matakuliah ini mempelajari tentang metode-metode penelitian sosial secara umum dan metode penelitian komunikasi secara khusus untuk penulisan proposal penelitian skripsi dengan fenomena komunikasi. Dengan ceramah, diskusi dan penugasan mahasiswa dapat menyusun proposal penelitian untuk skripsi dan dapat melaksanakan penelitian secara sederhana sesuai metode dan teori yang dipelajari.

Referensi

- Denzin, N.K. and Lincoln, Y.S. 2005. *Handbook of Qualitative Research. 3rd eds*. California: Sage Publication.
- Krippendorff, K. 2004. *Content Analysis: an Introduction to Its Methodology*. California: Sage Publication.
- Stake, Robert E. 2010. *Qualitative Research: Studying How Things Work*. New York: The Guilford Press.

7020103010 Education - Entertainment

Dosen : Tsurroya, S.S., M.A.
Dr. Danang Tandyonomanu, S.Sos., M.Si.

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

Mahasiswa dapat mengembangkan program education entertainment yang tepat dengan permasalahan dan kebutuhan kasus di masyarakat.

Deskripsi Matakuliah

Membahas konsep education entertainment, strategi education entertainment, efek dan kasus-kasus education entertainment yang sukses diterapkan. Berikutnya mahasiswa didorong juga melakukan pengembangan program education entertainment yang tepat untuk memecahkan permasalahan pendidikan.

Referensi

Singhal, A. dan Rogers, E. M. 2011. *Entertainment Education*. New York: Routledge.

7020103014 Gender dan Media

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

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mengaplikasikan pengarusutamaan gender di bidang media dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam penyelesaian masalah ketidaksetaraan gender;
2. Menguasai konsep teoritis prinsip kesetaraan gender dalam media secara mendalam serta memformulasikan penyelesaian gender dan media;
3. Mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan data (referensi dan isu gender terkini) dan memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternative solusi di bidang gender dan media;
4. Bertanggung jawab pada analisis studi kasus dan pelaporan makalah.

Deskripsi Matakuliah

Mengkaji stereotipe, pengaruh gender dan ras terhadap media, perubahan peran audiens terhadap media kontemporer, serta menganalisis bahasa bias gender dan identitas budaya dan sosial dengan menggunakan metode metode ceramah, diskusi, debat, dan analisis studi kasus.

Referensi

Gill, R. 2007. *Gender and Media*. Malden: Polity Press.
Parikka, T. 2015. *Globalization, Gender, and Media: Formations of the Sexual and Violence in Understanding Globalization*. Lanham: Lexington Books.
Ross, K. 2010. *Gendered Media: Women, Men, Identity Politics*. Lanham: Rowman and Littlefield Publishers, Inc.

7020103026 Komunikasi Lintas Budaya

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

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mampu mengaplikasikan konsep-konsep komunikasi yang fokus terhadap lintas budaya yang berbeda, dan memanfaatkan perkembangan analisis IPTEKS terhadap penyelesaian konsekuensi permasalahan komunikasi lintas budaya, serta mampu beradaptasi dengan lingkungan kelasnya yang berbeda budaya baik itu agama, suku, bahasa, dan produk budaya lainnya;
2. Mempelajari perkembangan komponen dan karakteristik komunikasi lintas budaya, konsep multikulturalisme dan pluralisme dalam berkomunikasi, tingkat penerimaan terhadap budaya yang berbeda (*in group/ out group*), dan hambatan-hambatan dalam membangun komunikasi lintas budaya mulai dari level kognitif, afeksi, dan perilaku seperti; prasangka, etnosentrisme, stereotip, sikap, perilaku komunikasi divergen, dan kekerasan fisik. Dalam mata kuliah ini, mahasiswa menyimak materi konsep-konsep dalam komunikasi lintas budaya, dan menganalisis fenomena empirik untuk menjelaskan membangun komunikasi lintas budaya yang efektif agar terjalin jaringan sosial dengan individu dari kelompok etnik yang berbeda;
3. Mampu mengambil keputusan dalam menghadapi kasus permasalahan komunikasi lintas budaya berdasarkan informasi yang diperoleh, dan mampu memberikan petunjuk secara mandiri atau pertimbangan kelompoknya dalam memilih berbagai alternatif solusi untuk mengatasi faktor-faktor yang bisa menghambat komunikasi lintas budaya;

4. Bertanggung jawab pada tugas artikel individu yang membahas permasalahan komunikasi lintas budaya yang terjadi di masyarakat Indonesia, dan bertanggung jawab terhadap kelompoknya untuk mempresentasikan konsep-konsep di dalam komunikasi lintas budaya.

Deskripsi Matakuliah

Memahami latar belakang budaya individu dari kelompok etnik tertentu atau wilayah yang berbeda, dalam rangka beradaptasi untuk membangun komunikasi yang saling memahami. Metode perkuliahan yang dilakukan ceramah, diskusi, dan presentasi konsep-konsep dan kasus komunikasi lintas budaya.

Referensi

- Bagir, Z.A. dkk. 2011. *Pluralisme Kewargaan*. Yogyakarta: Center for Religious and Cross-cultural Studies UGM, dan Mizan.Griffin, E. 2012. *A First Look at Communication Theory (8th edition)*. Boston: McGraw Hill.
- Gudykunst, W. dan Mody, B (ed). 2002. *Handbook of International and Intercultural Communication*. (2nd edition). London: Sage.
- Mulyana, D. *Komunikasi Antar Budaya*. Bandung: Rosda Karya.
- Mulyana, D. 2010. *Komunikasi Lintas Budaya*. Bandung: Rosda Karya.
- Samovar, L.A., Porter, R.R., dan McDaniel, E.M. 2010. *Komunikasi Lintas Budaya, Communication Between Cultures*. Edisi tujuh, terjemahan. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sumartana, Th, Agoeng, N, Qodir, Z. (ed). 2002. *Pluralisme, Konflik, dan Perdamaian*. Kerjasama Interfidei dan The Asia Foundation. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- W, R. dan Turner, L. 2010. *Introducing Communication Theory: Analysis and application*. Mc Graw Hill.

7020103032

Komunikasi Sosial Pembangunan

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

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 local;
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

- Lennie, J. and Tacchi, J. 2013. *Evaluating Communication for Development: A Framework for Social Change*. London: Routledge.
- Mefalopoulos, P. 2008. *Development Communication Sourcebook: Broadening the Boundaries of Communication*. Washington D.C.: The World Bank.
- 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.
- Saebani, B. 2016. *Sosiologi Pembangunan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Wilkins, K., Tufte, T., and Obregon, R. 2014. *The Handbook of Development Communication and Social Change*. New Jersey: Wiley-Blackwell.

7020103044

Marketing Sosial

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

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Menerapkan program marketing sosial dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam penyelesaian masalah social;
2. Menguasai konsep teoritis dan praktik strategi komunikasi pemasaran secara mendalam untuk memformulasikan penyelesaian permasalahan social;
3. Mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan data (masalah, target audiens, tujuan, analisis kebutuhan) dan menyumbangkan ide dari berbagai alternatif solusi dalam komunikasi pemasaran di bidang social;

4. Bertanggung jawab pada penulisan dan pemaparan makalah serta pelaksanaan dan pelaporan program marketing sosial.

Deskripsi Matakuliah

Mengkaji substansi teori model perubahan perilaku, perencanaan pemasaran yang meliputi: segmentasi dan target, kompetisi dan posisi, serta komunikasi dan media baru dalam marketing sosial, dan praktek marketing sosial dengan menggunakan metode ceramah, diskusi, analisis studi kasus, dan simulasi.

Referensi

- Donovan, R. 2010. *Principles and Practice of Social Marketing: An International Perspective*.
Hastings, G., Angus, K., and Bryant, C. 2012. *The Sage Handbook of Social Marketing*. London: Sage Publication Ltd.
Lee, N.R., and Kotler, P. 2016. *Social Marketing: Changing Behaviors for Good*. London: Sage Publication Ltd.
McKenzie-Mohr, D. 2011. *Fostering Sustainable Behavior: An Introduction to Community-Based Social Marketing 3rd ed*. Gabriola Island: New Society Publishers.

7020103045

Media Baru

Dosen : Awang Dharmawan, S.Ikom., M.A.
Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A.

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri dan dapat diberi tanggung jawab atas pencapaian hasil kerja organisasi;
2. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis perkembangan teknologi media baru, dan mampu memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternatif media baru baik mandiri dan kelompok;
3. Menguasai konsep teoritis bidang teknologi-teknologi media baru secara umum dan konsep teoritis bagian khusus dalam bidang perkembangan teknologi media baru, serta mampu memformulasikan penyelesaian masalah procedural;
4. Mampu mengaplikasikan bidang keahliannya dan memanfaatkan IPTEKS pada bidangnya dalam penyelesaian masalah serta mampu beradaptasi terhadap situasi perkembangan media-media baru yang dihadapi.

Deskripsi Matakuliah

Mata kuliah ini membahas bagaimana teknologi-teknologi baru (new technologies) mempengaruhi dan membentuk praktik-praktik budaya dalam masyarakat. Termasuk didalamnya pembahasan tentang konsep dasar cyberspace dan cyberculture baik dalam konteks teoritis maupun teknologis seperti virtual community, identitas, cyborg serta beberapa tema-tema khusus seperti popular cyberculture, cybersubculture, cyberfeminism,serta cyberbodies.

Referensi

- Flew, T. 2014. *New Media*. Victoria: Oxford University Press.
Giddings, S. 2011. *The New Media and Technocultures Reader*. New York: Routledge.
Gane, N. 2008. *New Media: The Key Concepts*. UK: Bloomsbury Academic.
Irwansyah dkk. 2014. *Demokrasi dalam Ruang Virtual*. Jakarta: Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia
Jones, S.G. *Virtual Culture*. London: Sage.
Rogers, E. M. 1996. *Communications Technologies*. London: The Free Press Collier Mc Millan Publishing.
Siapera, E. *The Handbook of Global Online Journalism*. London: Willey Blackwell

7020103049

Meeting, Incentive, Convention, Exhibition (MICE)

Dosen : Putri Aisyiyah Rachma Dewi, S.Sos., M.Med.Kom.
Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A.

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

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

Deskripsi Matakuliah

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

Referensi

- Bowdin, et al. 2006. *Events Management*. UK: Elsevier.
Conway, D.G. 2006. *The Event Manager*. UK: How To Books.
Allen, J. 2009. *Event Planning (2nd ed)* Canada: Wiley Ltd.

7020103050

Metode Penelitian Komunikasi

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

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mampu memanfaatkan IPTEKS untuk mendapatkan isu kekinian tentang fenomena komunikasi;
2. Menguasai konsep teoritis tentang penelitian sosial terutama dalam bidang komunikasi serta menyusun kerangka penelitian yang sesuai;
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat tentang pemanfaatan teori komunikasi serta metode penelitian berdasarkan fenomena komunikasi;
4. Bertanggung jawab untuk menyusun proposal penelitian komunikasi secara mandiri serta dapat diberi tanggung jawab dalam kegiatan kelompok.

Deskripsi Matakuliah

Matakuliah ini mempelajari tentang metode-metode penelitian sosial secara umum dan metode penelitian komunikasi secara khusus untuk penulisan proposal penelitian skripsi dengan fenomena komunikasi. Dengan ceramah, diskusi dan penugasan mahasiswa dapat menyusun proposal penelitian untuk skripsi dan dapat melaksanakan penelitian secara sederhana sesuai metode dan teori yang dipelajari.

Referensi

- Denzin, N.K. and Lincoln, Y.S. 2005. *Handbook of Qualitative Research. 3rd eds.* California: Sage Publication.
Krippendorff, K. 2004. *Content Analysis: an Introduction to Its Methodology*. California: Sage Publication.
Stake, R. E. 2010. *Qualitative Research: Studying How Things Work*. New York: The Guilford Press.

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 procedural;
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

- Assael, H. 1998. *Consumer Behavior and Marketing Action 6th edition*. International Thomson Publishing.
Engel, J.F., Blackwell, R.D., Miniard, P.W. 1995. *Consumer Behavior 6th edition*. Binarupa Aksara.
Peter, J.P. dan Olson, J.C. 1996. *Consumer Behavior and Marketing Strategy 4th edition*. Irwin.

7020103069

Produksi Media Massa Elektronik

Dosen : Gilang Gusti Aji, S.I.P., M.Si.
Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A.

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mampu memanfaatkan IPTEKS untuk menghasilkan program media massa elektronik, baik radio maupun televise;

2. Menguasai konsep teoritis tentang programming dan produksi media massa elektronik;
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan data tentang program yang akan dikembangkan dan dapat memproduksi program media massa elektronik sesuai segmen khalayak;
4. Memiliki tanggung jawab pribadi terhadap produksi media massa elektronik dan dapat bekerja sama dalam tim produksi.

Deskripsi Matakuliah

Matakuliah ini mengembangkan keterampilan mahasiswa dalam merencanakan dan memproduksi program media massa elektronik, baik program radio maupun televisi. Keterampilan yang berkaitan dengan bentuk dan penulisan bahan program siaran; pengenalan dan keterampilan penggunaan peralatan studio; serta praktek produksi (teknik pengambilan gambar, penyuntingan dan penyutradaraan). Dengan penugasan proyek, mahasiswa diharapkan menghasilkan karya produksi program radio dan televisi.

Referensi

- Bittner, J.R. 1991. *Broadcasting and Telecommunication: An Introduction*. New Jersey: Prentice Hall.
- Clark, B and Spohr, S.J. 2002. *Guide to Postproduction for TV and Film: Managing the Process 2nd edition*. Amsterdam: Focal Press.
- Eastman, S.T., dan Ferguson, D.A., 1985. *Broadcast/ Cable Programming: Strategies and Practices. Fifth Edition*. USA: Wadsworth Publishing Company.
- Gough, H. 1999. *Programa Radio: Perencanaan, Penyajian, dan Produksi* Kuala Lumpur: Asia Pacific Institute for Broadcasting Development.
- Kenny, R. 2001. *Teaching TV Production in a Digital World: Integrating Media Literacy*. Colorado: Libraries Unlimited.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana.

7020103077

Sinematografi

Dosen : Dr. Danang Tandyonomanu, M.Si.
Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A.

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

- Brown, B. 2012. *Cinematography: Theory and Practice: Image Making for Cinematographers and Directors*. Burlington: Focal Press.
- Cury, I. 2011. *Directing and Producing for Television*. London: Focal Press.
- Elsaesser, T., Hagener, M. 2010. *Film Theory: An Introduction Through The Senses*. Routledge. New York.
- Marcelli, J. 1996. *The Five C of Cinematography: Motion Picture Filming Techniques Simplified*. California: Cine/Grafic Publications.
- Stam, R. 2004. *Film Theory : An Introduction*. Victoria: Blackwell Publishing Ltd.
- Walker, E. 2015. *Understanding Soundtrack Through Film Theory*. Oxford: Oxford University Press.

7020103085

Visual Digital dan Multimedia

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

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 procedural;
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

Arnston, A.E. 2007. *Graphic Design: Basics*. USA: Thomson Wadswords.
 Hill, W. 2005. *The Complete Typografer: A Manual for Designing with Type*. Singapore: Page One Publishing Private Limited.
 Hughes, J.F. 2013. *Computer Graphics : Principles and Practice*. USA: Pearson Education Inc.

7020103015 Hukum dan Etika Media Massa

Dosen : Putri Aisyiyah RD, S.Sos., M.Med.Kom.
 Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A.

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;
4. 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

Armando, A. 2011. *Televisi Jakarta di atas Indonesia*
 Mufid, M. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*
 Pember, D.R. & Calvert, C. 2014. *Mass Media Law*. McGraw Hill.
 Syah, S. 2014. *Membicang Etika Media*. Jakarta: Elex Media Computindo.
 Siregar, A. 2006. *Etika Komunikasi*.
 Sudibyo, A. 2009. *Kebebasan Semu*.
 --- 2013. *The New Ethics of Journalism*. CQ Press.

7020103034 Kreativita Periklanan

Dosen : Puspita Sari Sukardani, S.T., M.Med.Kom.
 Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A.

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mampu mengaplikasikan bidang keahlian periklanan secara professional dan memanfaatkan IPTEKS dalam penyelesaian masalah serta mampu beradaptasi terhadap situasi dunia periklanan professional yang dihadapi;
2. Menguasai konsep teoritis bidang periklanan professional, baik secara umum dan khusus, serta pengetahuan praktik periklanan secara mendalam dan memformulasikan penyelesaian masalah procedural;
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan data, dan mampu memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternatif solusi periklanan professional secara mandiri dan kelompok;
4. Bertanggung jawab secara professional pada pekerjaan sendiri dan bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja organisasi.

Deskripsi Matakuliah

Mata kuliah ini merupakan implementasi bagi mahasiswa ilmu komunikasi untuk memahami hakekat kreatif iklan, serta aspek – aspek lain yang berkaitan dengan kreatif iklan. Pada tataran akhir mahasiswa diarahkan agar mampu membuat iklan dengan tujuan merencanakan dan mengeksekusi iklan dengan detail di berbagai media.

Referensi

- Belch, G.E. and Belech, M.A. 2003. *Advertising and Promotion: an Integrated Marketing Communication Perspective. Sixth Edition*. The McGrawHill.
- Cheng, H. 2014. *The Handbook of International Advertising Research*. Wiley Blackwell.
- Davis, A. 2013. *Promotional Cultures – The Rise and Spread of Advertising, Public Relations, Marketing, and Branding*. Wiley Blackwell.
- Moriarty, S. 2014. *Advertising and IMC: Principles and Practice*. Prentice Hall.
- Rodger, S., dan Thorson, E. 2012. *Advertising Theory: Routledge Communication Series*. New York: Routledge.
- Web, R. 2015. *Starting A Creative Firm in The Age of Digital Marketing (Advertising Age)*. New York: Pallgrave Macmillan.

7020103037 Manajemen Bisnis Media

Dosen : Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A.
Gilang Gusti Aji, S.I.P., M.Si

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mampu menggunakan IPTEKS untuk mengaplikasikan pengelolaan 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

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

7020103038 Manajemen Humas

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

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mampu merancang dan melakukan program branding, promotion, atau penanggulangan krisis PR serta memanfaatkan IPTEKS dalam melakukan tugas-tugasnya;
2. Menguasai konsep teoritis manajemen humas, terutama manajemen krisis PR sehingga mampu menyelesaikan permasalahan yang muncul;
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat di bidang kehumasan, dan memberikan petunjuk berbagai alternatif solusi secara mandiri dan berkelompok;
4. Mampu memimpin tim kerja public relations dan beradaptasi dengan setiap lingkungan/ kondisi yang ditemui.

Deskripsi Matakuliah

Mengkaji substansi krisis dalam public relations, sistem informasi, pengaruh internal dan eksternal dalam perspektif PR, serta evaluasi program PR. Pembelajaran dilakukan selama satu semester dengan strategi exposition-discovery learning, metode yang digunakan adalah ceramah, diskusi, studi kasus, simulasi, dan praktik membuat program kehumasan. Penilaian dilakukan melalui tes tertulis, kinerja, dan evaluasi program kegiatan.

Referensi

- Cutlip, S.M., Center, A.H., & Broom, G.M. *Effective Public Relations. Edisi ketujuh*. Englewoods Cliff NJ:

Prentice Hall International.
Grunig, J.E. & Hunt, T. *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
Iriantara, Y. 2004. *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia.
Kasali, R. 1994. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Pustaka Grafiti.
Moore, F. 2004. *Humas: Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung: Rosda.
Morrisan. 2008. *Manajemen Public Relations, Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana.
Putra, I G.N. 1999. *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta: Penerbit Atmajaya.
Widodo. 2006. *Membangun Usaha dengan Kekuatan Image*. Yogyakarta: Penerbit Pinus.

7020103041 Manajemen Produksi Media Massa

Dosen : Gilang Gusti Aji, S.I.P., M.Si.
Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A.

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;
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

Cleve, B. 2006. *Film Production Management*. Oxford: Elsevier.
Gough, H. 1999. *Programa Radio: Perencanaan, Penyajian, dan Produksi*. Kuala Lumpur: Asia Pacific Institute for Broadcasting Development.
Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana.

7020103042 Marketing Politik

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

7020103046 Media dan Perubahan Sosial

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

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mengaplikasikan kemampuan media baik konvensional maupun yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi sebagai alat untuk melakukan perubahan perilaku masyarakat;
2. Menguasai konsep teoritis penggunaan beragam media komunikasi terkini secara mendalam untuk mengubah perilaku masyarakat dalam menyelesaikan permasalahan sosial;
3. Mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan data (*best practices* dan artikel ilmiah) dan menyumbangkan sebuah ide dari berbagai alternatif solusi media yang ada;
4. Bertanggung jawab pada penulisan dan pelaporan hasil analisis studi kasus.

Deskripsi Matakuliah

Sebagai Institusi sosial, media tak bisa dilihat sekadar sebagai penyalur informasi. Lebih dari itu, media menjadi elemen penting dalam proses sosial, bahkan ada yang melihat sebagai pemicu perubahan sosial. Mata Kuliah ini mengkaji peran strategis media dalam berbagai isu kehidupan, seperti pendidikan, kesehatan, ekonomi, politik dll dengan menggunakan metode metode ceramah, diskusi, dan analisis studi kasus.

Referensi

- Prasad, K. (ed.). 2013. *New Media and Pathways to Social Change: Shifting Development Discourses*. New Delhi: B.R. Publishing Corporation.
- Della Porta, D., and Diani, M. 2006. *Social Movements: An Introduction*. Malden: Blackwell.
- Berenger, R.D. (ed.). 2013. *Social Media Go to War: Rage, Rebellion, and Revolution in the Age of Twitter*. Spokane: Marquette.
- Maryani, E. 2011. *Media dan Perubahan Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- McQuail, D. 2011. *Teori Komunikasi Massa Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.

7020103066

Penulisan Humas

Dosen : Gilang Gusti Aji, S.I.P., M.Si.
Putri Aisyiyah R.D., S.Sos., M.Med.Kom.

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

- Aronson, M. 2007. *The Public Relations Writer 19s Handbook: The Digital Age*. California: Wiley Imprint.
- Birow, M. 2012. *Bercermin Lewat Tulisan*. Gramedia: Jakarta.
- Kriyantono, R. 2008. *Public Relations Writing*. Kencana Prenada Media: Jakarta.

7020103072

Rekayasa Sosial

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

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

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

7020103073

Reportase

Dosen : Awang Dharmawan, S.Ikom., M.A.
Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A.

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Memiliki kemampuan untuk menggunakan perangkat TIK untuk menyelesaikan tugas-tugas liputan/reportase;
2. Menguasai konsep teoritis dan praktik reportase sesuai dengan teknik dan etika yang berlaku;
3. Mengambil keputusan yang tepat dalam menyelesaikan tugas-tugas reportase dan mampu memberikan laporan atau penyampaian informasi secara lengkap dan mendalam; Bertanggungjawab pada pekerjaan sendiri dan dapat diberi tanggung jawab pada pencapaian target reportase yang diberikan oleh organisasi/perusahaan media.

Deskripsi Matakuliah

Membahas substansi teknik penyajian program berita media penyiaran yang berbentuk reportase, membahas teknik reportase sesuai karakteristik dan jenis reportase, diantaranya reportase kriminal, terorisme, perang, bencana, lingkungan, festival, dan reportase berkeadilan gender untuk menghormati hak-hak asasi manusia. Perkuliahan berlangsung selama satu semester dengan metode ceramah, diskusi, praktik lapangan. Penilaian dilakukan berdasarkan portofolio.

Referensi

- Astuti, S.A. 2008. *Jurnalisme Teori dan Praktik*. Bandung : Penerbit Simbiosis Rekatama Media.
- Boynton, R.S. 2009. *Introduction to Literary Reportage*.
- Masduki. 2004. *Jurnalistik, Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*. Yogyakarta: LKiS.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran, Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Kovach, B & Rosenstiel, T. 2014. *The Elements of Journalism*.

7020103083

Tanggung jawab Sosial Korporat

Dosen : Awang Dharmawan, S.Ikom., M.A.
Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A.

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

- Grunig, J.E & Hunt, T. *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Iriantara, Y. 2004. *Manajemen Strategis Public Relations*. Jakarta: Ghalia.
- Kasali, R. 1994. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Pustaka Grafiti.
- Kotler, P & Lee, N. 2005. *Corporate Social Responsibility*. New Jersey: Wiley & Sons. Inc.

- Moore, F. 2004. *Humas: Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung: Rosda.
 Suharti, E. 2007. *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Bandung: Refika Aditama.
 Wibisono, Y. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Fascho Publishing.

7020103036 Magang Profesi

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

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Bertanggung jawab secara individu dalam menerapkan kompetensi keilmuan dan praktik di dalam sebuah institusi profesi, serta bertanggung jawab atas hasil kerja atas pencapaian hasil kerja institusi lembaga profesi yang menjadi tempat magangnya;
2. Mampu mengaplikasikan bidang komunikasi untuk menyelesaikan masalah di lingkup lembaga profesi tertentu dengan menggunakan IPTEKS dan pendekatan komunikasi, serta mampu beradaptasi dengan iklim lingkungan pekerjaan atau profesi yang dihadapi;
3. Membentuk pengetahuan dan mental mahasiswa agar dapat menerapkan berbagai strategi beradaptasi di lingkungan kerja, dan memecahkan berbagai macam permasalahan sosial dengan pendekatan komunikasi;
4. Mampu mengambil keputusan dari permasalahan bidang profesi yang dihadapinya, dan mampu memberikan petunjuk secara mandiri dan kelompok, dalam memilih berbagai alternatif solusi dari permasalahan yang dihadapi sebuah institusi profesi.

Deskripsi Matakuliah

Mengembangkan berbagai strategi komunikasi untuk diterapkan dalam program-program komunikasi yang dibutuhkan dalam persoalan sosial dan profesi komunikasi. Mahasiswa wajib melakukan magang, di dinas atau lembaga profesi.

7020103098 Analisis Teks

Dosen : Turoyya, S.S., M.A.
 Putri Aisyiyah R.D., S.Sos., M.Med.Kom.

Capaian Pembelajaran Matakuliah/ Kompetensi

1. Memiliki kemampuan untuk menggunakan perangkat TIK untuk menyelesaikan tugas-tugas riset teks;
2. Menguasai konsep teoritis dan praktik metode penelitian analisis teks sesuai dengan etika yang berlaku;
3. Mengambil keputusan yang tepat dalam melakukan riset tekstual dan mampu memberikan laporan atau penyampaian informasi secara lengkap dan mendalam;
4. Bertanggungjawab pada pekerjaan sendiri dan dapat diberi tanggung jawab pada pencapaian target penelitian tekstual yang diberikan oleh organisasi/ industri media.

Deskripsi Matakuliah

Mengkaji konsep dan keterampilan analisis teks termasuk analisis wacana/genre/isi. Matakuliah ini terdiri dari mimbar kuliah dan penugasan proyek berupa riset teks yang meliputi interpretasi film, program televisi, majalah, iklan, baju, grafiti dan format lainnya. Beberapa pendekatan dalam analisis teks yang dikaji termasuk kajian budaya baik realis, strukturalis, maupun pasca-strukturalis dan komunikasi massa masing-masing dalam format kualitatif dan kuantitatif. Penilaian dilakukan melalui tes tertulis dan kinerja.

Referensi

- Kuckartz, U. 2014. *Qualitative Text Analysis*. London: Sage Publication.
 Krippendorff, K. 2004. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Thousand Oaks, CA: Sage Publication.
 Roberts, C.W. (ed.). (1997). *Text Analysis for the Social Sciences: Methods for Drawing Inferences from Texts and Transcripts*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.
 Wildfeuer, J. and Bateman, J.A. (eds). 2017. *Film Text Analysis*. New York: Routledge.

7020103099 Etnografi Komunikasi

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

Capaian Pembelajaran Matakuliah/ Kompetensi

1. Menerapkan kaidah ilmiah/alur berpikir ilmiah dari sudut pandang etnografi komunikasi dalam kehidupan sehari-haridan etnografi digital;
2. Menguasai konsep teoritis etnografi komunikasi, berpikir ilmiah, logis, dan sistematis berdasarkan analisis informasi dan data;

3. Mengambil keputusan yang tepat dalam menentukan langkah-langkah penelitian etnografi komunikasi;
4. Bertanggungjawab terhadap penugasan penelitian dengan pendekatan metode etnografi komunikasi baik individu maupun kelompok.

Deskripsi Matakuliah

Mengkaji pola-pola perilaku suatu suku bangsa, etnis, budaya suatu kelompok. Dalam peristiwa komunikasi etnografi bisa menjadi metode pendekatan untuk mengetahui temuan berbagai pola komunikasi yang digunakan manusia dalam suatu masyarakat tutur. Dalam mata kuliah ini juga akan mengkaji isu-isu dasar yang bisa menjadi studi penelitian dengan pendekatan etnografi, isu-isu dalam kajian etnografi komunikasi adalah bahasa, proses komunikasi dan kebudayaan. Mata kuliah ini juga akan memberikan penjelasan mengenai metode penelitian etnografi komunikasi.

Referensi

Kuswarno, E. 2008. *Etnografi Komunikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran.
 Koentjaraningrat. 1997. *Manusia dan Kebudayaan di Indonesia*. Jakarta: Djambatan.
 Liliweri, Alo. 2003. *Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
 Spradley, J.P. 1997. *Metode Etnografi*. Jogjakarta: Tiara Wacana.
 van Pursen, C.A. 2010. *Strategi Kebudayaan*. Jogjakarta: Kanisius.

7020103095

Branding

Dosen : Gilang Gusti Aji, S.I.P., M.Si.
 Puspita Sari Sukardani, S.T., M.Med.Kom.

Capaian Pembelajaran Matakuliah/ Kompetensi

1. Mampu menerapkan strategi branding dengan alurberpikirterkonseptual pada kegiatan pemasaran profitmaupun non profit
2. Menguasaikonsepteoritis mengenai brandingdan implementasi branding dalam berbagai konteks bidang komunikasi.
3. Bertanggungjawabterhadappenugasandalam bentuk proyek baik secara kelompok maupun individu.

Deskripsi Matakuliah

Membahas mengenai strategi branding baik dibidang yang berorientasi profit maupun non profit, branding tidak hanya dimaknai untuk sebuah produk komersial tapi branding untuk banyak aspek, seperti personal branding, city branding, institusi branding dan masih banyak lagi. Kajian ini juga membahas kekuatan branding dan bagaimana membangun sebuah branding termasuk pada peranan brand dan analisis brand. Kemudian mata kuliah ini juga mengidentifikasi media komunikasi untuk mempublish branding dan membuat citra branding lebih kuat dan positif.

Referensi

Hermawan, A. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga: Jakarta.
 Jened, R. 2015. *Hukum Merek*. Jakarta: Kencana.
 Keller, L. 1993. *How to manage brand equity*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
 Kotler, P. dan Armstrong, G. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
 Rangkuti, F. 2008. *The Power of Brands*. Jakarta: Gramedia.
 Shimp, Terence A. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Salemba Empat.

7020103094

Filmologi

Dosen : Dr. Danang Tandyonomanu, M.Si.
 Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A.

Capaian Pembelajaran Matakuliah/ Kompetensi

1. Mampu menjelaskan bidang ilmu perfilman dan menganalisis masalah serta mampu beradaptasi terhadap situasi dunia perfilman;
2. Menguasai konsep teoritis tentang sejarah perfilman dan perkembangan sosial budaya dan mampu memformulasikan penyelesaian masalah di bidang perfilman;
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis situasi dunia perfilman 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

Mengkaji ilmu perfilman mulai dari sejarah perfilman Barat dan kaitannya dengan perkembangan sosial budaya di dunia dan di Indonesia, peta film di Asia, kaitan film dengan kajian ilmu Komunikasi, kebangkitan film di Indonesia dan konstruksi film Indonesia.

Referensi

- Brown, B. 2012. *Cinematography: Theory and Practice: Image Making for Cinematographers and Directors*. Focal Press. Burlington.
- Elsaesser, T., and Hagener, M. 2010. *Film Theory: An Introduction through The Senses*. Routledge. New York.
- Hall, S. 1997. *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. London: Sage Publication.
- Stam, R. 2004. *Film Theory: An Introduction*. Victoria: Blackwell Publishing Ltd.
- Walker, E. 2015. *Understanding Soundtrack through Film Theory*. Oxford University Press. Oxford.

7020103103

Social Media Life

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

Capaian Pembelajaran Matakuliah/ Kompetensi

1. Mahasiswa dapat merancang aktivasi kampanye digital;
2. Mahasiswa menguasai konsep dampak aktivasi kampanye digital dalam perkembangan organisasi dan masyarakat;
3. Mahasiswa dapat mengambil keputusan yang tepat berdasarkan konsep strategi aktivasi kampanye digital, dan menemukan alternatif solusi dari permasalahan proses pengelolaan narasi dalam tahap aktivasi digital;
4. Bertanggung jawab terhadap proses kerja dalam kelompok atau tim dalam merancang aktivasi kampanye digital.

Deskripsi Matakuliah

Membahas berbagai strategi aktivasi media digital yang meliputi pengelolaan akun sosial media, dan buzzer. Selain itu, mahasiswa juga mendapatkan materi bagaimana merancang narasi menjadi konten digital menjadi viral, dan juga menjelaskan dampak aktivasi media digital bagi netizen.

Referensi

- Aleksej, H. 2016. *Digital and Social Media Marketing*. London: Routledge.
- Chuck, H. 2013. *Digital Marketing Analysis*. New York: Que.
- Heryanto, G. 2018. *Media dan Komunikasi Politik*. Jogja: Ircisod.
- Pavlik, J.V. 2008. *Media in digital age*. London: Routledge.

7020103020

Keterampilan Berpidato

Dosen : Putri Aisyiyah R.D, S.Sos., M.Med.Kom.
Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A.

Capaian Pembelajaran Matakuliah/ Kompetensi

1. Mampu memahami sejarah retorika, strategi public speaking, struktur, bentuk, etika, dan konteks dalam public speaking;
2. Mampu mengaplikasikan praktik public speaking yang telah direncanakan secara sistematis dengan menggunakan strategi dan pendekatan yang bervariasi sesuai etika yang berlaku;
3. Terampil dan bertanggung jawab dalam praktik public speaking secara individu sesuai dengan konsep teori yang diperoleh;
4. Mampu memanfaatkan penggunaan berbagai media dan teknologi komunikasi dalam praktik public speaking.

Deskripsi Matakuliah

Mengembangkan keterampilan *public speaking* mahasiswa dengan beragam strategi, teknik, dan pendekatan yang relevan di bidang ilmu komunikasi. Mengkaji substansi definisi, tipe, proses, model, dan etika *public speaking*, serta konteks dan situasi sosial.

Referensi

- Borg, J. 2014. *Persuasion*. Essex: Pearson Education Limited.
- Carneige, D. 2007. *The Art of Public Speaking*. Cosimo Classic.
- Fine, Debra. 2008. *The Fine Art of The Big Talk*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sirait, C.B. 2007. *The Power of Public Speaking*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sriwijono, A. 2008. *Talk inc Points*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

7020103100 Mixed Method

Dosen : Dr. Danang Tandyonomanu, M.Si.
Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A.

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mampu merancang dan melakukan penelitian dengan menggunakan mixed method dengan mengimplementasikan penguasaan IPTEKS dalam mengembangkannya;
2. Menguasai konsep teoritis tentang mixed method dengan pola-pola pencarian data dan proses analisis yang sesuai dengan problematika yang ada;
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat baik secara mandiri atau kelompok dalam menyusun riset berdasarkan mixed method;
4. Mampu memimpin tim kerja dan beradaptasi dengan setiap lingkungan/ kondisi yang ditemui.

Deskripsi Matakuliah

Kemampuan untuk melaksanakan riset dengan memadukan dua paradigma penelitian, yaitu kualitatif dan kuantitatif menjadi kebutuhan yang tidak dapat dielakkan. Mixed method sebagai metode baru yang memberi jalan tengah dengan menggabungkan dua metode yang selama ini berbeda. Dengan pendekatan perkuliahan yang memberi kesempatan pada mahasiswa untuk aktif dalam mencari dan mengeksplorasi metode ini untuk dapat merencanakan dan menjalankan riset yang berkualitas. Luaran matakuliah ini adalah proposal penelitian dengan menggunakan mixed method sebagai salah satu alternatif metode penelitian penunjang skripsi.

Referensi

- Creswell, J.W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th Eds. Sage: Lincoln.
- Creswell, J. W. & Plano Clark, V. L. 2011. *Designing and Conducting Mixed Methods Research (2nd ed.)*. California: Sage Publication.
- Hesse-Biber, S.N. 2010. *Mixed methods research: merging theory with practice*. NY: The Guilford Press.
- Tashakkori, A., & Teddlie, C., (Eds.). 2003. *Handbook on mixed methods in the behavioral and social sciences*. California: Sage Publications.

7020103102 Creative Writing

Dosen : Gilang Gusti Aji, S.I.P., M.Si.
Putri Aisyiyah R.D, S.Sos., M.Med.Kom.

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu membuat bentuk-bentuk penulisan kreatif;
2. Menguasai konsep teoritis tentang kaidah penulisan, penerbitan;
3. Mampu menyusun strategi yang tepat untuk publikasi penulisan;
4. Bertanggungjawab terhadap pekerjaan sendiri dan pencapaian hasil kerja tim.

Deskripsi Matakuliah

Mengkaji ragam penulisan kreatif, dan kaidah penulisan yang sesuai. Perkuliahan akan mengkombinasikan teori dan praktik penulisan kreatif. Adapun ragam tulisan yang diajarkan di kelas ini meliputi naratif, pengembangan karakter, dan penyusunan literature yang sesuai.

Referensi

- Dawson, P. 2005. *Creative Writing and the New Humanities*. NY: Routledge.
- Mills, P. 2006. *The Routledge creative writing course book*. NY: Routledge.

7020103097 Riset Khalayak

Dosen : Gilang Gusti Aji, S.I.P., M.Si.
Putri Aisyiyah R.D, S.Sos., M.Med.Kom.

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mahasiswa mampu melaksanakan riset khalayak secara sederhana;
2. Menguasai konsep teoritis tentang apa dan bagaimana riset khalayak dilakukan;
3. Mampu menyusun rencana riset khalayak sesuai dengan kebutuhan;
4. Bertanggungjawab terhadap pekerjaan sendiri dan pencapaian hasil kerja tim.

Deskripsi Matakuliah

Mata kuliah ini mengkaji definisi, tujuan, fungsi, dan prosedur riset khalayak baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Riset khalayak dibutuhkan untuk evaluasi program public relations, pemahaman khalayak terhadap sebuah iklan, penerimaan terhadap bentuk-bentuk pesan lain sehingga dapat ditentukan strategi

penyampaian pesan yang lebih baik di bidang marketing communication, public relations, dan juga manajemen media massa. Metode perkuliahan menggunakan ceramah untuk penyampaian materi, dan praktik melakukan riset khalayak yang diawali dengan analisis kebutuhan klien.

Referensi

Baran & Davis. 2012. *Mass Communication Theory*. Canada: Cengage.
Khan, M. *Consumer Behavior and Advertising Management*. New Delhi: New Age.
Stacks, D.W. 2011. *Primer of Public Relations Research*. NY: Guilford Press.

7020103096 **Kapita Selekta Perubahan Sosial**

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

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mengaplikasikan ide dan strategi komunikasi yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi sebagai alat untuk melakukan perubahan perilaku masyarakat;
2. Menguasai ragam fenomena sosial dan konsep teoritis ide dan strategi komunikasi terkini secara mendalam untuk mengubah perilaku masyarakat dalam menyelesaikan permasalahan sosial;
3. Mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan data (*best practices* dan artikel ilmiah) dan merumuskan sebuah ide dan strategi komunikasi untuk menyelesaikan masalah kemasyarakatan;
4. Bertanggung jawab pada penulisan dan pelaporan hasil observasi dan mempresentasikan di depan kelas.

Deskripsi Matakuliah

Mata Kuliah ini mengajak mahasiswa untuk mengenali dan memahami berbagai permasalahan di bidang sosial kemasyarakatan seperti pendidikan, kesehatan, kemiskinan, politik, kebudayaan dan lain sebagainya. Serta, mengajak mahasiswa untuk menganalisis permasalahan tersebut berbasis data-data sehingga pada akhirnya dapat merumuskan ide dan strategi penyelesaian berbasis komunikasi dengan memanfaatkan beragam saluran media. Perkuliahan dilakukan dalam berbagai strategi pembelajaran namun dengan mengurangi metode ceramah dosen. Mahasiswa diminta melakukan riset baik dokumen maupun observasi untuk kemudian melaporkan dan mempresentasikan hasilnya di depan kelas sehingga hadir diskusi yang konstruktif.

Referensi

Dutta, M.J. 2011. *Communicating Social Change: Structure, Culture, and Agency*. New York: Routledge.
Kotler, P. & Lee, N.R. 2016. *Social Marketing: Changing Behaviors for Good*. London: SAGE.
Maryani, E. 2011. *Media dan Perubahan Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
Prasad, K. (ed.). 2013). *New Media and Pathways to Social Change: Shifting Development Discourses*. Delhi: B.R. Publishing Corporation.
Rochayat, R., Ardianto, E. 2011. *Komunikasi pembangunan & perubahan sosial: perspektif dominan, kaji ulang, dan teori kritis*. Bandung: Rajawali Pers.
Tuftte, T. 2017. *Communication and Social Change: A Citizen Perspective*. Cambridge: Polity Press.

7020103101 **Leisure and Pop Culture**

Dosen : Gilang Gusti Aji, S.I.P., M.Si.
Puspita Sari Sukardani, S.T., M.Med.Kom.

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mampu memanfaatkan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi untuk mengaplikasikannya dalam menganalisis tren dan perkembangan Budaya populer dan gaya hidup kontemporer;
2. Menguasai konsep teoritis tentang Budaya Populer dan Gaya Hidup;
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan data tentang tren dan perkembangan budaya populer dan gaya hidup;
4. Bertanggung jawab pada penulisan dan pelaporan hasil observasi dan mempresentasikan di depan kelas.

Deskripsi Matakuliah

Mata Kuliah ini mengajak mahasiswa untuk mengenali dan memahami berbagai fenomena dan perkembangan budaya populer dan gaya hidup masyarakat kontemporer. Keduanya dibentuk dan ditanamkan pada publik melalui media komunikasi, baik konvensional maupun digital. Sehingga bagi mahasiswa ilmu komunikasi diharapkan mampu melakukan analisis terhadap data terbaru, serta merumuskan ide-ide untuk turut berkreasi dalam dunia budaya populer dan gaya hidup. Perkuliahan dilakukan dalam berbagai strategi pembelajaran namun dengan mengurangi metode ceramah dosen. Mahasiswa diminta melakukan riset baik dokumen maupun observasi untuk kemudian melaporkan dan

mempresentasikan hasilnya di depan kelas sehingga hadir diskusi yang konstruktif.

Referensi

- Beer, D. 2013. *Popular Culture and New Media: The Politics of Circulation*. UK: Palgrave Macmillan.
Fiske, J. 2011. *Understanding Popular Culture*. London: Routledge.
Kidd, D. *Pop Culture Freaks: Identity, Mass Media, and Society*. New York: Routledge.
Storey, J. 2017. *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction*. London: Routledge.
Vannini, W.D.D. & Phillip. 2016. *Popular Culture as Everyday Life*. New York: Routledge.

7020103104

Excelent Service & Hospitality

Dosen : Putri Aisyiyah R.D, S.Sos., M.Med.Kom.
Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A.

Capaian Pembelajaran Matakuliah/Kompetensi

1. Mengaplikasikan bidang keahlian pelayanan prima dan memanfaatkan IPTEKS yang mendukung dalam penyelesaian masalah serta mampu beradaptasi terhadap situasi dan kondisi yang dihadapi;
2. Menguasai konsep teoritis excellent service secara umum, serta mampu mempraktekkan dalam sebuah proses protokoler dan pelayanan;
3. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis situasi dan kondisional, dan mampu menerapkan pelayanan prima yang baik dan sesuai konteks dan terstandar;
4. Bertanggung jawab pada hasil karya sendiri dan dapat diberi tugas tanggung jawab atas pencapaian hasil karya kelompok.

Deskripsi Matakuliah

Mata kuliah ini yang membahas tentang pelayanan prima yang memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan, baik dari segi pelayanan maupun kualitas. Termasuk di dalamnya kajian tentang **Excellent service**, **customer service**, dan **customer care** yaitu berprinsip pada kepedulian pada pelanggan, melayani dengan tindakan terbaik, dan memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu yang terdiri dari unsur Ability, Attitude, Appearance, Attention, Action, Accountability.

Referensi

- Bharata, A.A. 2004. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
Evans, J.R. and Lindays. W.M. 2007. *The Management and Control Of Quality. Edisi Ketujuh*. Ohio: Thompson Shouth – Western.
Sutopo dan Suryanto, A. 2003. *Pelayanan Prima*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia.