





**FORMULIR RANCANGAN PERKULIAHAN  
PROGRAM STUDI ADVERTISING AND MARKETING COMMUNICATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

Q

No. Dokumen	061.423.4.70.00	Distribusi			
Tgl. Efektif	01 November 2011				

- 13. Komunikasi Organisasi.
- 14. Komunikasi Massa

Minggu Ke *	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *	BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*	BENTUK PEMBELAJARAN*	KRITERIA PENILAIAN (Indekator)*	BOBOT NILAI
1	Mampu memahami dan menjelaskan ulang pengertian tersebut.	Hakikat komunikasi, antara lain : 1. Komunikasi sebagai proses sosial dan peristiwa sosial 2. Komunikasi sebagai ilmu 3. Posisi ilmu komunikasi dalam pohon ilmu.	Materi tersampaikan dan adanya umpan balik (pertanyaan dan diskusi).		
2	Mampu menjelaskan fungsi komunikasi dan sifat-sifat komunikasi.	Arti penting komunikasi dikaji dalam beberapa bagian antara lain : 1. Fungsi komunikasi 2. Karakteristik komunikasi	Materi tersampaikan dan adanya umpan balik (pertanyaan dan diskusi) dan tugas dapat diselesaikan dengan baik.		



**FORMULIR RANCANGAN PERKULIAHAN  
PROGRAM STUDI ADVERTISING AND MARKETING COMMUNICATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

Q

No. Dokumen	061.423.4.70.00	Distribusi			
Tgl. Efektif	01 November 2011				

3	Menjelaskan tentang definisi dan konteks komunikasi.	Ruang lingkup komunikasi dikaji dalam beberapa bagian antara lain : 1. Definisi komunikasi 2. Konteks komunikasi	Materi tersampaikan dan adanya umpan balik (pertanyaan dan diskusi).		
4	Menjelaskan perkembangan ilmu komunikasi.	Sejarah komunikasi dan ilmu komunikasi dikaji dalam beberapa bagian antara lain : 1. Sejarah komunikasi manusia 2. Perkembangan ilmu komunikasi	Materi tersampaikan dan adanya umpan balik (pertanyaan dan diskusi) dan tugas dapat diselesaikan dengan baik		
5	Menjelaskan tentang 12 prinsip/dalil dalam komunikasi.	Prinsip-prinsip atau dalil dalam komunikasi.	Materi tersampaikan dan adanya umpan balik (pertanyaan dan diskusi).		
6	Memahami persepsi sebagai intisari/esensi komunikasi.	Persepsi dikaji dalam beberapa bagian antara lain : 1. Pengertian persepsi 2. Komponen-komponen persepsi	Aktifitas dan ketepatan jawaban atas pertanyaan dalam kuis		



**FORMULIR RANCANGAN PERKULIAHAN  
PROGRAM STUDI ADVERTISING AND MARKETING COMMUNICATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

Q

No. Dokumen	061.423.4.70.00	Distribusi			
Tgl. Efektif	01 November 2011				

7	Memahami dan menjelaskan tipologi model komunikasi.	Model-model komunikasi dikaji dalam beberapa bagian antara lain : 1. Fungsi dan manfaat model 2. Tipologi model komunikasi	Materi tersampaikan dan adanya umpan balik (pertanyaan dan diskusi).		
8	<b>Ujian Tengah Semester</b>				
9	Memahami dan menjelaskan fungsi bahasa dan lima keterbatasan bahasa.	Komunikasi Verbal dikaji dalam beberapa bagian antara lain : 1. Fungsi bahasa 2. Belajar bahasa 3. Keterbatasan bahasa	Materi tersampaikan dan adanya umpan balik (pertanyaan dan diskusi).		
10	Menjelaskan klasifikasi pesan nonverbal dan fungsi pesan nonverbal.	Komunikasi NonVerbal dikaji dalam beberapa bagian antara lain : 1. Pengertian komunikasi nonverbal 2. Fungsi komunikasi nonverbal 3. Klasifikasi pesan nonverbal	Materi tersampaikan dan adanya umpan balik (pertanyaan dan diskusi) dan tugas dapat diselesaikan dengan baik		

**FORMULIR RANCANGAN PERKULIAHAN  
PROGRAM STUDI ADVERTISING AND MARKETING COMMUNICATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

No. Dokumen	<b>061.423.4.70.00</b>	Distribusi					
Tgl. Efektif	01 November 2011						

11	Menyebutkan dan menjelaskan tujuan KAP dan efektifitas KAP.	Komunikasi Antarpribadi (KAP) dikaji dalam beberapa bagian antara lain : 1. Definisi KAP 2. Tujuan KAP 3. Efektifitas KAP	Materi tersampaikan dan adanya umpan balik (pertanyaan dan diskusi).		
12	Menjelaskan tentang hakikat, prinsip, dan hambatan dalam KAB.	Komunikasi Antarbudaya (KAB) dikaji dalam beberapa bagian antara lain : 1. Hakikat KAB 2. Arti penting KAB 3. Prinsip-prinsip KAB 4. Hambatan KAB	Materi tersampaikan dan adanya umpan balik (pertanyaan dan diskusi) dan tugas dapat diselesaikan dengan baik		
13	Menjelaskan tiga pengaruh kelompok terhadap komunikasi individu.	Komunikasi Kelompok dikaji dalam beberapa bagian antara lain : 1. Pengertian Kelompok 2. Jenis dan Ciri-ciri kelompok 3. Pengaruh kelompok terhadap komunikasi individu	Materi tersampaikan dan adanya umpan balik (pertanyaan dan diskusi).		



**FORMULIR RANCANGAN PERKULIAHAN  
PROGRAM STUDI ADVERTISING AND MARKETING COMMUNICATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

Q

No. Dokumen	<b>061.423.4.70.00</b>	Distribusi					
Tgl. Efektif	01 November 2011						

14	Memahami dan menjelaskan tentang pendekatan dan jaringan dalam komunikasi organisasi.	Komunikasi Organisasi dikaji dalam beberapa bagian antara lain : 1. Definisi komunikasi organisasi 2. Pendekatan komunikasi organisasi 3. Jaringan komunikasi	Aktifitas dan ketepatan jawaban atas pertanyaan dalam kuis.		
15	Menyebutkan dan menjelaskan Ciri-ciri komas dan ciri-ciri isi pesan media massa.	Komunikasi Massa dikaji dalam beberapa bagian antara lain : 1. Definisi komas 2. Karakteristik komas 3. Karakteristik isi pesan media massa	Materi tersampaikan dan adanya umpan balik (pertanyaan dan diskusi).		
16	<b>Ujian Akhir Semester</b>		Ujian Tertulis		

**Penilaian :**

1. Kehadiran & Keaktifan di Kelas ; 10%
3. Tugas: . Quiz dll : 40%



**FORMULIR RANCANGAN PERKULIAHAN  
PROGRAM STUDI ADVERTISING AND MARKETING COMMUNICATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

Q

No. Dokumen	061.423.4.70.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	01 November 2011						

- 4. UTS : 25%
- 5. UAS : 25%

**Daftar Pustaka:**

1. Arifin Anwar, *Ilmu Komunikasi : sebuah Pengantar Ringkas*, Rajawali Press Jakarta, 1988,
2. Devito, Joseph A., *Komunikasi Antar Manusia – Kuliah Dasar*, e.d. ke-5, profesional Books, 1997
3. Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi suatu Pengantar*, PT. Remaja Rosdakarja, Bandung, 2000
4. Mc. Quail, Dennis, Sven Windhal, *Communication Models*, Longman Inc, 1996
5. Paul, R.Wayne, J Don F., *Komunikasi Organisasi* (Editor : Deddy Mulyana, MA., Ph.D) PT.Remaja Rosdakarya, Bandung, 2000
6. Sendjaja, Sas Djuarsa, *Pengantar Komunikasi*, Universitas Terbuka, Jakarta, 1993