



Program Studi  
**Ilmu Komunikasi**

CREATE  
CONNECT  
COLLABORATE

# KURIKULUM PENDIDIKAN TINGGI YANG MENDUKUNG MBKM DAN BERORIENTASI PADA TOURISM DIGITAL PROJECT



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI, FAKULTAS PSIKOLOGI & HUMANIORA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG



## **TIM PENYUSUN**

Penanggung Jawab : Prof. Dr. Purwati, MS., Kons

Ketua : Dwi Susanti, M.A

Sekretaris : Annis Azhar S., M.I.Kom

Anggota : Moch. Imron Rosyidi, M.Sc

Fadhillah Sandy, M.A

Prihatin Dwihantoro, M.I.Kom

Lintang Muliawanti, M.A

Aang Budi SP

Pembimbing : Lembaga Pengembangan Pendidikan dan Mahasiswa (LP2Ma)

Mitra :

1. Badan Otorita Borobudur
2. Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga Kab Magelang
3. PT CBT Nusantara

Kontributor Pakar :

1. Dr. Muhammad Sulhan, S.IP. M.Si
2. Dr. Fajar Djunaedi
3. Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
4. Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si
5. Najih Farihanto, S.I.Kom., M.A

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG  
TAHUN 2021

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	4
<b>IDENTITAS PROGRAM STUDI.....</b>	<b>5</b>
<b>1. LANDASAN KURIKULUM.....</b>	<b>6</b>
1.1 LANDASAN FILOSOFI	6
1.2 LANDASAN SOSIOLOGIS	6
A. Lingkungan Makro	6
1.3 LANDASAN HISTORIS	9
1.4 LANDASAN HUKUM	10
<b>2. VISI, MISI, TUJUAN, DAN STRATEGI PROGRAM STUDI .....</b>	<b>11</b>
2.1 VISI	11
2.2 MISI	11
2.3 TUJUAN	12
2.4 STRATEGI	13
<b>3. HASIL EVALUASI KURIKULUM .....</b>	<b>16</b>
3.1 EVALUASI KURIKULUM	16
1. Analisis Ketercapaian Indikator kinerja Utama	16
3.2 ANALISIS CAPAIAN MIKRO KPT PRODI ILMU KOMUNIKASI UNIMMA	20
a) Bahan Kajian	20
b) Struktur Kurikulum	21
c) Rencana Pembelajaran	21
d) Metode dan Proses Pembelajaran	21
e) Penilaian Pembelajaran	22
3.2 ANALISIS KEBUTUHAN	23
2. Analisis Perkembangan Keilmuan dan Keahlian Komunikasi	23
3. Analisis Scientific Vision Program Studi	26
4. Analisis Kebutuhan Kualifikasi Nasional dan Internasional	27
5. Analisis Implementasi Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka	28
6. Analisis Kebutuhan Pasar dan Pemangku Kepentingan	29
<b>4. PROFIL LULUSAN &amp; RUMUSAN CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN (CPL) .....</b>	<b>32</b>
4.2. PROFIL LULUSAN	33
<b>5. PENENTUAN BAHAN KAJIAN .....</b>	<b>42</b>
5.2. GAMBARAN BODY OF KNOWLEDGE (BOK)	42
<b>6. PEMBENTUKAN MATA KULIAH DAN PENENTUAN BOBOT SKS .....</b>	<b>65</b>
<b>7. STRUKTUR MATAKULIAH DLM KURIKULUM PROGRAM STUDI .....</b>	<b>75</b>
1. Pendukung Ilmu Komunikasi	75
2. Ilmu Komunikasi Dasar	75
3. Peminatan Komunikasi	76
4. Pelengkap Ilmu Komunikasi	77
5. Keunggulan Program Studi (Institutional Specifics)	78
6.2. MATRIK KURIKULUM	80
<b>7. DAFTAR SEBARAN MATA KULIAH TIAP SEMESTER.....</b>	<b>82</b>
7.2. MODEL IMPLEMENTASI MBKM PRODI ILMU KOMUNIKASI	85
7.3. MATA KULIAH MBKM	86
<b>PENUTUP.....</b>	<b>92</b>

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadiran Allah SWT, atas nikmat dan karunia-Nya hingga penyusunan Kurikulum Perguruan Tinggi (KPT) Prodi Ilmu Komunikasi yang mendukung Implementasi MBKM dengan fokus *Digital Tourism Project* ini dapat diselesaikan. Kegiatan ini adalah salah satu *milestone* pengembangan pendidikan di lingkungan Prodi Ilmu Komunikasi yang merupakan program studi baru di Universitas Muhammadiyah Magelang.

Penyusunan kurikulum ini telah disesuaikan dengan tuntutan pasar kerja, arahan Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM), dan Asosiasi Pendidikan Ilmu Komunikas-Perguruan Tinggi Muhammadiyah (APIK-PTM), masukan dari sejumlah pihak, yaitu para pemangku kepentingan di Magelang, pengelola program studi, dan pakar kurikulum, serta diawasi oleh Badan Penjamin Mutu (BPM) Universitas Muhammadiyah Magelang. Oleh karena itu, tim penyusun kurikulum mengucapkan terima kasih dan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada para pihak yang telah membantu dan mendukung penyusunan kurikulum ini.

Kurikulum ini senantiasa perlu disempurnakan di tahun-tahun ke depan. Untuk itu, saran dan koreksi sangat diharapkan untuk perbaikan dan pembaruan. Semoga kurikulum ini bermanfaat bagi penyelenggaraan pendidikan ilmu komunikasi di Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Magelang dan bagi pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Magelang, Agustus 2021  
Ketua Program Studi,

Dwi Susanti, M.A  
NIDN. 0624069001

## IDENTITAS PROGRAM STUDI

1	Nama Perguruan Tinggi (PT)	Universitas Muhammadiyah Magelang
2	Fakultas	Psikologi dan Humaniora
3	Program Studi	Ilmu Komunikasi
4	Status Akreditasi	Baik
5	Alamat Prodi	Jln. Tidar No. 21 Kota Magelang 56126
6	Telepon	0293-326945
7	Web PRODI/PT	<a href="http://ilmukomunikasi.fph.ummgl.ac.id">http://ilmukomunikasi.fph.ummgl.ac.id</a>

## 1. LANDASAN KURIKULUM

### 1.1 Landasan Filosofi

Program studi ilmu komunikasi dalam praktik pengelolaannya cenderung menganut filosofi progresivisme. Pandangan filosofi progresivisme dalam kaitannya pendidikan, dapat dikenali melalui inisiatif dan karya Jhon Dewey. Seorang tokoh yang sangat berpengaruh di Amerika Serikat melalui gerakan "sekolah kerja". ia mempraktekan pandangan-pandangannya dalam dunia pendidikan. Pandangan tersebut mengenai kebebasan dan juga kemerdekaan peserta didik agar dapat mencapai tujuan pendidikan dalam pembentukan warga negara yang demokratis (Dewantara, 2018).

Pandangan ini dinilai condong diikuti oleh program studi ilmu komunikasi unimma karena berbagai inovasi pendidikan yang memberikan ruang mahasiswa mengeksplorasi kemampuannya di era digital ini. berbagai kegiatan seperti peningkatan suasana akademik dan program tugas project mata kuliah yang terintegrasi membuat mahasiswa semakin memiliki kesempatan untuk menghasilkan skill dan kemampuan yang lebih beragam.

Pendapat bahwa Progresivisme juga tidak menghendaki adanya mata pelajaran yang terpisah, melainkan harus diusahakan menjadi satu unit dan terintegrasi (Sulastini, 2018), semakin memperkuat karakter filosofi dari prodi ilmu komunikasi unimma. sejauh ini berbagai kegiatan dengan mitra yang telah dilakukan juga telah memperkuat kemampuan mahasiswa agar lebih fokus dalam melaksanakan project besar dan maksimal sesuai arah progresif yang linier dan menyeluruh dalam faham progresivisme pendidikan.

### 1.2 Landasan Sosiologis

#### A. Lingkungan Makro

**Aspek Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Politik.** Magelang memiliki peran strategis di Karesidenan Kedu. Magelang dan sekitarnya memiliki banyak tempat pariwisata budaya dan alam yang dikenal tidak hanya di Indonesia tapi juga di mancanegara, seperti Candi Borobudur, Dataran Tinggi Dieng, dan sebagainya. Wilayah Borobudur khususnya, dicanangkan untuk menjadi destinasi wisata super prioritas di Indonesia. Ini menjadi peluang besar bagi prodi untuk bermitra dengan berbagai elemen-elemen masyarakat dan juga menjadi kesempatan bagi lulusan Prodi Ilmu Komunikasi untuk mengembangkan ekonomi kreatif dan pariwisata di Magelang.

Mobilitas masyarakat Magelang dan Kedu pada umumnya yang tinggi juga menjadi ancaman dalam menjaring mahasiswa. Calon mahasiswa yang kebanyakan berasal dari kabupaten-kabupaten se-Karesidenan Kedu, cenderung memilih berkuliah di Yogyakarta yang lebih tenar dan prestisius sebagai Kota Pelajar. Yogyakarta memiliki ratusan perguruan tinggi yang menjadi kompetitor bagi Unimma, terkhusus Prodi Ilmu Komunikasi. Di tingkat lokal Kota Magelang sendiri, terdapat kampus negeri yang membuka program studi Ilmu Komunikasi. Hal ini mendorong Prodi Ilmu Komunikasi untuk memiliki ciri khas yang mampu membedakannya dari prodi-prodi sejenis.

Di tingkat nasional, saat ini baik dunia industri maupun pemerintahan memprioritaskan lulusan dari Institusi dan Program Studi yang terakreditasi A, minimal B. Tantangan paling utama adalah dinamika regulasi pemerintah yang semakin ketat dengan adanya Standar Nasional Perguruan Tinggi (SN-DIKTI) dan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI). Dalam upaya memenuhi standar-standar tersebut, sebagai prodi baru, Prodi Ilmu Komunikasi terkendala dalam dana untuk pengembangan institusi maupun sarana penunjang kegiatan akademik. Tantangan ini Prodi Ilmu Komunikasi untuk mencari dukungan dari pihak eksternal dengan menjalin berbagai kerjasama di bidang pendidikan.

Dengan berada di bawah naungan Persyarikatan Muhammadiyah, Unimma dimudahkan dalam membangun kerjasama dengan berbagai Amal Usaha Muhammadiyah (AUM). Persyarikatan Muhammadiyah memberikan bermacam-macam dukungan bagi Perguruan Tinggi Muhammadiyah (PTM) sebagai salah satu amal usaha yang bergerak dibidang pengembangan SDM. Muhammadiyah tidak hanya memberikan bantuan beasiswa, hibah untuk penelitian dan pengembangan institusi, tetapi juga jaringan profesional yang bekerja di PTM. Prodi Ilmu Komunikasi telah tergabung dalam Asosiasi Pendidikan Ilmu Komunikasi-Perguruan Tinggi Muhammadiyah (APIK-PTM) di samping tergabung pula dalam Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (Setiawan, 2013). Dalam asosiasi-asosiasi ini, Prodi Ilmu Komunikasi Unimma turut berkontribusi dan berkolaborasi dalam pengembangan Tri Dharma Pendidikan Tinggi.

**Aspek IPTEK.** Ilmu komunikasi mengalami perkembangan pesat dengan kehadiran teknologi komunikasi berbasis internet. Konvergensi telematika (telekomunikasi, media dan informatika) mengakibatkan perubahan dalam tatanan masyarakat yang makin berorientasi pada informasi (*information society*). Perubahan teknologi juga telah mendorong penciptaan baru, layanan interaktif dan berbagai layanan multimedia yang lain, termasuk menjamurnya bisnis online dan berkembangannya media pembelajaran online (*e-learning*). Dinamika ini tidak

hanya berpotensi menumbuhkan ekonomi, tetapi juga memperkuat hubungan antardaerah dan meningkatkan produktivitas masyarakat.

Untuk menjawab peluang-peluang di atas, komunikasi bisnis berbasis media dan digital menjadi aktivitas paling strategis saat ini. Dengan pemanfaatan media digital, praktik komunikasi akan semakin maju dan berkembang sesuai dengan tuntutan perkembangan zaman saat ini. Atas dasar itu, Prodi Ilmu Komunikasi mencanangkan visi untuk menjadi pusat pendidikan ilmu komunikasi yang unggul dan Islami di bidang komunikasi bisnis berbasis media dan digital. Seluruh aspek dalam kondisi lingkungan eksternal makro yang mempengaruhi pengembangan Prodi Ilmu Komunikasi dirangkum dalam tabel berikut:

**Tabel 1 Analisis Kondisi Eksternal Makro**

No.	Aspek Eksternal	P/A	Implikasi bagi Prodi
1.	<p>Aspek Sosial dan Budaya</p> <p>Prodi terletak di Magelang sebagai kota penting di wilayah eks-Karesidenan Kedu, kaya akan budaya dan sumber daya alam.</p> <p>Prodi di bawah naungan Persyarikatan Muhammadiyah dan terhubung dengan berbagai Amal Usaha Muhammadiyah (AUM)</p>	P	<p>Memberikan kesempatan luas bagi prodi untuk bermitra dengan masyarakat pada umumnya dan AUM pada khususnya untuk mengembangkan Tri Dharma.</p>
2.	<p>Aspek Politik</p> <p>Visi pemerintahan Presiden Joko Widodo menjadikan Candi Borobudur sebagai salah satu destinasi wisata unggulan nasional.</p>	P	<p>Membuka kesempatan bagi lulusan Prodi Ilmu Komunikasi untuk berkarya di daerah sebagai pegiat pariwisata dan ekonomi kreatif.</p>

No.	Aspek Eksternal	P/A	Implikasi bagi Prodi
3.	<p>Aspek Ekonomi</p> <p>Kebanyakan calon mahasiswa dari wilayah kabupaten dan pedesaan dengan tingkat ekonomi menengah ke bawah, sementara calon mahasiswa dari sekolah-sekolah favorit dan mampu secara ekonomi cenderung memilih berkuliah di perguruan tinggi negeri maupun swasta yang lebih bereputasi di Yogyakarta, Semarang, atau Solo.</p>	A	<p>Sulit untuk mendapatkan input calon mahasiswa dengan potensi akademik tinggi/ berprestasi karena prodi menjadi pilihan terakhir bagi calon mahasiswa yang tidak diterima di universitas-universitas negeri.</p> <p>Mendesak diadakannya program beasiswa dan program kemandirian ekonomi/ keterampilan finansial untuk mahasiswa.</p>
4.	<p>Aspek IPTEK</p> <p>Perkembangan teknologi digital, kemajuan ilmu komunikasi di Era Industri 4.0, beserta perubahan-perubahan yang terjadi di masyarakat di bidang ekonomi, sosial, maupun pendidikan.</p>	P	<p>Membuka peluang untuk mengembangkan ilmu dan praktik komunikasi digital, yang dapat diterapkan untuk pembangunan masyarakat di daerah.</p>

Ket: P = Peluang; A = Ancaman

### 1.3 Landasan Historis

FPH sebagai unit pengelola program studi ilmu komunikasi didirikan secara resmi berdasarkan SK Rektor No. 0106/KEP/IL.3.AU/B/2017 tanggal 20 Mei 2017, berlokasi di Gedung A Kampus 1 Unimma sebagai fakultas ketujuh di Unimma. Fakultas ini dibentuk untuk menaungi prodi-prodi ilmu sosial dan humaniora, yakni: 1) Prodi Psikologi yang berdiri berdasarkan SK Menristekdikti No. 362/KPT/I/2016 tertanggal 13 September 2016, dan 2) Program Studi Ilmu

Komunikasi yang berdiri dua tahun kemudian pada 2 Februari 2018 berdasarkan SK Menristekdikti No. 124/KPT/I/2018, dalam perjalanannya prodi ilmu komunikasi Unimma telah menjalankan kurikulum KPT dan disahkan sesuai nomor (UMMGL-FPH-GKM-19.02.002) berdasarkan SK Rektor No. 0136/KEP/II.3.AU/F/2018. Dokumen kurikulum ini menjadi pedoman penyelenggaraan pendidikan di Prodi Ilmu Komunikasi, memuat deskripsi tentang profil lulusan, capaian pembelajaran lulusan, mekanisme penyusunan kurikulum, struktur kurikulum, dan distribusi setiap mata kuliah per semester. Pada kelanjutannya sesuai SN-Dikti 2020 Prodi Ilmu Komunikasi melakukan Redsign kurikulum sesuai pedoman MB-KM untuk mendukung kurikulum merdeka.

#### **1.4 Landasan Hukum**

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 157, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4586);
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5336);
3. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012, Tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI);
4. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2013, Tentang Penerapan KKNI Bidang Perguruan Tinggi;
5. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020, Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
6. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2020, Tentang Akreditasi Program Studi dan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2020, Tentang Pendirian, Perubahan, Pembubaran PTN, dan Pendirian, Perubahan, Pencabutan Izin PTS;
8. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 81 Tahun 2014, Tentang Ijazah, Sertifikat Kompetensi, Dan Sertifikat Profesi Pendidikan Tinggi;
9. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia
10. Buku Panduan Penyusunan KPT di Era Industri 4.0 untuk Mendukung Merdeka Belajar Kampus Merdeka, Ditjen Belmawa, Dikti-Kemendikbud, 2020.
11. Buku Panduan Merdeka Belajar – Kampus Merdeka, Ditjen Belmawa, Dikti-Kemendikbud, 2020.

- 12 Peraturan Rektor Universitas Muhammadiyah Magelang Nomor : 130/PRN/II.3.AU/F/2021 tentang Peraturan Akademik
- 13 Pedoman Umum Implementasi Merdeka Belajar-Kampus Merdeka Universitas Muhammadiyah Magelang Form/Unimma/STD/04.02-04.02

## 2. **Visi, Misi, Tujuan, dan Strategi Program Studi**

### 2.1 **Visi**

Visi Program Studi Ilmu Komunikasi Unimma adalah, *“Menjadi pusat pendidikan Ilmu Komunikasi yang unggul dan islami di bidang Komunikasi Bisnis berbasis media dan digital.”*

Penjabaran visi tersebut adalah sebagai berikut:

#### 1. **Unggul**

Memberikan pendidikan ilmu komunikasi yang berkualitas, terutama di bidang komunikasi bisnis berbasis media dan digital, mendukung peningkatan kompetensi dan daya saing lulusan di tingkat nasional maupun internasional, serta memfasilitasi pengembangan diri mahasiswa untuk menjadi pribadi yang kreatif, inovatif, beretika, responsif, dan berjiwa wirausaha.

#### 2. **Islami**

Menjunjung tinggi nilai-nilai Islam yang berkemajuan dalam perilaku civitas academica dan di setiap aspek kehidupan kampus, peduli terhadap kesejahteraan masyarakat, serta proaktif menghadapi perubahan yang terjadi di lingkungan.

### 2.2 **Misi**

Misi Program Studi Ilmu Komunikasi Unimma adalah:

1. Menyelenggarakan pendidikan ilmu komunikasi di tingkat sarjana yang *up to date*, mengintegrasikan antara teori dan praktik, responsif terhadap isu-isu terkini terutama yang menyangkut perkembangan media komunikasi digital, dan menghasilkan insan akademik yang berjiwa wirausaha dan berdaya saing tinggi.
2. Mengembangkan penelitian ilmu komunikasi khususnya pada bidang kajian komunikasi bisnis berbasis media dan digital untuk kepentingan akademik, industri, pemerintah, dan masyarakat.
3. Melaksanakan pengabdian masyarakat dalam rangka mencerdaskan dan menyejahterakan komunitas di era digital.

4. Menerapkan nilai-nilai Al-Islam dan Kemuhammadiyah sebagai landasan berpikir dan bertindak civitas akademika dan melaksanakan syiar Islam dengan memanfaatkan media digital.

### **2.3 Tujuan**

Tujuan Prodi Ilmu Komunikasi, adalah:

1. Mewujudkan pendidikan ilmu komunikasi terutama di bidang Komunikasi Bisnis berbasis media dan digital, yang mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan dinamika masyarakat di era industri 4.0, berorientasi pada pemecahan masalah, dan memperhatikan kebutuhan lokal.
2. Menyelenggarakan program studi ilmu komunikasi berdasarkan tata kelola organisasi yang baik, transparan, dan bertanggung jawab.
3. Menghasilkan lulusan sarjana ilmu komunikasi yang berkompeten, berdaya saing tinggi di tingkat nasional maupun internasional, mampu menyelesaikan masalah, memiliki keterampilan sosial, keterampilan kerja, keterampilan komunikasi, dan keterampilan berkreasi menggunakan media digital, serta berkarakter islami.
4. Menghasilkan karya-karya ilmiah berupa publikasi riset dan produk komunikasi yang berkontribusi bagi pengembangan ilmu dan pembangunan masyarakat di bidang Komunikasi Bisnis berbasis media dan digital.
5. Memberdayakan masyarakat di Magelang dan sekitarnya pada umumnya, serta Amal Usaha Muhammadiyah pada khususnya, melalui kegiatan-kegiatan pengabdian masyarakat di bidang Komunikasi Bisnis berbasis media dan digital.
6. Menyediakan layanan konsultasi komunikasi secara profesional, bertanggung jawab dan sesuai dengan kaidah-kaidah ilmu komunikasi.
7. Meluaskan jaringan dan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak, untuk mendukung kegiatan pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat, dan promosi program studi.

## 2.4 Strategi

	TAHAP 1 Tahun 2018-2020	TAHAP 2 Tahun 2020-2022	TAHAP 3 Tahun 2022-2024
<b>STRATEGI</b>	Penataan kompetensi program studi di bidang Ilmu Komunikasi Bisnis berbasis Media dan Digital dengan pembangunan sistem tata kelola program studi yang baik	Penguatan kompetensi program studi melalui eksplorasi dan internalisasi nilai-nilai keislaman dan kewirausahaan lewat aktivitas pendidikan dan penelitian yang terpadu dan memberdayakan masyarakat daerah	Pengembangan kompetensi program studi yang unggul di bidang komunikasi bisnis berbasis media dan digital di Jawa Tengah melalui Catur Dharma Perguruan Tinggi dan penguatan jaringan eksternal di lingkup lokal, nasional, maupun internasional.
<b>TARGET</b>	Sistem tata kelola yang efektif dan efisien yang mengarah pada pengembangan kompetensi program studi.	Pendidikan dan penelitian komunikasi yang berorientasi pada ekplorasi dan internalisasi nilai-nilai keislaman dan kewirausahaan	Peningkatan produktivitas program studi berupa produk-produk komunikasi di bidang pendidikan, publikasi penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat dan Persyarikatan Muhammadiyah

### 3. Hasil Evaluasi Kurikulum

#### 3.1 Evaluasi Kurikulum

##### 1. Analisis Ketercapaian Indikator kinerja Utama

Merujuk pada Indikator Kinerja Utama (IKU) terdapat beberapa kinerja yang menjadi catatan pada program studi dan analisa Faktor pendukung serta penghambatnya. Berdasarkan analisa tersebut program studi kemudian membuat rencana tindak lanjut sebagai perbaikan di masa yang akan datang sehingga indikator kinerja tersebut dapat terpenuhi.

###### - IKU 1 : Kesiapan Kerja Lulusan

Pada IKU yakni kesiapan kerja lulusan dengan persentase lulusan S-1 yang berhasil mendapatkan pekerjaan Prodi Ilmu Komunikasi mengawali dengan baseline 0% dengan target di tahun 2022 sebesar 75% dan 80% di tahun 2023. Lulusan yang melanjutkan studi prodi juga memiliki baseline 0% dan ditargetkan 10% pada tahun 2022 dan 15% di tahun 2023. Hal ini karena prodi belum memiliki lulusan sehingga indikator tersebut belum dapat diukur. Sementara lulusan yang menjadi wirausahawan prodi memulai dengan baseline sebesar 5% . Saat ini terdapat 4 dari 60 mahasiswa (6,7%) yang menjadi wirausahawan. Indikator ini ditargetkan naik menjadi 10% pada tahun 2022 dan 20% pada tahun 2023. **Faktor pendukung** pada point ini adalah *pertama*, VMTS sudah mewadahi profil mahasiswa menjadi wirausahawan. *Kedua*, salah satu profil lulusan yang ditetapkan di dokumen kurikulum adalah wirausaha, *Ketiga*, profil dosen yang sudah menjadi wirausaha. *Keempat*, bahan kajian yang ada pada mata kuliah Kreasi Konten Digital, *Copywriting*, *Online Adv*, *Digital Start-up*, dan *Integrated Marketing Communication* sudah mendukung profil lulusan *Digital Entrepreneur*. *Kelima*, adanya kegiatan kuliah tamu atau seminar yang menghadirkan praktisi terkait bidang kewirausahaan. Meskipun begitu, ada beberapa **faktor penghambat** yakni *pertama*, belum menerapkan *experiential learning*. *Kedua* metode perkuliahan belum berbasis *project*. *Ketiga*, luaran mata kuliah baru sebatas perencanaan wirausaha dan *keempat*, belum menghadirkan dosen praktisi dibidang digital entrepreneur. Berdasarkan analisis di atas, prodi membuat **perencanaan tindak lanjut** yakni menerapkan MBKM dalam mata kuliah yang menggunakan metode experiential learning dan

perkuliahan berbasis project dengan membuat inkubator bisnis mahasiswa, menghadirkan dosen praktisi, membuat modul, dan menghasilkan luaran dalam bentuk project wirausaha mahasiswa.

- IKU 2 : Mahasiswa luar kampus

Pada tahun 2020 mahasiswa yang menghabiskan paling sedikit 20 (dua puluh) sks di luar kampus sebesar 23% yang ini dikarenakan Rata – rata jumlah mahasiswa yang telah mengikuti perkuliahan mengarah pada MBKM sebanyak 14 orang dalam program pemerintah dan swadaya yang disetarakan dengan rata – rata 13 SKS dengan rincian sebagai berikut : 10 orang mengikuti program PHP2D setara 10 SKS, 16 orang mengikuti program swadaya (mata kuliah Manajemen Event Online, Komunikasi Pembangunan, dan PR 4.0) setara 7 SKS dan 2 mahasiswa mengikuti program swadaya - *international student exchange* di Asia University dan Khon Kaen University setara 9 SKS. Target ini akan ditingkatkan menjadi 25% pada tahun 2021, 30 % pada tahun 2022 dan 50% pada tahun 2023. **Faktor pendukung** pada indikator ini adalah *pertama*, program pemerintah memwadahi kegiatan perkuliahan di luar kampus. *Kedua*, program kerjasama internasional dalam bentuk *student exchange* di tingkat Universitas. *Ketiga*, program kerjasama dengan mitra yang mendukung *project-based learning*, dan *keempat*, dosen program studi berkompentensi menjadi pembimbing kegiatan belajar di luar kampus. **Faktor penghambatnya** adalah kurikulum di program studi belum mengakomodasi kegiatan secara maksimal serta pelaksanaan kegiatan di luar kampus belum terstruktur. Dengan begitu pada **rencana tindak lanjut** akan dilakukan penyusunan kurikulum yang mendukung kegiatan perkuliahan di luar kampus

Pada tahun 2020 raihan prestasi mahasiswa minimal tingkat nasional ada sebesar 27% dengan rincian 6 mahasiswa mendapat hibah, 5 mahasiswa menjuarai kompetisi di tingkat nasional dan 5 mahasiswa menjadi finalis. Kinerja ini akan ditingkatkan pada tahun 2021 sebesar 35%, 2022 50% dan tahun 2023 60%. **Faktor pendukung** pada indikator ini adalah *pertama*, program pembinaan kegiatan kemahasiswaan dilakukan secara intensif. *Kedua*, sistem pendanaan mendukung keterlibatan mahasiswa dalam kompetisi di tingkat nasional dan *ketiga*, kuliah di program studi menargetkan luaran yang mendukung mahasiswa berprestasi di tingkat nasional. **Faktor penghambat** dalam indikator ini adalah riset kompetensi mahasiswa belum diperbaharui dan jumlah mahasiswa yang mengikuti lomba masih rendah. **Rencana tindak lanjutnya** adalah akan dilakukan riset sebaran kompetensi mahasiswa untuk meningkatkan jumlah mahasiswa yang mengikuti lomba serta proyek independen sebagai upaya peningkatan kompetensi mahasiswa.

Program perjanjian kerjasama untuk pengembangan kurikulum, penyediaan program magang dan melaksanakan kegiatan tridharma lainnya baru terjalin beberapa instansi dan organisasi dalam wilayah lokal dan regional selama tahun 2020. Program studi telah menetapkan target capaian kerjasama dalam bidang-bidang tersebut di atas yang terus bertambah di tahun 2021 hingga 2023. **Faktor pendukung** pada indikator ini adalah beberapa mitra prodi memiliki kebutuhan yang sesuai dengan kompetensi dosen untuk melaksanakan kegiatan Tridharma Perguruan Tinggi. **Faktor penghambatnya** antara lain mayoritas MoU belum mendukung pengembangan kurikulum MBKM, visi keilmuan program studi masih terlalu luas sehingga sasaran mitra belum terarah. Kerjasama mitra dalam program PkM masih bersifat insidental dan mata kuliah pada kurikulum program studi belum terintegrasi dengan kemitraan bidang penelitian.

- IKU 7 Pembelajaran dalam kelas

Presentase mata kuliah S-1 yang menggunakan metode pembelajaran pemecahan kasus (*case method*) pada tahun 2020 ada sebanyak 5%. Metode pembelajaran kelompok berbasis proyek (*Team-based project*) 12%. Berdasarkan baseline tersebut prodi menetapkan target kenaikan penggunaan metode pembelajaran studi kasus 10% tahun 2021, 20% tahun 2021 dan 35% pada tahun 2023. Dan untuk metode pembelajaran *team-based project* 20% tahun 2021, 30% tahun 2022 dan 40% pada tahun 2023. **Faktor pendukung** pada indikator ini adalah *pertama*, mata kuliah di prodi Ilmu Komunikasi memiliki bahan kajian yang berpotensi menyelesaikan permasalahan di masyarakat. *Kedua*, mata kuliah di prodi Ilmu Komunikasi memiliki bahan kajian yang berpotensi menghasilkan luaran dalam bentuk project. *Ketiga*, dosen dan mahasiswa mampu bersinergi dalam melaksanakan pembelajaran dengan metode studi kasus dan berbasis project. **Faktor penghambatnya** adalah tidak semua mata kuliah mendukung penggunaan metode pembelajaran studi kasus dan *base project*. **Rencana tindak lanjut** pada indicator ini menyusun kurikulum MBKM yang mendukung metode pembelajaran studi kasus dan *project base* dengan lebih terstruktur dan terarah bersama mitra.

- IKU 8 Akreditasi Internasioal

Pada tahun 2021 program studi Ilmu Komunikasi mendapat peringkat **BAIK** pada akreditasi pertamanya. Hal ini menyebabkan program studi belum memiliki akreditasi di tingkat internasional. Namun begitu rencana akreditasi tingkat internasional sudah masuk dalam RENSTRA-RENOP Universitas Muhammadiyah Magelang tahun 2020-2024

### 3.2 Analisis Capaian Mikro KPT Prodi Ilmu Komunikasi Unimma

#### a) Bahan Kajian

- Sumber data: Survey Mahasiswa dan FGD
- 1) Dalam Kegiatan FGD evaluasi Kurikulum program studi yang dilaksanakan dengan asosiasi (APIK PTMA: tanggal 21 Juni 2021 dan Aspikom 28 Juni 2021 ) menyatakan bahwa keilmuan yang dimiliki Prodi Ilmu Komunikasi Unimma sudah up to date dan sesuai dengan arah perkembangan pengetahuan. dari segi bahan kajian bahkan menjadi program studi ilmu komunikasi pertama yang menjadikan digital activity : PR.40, Literasi Digital, Komunikasi Digital sebagai suatu bahan kajian dan mata kuliah tersendiri.
- 2) Para Pakar dari asosiasi mengapresiasi rencana penambahan CPL melalui Bahan Kajian *Tourism Digital Project*. hal ini dinilai cukup efektif dalam pengembangan keilmuan dan sesuai dengan kebutuhan mitra pariwisata yang difokuskan oleh program studi Ilmu Komunikasi Unimma.
- 3) Mitra dari Disparpora Kabupaten Magelang dan Badan Otorita Borobudur (Pada tanggal: 25 Juni 2021) juga dimintai keterangan kebutuhan Dunia Usaha dan Dunia Industri saat ini. Hasil pertemuan menunjukkan bahwa saat ini kebutuhan kedua mitra adalah sentuhan akademisi untuk mendukung pentahelix pariwisata. diharapkan peran serta akademik lebih optimal dalam pengembangan sistem pariwisata. Para mitra mengalami kesulitan dalam bidang pengembangan pengetahuan dan riset program kegiatan sehingga dengan adanya akademisi dinilai bisa memberi sumbangsih lebih agar program pengembangan pariwisata tidak sporadis dan efektif berdasarkan riset yang berkemajuan. Sebagai wacana pertimbangan Badan Otorita Borobudur telah melaksanakan pelatihan berkala di bukit Brexi Yogyakarta, namun kesulitan mencari mentor untuk pelatihan videografi, copywriting dan sebagainya. Sehingga mereka menilai Profil lulusan Prodi Ilmu Komunikasi Unimma sangat mendukung kegiatan pengembangan pariwisata.
- 4) Kapasitas mengajar dosen Program studi ilmu komunikasi sudah sesuai dengan tuntutan bahan kajian. Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi berasal dari beragam latar belakang mayor komunikasi seperti fokus bidang Desain Komunikasi Visual, Broadcasting, PR, Jurnalistik hingga Komunikasi Pembangunan Masyarakat. Heterogenitas keahlian menjadikan ruang fokus program studi tidak

hanya mendalam namun juga meluas sehingga mampu menjawab problem di masyarakat khususnya pengembangan pariwisata.

**b) Struktur Kurikulum**

- Sumber data: Kurikulum
- Pertanyaan yang harus dijawab:
  - 1) Struktur kurikulum saat ini sudah mengikuti logika alur pembelajaran yang mendukung mahasiswa mencapai pengetahuan, keterampilan dan sikap yang dibutuhkan. Dimulai dengan mata kuliah dasar, kemudian penguat dan keterampilan khusus di akhir sehingga mahasiswa bisa belajar sesuai peta capaian profil lulusan yang ditetapkan. terdapat unsur pengetahuan, keterampilan khusus dan keterampilan umum, serta capaian sikap dalam setiap CPL mata kuliah.
  - 2) Untuk saat ini struktur kurikulum belum sepenuhnya mengakomodasi pembelajaran luar kampus. meski memungkinkan namun perlu ada semacam mekanisme paket atau pengelompokkan mata kuliah untuk menentukan CPL dan memudahkan proses Konversi mata kuliah. sehingga diharapkan redesign kurikulum ini mampu menjawab problem tersebut.

**c) Rencana Pembelajaran**

- Sumber data: Data LED dan LKPS
- Pertanyaan yang harus dijawab:
  - 1) Semua Mata Kuliah di Program Studi Ilmu Komunikasi Unimma sudah dilengkapi RPS dengan Format dari LP2MA. hampir setiap semester ada pemutakhiran RPS minimal 50% dari semua Mata Kuliah sesuai dengan perkembangan isu yang ada. Namun rencana pembelajaran mata kuliah yang sudah mengintegrasikan kegiatan riset dan PkM belum maksimal. Hanya sekitar 5% persen mata kuliah yang sudah menerapkan itu. Hal ini menjadi catatan penting agar dalam pemutakhiran kurikulum RPS bisa disesuaikan dengan mengintegrasikan Riset dan PkM.

**d) Metode dan Proses Pembelajaran**

- Sumber data: Survei dan FGD
- Pertanyaan yang harus dijawab:
  - 1) Hampir sebagian mata kuliah sudah menerapkan SCL dengan metode experiential learning dan exploratory learning, namun belum bisa dibilang maksimal karena keterbatasan jumlah mahasiswa untuk penerapannya. Beberapa kegiatan seperti bekerjasama dengan

PKK-Milenial Kabupaten Magelang dan Rumah kreatif sudah dilakukan, namun memang belum maksimal dibawah 25% jumlah mata kuliah.

- 2) Berdasarkan hasil survey menunjukkan bahwa mahasiswa sudah merasa jika mata kuliah sudah menyeimbangkan antara teori, praktik, dan pengalaman lapangan (belajar luar kampus). Sebanyak 70% mahasiswa menilai Cukup Sering, 23% mahasiswa menilai Sering, dan 6 Persen mahasiswa menilai sangat sering. data tersebut menunjukkan bahwa tidak ada yang menilai keseimbangan teori, praktik, dan pengalaman lapangan (belajar luar kampus) tidak pernah dilakukan. Namun sekali lagi jumlah mata kuliah yang melibatkan itu hanya berkisar 30% dari total semua mata kuliah. Ketika FGD mahasiswa berharap semakin banyak penerapannya, maka hal itu menjadi catatan dalam evaluasi kali ini.
- 3) Beberapa mata kuliah sudah maksimal dalam melibatkan praktisi dari DUDI, seperti mata kuliah PR 4.0, Komunikasi Pembangunan dan Manajemen Event Online. Namun baru mencapai 10% dari semua mata kuliah, sehingga perlu penguatan kelembagaan dengan mitra agar bisa mencapai peningkatan jumlah mata kuliah yang melibatkan praktisi dari DUDI.

**e) Penilaian Pembelajaran**

- Sumber data: Survey dan FGD kepada mahasiswa dan dosen.
- prestasi belajar mahasiswa di setiap mata kuliah sudah dilengkapi rubrik dan instrumen penilaian, sesuai dengan metode pembelajaran yang dilakukan. hasil survei menunjukkan 75,4% mahasiswa merasa proses penilaian sudah objektif. Rubrik penilaian sudah disesuaikan dengan masing-masing mata kuliah serta memberikan kesempatan bagi mahasiswa melakukan konfirmasi dan proses remedial atau ujian perbaikan dengan pertimbangan tertentu.
- Pada Proses penilaian di Prodi Ilkom Unimma mahasiswa puas dengan penilaian pembelajaran selama ini. mayoritas mahasiswa (76,5%) menyatakan puas dengan proses penilaian yang ada. Sehingga bisa dibilang proses penilaian sudah menunjukkan keterbukaan, transparansi dan sesuai harapan mahasiswa.  
Data diatas diperkuat oleh statement perwakilan mahasiswa semester 6 angkatan 2018 sewaktu FGD. Kepuasan nilai tidak hanya soal mendapat nilai bagus namun juga bagaimana nilai tersebut dikeluarkan sesuai dengan kemampuan mereka. dan diterima

dengan baik oleh mahasiswa sebagai sebuah kesatuan dari bagian pembelajaran.

### **3.2 Analisis Kebutuhan**

#### **2. Analisis Perkembangan Keilmuan dan Keahlian Komunikasi**

Komunikasi merupakan proses fundamental. Setiap aktivitas individu dalam lingkup pribadi, sosial maupun profesional tidak terlepas dari komunikasi. Keterampilan berkomunikasi sangat diperlukan dalam segala bidang pekerjaan, mulai dari memahami situasi komunikasi, mengembangkan strategi komunikasi yang efektif, menjalin hubungan dengan orang/pihak lain, dan menyajikan gagasan melalui berbagai saluran komunikasi.

Komunikasi memiliki sejarah yang kaya dan panjang, yang dapat ditelusuri kembali ke tulisan-tulisan pada bangsa Babilonia dan Mesir sebelum abad ke-5 SM. Kontribusi awal untuk studi komunikasi berasal dari para ahli dengan apa yang disebut retorika. Para ahli memandang komunikasi sebagai seni praktis dari persuasi. Sejalan dengan retorika dan pidato, jurnalisme juga berkontribusi pada warisan keilmuan komunikasi. Di samping itu, Ilmu Komunikasi sebelumnya menjadi tempat persinggahan sementara bagi sejumlah skolar dari disiplin ilmu lain, seperti Ilmu Politik (Lasswell); matematik dan sosiologi (Lazarsfeld); psikologi sosial (Lewin), dan sebagainya. Dengan begitu Ilmu Komunikasi dipandang sebagai disiplin terbuka yang dimasuki dari berbagai disiplin keilmuan lain. Dalam citranya sebagai disiplin yang terbuka, dibandingkan dengan cabang-cabang disiplin Ilmu Sosial lainnya, Ilmu Komunikasi boleh disebut memiliki obyek kajian yang lebih jelas batasnya (Littlejohn et al., 2005).

Kajian dengan *focus of interest* yang dikonsentrasikan pada subject matter media dan informasi dalam interaksi sosial, akan membedakannya dengan kajian atas interaksi sosial yang dilakukan dalam cabang lain disiplin Ilmu Sosial. Penetapan obyek kajian dalam Ilmu Komunikasi tidak pernah menimbulkan kontroversi, sehingga kajian dari tahun ke tahun dapat berkembang dengan mempertajam perspektifnya. Dalam perkembangan Ilmu Komunikasi setidaknya para skolarnya tidak terlibat dalam perdebatan epistemologis, apakah disiplin ini sebagai studi dengan pendekatan empirisme ataukah rasionalisme, kuantitatif ataukah kualitatif, studi sosial ataukah studi kultural, dan sebagainya. Pendefinisian komunikasi sebagai proses transmisi pesan dalam konteks interaksi sosial ataukah sebagai proses produksi makna simbolik dalam konteks kultural, mendapat tempat yang sama dalam kajian Ilmu Komunikasi. Antara tahun 1970-an dan awal 1980-an adalah masa pertumbuhan yang luar biasa dalam keilmuan komunikasi, di mana spesialisasi banyak terjadi, sehingga mendorong kemajuan dalam pemahaman kita mengenai komunikasi interpersonal, kelompok, organisasi,

politik, internasional dan komunikasi multikultur. Pada masa ini, perkembangan era informasi telah memberi pengaruh yang penting (Wahyuni, Ph.D, 2019).

Perkembangan era informasi merubah media konvensional ke media digital, yang disebut dengan konvergensi media. Konvergensi media merupakan salah satu karakteristik paling signifikan dari Era Post Modern. Kemajuan teknologi ini memunculkan Teknologi Komunikasi Pribadi. Orang-orang di tahun 60-an, 70-an dan bahkan tahun 80-an abad ke-20, mengalami telepon hanya pada tahap akhir kehidupan mereka. Di sisi lain, generasi muda, pasca 1990-an, lahir dan dibesarkan di *High-Fidelity Audio Technology* dan *Wire Free World*. Media baru telah memperluas pilihan konten hiburan dan informasi. Peradaban manusia berada di tengah-tengah revolusi dalam teknologi komunikasi yang mengubah tatanan sosial dan budaya di seluruh dunia (Golwalkar & Shelar, 2016).

Setiap perangkat teknologi baru memperluas kemungkinan penggunaan teknologi yang ada. Media baru dapat dikombinasikan untuk menciptakan sistem media dengan rentang yang lebih besar yang juga dapat melayani berbagai tujuan yang sangat spesifik. Munculnya hegemoni konvergensi media, bersama dengan revolusi industri 4.0, menegaskan tentang makin meluasnya dampak komunikasi dan dampak media komunikasi terhadap kehidupan kita. Menurut Young, fenomena yang ditandai dengan pesatnya perkembangan internet terutama media sosial ini, menciptakan masalah kompleksitas dalam mengintegrasikan studi komunikasi (Cornelissen, 2020). Ledakan popularitas media sosial pun turut mengembangkan studi baru dalam ranah ilmu komunikasi, yaitu *big data*. *Big data* adalah “aset informasi bervolume tinggi, berkecepatan tinggi, dan beraneka ragam yang menuntut bentuk pemrosesan informasi inovatif yang hemat biaya dan efektif (Gandomi & Haider, 2015).

Secara institusional kepesatan perkembangan ilmu komunikasi pada masa sekarang ini antara lain tercermin dari beberapa indikator, di antaranya semakin pesatnya pertumbuhan jumlah universitas yang menyelenggarakan program pendidikan komunikasi, tidak hanya di Negara-negara maju seperti AS, tetapi juga di Negara-negara berkembang seperti di Asia, Amerika Latin, Afrika, dan lain sebagainya. Asosiasi-asosiasi profesional di bidang ilmu komunikasi juga semakin menjamur, baik jumlah dan juga keanggotannya berskala regional dan internasional. Selain itu, semakin banyak pula pusat-pusat penelitian dan perkembangan komunikasi. Dalam bidang keilmuan, kemajuan disiplin komunikasi ini juga ditandai dengan semakin banyaknya literatur komunikasi (buku-buku, jurnal, hasil penelitian ilmiah/terapan, monografis, dan sebagainya), semakin beragamnya bidang kajian spesialisasi komunikasi, semakin banyaknya lahir teori dan model komunikasi (50 teori dan 28 model komunikasi) (Nasrullah, 2016). Dan pada era digital ini, perkembangan ilmu komunikasi ditandai dengan semakin beragamnya studi komunikasi dan media, tidak sebatas studi mengenai interaksi

sosial, media massa, ekonomi, politik, sosiologi, antropologi namun sudah meluas ke ranah digital dan entertainment seperti halnya studi mengenai *game*, *fandom*, *startup*, literasi media digital dan lain sebagainya.

Perkembangan disiplin ilmu komunikasi pada saat ini pun tidak hanya terbatas pada bidang-bidang kajian “konvensional”, namun sudah mempunyai lingkup kajian yang lebih luas dan melibatkan jalinan interaksi dengan disiplin lainnya. *International Communication Assosiation* (ICA) menguraikan ranah (domain) sub disiplin komunikasi menjadi berbagai bidang kajian, yaitu (1) sistem-sistem informasi, (2) Komunikasi Antarpribadi, (3) Komunikasi Massa, (4) Komunikasi Organisasi, (5) Komunikasi Antarbudaya dan Pembangunan, (6) Komunikasi Politik, (7) Komunikasi Instruksional dan Pengembangan, (8) Komunikasi Kesehatan, (9) Filsafat Komunikasi, (10) Komunikasi dan Teknologi, (11) Komunikasi Populer, (12) Kajian Feminisme, (13) Hukum dan Kebijakan Komunikasi, (14) Bahasa dan Interaksi Sosial, (15) Komunikasi Visual, (16) Kajian tentang Gay, Lesbian, Bisexual dan Transgender, (17) Komunikasi Antar Kelompok, (18) Hubungan Masyarakat (Budi, 2012).

Dalam konteks perkembangan teknologi komunikasi, kompleksitas perkembangan masyarakat dan sistem sosial budaya politik baik di level lokal, nasional maupun global mendorong Perguruan Tinggi Muhammadiyah mendirikan program studi/jurusan atau sekolah tinggi ilmu komunikasi. Pengembangan dakwah melalui pendirian program studi/jurusan atau sekolah tinggi cukup signifikan membangun pencerahan melalui pembangunan sumber daya manusia yang berkualitas dan berkompotensi untuk mengembangkan dakwah dalam makna yang lebih luas.

Kondisi kontemporer ranah Ilmu Komunikasi dan tantangan kekinian oleh Unimma di bawah persyarikatan Perguruan Tinggi Muhammadiyah (PTM), bukan lagi hanya bagaimana melakukan komunikasi efektif dalam aspek-aspek yang sudah dipaparkan di atas, namun juga bagaimana melakukan fokus pada memerangi *hoax* (berita bohong), segregasi, krisis demokrasi, fenomena sentimen agama yang belakangan semakin marak terlebih didukung kemajuan teknologi yang sebenarnya semua kalangan masyarakat belum terliterasi media dengan baik, terutama media baru. Pesatnya perkembangan media sosial dengan ragam platform merupakan tantangan baru bagi PTM dalam pengembangan dakwah *amar ma'ruf nahi munkar*. Fenomena tersebut semakin memberikan alasan menghasilkan kader-kader kritis, analitis, kreatif, dan solutif terhadap perkembangan literasi digital di bidang komunikasi di lingkungan Muhammadiyah (Suciati et al., 2014).

### 3. Analisis Scientific Vision Program Studi

Visi Pembangunan Pemerintah Republik Indonesia pada tahun 2020-2024 dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional IV (RPJMN) mengusung tema “Indonesia Berpenghasilan Menengah - Tinggi yang Sejahtera, Adil, dan Berkesinambungan”. Rencana tersebut memiliki 7 target diantaranya 1) Meningkatkan Sumber Daya Manusia yang Berkualitas dan Berdaya Saing 2) Revolusi Mental dan Pembangunan Kebudayaan 3) Memperkuat Infrastruktur untuk Mendukung Pengembangan Ekonomi dan Pelayanan Dasar 4) Memperkuat Ketahanan Ekonomi untuk Pertumbuhan yang Berkualitas 5) Memperkuat Stabilitas Polhukhankam dan Transformasi Pelayanan Publik 6) Mengembangkan Wilayah untuk Mengurangi Kesenjangan 7) Membangun Lingkungan Hidup, Meningkatkan Ketahanan Bencana dan Perubahan Iklim.

Untuk mewujudkan Penguatan Ketahanan Ekonomi untuk Pertumbuhan yang Berkualitas, aktivitas wirausaha menjadi focus tersendiri dalam RPJMN IV tersebut (Muhyiddin, 2019). Untuk menjadi tolak ukur negara Makmur secara internasional dibutuhkan minimal 2% dari total populasi penduduk, atau sekitar 5,2 Juta dari jumlah total penduduk di Indonesia. Saat ini jumlah wirausahawan non pertanian Indonesia menurut data kementerian perindustrian telah mencapai 3,47% atau sekitar 9 juta penduduk Indonesia. Namun jika dibandingkan negara di Kawasan asia tenggara angka tersebut masih kalah jika dibandingkan Singapura saat ini sudah mencapai angka 7 %, serta Malaysia yang berada di level 5%. Beberapa masalah diketahui menjadi penghambat peningkatan wirausaha yang mana salah satunya adalah kurang sinerginya program pemerintah, perguruan tinggi, swasta, dan pemangku kepentingan dalam mengembangkan dan mendukung wirausaha yang berkelanjutan.

Perguruan tinggi memiliki peran dalam melahirkan wirausahawan baru terutama dari golongan mahasiswa atau dewasa muda. Saat ini kewirausahaan menjadi kurikulum wajib di program studi dan setiap tahun diadakan kompetisi wirausaha untuk mahasiswa. Namun demikian, peran perguruan tinggi sesungguhnya dapat lebih daripada itu dengan mengembangkan ilmu kewirausahaan untuk meningkatkan kualitas produk, kinerja, dan produktivitas wirausaha, serta membentuk karakter wirausaha (*entrepreneurial character*).

Hal ini mendorong ditetapkannya “*Islamic Entrepreneurship*” sebagai Pola Ilmiah Pokok (PIP) di Unimma. Karakter Islami berarti menjunjung integritas dan nilai-nilai Islam dalam setiap perilaku, serta peduli pada kesejahteraan masyarakat dan dinamika lingkungan. Sementara, karakter *entrepreneurship* berarti mampu menciptakan dampak positif bagi diri dan lingkungan. *Entrepreneurship* adalah sarana untuk mempertegas peran seseorang di masyarakat, untuk memudahkan manusia mencapai tujuan kesejahteraan hidup, yaitu hidup yang layak, bahagia, dan tenteram.

Pendidikan kewirausahaan di Unimma merupakan pendidikan karakter wirausaha, yakni semangat, jiwa, dan sikap seorang wirausahawan seperti: berani menghadapi risiko, pola pikir sukses, kemampuan komunikasi efektif, dan pandai mengambil kesempatan, serta punya kreativitas untuk berinovasi. Orientasi pendidikan kewirausahaan tidak mengarahkan seseorang untuk sekedar menjadi pedagang. Seorang *entrepreneur* sejati adalah pribadi dengan karakter inovatif, kreatif, mandiri, berpikir ke depan, termotivasi untuk menjadi lebih baik, dan memperhatikan etika dan nilai-nilai keislaman.

Keinginan mendukung dan membantu pemerintah dalam menghadapi tantangan Revolusi Industri 4.0, serta mewujudkan “*Entrepreneurship Islami*” di Unimma pada khususnya dan Magelang dan sekitarnya pada umumnya, memotivasi prodi Ilmu Komunikasi menetapkan “Komunikasi Bisnis Berbasis Media dan Digital” sebagai identitas dan visi keilmuan program studi. Lee et al (2013) menjelaskan, industri 4.0 ditandai dengan peningkatan digitalisasi manufaktur yang didorong oleh empat faktor: 1) peningkatan volume data, kekuatan komputasi, dan konektivitas; 2) munculnya analisis, kemampuan, dan kecerdasan bisnis; 3) terjadinya bentuk interaksi baru antara manusia dengan mesin; dan 4) perbaikan instruksi transfer digital ke dunia fisik, seperti robotika dan *3D printing*.

Tujuan yang hendak dicapai visi keilmuan prodi Ilmu Komunikasi adalah terselenggarakannya pendidikan ilmu komunikasi yang mendukung tantangan revolusi industri 4.0 dengan mempersiapkan sumber daya manusia yang mumpuni dalam keterampilan literasi media, literasi digital, literasi teknologi, dan literasi manusia. Selain itu, juga harus memiliki kemampuan untuk memprediksi masa depan yang berubah sangat cepat. Zesulka (Asmara, 2019) menambahkan, industri 4.0 digunakan pada tiga faktor yang saling terkait yaitu; 1) digitalisasi dan interaksi ekonomi dengan teknik sederhana menuju jaringan ekonomi dengan teknik kompleks; 2) digitalisasi produk dan layanan; dan 3) model pasar baru.

Maka itu, kesiapan dalam menyelenggarakan pendidikan ilmu komunikasi yang *up to date*, mengintegrasikan teori dan praktik, responsif terhadap isu-isu terkini dan kesiapan dalam menciptakan peluang wirausaha di bidang teknologi dan komunikasi. Dengan visi ini, prodi Ilmu Komunikasi tidak hanya sekedar menghasilkan lulusan yang dapat dengan cepat memenuhi kebutuhan pasar, tetapi juga menyelenggarakan pendidikan yang siap menghadapi tantangan masa depan industri dan dapat “menciptakan pasar”.

#### **4. Analisis Kebutuhan Kualifikasi Nasional dan Internasional**

Berdasarkan Perpres RI No. 8 Tahun 2018 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) pasal 5, jenjang Program Ilmu Komunikasi S1 berada pada level 6 KKNI dengan deskripsi umum sebagai berikut:

- Mampu mengaplikasikan bidang keahliannya dan memanfaatkan IPTEKS dalam bidang keahliannya dalam menyelesaikan masalah serta mampu beradaptasi terhadap situasi yang dihadapi;
- Menguasai konsep teoritis bidang pengetahuan tertentu secara umum dan konsep teoretis bagian khusus dalam bidang pengetahuan tersebut secara mendalam, serta mampu memformulasikan penyelesaian masalah prosedural;
- Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan data, dan mampu memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternatif solusi secara mandiri dan kelompok

Seiring dengan perkembangan ilmu komunikasi dan perkembangan masyarakat modern, lulusan ilmu komunikasi diproyeksikan menguasai berbagai ragam bidang pekerjaan mulai dari produksi, distribusi, dan evaluasi media baik program media elektronik maupun media baru (internet) sampai bidang manajemen program kebudayaan. Selain itu, lulusan ilmu komunikasi juga dapat bekerja di bidang manajemen komunikasi, di antaranya *public relations*, komunikasi korporat, agensi iklan, perencana media, humas pemerintah, kearsipan, peneliti, jurnalis, spesialis media sosial, dan lain sebagainya (Budi, 2012). Untuk itu, pendidikan ilmu komunikasi harus menanamkan dan mengajarkan sikap, pengetahuan, dan kemampuan yang dibutuhkan.

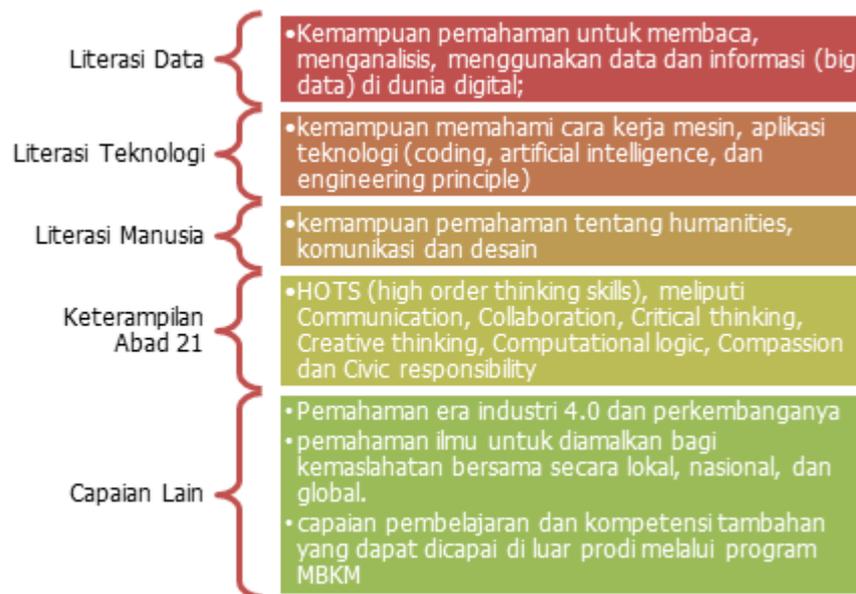
## **5. Analisis Implementasi Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka**

Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No 03 tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi (SN-Dikti) mendorong Program Studi di suatu Perguruan Tinggi meninjau kembali kurikulumnya. Namun, upaya pengembangan kurikulum di Perguruan Tinggi tetap berlandaskan pada Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (Perpres No. 8 Tahun 2012) yang mengatur kesetaraan dan jenjang program pendidikan.

Kebijakan MBKM dalam SN-Dikti No 03 tahun 2020 pada pasal 18 ayat 3 tentang Fasilitasi oleh Perguruan Tinggi untuk pemenuhan masa dan beban belajar dalam proses Pembelajaran. Kebijakan tersebut memungkinkan mahasiswa melaksanakan perkuliahan paling sedikit 20 SKS atau satu semester di luar kampus maksimal 3 semester di luar kampus.

Kebijakan tersebut dimungkinkan untuk meningkatkan kapasitas mahasiswa merespon perkembangan industry 4.0. dengan melakukan penyesuaian CPL. Meski begitu, rumusan CPL harus merujuk pada jenjang kualifikasi KKNI, khususnya pada unsur pengetahuan dan keterampilan khusus. Dalam pengembangannya

berdasarkan pada Panduan Penyusunan Kurikulum MBKM Rumusan CPL yang disarankan, guna memuat kemampuan yang diperlukan dalam era industri 4.0 di antaranya kemampuan tentang:



Gambar CPL Yang Diharapkan Dalam MBKM

Dalam upaya implementasi MBKM untuk mencapai CPL yang disarankan dalam panduan penyusunan MBKM pada era industrif 4.0 harus mendukung proses pembelajaran yang integratif dengan dunia usaha dan dunia industri. Sehingga keterampilan mahasiswa bisa mencapai CPL era industri 4.0.

## 6. Analisis Kebutuhan Pasar dan Pemangku Kepentingan

Tim penyusun kurikulum Program Studi Ilmu Komunikasi menyebarkan Survei Kebutuhan Masyarakat kepada 20 instansi/ lembaga di wilayah Magelang yang berpotensi menjadi pengguna lulusan ilmu komunikasi. Hasil dari *survey* yang dilakukan, adalah sebagai berikut:

### Profil Lulusan yang Dibutuhkan Masyarakat

Seluruh instansi/ lembaga, baik pemerintahan, pariwisata, perbankan, perhotelan, BUMN, radio, media cetak, dan instansi swasta menyatakan butuh lulusan yang mampu berperan di bidang komunikasi pemasaran dan hubungan masyarakat.

Seluruh instansi/ lembaga baik pemerintahan, pariwisata, perbankan, perhotelan, BUMN, radio, media cetak, dan instansi swasta membutuhkan peran

lulusan yang menguasai *public affairs* untuk membangun dan mempertahankan hubungan pemerintah dan komunitas lokal dalam rangka mempengaruhi kebijakan publik.

Seluruh instansi/ lembaga membutuhkan peran *social media expert*, kreator konten, jurnalis dan fotografer untuk membangun *branding*, *marketing*, dan melakukan *engagement* dengan publiknya di era keterbukaan informasi dan transparansi seperti saat ini (91%), kecuali perusahaan yang bergerak di bidang perbankan.

Hampir seluruh instansi/ lembaga membutuhkan peran *digital public relations* untuk membina hubungan baik dengan publik melalui media sosial, membangun *brand loyalty*, membangun komunitas, memberikan informasi-informasi kepada publik, *customer relations* dan *engagement* dengan *stakeholder* (91%). Sebagian besar instansi/ lembaga membutuhkan peran konsultan komunikasi dan peran *event organizer* untuk mendukung berbagai strategi dan jalannya perusahaan (82%). Selain itu, sebagian besar instansi/ lembaga membutuhkan peran *copywriter* (73%).

Hanya sebagian instansi membutuhkan peran praktisi *public relations*, reporter, dan protokoler (64%). Sedikitnya kebutuhan akan lulusan dengan profil tersebut dikarenakan instansi lokal tidak membutuhkan peran praktisi yang terlalu kompleks. Keahlian reportase hanya dibutuhkan oleh perusahaan yang memiliki usaha di bidang media dan penyedia informasi. Sedangkan peran bidang keahlian protokoler pun hanya dibutuhkan oleh instansi/ lembaga pemerintah dan perhotelan.

### **Keterampilan Komunikasi yang Dibutuhkan Masyarakat**

Seluruh instansi/ lembaga menyatakan butuh lulusan yang menguasai keterampilan analisis masalah, membangun relasi, komunikasi interpersonal, membangun citra/ merek, menggunakan media sosial, dan melakukan riset. Hampir seluruh instansi/ lembaga (91%) menyatakan butuh lulusan ilmu komunikasi yang terampil dalam penyusunan program, memiliki keterampilan dalam menulis naskah, dan *public speaking* serta keterampilan fotografi dan *editing*. Sebagian besar instansi/ lembaga (82%) membutuhkan lulusan ilmu komunikasi yang memiliki keterampilan dalam produksi video dan mengorganisasikan acara.

### **Kajian Ilmu Komunikasi yang dibutuhkan Masyarakat**

Bidang kajian ilmu komunikasi yang dibutuhkan oleh seluruh instansi/ lembaga adalah komunikasi bisnis dan komunikasi digital. Bidang kajian

komunikasi bisnis tidak bisa dilepaskan dari setiap instansi/ lembaga, sebab setiap aspek pertukaran informasi yang dijalankan oleh perusahaan merupakan bagian dari komunikasi bisnis. Sedangkan seluruh instansi/ lembaga membutuhkan bidang kajian komunikasi digital, sebab saat ini semua kegiatan sudah menuju digitalisasi, dan tidak bisa dipungkiri bahwa seluruh instansi/ lembaga harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

Bidang kajian yang dibutuhkan oleh hampir seluruh instansi/ lembaga (91%) adalah komunikasi korporat dan komunikasi pemerintah. Bidang-bidang tersebut merupakan bidang yang krusial dalam jalannya instansi/ lembaga. Selain itu bidang kajian yang juga dibutuhkan oleh mayoritas instansi/ lembaga (73%-82%) adalah komunikasi politik, penyiaran TV dan radio, sosial dan budaya, pariwisata, bencana, pendidikan, kesehatan, dan dakwah Islam. Mengingat bahwa komunikasi merupakan proses dasar dalam segala aspek kegiatan dan jalannya instansi/ lembaga baik individu hingga professional maka setiap bidang kajian dibutuhkan dalam segala instansi/ lembaga.

### **Masukan Mitra**

- 1) Dalam Kegiatan FGD evaluasi Kurikulum program studi yang dilaksanakan dengan asosiasi (APIK PTMA: tanggal 21 Juni 2021 dan AspiKom 28 Juni 2021 ) menyatakan bahwa keilmuan yang dimiliki Prodi Ilmu Komunikasi Unimma sudah up to date dan sesuai dengan arah perkembangan pengetahuan. dari segi bahan kajian bahkan menjadi program studi ilmu komunikasi pertama yang menjadikan digital activity : PR.40, Literasi Digital, Komunikasi Digital sebagai suatu bahan kajian dan mata kuliah tersendiri.
- 2) Para Pakar dari asosiasi mengapresiasi rencana penambahan CPL melalui Bahan Kajian *Tourism Digital Project*. hal ini dinilai cukup efektif dalam pengembangan keilmuan dan sesuai dengan kebutuhan mitra pariwisata yang difokuskan oleh program studi Ilmu Komunikasi Unimma.
- 3) Mitra dari Disparpora Kabupaten Magelang dan Badan Otorita Borobudur (Pada tanggal: 25 Juni 2021) juga dimintai keterangan kebutuhan Dunia Usaha dan Dunia Industri saat ini. Hasil pertemuan menunjukkan bahwa saat ini kebutuhan kedua mitra adalah sentuhan akademisi untuk mendukung pentahelix pariwisata. diharapkan peran serta akademik lebih optimal dalam pengembangan sistem pariwisata. Para mitra mengalami kesulitan dalam bidang pengembangan pengetahuan dan riset program kegiatan sehingga dengan adanya akademisi dinilai bisa memberi sumbangsih lebih agar program pengembangan pariwisata tidak sporadis dan efektif berdasarkan riset yang berkemajuan. Sebagai wacana

pertimbangan Badan Otorita Borobudur telah melaksanakan pelatihan berkala di bukit Brexi Yogyakarta, namun kesulitan mencari mentor untuk pelatihan videografi, copywriting dan sebagainya. Sehingga mereka menilai Profil lulusan Prodi Ilmu Komunikasi Unimma sangat mendukung kegiatan pengembangan pariwisata.

### **Masukan Masyarakat**

Hasil survei ini mencatat sejumlah masukan bagi pengelolaan dan pengembangan program studi ilmu komunikasi di masa mendatang. Saran-saran tersebut dibagi menjadi dua:

Pertama, masyarakat mengharapkan lulusan ilmu komunikasi Unimma mampu menerapkan ilmu yang didapatkan untuk memenuhi kebutuhan pasar industri tenaga kerja, menjadi sumber daya manusia yang unggul, menjawab tantangan dunia kerja, serta terampil dalam bidang komunikasi. Keterampilan dalam komunikasi, di antaranya komunikasi pemasaran, menjalin relasi, komunikasi digital, komunikasi pemerintahan, komunikasi interpersonal, dan kemampuan negosiasi sangatlah dibutuhkan.

Kedua, masyarakat turut mengharapkan prodi Ilmu Komunikasi di Unimma memiliki Sumber Daya Manusia yang berkualitas, profesional dan berkompeten didukung dengan pelatihan-pelatihan dan seminar. Selain itu tata kelola organisasi yang baik, sarana-prasana penunjang praktek keterampilan komunikasi juga dianggap penting dalam mendukung penyelenggaraan pendidikan ilmu komunikasi. Luasnya pangsa pasar ilmu komunikasi, turut menjadi perhatian supaya prodi Ilmu Komunikasi Unimma memberikan kesempatan untuk orang-orang yang sudah bekerja dengan dibukanya kelas paralel.

#### **4. Profil Lulusan & Rumusan Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)**

Berdasarkan analisa pada survey kebutuhan masyarakat yang dilakukan kepada 20 instansi dan lembaga di wilayah Magelang yang berpotensi menjadi pengguna lulusan Ilmu Komunikasi dan hasil evaluasi kurikulum yang dilaksanakan pada tahun 2021 mendapati hasil sebagai berikut :

#### **Profil Lulusan yang Dibutuhkan Masyarakat**

Seluruh instansi/ lembaga, baik pemerintahan, pariwisata, perbankan, perhotelan, BUMN, radio, media cetak, dan instansi swasta menyatakan butuh lulusan yang mampu berperan di bidang komunikasi pemasaran dan hubungan masyarakat.

Seluruh instansi/ lembaga baik pemerintahan, pariwisata, perbankan, perhotelan, BUMN, radio, media cetak, dan instansi swasta membutuhkan peran lulusan yang menguasai *public affairs* untuk membangun dan mempertahankan hubungan pemerintah dan komunitas lokal dalam rangka mempengaruhi kebijakan publik.

Seluruh instansi/ lembaga membutuhkan peran *social media expert*, kreator konten, jurnalis dan fotografer untuk membangun *branding*, *marketing*, dan melakukan *engagement* dengan publiknya di era keterbukaan informasi dan transparansi seperti saat ini (91%), kecuali perusahaan yang bergerak di bidang perbankan.

Hampir seluruh instansi/ lembaga membutuhkan peran *digital public relations* untuk membina hubungan baik dengan publik melalui media sosial, membangun *brand loyalty*, membangun komunitas, memberikan informasi-informasi kepada publik, *customer relations* dan *engagement* dengan *stakeholder* (91%). Sebagian besar instansi/ lembaga membutuhkan peran konsultan komunikasi dan peran *event organizer* untuk mendukung berbagai strategi dan jalannya perusahaan (82%). Selain itu, sebagian besar instansi/ lembaga membutuhkan peran *copywriter* (73%).

Hanya sebagian instansi membutuhkan peran praktisi *public relations*, reporter, dan protokoler (64%). Sedikitnya kebutuhan akan lulusan dengan profil tersebut dikarenakan instansi lokal tidak membutuhkan peran praktisi yang terlalu kompleks. Keahlian reportase hanya dibutuhkan oleh perusahaan yang memiliki usaha di bidang media dan penyedia informasi. Sedangkan peran bidang keahlian protokoler pun hanya dibutuhkan oleh instansi/ lembaga pemerintah dan perhotelan.

#### 4.2. *Profil Lulusan*

Mempertimbangkan kebutuhan masyarakat dan sinyal pasar serta nilai universitas dan visi keilmuan Program Studi Ilmu Komunikasi, maka ditetapkan lulusan S1 Ilmu Komunikasi Unimma diproyeksikan dapat berperan atau berprofesi sebagai berikut :

**Tabel 2. Profil Lulusan dan deskripsinya**

No	Profil Lulusan	Deskripsi Profil
1.	<i>Digital Entrepreneur</i>	Profesional yang mampu melakukan aktivitas wirausaha dalam dunia digital: mengembangkan <i>startup</i> , mendesain produk dan memasarkannya melalui dunia digital, seperti media sosial
2.	<i>Digital Content Creator</i>	Profesional di bidang pembuatan materi kreatif media digital dalam bentuk visual, audiovisual, fotografi, maupun teks, baik di perusahaan maupun

No	Profil Lulusan	Deskripsi Profil
		<i>personal digital content creator (influencer, vlogger, buzzer, dll)</i>
3.	<i>Broadcaster</i>	Profesional yang mampu memajemen produksi dan melaksanakan program penyiaran di radio atau televisi: mendesain program siaran radio dan televisi, menulis naskah program, memproduksi program dan menyiarkannya
4.	Praktisi <i>Public Relations</i>	Profesional dalam organisasi maupun personal (konsultan PR) yang bekerja membangun dan memelihara hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik atau <i>stakeholders</i>
5.	<i>Digital Advertiser</i>	Profesional yang bekerja mendesain dan memproduksi iklan komersial maupun nonkomersial lewat media konvensional maupun digital
6.	Jurnalis	Profesional di bidang pemberitaan yang bekerja mencari berita (wawancara) maupun mengambil gambar, menganalisis informasi, menulis berita, mengedit berita, dan menilai kelayakan berita baik konvensional maupun digital
7.	Praktisi <i>Marketing Communications</i>	Profesional di bidang komunikasi pemasaran baik dalam organisasi maupun personal (konsultan <i>marketing communication</i> ) yang bekerja mengidentifikasi, merumuskan, dan membuat perencanaan strategis dalam lingkup industri bisnis,
8.	Asisten Peneliti	Profesional di bidang riset ilmu komunikasi, membantu peneliti senior melakukan penelitian sosial, komunikasi, dan media, misalnya mengambil data, menganalisis data, media maupun media digital, menulis laporan, serta artikel publikasi
9.	Pekerja Kreatif	Profesional dalam bidang industri kreatif yang bekerja menulis buku, membuat film, menyelenggarakan acara, dan mendesain produk

**Tabel 3. Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi**

<b>SIKAP</b>		
S.01	Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius (Islami)	<i>Being devout to The One Almighty God and being able to demonstrate religious (Islamic) attitude</i>
S.02	Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika	<i>Upholding values of humanity in performing duties based on religion, morals, and ethics</i>
S.03	Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila	<i>Having contribution in improving quality of life of society in national, and state level as well as advancement of civilization based on Pancasila</i>
S.04	Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggung jawab pada negara dan bangsa	<i>Participating as citizens who have pride and love to the motherland, show sense of nationalism, and responsibility to the state and the nation</i>
S.05	Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain	<i>Appreciating diversities in cultures, religious views, and beliefs, as well as opinion or original invention of other</i>
S.06	Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan	<i>Being cooperative and having social sensitivity as well as concern toward society and environment</i>
S.07	Taat hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara	<i>Obeying the law and showing discipline in living with society and the state</i>
S.08	Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik	<i>Internalizing academic values, norms, and ethics</i>

S.09	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri	<i>Showing professional responsibility in accordance with personal area of expertise independently</i>
S.10	Menginternalisasi semangat kewirausahaan dan mendasarkan tindakan dan usaha pada nilai-nilai Islam dan Kemuhammadiyah	<i>Internalizing the spirit of entrepreneurship and acting based on Islamic and Muhammadiyah values</i>
S.11	Berinovasi, berdaya, berkreasi, bekerja sama, berani mengambil resiko, dan mendasarkan tindakan dan usaha pada nilai-nilai Islam	<i>Showing innovation, creativity, cooperation, courage to take risk, and basing action and effort on Islamic values</i>

#### KETRAMPILAN UMUM

KU.01	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif, dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya	<i>Being able to apply logical, critical, systematic, and innovative thoughts in the context of science and technology development or implementation, with attention toward humanity values and its actualization, in accordance to the area of expertise</i>
KU.02	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur	<i>Being able to demonstrate independent, excellence, and measurable performance</i>
KU.03	Mampu mengkaji implementasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara, dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain, atau kritik seni	<i>Being able to review the implication of science and technology development and implementation with attention toward humanity values and its actualization, based on academic principles, procedures, and ethics to produce solutions, ideas, designs, or art critics</i>

KU.04	Mampu menyusun deskripsi saintifik hasil kajian tersebut diatas dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi.	<i>Being able to compose scientific description containing the result of the review above in form of undergraduate thesis (skripsi) or final project report and upload it to the university website</i>
KU.05	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data	<i>Being able to make accurate decisions to solve problems within the fields of expertise, based on the result of informations and data analysis</i>
KU.06	Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja dengan pembimbing kolega, sejawat baik di dalam maupun luar lembaganya	<i>Being able to maintain and expand network with advisors, colleagues, and peers, both inside and outside institution or workplace</i>
KU.07	Mampu bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan pekerja yang berada di bawah tanggung jawabnya	<i>Being able to take responsibility for the performance of work groups and to perform good supervision and evaluation for the completion of works assigned to the subordinates</i>
KU.08	Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada di bawah tanggung jawabnya, dan mampu mengelola pembelajaran secara mandiri	<i>Being able to perform internal evaluation regarding work groups in charge, and being able to self manage the learning process</i>
KU.09	Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi	<i>Being able to document, save, secure and recover data to ensure their validity and prevent plagiarism</i>
KU.10	Mampu menguasai literasi data, literasi teknologi, dan literasi manusia yang relevan dengan bidang keahlian untuk mendukung tugas dan pekerjaan	<i>Being able to master data literacy, technological literacy, and human literacy relevant to the field of expertise to support duties and works</i>

KU.11	Mampu mengamalkan ajaran Islam berdasarkan Al Quran dan As Sunnah serta mensyi'arkan Islam melalui persyarikatan Muhammadiyah	<i>Being able to practice Islamic observances based on Al Quran and As Sunnah, and promoting Islam through Muhammadiyah organization</i>
KU.12	Mampu memahami dan menggunakan bahasa asing yang relevan dengan bidang keahlian untuk mendukung tugas dan keahlian	<i>Being able to comprehend and use foreign languages relevant to the field of expertise to support duties and works</i>

### KETRAMPILAN KHUSUS

KK.01	Mampu menggali nilai-nilai keislaman dalam Al Quran dan As Sunnah untuk mengembangkan dan memperkaya pengetahuan dan praktik komunikasi	<i>Being able to explore Islamic values in Al Quran and As Sunnah to develop and enrich communication knowledge and practices</i>
KK.02	Mampu menggali nilai-nilai budaya Indonesia dan kearifan lokal untuk mengembangkan pemahaman atas fenomena komunikasi dan menyelesaikan permasalahan komunikasi	<i>Being able to explore values in Indonesian culture and local wisdom to develop understanding toward communication phenomenon and to solve communication problems</i>
KK.03	Mampu melakukan teknik berbicara, menulis, mendengarkan, dan merespon sesuai dengan prinsip komunikasi dan kode etik	<i>Being able to practice speaking, writing, listening, and responding in according to the principles of communication and code of ethics</i>
KK.04	Mampu menjalin relasi interpersonal, kelompok dan dengan publik secara efektif dan profesional	<i>Being able to establish interpersonal, groups and with the public relations in effective and professional manner</i>
KK.05	Mampu menyampaikan gagasan dan pemikiran dalam bentuk tulisan, audio, dan visual, serta	<i>Being able to convey ideas and thoughts in textual, audio and visual forms, make effective presentation, and use digital information technologies</i>

	melakukan presentasi efektif dan menggunakan teknologi informasi digital	
KK.06	Memiliki kemampuan meneliti dengan metode kualitatif dan kuantitatif untuk studi komunikasi, media, dan sosial	<i>Having the ability to research using qualitative and quantitative methods, for communication, media and social studies</i>
KK.07	Mampu menganalisa dengan pemikiran kritis mengenai persoalan komunikasi dan isu-isu sosial serta produk budaya dan media yang berkembang di masyarakat	<i>Being able to analyze critically communications and social issues as well as media and cultural products developed in the society</i>
KK.08	Mampu menerapkan konsep-konsep dan strategi komunikasi dalam konteks bisnis, pembangunan masyarakat, dan mitigasi bencana	<i>Being able to implement communication concepts and strategies in the context of business, community development, and disaster mitigation</i>
KK.09	Mampu mengembangkan kreativitas dengan memproduksi berbagai karya komunikasi dalam bentuk media cetak, elektronik, dan digital serta menyelenggarakan acara	<i>Being able to develop creativity by producing various communications products in the form of printed, electronic, and digital media as well as organizing events.</i>
KK.10	Mampu merencanakan karier dan mengembangkan diri, terutama melalui kewirausahaan digital	<i>Being able to plan career and do self-development, especially through digital entrepreneurship</i>
KK.11	Mampu mempertanggungjawabkan hasil kerja sesuai dengan etika profesi dan regulasi media	<i>Having responsibility toward work in accordance with professional ethics and media regulations</i>
KK.12	Mampu memproduksi berbagai karya berbasis media cetak, elektronik, dan digital serta menyelenggarakan acara untuk pengembangan pariwisata	<i>Being able to produce printed, electronic, and digital media as well as organizing events for tourism development</i>

## PENGETAHUAN

P.01	Menguasai dasar-dasar agama Islam dalam hal akidah, syariah, dan akhlak, serta prinsip-prinsip persyarikatan Muhammadiyah	<i>Mastering the basics of Islam in terms of aqidah, syariah and akhlak, as well as the principles of Muhammadiyah</i>
P.02	Menguasai dasar-dasar ilmu sosial budaya, psikologi, ekonomi, politik, dan wawasan kebangsaan serta kewarganegaraan Indonesia yang berdasar pada Pancasila	<i>Mastering the basic concept in socio-cultural science, psychology, economics, politics, and Indonesian nationality and citizenship based on Pancasila</i>
P.03	Menguasai konsep-konsep teoritis dasar dalam tujuh tradisi komunikasi	<i>Mastering basic theoretical concepts in seven traditions of communication</i>
P.04	Menguasai prinsip-prinsip dalam teknik berbicara, menulis, mendengarkan dan merespon	<i>Mastering the principles in the techniques of speaking, writing, listening and responding</i>
P.05	Menguasai dasar-dasar teoritis dan praktik <i>public relation</i> , penyiaran, jurnalistik, periklanan, fotografi, dan sinematografi	<i>Mastering the basic theories and practices in public relations, broadcasting, journalism, advertising, photography, and cinematography</i>
P.06	Menguasai konsep-konsep teoritis dan praktik dalam bidang komunikasi digital untuk menghadapi tuntutan era industri 4.0	<i>Mastering theoretical concepts and practices in the field of digital communication to deal with industrial 4.0 era demands</i>
P.07	Menguasai dasar-dasar metode penggunaan teknologi informasi dan perangkat multimedia untuk tujuan akademik dan presentasi gagasan dan pemikiran kreatif	<i>Mastering the basic methods of using information technologies and multimedia devices for the academic purpose and presentation of idea</i>
P.08	Menguasai teori-teori dasar dan praktik ilmu komunikasi pariwisata dalam konteks pembangunan daerah	<i>Mastering basic concepts and practices of communication science for tourism in the context of local development</i>

P.09	Menguasai teori-teori dasar dan praktik ilmu komunikasi politik dan bencana dalam konteks pembangunan daerah	<i>Mastering basic concepts and practices of political and disaster communication in the context of local development</i>
P.10	Menguasai teori-teori dasar dan praktik ilmu komunikasi bisnis dalam konteks kewirausahaan maupun korporasi	<i>Mastering basic concepts and practices of communication science for business in the context of entrepreneurship and corporation</i>
P.11	Menguasai metodologi penelitian komunikasi dan media, serta teknik-teknik statistika sosial	<i>Mastering communication and media research methodology, and social statistics techniques</i>
P.12	Menguasai tata cara penulisan karya ilmiah berdasarkan <i>APA Style</i>	<i>Mastering the procedures for writing scientific papers based on APA Style</i>
P.13	Menguasai prinsip-prinsip dalam etika komunikasi dan regulasi media	<i>Mastering the principles in communication ethics and media regulations</i>
P.14	Menguasai bahasa Indonesia secara baik dan benar dan bahasa asing yang relevan (bahasa Inggris) untuk keperluan akademik dan profesional	<i>Mastering proficiently Bahasa Indonesia well and other relevant foreign languages (English) for academic and professional purposes</i>

## 5. Penentuan Bahan Kajian

### 5.2. Gambaran *Body of Knowledge (BoK)*

**Tabel 4. Bahan Kajian**

JENIS BAHAN KAJIAN	BAHAN KAJIAN
<b>INTI KEILMUAN KOMUNIKASI (S1)</b>	Tradisi-tradisi dalam teori komunikasi
	Psikologi komunikasi yang dimediasi komputer (CMC)
	Sosiologi komunikasi
	Komunikasi lintas budaya
	Komunikasi dan gender
	Komunikasi antarpribadi
	Komunikasi organisasi dan kelompok
	Komunikasi massa
	<i>Digital mass communication</i>
	Teknologi informasi dan komunikasi
	Konsep dan teknik lobi dan negosiasi
	Teknik presentasi dan retorika
	<i>Professional image</i>
	Berpikir kreatif, kritis, dan analitis
	Metodologi penelitian kualitatif
	Metodologi penelitian kuantitatif
	Riset <i>big data</i> dan netnografi
	Statistika sosial untuk riset komunikasi
	Teknik penulisan karya ilmiah
	Etika komunikasi media
Regulasi media siber	
<b>Bidang Minat 1: <i>Public Relations</i></b>	Dasar-dasar <i>public relations</i>
	Citra, reputasi, dan <i>image</i> dalam organisasi
	Manajemen dan strategi <i>public relations</i>
	Riset <i>public relations</i>
	Analisis opini publik
	<i>Corporate public relations</i>
	<i>Government public relations</i>
	<i>Public relations 4.0</i>
	Manajemen isu dan krisis
	Dasar-dasar publikasi
	<i>Online publications</i>
	Penulisan <i>press release</i>
	Penulisan naskah <i>public relations</i>
	Penyelenggaraan acara
	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>
	Kampanye sosial

JENIS BAHAN KAJIAN	BAHAN KAJIAN
<b>Bidang Minat 2: Broadcasting</b>	Dasar-dasar <i>broadcasting</i> (penyiaran)
	Sejarah dan perkembangan penyiaran
	Teknik peliputan (reportase)
	<i>Digital content creation</i>
	Manajemen produksi media
	Dasar-dasar jurnalistik
	Penulisan dan penyuntingan naskah berita
	Manajemen media massa
	<i>Online journalism</i>
	Dasar-dasar sinematografi
	Penulisan naskah film
	Manajemen produksi film
	Produksi film
	Penyuntingan film dan video
<b>Bidang Minat 3: Periklanan</b>	Dasar-dasar fotografi digital
	Aplikasi fotografi digital
	Dasar-dasar periklanan
	Perkembangan periklanan
	Media periklanan
	Strategi kreatif periklanan
	Penulisan naskah iklan
	Teknik produksi iklan
	Desain komunikasi visual
	Promosi periklanan
	<i>Online advertising</i>
	<i>Digital marketing</i>
	Gaya hidup dan budaya konsumen
<b>IPTEKS PENDUKUNG</b>	Dasar-dasar sosiologi
	Dasar-dasar antropologi
	Dasar-dasar psikologi
	Dasar-dasar ilmu manajemen
	Dasar-dasar ilmu politik
	Pancasila*
	Kewarganegaraan*
	Bahasa Indonesia*
<b>IPTEKS PELENGKAP Bidang 1: Komunikasi Politik</b>	Dasar-dasar komunikasi politik
	Kampanye politik digital
	Marketing politik
	Resolusi konflik
<b>Bidang 2: Komunikasi Bisnis</b>	Dasar-dasar komunikasi bisnis
	Strategi komunikasi bisnis
	Aplikasi komunikasi bisnis

JENIS BAHAN KAJIAN	BAHAN KAJIAN
	<i>Digital entrepreneurship</i>
	Penulisan proposal bisnis
	<i>Partnership &amp; sponsorship</i>
<b>Bidang 3: Komunikasi Pembangunan Daerah</b>	Komunikasi pembangunan
	Komunikasi pemerintahan
	Media sosial untuk advokasi publik
	Komunikasi bencana
	Jurnalisme bencana
	Komunikasi pariwisata
	Pengembangan media lokal
<b>IPTEKS MASA DEPAN Komunikasi Digital</b>	Konvergensi media
	Teori-teori komunikasi digital
	Literasi digital
	Literasi informasi
	Isu-isu dalam Revolusi Industri 4.0 ( <i>net generation &amp; cyberculture, &amp; online gaming</i> )
	Politik, ekonomi, dan gaya hidup era digital
<b>IPTEKS YANG DIKEMBANGKAN</b>	Dasar-dasar ilmu pariwisata
	Brand, Destinasi Pariwisata dan Aksesibilitas
	SDM dan Kelembagaan Pariwisata
	<i>Community Based Tourism</i>
	<i>Tourism and Hospitality Communication</i>
	Destination Management Pariwisata
	<i>Meeting, Incentive Convention and Exhibition (MICE)</i>
	<i>Special Interest Tourism</i>
	<i>Digital Media Tourism</i>
	Manajemen Desa Wisata
	<i>Sustainable Tourism</i>
<b>IPTEKS PENCIRI UNIVERSITAS</b>	Akidah Islam dan akhlak
	Fikih dan muamalah
	Persyarikatan Muhammadiyah
	Sejarah peradaban dan keilmuan dalam Islam
	Dasar-dasar jurnalisme dakwah
	Retorika dakwah
	Dakwah digital
	Aplikasi komputer
	Bahasa Inggris untuk ilmu komunikasi
	Aplikasi Bahasa Inggris profesional

5.2 Matrik Hubungan Bahan Kajian dengan CPL

**Tabel 5. Bahan kajian berdasarkan CPL Prodi**

SIKAP											
Rumpun Keilmuan	Bahan Kajian	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10
<b>Inti keilmuan</b>	Tradisi-tradisi dalam teori komunikasi					1					
	Psikologi komunikasi yang dimediasi komputer (CMC)									1	
	Sosiologi komunikasi									1	
	Komunikasi lintas budaya									1	
	Komunikasi dan gender									1	
	Komunikasi antarpribadi									1	
	Komunikasi organisasi dan kelompok									1	
	Komunikasi massa									1	
	<i>Digital mass communication</i>									1	
	Teknologi informasi dan komunikasi									1	
	Konsep dan teknik lobi dan negosiasi									1	
	Teknik presentasi									1	
	<i>Professional image</i>									1	
	Berpikir kreatif, kritis, dan analitis									1	
	Metodologi penelitian kualitatif								1		
	Metodologi penelitian kuantitatif								1		
	Riset <i>big data</i> dan netnografi								1		
	Statistika sosial untuk riset komunikasi								1		
Teknik penulisan karya ilmiah								1			

Rumpun Keilmuan	Bahan Kajian	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10
	Etika komunikasi media		1								
	Regulasi media siber							1			
PR	Dasar-dasar <i>public relations</i>									1	
	Citra, reputasi, dan <i>image</i> dalam organisasi									1	
	Manajemen dan strategi <i>public relations</i>									1	
	Riset <i>public relations</i>								1		
	Analisis opini publik			1							
	<i>Corporate public relations</i>			1							
	<i>Government public relations</i>			1							
	<i>Public relations 4.0</i>			1							
	Manajemen isu dan krisis			1							
	Dasar-dasar publikasi			1							
	<i>Online publications</i>			1							
	Penulisan <i>press release</i>			1							
	Penulisan naskah <i>public relations</i>			1							
	Penyelenggaraan acara			1							
	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>			1							
Kampanye sosial			1								
BC	Dasar-dasar <i>broadcasting</i> (penyiaran)									1	
	Sejarah dan perkembangan penyiaran									1	
	Teknik peliputan (reportase)									1	
	<i>Digital content creation</i>									1	

Rumpun Keilmuan	Bahan Kajian	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10
	Manajemen produksi media									1	
	Dasar-dasar jurnalistik			1							
	Penulisan dan penyuntingan naskah berita			1							
	Manajemen media massa			1							
	<i>Online journalism</i>			1							
	Dasar-dasar sinematografi						1				
	Penulisan naskah film						1				
	Manajemen produksi film									1	
	Produksi film									1	
	Penyuntingan film dan video									1	
Adv	Dasar-dasar fotografi digital									1	
	Aplikasi fotografi digital						1				
	Dasar-dasar periklanan									1	
	Perkembangan periklanan									1	
	Media periklanan									1	
	Strategi kreatif periklanan						1				
	Penulisan naskah iklan						1				
	Teknik produksi iklan						1				
	Desain komunikasi visual									1	
	Promosi periklanan									1	
	<i>Online advertising</i>						1				
	<i>Digital marketing</i>						1				

Rumpun Keilmuan	Bahan Kajian	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10
	Gaya hidup dan budaya konsumen					1					
Ilmu pendukung	Dasar-dasar sosiologi					1					
	Dasar-dasar antropologi					1					
	Dasar-dasar psikologi		1								
	Dasar-dasar ilmu manajemen			1							
	Dasar-dasar ilmu politik			1							
	Pancasila*			1							
	Kewarganegaraan*				1						
	Bahasa Indonesia*				1						
Politik	Dasar-dasar komunikasi politik			1							
	Kampanye politik digital									1	
	Marketing politik						1				
	Resolusi konflik									1	
Bisnis	Dasar-dasar komunikasi bisnis			1							
	Strategi komunikasi bisnis									1	
	Aplikasi komunikasi bisnis										1
	<i>Digital entrepreneurship</i>										1
	Penulisan proposal bisnis										1
	<i>Pitch Deck</i>										1
KP	Komunikasi pembangunan			1							
	Komunikasi pemerintahan			1							
	Media sosial untuk advokasi publik						1				

Rumpun Keilmuan	Bahan Kajian	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10
	Komunikasi bencana		1								
	Jurnalisme bencana		1								
	Komunikasi pariwisata						1				
	Pengembangan media lokal						1				
<b>Komdig</b>	Konvergensi media									1	
	Teori-teori komunikasi digital					1					
	Literasi digital				1						
	Literasi informasi				1						
	Isu-isu dalam Revolusi Industri 4.0 ( <i>net generation &amp; cyberculture, &amp; online gaming</i> )									1	
	Politik, ekonomi, dan gaya hidup era digital					1					
<b>Tourism</b>	Dasar-dasar ilmu pariwisata									1	
	Brand, Destinasi Pariwisata dan Aksebilitas									1	
	SDM dan Kelembagaan Pariwisata									1	
	<i>Community Based Tourism</i>			1							
	<i>Tourism and Hospitality Communication</i>			1							
	Destination Management Pariwisata			1							
	<i>Meeting, Incentive Convention and Exhibition (MICE)</i>									1	
	<i>Special Interest Tourism</i>									1	
	<i>Digital Media Tourism</i>								1		
	Manajemen Desa Wisata								1		
	<i>Sustainable Tourism</i>								1		

Rumpun Keilmuan	Bahan Kajian	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10
Penciri Univ	Akidah Islam dan akhlak	1									
	Fikih dan muamalah	1									
	Persyarikatan Muhammadiyah	1									
	Sejarah peradaban dan keilmuan dalam Islam	1									
	Dasar-dasar jurnalisme dakwah	1									
	Retorika dakwah	1									
	Dakwah digital	1									
	Aplikasi komputer									1	
	Bahasa Inggris untuk ilmu komunikasi						1				
	Aplikasi Bahasa Inggris profesional										1

### KETRAMPILAN UMUM

	Bahan Kajian	KU.1	KU.2	KU.3	KU.4	KU.5	KU.6	KU.7	KU.8	KU.9	KU.10	KU.11	KU.12
Inti keilmuan	Tradisi-tradisi dalam teori komunikasi	1											
	Psikologi komunikasi yang dimediasi komputer (CMC)										1		
	Sosiologi komunikasi	1											
	Komunikasi lintas budaya	1											
	Komunikasi dan gender	1											
	Komunikasi antarpribadi	1											
	Komunikasi organisasi dan kelompok	1											

	Bahan Kajian	KU.1	KU.2	KU.3	KU.4	KU.5	KU.6	KU.7	KU.8	KU.9	KU.10	KU.11	KU.12
	Komunikasi massa	1											
	<i>Digital mass communication</i>										1		
	Teknologi informasi dan komunikasi			1									
	Konsep dan teknik lobi dan negosiasi						1						
	Teknik presentasi dan retorika		1										
	<i>Professional image</i>						1						
	Berpikir kreatif, kritis, dan analitis	1											
	Metodologi penelitian kualitatif				1								
	Metodologi penelitian kuantitatif				1								
	Riset <i>big data</i> dan netnografi				1								
	Statistika sosial untuk riset komunikasi									1			
	Teknik penulisan karya ilmiah				1								
	Etika komunikasi media						1						
Regulasi media siber										1			
PR	Dasar-dasar <i>public relations</i>						1						
	Citra, reputasi, dan <i>image</i> dalam organisasi						1						
	Manajemen dan strategi <i>public relations</i>							1					
	Riset <i>public relations</i>				1								
	Analisis opini publik				1								
	<i>Corporate public relations</i>						1						

	Bahan Kajian	KU.1	KU.2	KU.3	KU.4	KU.5	KU.6	KU.7	KU.8	KU.9	KU.10	KU.11	KU.12	
	<i>Government public relations</i>						1							
	<i>Public relations 4.0</i>						1							
	Manajemen isu dan krisis					1								
	Dasar-dasar publikasi				1									
	<i>Online publications</i>										1			
	Penulisan <i>press release</i>		1											
	Penulisan naskah <i>public relations</i>		1											
	Penyelenggaraan acara								1					
	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>							1						
	Kampanye sosial						1							
BC	Dasar-dasar <i>broadcasting</i> (penyiaran)			1										
	Sejarah dan perkembangan penyiaran			1										
	Teknik peliputan (reportase)							1						
	<i>Digital content creation</i>										1			
	Manajemen produksi media							1						
	Dasar-dasar jurnalistik	1												
	Penulisan dan penyuntingan naskah berita		1											
	Manajemen media massa							1						
	<i>Online journalism</i>		1											
	Dasar-dasar sinematografi	1												
Penulisan naskah film		1												

	Bahan Kajian	KU.1	KU.2	KU.3	KU.4	KU.5	KU.6	KU.7	KU.8	KU.9	KU.10	KU.11	KU.12
	Manajemen produksi film							1					
	Produksi film							1					
	Penyuntingan film dan video		1										
<b>Adv</b>	Dasar-dasar fotografi digital		1										
	Aplikasi fotografi digital		1										
	Dasar-dasar periklanan			1									
	Perkembangan periklanan			1									
	Media periklanan							1					
	Strategi kreatif periklanan					1							
	Penulisan naskah iklan							1					
	Teknik produksi iklan							1					
	Desain komunikasi visual		1										
	Promosi periklanan			1									
	<i>Online advertising</i>			1									
	<i>Digital marketing</i>			1									
	Gaya hidup dan budaya konsumen											1	
	<b>Ilmu pendukung</b>	Dasar-dasar sosiologi										1	
Dasar-dasar antropologi											1		
Dasar-dasar psikologi											1		
Dasar-dasar ilmu manajemen											1		
Dasar-dasar ilmu politik							1						
Pancasila*			1										
Kewarganegaraan*			1										

	Bahan Kajian	KU.1	KU.2	KU.3	KU.4	KU.5	KU.6	KU.7	KU.8	KU.9	KU.10	KU.11	KU.12
	Bahasa Indonesia*				1								
<b>Politik</b>	Dasar-dasar komunikasi politik	1											
	Kampanye politik digital			1									
	Marketing politik					1							
	Resolusi konflik							1					
<b>Bisnis</b>	Dasar-dasar komunikasi bisnis	1											
	Strategi komunikasi bisnis					1							
	Aplikasi komunikasi bisnis								1				
	<i>Digital entrepreneurship</i>		1										
	Penulisan proposal bisnis <i>Pitch Deck</i>		1					1					
<b>KP</b>	Komunikasi pembangunan			1									
	Komunikasi pemerintahan			1									
	Media sosial untuk advokasi publik								1				
	Komunikasi bencana			1									
	Jurnalisme bencana					1							
	Komunikasi pariwisata			1									
	Pengembangan media lokal								1				
<b>Komdig</b>	Konvergensi media										1		
	Teori-teori komunikasi digital										1		
	Literasi digital										1		
	Literasi informasi										1		

	Bahan Kajian	KU.1	KU.2	KU.3	KU.4	KU.5	KU.6	KU.7	KU.8	KU.9	KU.10	KU.11	KU.12
	Isu-isu dalam Revolusi Industri 4.0 ( <i>net generation &amp; cyberculture, &amp; online gaming</i> )										1		
	Politik, ekonomi, dan gaya hidup era digital										1		
<b>Tourism</b>	Dasar-dasar ilmu pariwisata		1										
	Brand, Destinasi Pariwisata dan Aksesibilitas		1										
	SDM dan Kelembagaan Pariwisata		1										
	<i>Community Based Tourism</i>	1											
	<i>Tourism and Hospitality Communication</i>	1											
	Destination Management Pariwisata			1									
	<i>Meeting, Incentive Convention and Exhibition (MICE)</i>						1						
	<i>Special Interest Tourism</i>			1									
	<i>Digital Media Tourism</i>							1					
	Manajemen Desa Wisata									1			
	<i>Sustainable Tourism</i>						1						
<b>Penciri Univ</b>	Akidah Islam dan akhlak											1	
	Fikih dan muamalah											1	
	Persyarikatan Muhammadiyah											1	
	Sejarah peradaban dan keilmuan dalam Islam											1	

	Bahan Kajian	KU.1	KU.2	KU.3	KU.4	KU.5	KU.6	KU.7	KU.8	KU.9	KU.10	KU.11	KU.12
	Dasar-dasar jurnalisme dakwah											1	
	Retorika dakwah											1	
	Dakwah digital											1	
	Aplikasi komputer										1		
	Bahasa Inggris untuk ilmu komunikasi												1
	Aplikasi Bahasa Inggris profesional												1

### KETRAMPILAN KHUSUS

Rumpun Keilmuan	Bahan Kajian	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	KK9	KK10	KK11	KK12
<b>Inti keilmuan</b>	Tradisi-tradisi dalam teori komunikasi						1						
	Psikologi komunikasi yang dimediasi komputer (CMC)				1								
	Sosiologi komunikasi				1								
	Komunikasi lintas budaya		1										
	Komunikasi dan gender							1					
	Komunikasi antarpribadi				1								
	Komunikasi organisasi dan kelompok				1								
	Komunikasi massa												1
	<i>Digital mass communication</i>										1		
	Teknologi informasi dan komunikasi										1		

Rumpun Keilmuan	Bahan Kajian	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	KK9	KK10	KK11	KK12
	Konsep dan teknik lobi dan negosiasi			1									
	Teknik presentasi dan retorika			1									
	<i>Professional image</i>			1									
	Berpikir kreatif, kritis, dan analitis						1						
	Metodologi penelitian kualitatif						1						
	Metodologi penelitian kuantitatif						1						
	Riset <i>big data</i> dan netnografi						1						
	Statistika sosial untuk riset komunikasi						1						
	Teknik penulisan karya ilmiah						1						
	Etika komunikasi media											1	
	Regulasi media siber											1	
PR	Dasar-dasar <i>public relations</i>			1									
	Citra, reputasi, dan <i>image</i> dalam organisasi										1		
	Manajemen dan strategi <i>public relations</i>			1									
	Riset <i>public relations</i>						1						
	Analisis opini publik						1						
	<i>Corporate public relations</i>			1									
	<i>Government public relations</i>			1									
	<i>Public relations 4.0</i>										1		
	Manajemen isu dan krisis			1									
	Dasar-dasar publikasi			1									

Rumpun Keilmuan	Bahan Kajian	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	KK9	KK10	KK11	KK12
	<i>Online publications</i>										1		
	Penulisan <i>press release</i>					1							
	Penulisan naskah <i>public relations</i>					1							
	Penyelenggaraan acara				1								
	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>												1
	Kampanye sosial												
BC	Dasar-dasar <i>broadcasting</i> (penyiaran)					1							
	Sejarah dan perkembangan penyiaran					1							
	Teknik peliputan (reportase)												1
	<i>Digital content creation</i>									1			
	Manajemen produksi media					1							
	Dasar-dasar jurnalistik											1	
	Penulisan dan penyuntingan naskah berita									1			
	Manajemen media massa									1			
	<i>Online journalism</i>									1			
	Dasar-dasar sinematografi					1							
	Penulisan naskah film									1			
	Manajemen produksi film					1							
	Produksi film									1			
Penyuntingan film dan video									1				
Adv	Dasar-dasar fotografi digital					1							
	Aplikasi fotografi digital					1							

Rumpun Keilmuan	Bahan Kajian	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	KK9	KK10	KK11	KK12	
	Dasar-dasar periklanan								1					
	Perkembangan periklanan										1			
	Media periklanan									1				
	Strategi kreatif periklanan									1				
	Penulisan naskah iklan					1								
	Teknik produksi iklan					1								
	Desain komunikasi visual					1								
	Promosi periklanan												1	
	<i>Online advertising</i>				1									
	<i>Digital marketing</i>				1									
	Gaya hidup dan budaya konsumen												1	
Ilmu pendukung	Dasar-dasar sosiologi		1											
	Dasar-dasar antropologi		1											
	Dasar-dasar psikologi		1											
	Dasar-dasar ilmu manajemen		1											
	Dasar-dasar ilmu politik		1											
	Pancasila*		1											
	Kewarganegaraan*		1											
	Bahasa Indonesia*		1											
Politik	Dasar-dasar komunikasi politik											1		
	Kampanye politik digital		1											
	Marketing politik		1											

Rumpun Keilmuan	Bahan Kajian	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	KK9	KK10	KK11	KK12
	Resolusi konflik			1									
Bisnis	Dasar-dasar komunikasi bisnis			1									
	Strategi komunikasi bisnis			1									
	Aplikasi komunikasi bisnis			1									
	<i>Digital entrepreneurship</i>							1					
	Penulisan proposal bisnis					1							
	<i>Pitch Deck</i>							1					
KP	Komunikasi pembangunan								1				
	Komunikasi pemerintahan								1				
	Media sosial untuk advokasi publik								1				
	Komunikasi bencana								1				
	Jurnalisme bencana								1				
	Komunikasi pariwisata								1				
	Pengembangan media lokal								1				
Komdig	Konvergensi media					1							
	Teori-teori komunikasi digital		1										
	Literasi digital							1					
	Literasi informasi							1					
	Isu-isu dalam Revolusi Industri 4.0 ( <i>net generation &amp; cyberculture, &amp; online gaming</i> )							1					
	Politik, ekonomi, dan gaya hidup era digital								1				

Rumpun Keilmuan	Bahan Kajian	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	KK9	KK10	KK11	KK12
Tourism	Dasar-dasar ilmu pariwisata								1				
	Brand, Destinasi Pariwisata dan Aksebilitas								1				
	SDM dan Kelembagaan Pariwisata								1				
	<i>Community Based Tourism</i>								1				
	<i>Tourism and Hospitality Communication</i>								1				
	Destination Management Pariwisata								1				
	<i>Meeting, Incentive Convention and Exhibition (MICE)</i>												1
	<i>Special Interest Tourism</i>												1
	<i>Digital Media Tourism</i>												1
	Manajemen Desa Wisata		1										
<i>Sustainable Tourism</i>		1											
Penciri Univ	Akidah Islam dan akhlak	1											
	Fikih dan muamalah	1											
	Persyarikatan Muhammadiyah	1											
	Sejarah peradaban dan keilmuan dalam Islam	1											
	Dasar-dasar jurnalisme dakwah	1											
	Retorika dakwah	1											
	Dakwah digital		1										
	Aplikasi komputer					1							
	Bahasa Inggris untuk ilmu komunikasi			1									

Rumpun Keilmuan	Bahan Kajian	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	KK6	KK7	KK8	KK9	KK10	KK11	KK12
	Aplikasi Bahasa Inggris profesional			1									

## PENGETAHUAN

	Bahan Kajian	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14
<b>Inti keilmuan</b>	Tradisi-tradisi dalam teori komunikasi			1											
	Psikologi komunikasi yang dimediasi komputer (CMC)						1								
	Sosiologi komunikasi		1												
	Komunikasi lintas budaya		1												
	Komunikasi dan gender		1												
	Komunikasi antarpribadi				1										
	Komunikasi organisasi dan kelompok				1										
	Komunikasi massa				1										
	<i>Digital mass communication</i>						1								
	Teknologi informasi dan komunikasi								1						
	Konsep dan teknik lobi dan negosiasi				1										
	Teknik presentasi dan retorika				1										
	<i>Professional image</i>						1								
	Berpikir kreatif, kritis, dan analitis			1											
	Metodologi penelitian kualitatif												1		
	Metodologi penelitian kuantitatif												1		
	Riset <i>big data</i> dan netnografi												1		
Statistika sosial untuk riset komunikasi												1			

	Bahan Kajian	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14
	Teknik penulisan karya ilmiah												1		
	Etika komunikasi media													1	
	Regulasi media siber													1	
<b>PR</b>	Dasar-dasar <i>public relations</i>					1									
	Citra, reputasi, dan <i>image</i> dalam organisasi					1									
	Manajemen dan strategi <i>public relations</i>					1									
	Riset <i>public relations</i>											1			
	Analisis opini publik											1			
	<i>Corporate public relations</i>					1									
	<i>Government public relations</i>					1									
	<i>Public relations 4.0</i>						1								
	Manajemen isu dan krisis										1				
	Dasar-dasar publikasi					1									
	<i>Online publications</i>				1										
	Penulisan <i>press release</i>				1										
	Penulisan naskah <i>public relations</i>				1										
	Penyelenggaraan acara					1									
	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>					1									
Kampanye sosial										1					
<b>BC</b>	Dasar-dasar <i>broadcasting</i> (penyiaran)					1									
	Sejarah dan perkembangan penyiaran					1									
	Teknik peliputan (reportase)				1										
	<i>Digital content creation</i>						1								

	Bahan Kajian	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14
	Manajemen produksi media						1								
	Dasar-dasar jurnalistik					1									
	Penulisan dan penyuntingan naskah berita				1										
	Manajemen media massa					1									
	<i>Online journalism</i>						1								
	Dasar-dasar sinematografi					1									
	Penulisan naskah film				1										
	Manajemen produksi film					1									
	Produksi film					1									
	Penyuntingan film dan video					1									
Adv	Dasar-dasar fotografi digital						1								
	Aplikasi fotografi digital						1								
	Dasar-dasar periklanan					1									
	Perkembangan periklanan					1									
	Media periklanan					1									
	Strategi kreatif periklanan					1									
	Penulisan naskah iklan				1										
	Teknik produksi iklan					1									
	Desain komunikasi visual							1							
	Promosi periklanan					1									
	<i>Online advertising</i>						1								
	<i>Digital marketing</i>						1								
	Gaya hidup dan budaya konsumen						1								

	Bahan Kajian	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14
<b>Wajib Nas</b>	Dasar-dasar sosiologi		1												
	Dasar-dasar antropologi		1												
	Dasar-dasar psikologi		1												
	Dasar-dasar ilmu manajemen		1												
	Dasar-dasar ilmu politik		1												
	Pancasila*		1												
	Kewarganegaraan*		1												
	Bahasa Indonesia*														
<b>Politik</b>	Dasar-dasar komunikasi politik		1												
	Kampanye politik digital									1					
	Marketing politik		1							1					
	Resolusi konflik									1					
<b>Bisnis</b>	Dasar-dasar komunikasi bisnis										1				
	Strategi komunikasi bisnis										1				
	Aplikasi komunikasi bisnis										1				
	<i>Digital entrepreneurship</i>						1								
	Penulisan proposal bisnis				1										
	<i>Pitch Deck</i>										1				
<b>KP</b>	Komunikasi pembangunan									1					
	Komunikasi pemerintahan									1					
	Media sosial untuk advokasi publik						1								
	Komunikasi bencana									1					
	Jurnalisme bencana				1										

	Bahan Kajian	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14
	Komunikasi pariwisata								1						
	Pengembangan media lokal								1						
<b>Komdig</b>	Konvergensi media													1	
	Teori-teori komunikasi digital						1								
	Literasi digital						1								
	Literasi informasi						1								
	Isu-isu dalam Revolusi Industri 4.0 ( <i>net generation &amp; cyberculture, &amp; online gaming</i> )						1								
	Politik, ekonomi, dan gaya hidup era digital						1								
<b>Tourism</b>	Dasar-dasar ilmu pariwisata								1						
	Brand, Destinasi Pariwisata dan Akseibilitas								1						
	SDM dan Kelembagaan Pariwisata								1						
	<i>Community Based Tourism</i>								1						
	<i>Tourism and Hospitality Communication</i>								1						
	Destination Management Pariwisata								1						
	<i>Meeting, Incentive Convention and Exhibition (MICE)</i>								1						
	<i>Special Interest Tourism</i>								1						
	<i>Digital Media Tourism</i>								1						
	Manajemen Desa Wisata								1						
	<i>Sustainable Tourism</i>								1						
<b>Penciri Univ</b>	Akidah Islam dan akhlak	1													
	Fikih dan muamalah	1													
	Persyarikatan Muhammadiyah	1													

	Bahan Kajian	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14
	Sejarah peradaban dan keilmuan dalam Islam	1													
	Dasar-dasar jurnalisme dakwah	1													
	Retorika dakwah	1													
	Dakwah digital	1													
	Aplikasi komputer							1							
	Bahasa Inggris untuk ilmu komunikasi														1
	Aplikasi Bahasa Inggris profesional														1

## 6. Pembentukan Mata Kuliah dan Penentuan bobot sks

**Tabel 7. Pembentukan Mata kuliah dan Penentuan Bobot Sks**

Bidang	Bobot	%	SKS Sementara	SKS Tetap	Bahan Kajian	Nama Mata Kuliah	SKS Makul	Total
Ilmu pendukung/ Wajib nasional	12	2,6	3,6	4	Pancasila*	Pancasila	2	6
					Kewarganegaraan*	Kewarganegaraan	2	
					Bahasa Indonesia*	Bahasa Indonesia	2	
Ilmu pendukung/ Wajib universitas	42	9,1	12,5	12	Akidah Islam dan akhlak	AIK 1	2	12
					Fikih dan muamalah	AIK 2	2	
					Persyarikatan Muhammadiyah	AIK 3	2	
					Sejarah peradaban dan keilmuan dalam Islam	AIK 4	2	
					Dasar-dasar jurnalisme dakwah			
Retorika dakwah								

Bidang	Bobot	%	SKS Sementara	SKS Tetap	Bahan Kajian	Nama Mata Kuliah	SKS Makul	Total	
					Dakwah digital				
					Aplikasi komputer	Aplikasi Komputer	2		
					Bahasa Inggris untuk ilmu komunikasi	English for Communication	2		
					Keterampilan hidup bermasyarakat dan pemecahan masalah	KKN	3	3	
Inti Keilmuan Komunikasi	116	25,0	34,5	34	Tradisi-tradisi dalam teori komunikasi	Teori & Pengantar Komunikasi	2		
					Psikologi komunikasi yang dimediasi komputer (CMC)	Dasar-dasar psikologi	Psikologi Komunikasi	22	
					Sosiologi komunikasi	Dasar-dasar sosiologi	Sosiologi Komunikasi	2	
					Komunikasi lintas budaya	Dasar-dasar antropologi	Komunikasi Lintas Budaya	2	
					Komunikasi antarpribadi		Komunikasi Antarpribadi	2	
					Komunikasi organisasi dan kelompok	Dasar-dasar ilmu manajemen	Komunikasi Organisasi	2	
					Komunikasi massa		Komunikasi Massa	2	
					<i>Digital mass communication</i>				
					Komunikasi dan gender		Komunikasi Gender	2	
					Teknik presentasi dan retorika		<i>Public Speaking</i>	2	
					Berpikir kreatif, kritis, dan analitis		<i>Creative Thinking</i>	2	
					<i>Professional image</i>		Professional Image	2	
								34	

Bidang	Bobot	%	SKS Sementara	SKS Tetap	Bahan Kajian	Nama Mata Kuliah	SKS Makul	Total	
					Metodologi penelitian kualitatif	Metode Riset Kualitatif	3		
					Metodologi penelitian kuantitatif Statistika sosial untuk riset komunikasi	Metode Riset Kuantitatif	3		
					Riset <i>big data</i> dan netnografi	Riset <i>public relations</i>	Metode Riset Komunikasi Lanjutan		
						Analisis opini publik			
					Teknik penulisan karya ilmiah	Penulisan Karya Ilmiah	2		
					Etika komunikasi media Regulasi media siber	Etika dan Regulasi Media Siber	2		
<i>Public Relations</i>	48	10,3	14,3	14	Dasar-dasar <i>public relations</i>	Dasar Public Relations	3	14	
					Citra, reputasi, dan <i>image</i> dalam organisasi				
					Manajemen dan strategi <i>public relations</i>				
					<i>Online publications</i> <i>Public relations 4.0</i>	<i>PR 4.0</i>	3		
					Dasar-dasar publikasi Penulisan <i>press release</i> Penulisan naskah <i>public relations</i>	Penulisan PR	2		
					<i>Corporate public relations</i>	Konsep dan teknik Corporate Public Relations	6		

Bidang	Bobot	%	SKS Sementara	SKS Tetap	Bahan Kajian	Nama Mata Kuliah	SKS Makul	Total
					<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Manajemen isu dan krisis Penyelenggaraan acara	lobi dan negosiasi		
Penyiaran	56	12,1	16,7	17	Dasar-dasar <i>broadcasting</i> (penyiaran)			
					Sejarah dan perkembangan penyiaran Manajemen produksi media Manajemen media massa	Dasar Penyiaran	3	17
					Dasar-dasar jurnalistik Penulisan dan penyuntingan naskah berita <i>Online journalism</i>	Jurnalisme Online	4	
					<i>Digital content creation</i> Teknik peliputan (reportase)	Kreasi Konten Digital	4	
					Dasar-dasar sinematografi Penulisan naskah film Manajemen produksi film Produksi film Penyuntingan film dan video	Produksi Film	6	
Advertising	52	11,2	15,5	16	Dasar-dasar fotografi digital	Fotografi	3	16

Bidang	Bobot	%	SKS Sementara	SKS Tetap	Bahan Kajian	Nama Mata Kuliah	SKS Makul	Total
					Aplikasi fotografi digital			
					Desain komunikasi visual	DKV	3	
					Dasar-dasar periklanan Perkembangan periklanan Media periklanan	Dasar Periklanan	2	
					Strategi kreatif periklanan			
					Gaya hidup dan budaya konsumen			
					Penulisan naskah iklan	Copywriting	2	
					Teknik produksi iklan Promosi periklanan <i>Online advertising</i> <i>Digital marketing</i>	Digital Advertising	6	
Komunikasi Bisnis Berbasis Media Digital	48	10,3	14,3	14	Dasar-dasar komunikasi bisnis			
					Strategi komunikasi bisnis Aplikasi komunikasi bisnis	Komunikasi Bisnis	3	14

Bidang	Bobot	%	SKS Sementara	SKS Tetap	Bahan Kajian	Nama Mata Kuliah	SKS Makul	Total
					<i>Digital entrepreneurship</i> Penulisan proposal bisnis <i>Pitch deck</i>	<i>Digital Start-Up</i>	4	
					Konvergensi media Teori-teori komunikasi digital	Teknologi informasi dan komunikasi	4	
					Isu-isu dalam Revolusi Industri 4.0 ( <i>net generation &amp; cyberculture, &amp; online gaming</i> )			
					Politik, ekonomi, dan gaya hidup era digital			
					Literasi digital Literasi informasi	Literasi Digital & Informasi	3	
Komunikasi Pembangunan	45	9,7	13,4	13	Komunikasi pembangunan Pengembangan media lokal	Komunikasi Pembangunan Daerah	4	
					Komunikasi bencana Jurnalisme bencana	Komunikasi Bencana	2	13
					Komunikasi pemerintahan	<i>Government public relations</i> Government and Public Affairs	2	

Bidang	Bobot	%	SKS Sementara	SKS Tetap	Bahan Kajian	Nama Mata Kuliah	SKS Makul	Total
					Media sosial untuk advokasi publik	Kampanye sosial		
					Dasar-dasar komunikasi politik Kampanye politik digital Marketing politik	Dasar-dasar ilmu politik	Komunikasi Politik Digital	3
					Resolusi konflik		Resolusi Konflik	2
<i>Tourism Digital Project</i>	45	9,7	13,4	13	Dasar-dasar ilmu pariwisata			
					Brand, Destinasi Pariwisata dan Akseibilitas	Komunikasi pariwisata	Komunikasi Pariwisata	3
				<i>Tourism Digital Media</i>				
				SDM dan Kelembagaan Pariwisata				
				<i>Special Interest on Tourism</i>				
					<i>Tourism and Hospitality Communication</i>	Aplikasi Bahasa Inggris profesional	<i>English for Communication and Hospitality</i>	3
					<i>Community Based Tourism</i>		<i>Rural Tourism Empowerment</i>	3
								13

Bidang	Bobot	%	SKS Sementara	SKS Tetap	Bahan Kajian	Nama Mata Kuliah	SKS Makul	Total
					Manajemen Desa Wisata			
					<i>Tourism Destination Management</i>			
					<i>Sustainable Tourism</i>			
					<i>Meeting, Incentive Convention and Exhibition (MICE)</i>	<i>MICE</i>	4	
<i>Professionalism &amp; Research Skill</i>			3	3	Peningkatan profesional sesuai bidang peminatan	Magang	3	9
			6	6	Keterampilan riset sesuai bidang peminatan	Skripsi	6	
	<b>464</b>	<b>100,0</b>	<b>150,0</b>	<b>151</b>			<b>151</b>	<b>151</b>

**Tabel 7. Matrik CPL dan Mata kuliah Baru**

No	Kode Mata Kuliah	Nama Mata Kuliah	Jumlah SKS	CPL			
				Sikap	Ketrampilan Umum	Ketrampilan Khusus	Pengetahuan
1	NAS0802201	Pancasila	2	3	2	2	2
2	NAS0802202	Kewarganegaraan	2	4	2	2	2
3	NAS0802203	Bahasa Indonesia	2	4	4	2	14
4	UMM0802201	AIK 1	2	1	11	1	1
5	UMM0802202	AIK 2	2	1	11	1	1
6	UMM0802203	AIK 3	2	1	11	1	1
7	UMM0802204	AIK 4	2	1	11	1	1
8	UMM0802205	Aplikasi Komputer	2	9	10	5	7
9	UMM0802206	English For Communication	2	5	12	3	14
10	UMM0802307	KKN	3	3,5,7,11	5,6,7,8	4,5,8	8,8
11	UMM0802008	BTQ & Ibadah Praktis	0				
12	UMM0802009	Pelatihan Komputer	0				
13	UMM0802010	Pelatihan Bahasa Inggris	0				
14	KPT0802201	Pengantar & Teori Ilmu Komunikasi	2	5	1	6	3
15	KPT0802202	Psikologi Komunikasi	2	2,9	10	2,4	2,6
16	KPT0802203	Sosiologi Komunikasi	2	9	1	4	2
17	KPT0802204	Komunikasi Lintas Budaya	2	5,9	1,10	2	2

No	Kode Mata Kuliah	Nama Mata Kuliah	Jumlah SKS	CPL			
				Sikap	Ketrampilan Umum	Ketrampilan Khusus	Pengetahuan
18	KPT0802205	Komunikasi Antarpribadi	2	9	1	4	4
19	KPT0802206	Komunikasi Organisasi	2	3,9	1,10	2,4	2,4
20	KPT0802207	Komunikasi Massa	2	9	1,10	10,11	4,6
21	KPT0802208	Komunikasi Gender	2	9	1	7	2
22	KPT0802209	Public Speaking	2	9	2	3	4
23	KPT0802210	Creative Thinking	2	9	1	6	3
24	KPT0802211	Professional Image	2	9	6	3	5
25	KPT0802312	Metode Riset Kualitatif	3	8	4	6	11
26	KPT0802313	Metode Riset Kuantitatif	3	8	4	6	11
27	KPT0802214	Metode Riset Komunikasi Lanjutan	2	3,8	4	6	11
28	KPT0802215	Penulisan Karya Ilmiah	2	8	4	6	12
29	KPT0802216	Etika dan Regulasi Media Siber	2	2,7	6,10	11	13
30	KPT0802317	Dasar Public Relations	3	9	6,7	3,10	5
31	KPT0802218	PR 4.0	2	3	6,10	10	10
32	KPT0802319	Penulisan PR	3	3	2,4	3,5	4,5
33	KPT0802620	Corporate Public Relations	6	3,9	5,6,7,8	3,4,12	4,5,9
34	KPT0802321	Dasar Penyiaran	3	3,9	3,7	5,9	5,6

No	Kode Mata Kuliah	Nama Mata Kuliah	Jumlah SKS	CPL			
				Sikap	Ketrampilan Umum	Ketrampilan Khusus	Pengetahuan
35	KPT0802422	Jurnalisme Online	4	3	1,2	9,11	4,5,6
36	KPT0802423	Kreasi Konten Digital	4	9	7,10	9,12	4,6
37	KPT0802624	Produksi Film	6	6,9	1,2,7	5,9	4,5
38	KPT0802325	Fotografi	3	6,9	2	5	6
39	KPT0802326	DKV	3	9	2	5	7
40	KPT0802227	Dasar Periklanan	2	5,6,9	3,5,7,10	8,9,10,11	5,6
41	KPT0802628	Copywriting	2	6	7	5	4
42	KPT0802629	Digital Advertising	6	6,9	3,7	4,5,12	4,5,6
43	KPT0802430	Komunikasi Pembangunan Daerah	4	3,6	3,8	8	8,9
44	KPT0802231	Komunikasi Bencana	2	2	3,5	8	4,9
45	KPT0802232	Government and Public Affairs	2	3,6	3,5,6,7	3,8,13	5,6,9
46	KPT0802333	Komunikasi Politik Digital	3	3,6,9	1,3,5,6	2,11	2,9

No	Kode Mata Kuliah	Nama Mata Kuliah	Jumlah SKS	CPL			
				Sikap	Ketrampilan Umum	Ketrampilan Khusus	Pengetahuan
47	KPT0802234	Resolusi Konflik	2	9	6	3	9
48	KPT0802335	Komunikasi Bisnis	3	3,6,10	1,5,7	3	10
49	KPT0802436	Digital Start-Up	4	10	2,6	5,7	4,6,10
50	KPT0802437	Komunikasi Digital	4	5,9	3,10	2,5,7,8,10	6,7,11
51	KPT0802338	Literasi Digital & Informasi	3	4	10	7	6
52	KPT0802339	Komunikasi Pariwisata	3	6,7,9	2,3,7	8,12	8
53	KPT0802340	English for Communication and Hospitality	3	3,9	1,13	3,8	8,12
54	KPT0802341	Rural Tourism Empowerment	3	3,7	1,3,5,8	2,8	8
55	KPT0802442	MICE	4	9	6	12	8
56	KPT0802343	Magang	3	6,7,9	2,5,6,7,8	3,4,5,9,11	4,5,6,7,13
57	KPT0802644	Skripsi	6				

## 7. Struktur Matakuliah dlm Kurikulum Program Studi

Ilmu komunikasi adalah bagian dari ilmu perilaku, yang pada hakikatnya berurusan dengan interaksi manusia dengan dasar pendalaman tentang kondisi fisik, kejiwaan pribadi, dan kondisi sosial budaya masyarakat. Cakupan keilmuan ilmu komunikasi bergerak antara *domain* dalam *fisiologi* ke *domain* luar *antropologi*, dengan urutan fisiologi, psikologi, sosiologi, dan antropologi. Oleh sebab luasnya cakupan keilmuan tersebut, memberikan implikasi pada jenis dan struktur kurikulum yang akan dibangun. *Pertama*, ilmu komunikasi berdimensi kebudayaan dan sosial, sehingga setiap masyarakat perlu mengembangkan konfigurasi yang cocok dengan kekhasannya sendiri. *Kedua*, globalisasi merupakan sumber kekuatan makro yang harus mendapat pertimbangan dengan matang, agar ilmu komunikasi yang dikembangkan tidak tersingkir dari jaringan informasi dan komunikasi global yang berorientasi pada perkembangan ipteks masa depan. *Ketiga*, otonomi daerah perlu dijadikan acuan langsung sehingga arah dan sasaran kurikulum lebih peka dan terfokus pada pengembangan daerah.

Kurikulum yang dikembangkan di Prodi Ilmu Komunikasi Unimma terdiri atas lima kelompok ilmu pengetahuan, yaitu: Ilmu Sosial-Humaniora Pendukung, Ilmu Komunikasi Dasar/ *communication core*, Terapan Komunikasi/ *sequence core*, Ilmu Pelengkap, dan Ilmu Keunggulan Lembaga, serta pembekalan keterampilan hidup dalam Program Softskills untuk Mahasiswa yang diintegrasikan dalam kurikulum.

### 1. Pendukung Ilmu Komunikasi

Pendukung ilmu komunikasi adalah ilmu-ilmu yang berperan sebagai pendahuluan dan memberikan landasan bagi mahasiswa sebelum memasuki inti keilmuan komunikasi. Mata kuliah ini merupakan mata kuliah wajib nasional dan wajib universitas terdiri atas: (1) Pendidikan Agama (Al-Islam dan Kemuhammadiyah), (2) Pendidikan Pancasila, (3) Kewarganegaraan, (4) Bahasa Indonesia, (5) Aplikasi Komputer, dan (6) Bahasa Inggris.

Selain bidang ilmu wajib tersebut, diperlukan pula wawasan tentang ilmu sosial dan humaniora seperti, filsafat, sosiologi, psikologi, ilmu politik, dan manajemen. Bidang-bidang ilmu ini ada yang diintegrasikan ke dalam beberapa mata kuliah komunikasi dasar untuk efisiensi dan efektivitas proses belajar, yaitu: Pengantar Ilmu Komunikasi, Sosiologi Komunikasi, Psikologi Komunikasi, Komunikasi Organisasi dan Komunikasi Massa.

### 2. Ilmu Komunikasi Dasar

Ilmu komunikasi dasar terdiri atas: teori-teori fundamental dalam keilmuan komunikasi, keterampilan-keterampilan dasar berkomunikasi, metodologi penelitian komunikasi, dan pembahasan tentang etika berkomunikasi dan regulasi media.

#### **Teori Komunikasi Dasar**

Bidang ini meliputi teori-teori tentang komunikasi manusia dengan berbagai media ekspresinya dan faktor yang mempengaruhinya. Teori-teori ini perlu dipelajari sebelum mahasiswa memasuki bidang-bidang peminatan komunikasi dan mengaplikasikan ilmu komunikasi di berbagai konteks.

Pada tahap ini mahasiswa belajar pengaruh ilmu komunikasi dalam konteks sosial, budaya, ekonomi dan politik. Teori-teori dasar ini menjelaskan proses dan model

komunikasi dan dampaknya pada kehidupan manusia; konteks budaya komunikasi yang khas bagi setiap masyarakat; konteks sosial kemasyarakatan dari komunikasi; konteks psikologis komunikasi yang berpengaruh pada efektivitas komunikasi; tanggung jawab sosial dan moral komunikasi; komunikasi dan persoalan gender; komunikasi sebagai relasi antarpribadi; komunikasi intensional dalam organisasi dan kelompok; dan komunikasi serentak yang melibatkan massa dan tanpa ikatan jarak serta tempat; serta berbagai bentuk teknologi yang berkembang terutama di era industri 4.0.

Topik-topik ini dirumuskan dalam mata kuliah: (1) Pengantar & Teori Komunikasi, (2) Sosiologi Komunikasi, (3) Psikologi Komunikasi, (4) Komunikasi Lintas Budaya, (5) Komunikasi dan Gender, (6) Komunikasi Antarpribadi, (7) Komunikasi Organisasi dan (8) Komunikasi Massa.

### **Keterampilan Komunikasi Dasar**

Bidang keterampilan berkomunikasi dasar berisikan jenis-jenis keterampilan berkomunikasi aktif yang diperlukan mahasiswa untuk memasuki bidang peminatan yang bersifat praktis dan aplikatif, seperti berbicara, mendengarkan, menulis, dan merespon, keterampilan mempresentasikan diri secara profesional, serta keterampilan berpikir kreatif, analitis, dan kritis yang diperlukan untuk menerapkan ilmu komunikasi, menyelesaikan masalah dan mencipta. Keterampilan-keterampilan itu diajarkan dalam mata kuliah: (1) *Public Speaking*, (2) *Professional Image*, dan (3) *Creative Thinking*.

### **Metodologi Penelitian Komunikasi**

Metode penelitian diberikan untuk membekali mahasiswa keterampilan berpikir analitis dan kritis, keterampilan menjalankan penelitian untuk memecahkan masalah dan mengembangkan ilmu komunikasi baik dengan berbagai pendekatan baik kualitatif dan kuantitatif, dan keterampilan menulis ilmiah. Bidang ini meliputi mata kuliah: (1) Metode Riset Kualitatif, (2) Metode Riset Kuantitatif dan (3) Metode Riset Komunikasi Lanjutan

### **Etika Komunikasi dan Regulasi Media**

Bidang ini merupakan pelengkap teori dasar keilmuan komunikasi yang memberikan wawasan tentang etika berkomunikasi dan regulasi media yang berada di wilayah NKRI.

## **3. Peminatan Komunikasi**

Inti peminatan (*sequence core*) adalah kelompok-kelompok konsep (*knowledge*) dan keterampilan (*skills*) yang merupakan bentuk aplikasi ilmu komunikasi di bidang-bidang kehidupan praktis. Pendidikan ilmu komunikasi di Indonesia pada umumnya mengembangkan tujuh peminatan, yaitu: *public relations*, periklanan dan *broadcasting*. Program studi ilmu komunikasi Unimma menetapkan tiga bidang peminatan komunikasi, yaitu *Public Relations (PR)*, *Broadcasting* dan *Advertising*.

### **Public Relations (PR)**

Secara konseptual, bidang peminatan *PR* meliputi: *intellectual domain* yang berisikan pengetahuan tentang penerapan ilmu komunikasi di bidang *public relations* dan *professional activity* yang merupakan keterampilan-keterampilan khusus yang harus dikuasai oleh praktisi *PR*. Penyusunan kurikulum inti *public relations* memperhatikan

konsep-konsep, asas-asas, ruang lingkup dan praktik dasar dan tanggung jawab dalam profesi *PR*.

Terdapat delapan pokok pembahasan dalam kurikulum inti *PR*, diantaranya adalah teori, sejarah, asas, dan praktik profesi *PR*; etika dan hukum *PR*; riset dan pengukuran kinerja; penulisan dan produksi materi *PR*; tindakan dan pelaksanaan *PR*, dan pemagangan terstruktur. Kesemua hal tersebut dipelajari dalam lima mata kuliah inti peminatan *PR*, yaitu: (1) Dasar *Public Relations*, (2) *Public Relations 4.0*, (4) *Government and Public Affairs*, dan (5) *Corporate Public Relations*, dan dua mata kuliah praktik kepublikasian sebagai pelengkap, yakni: (1) Penulisan *Public Relations* dan (2) Manajemen Acara.

### **Broadcasting (BC)**

Peminatan *BC* terdiri atas *intellectual domain* berupa pengetahuan tentang teori dasar penyiaran dan kejournalistikan dan *professional activity* yang berfokus pada keahlian memproduksi konten untuk disiarkan baik di media konvensional (televisi dan radio) maupun media baru (media digital). Peminatan *broadcasting* terdiri dari mata kuliah inti: (1) Dasar Penyiaran, (2) Teknik Reportase, (3) Kreasi Konten Digital dan (4) Jurnalisme Online dan dua mata kuliah praktik sinematografi sebagai pelengkap: (1) Sinematografi dan (2) Produksi Film.

### **Advertising (ADV)**

Peminatan *ADV* terdiri atas *intellectual domain* berupa pengetahuan tentang teori dasar periklanan dan *professional activity* yang berfokus pada keahlian memproduksi karya/konten iklan luar ruang maupun iklan dalam bentuk audio visual dan digital. Peminatan *advertising* terdiri dari mata kuliah inti : (1) Dasar Periklanan, (2) Digital Advertising dan (3) Desain Komunikasi Visual (DKV) dan dua mata kuliah praktik sebagai pelengkap : (1) Fotografi dan (2) Copywriting.

Mata kuliah inti peminatan *PR,BC* dan *ADV* memberikan wawasan pengetahuan tentang fungsi dan aplikasi komunikasi yang spesifik dan terkait dengan minat mahasiswa. Mata kuliah ini mulai diberikan pada tahun kedua, setelah mahasiswa mendapatkan teori dasar komunikasi dan mulai diberikan keterampilan untuk menuangkan gagasan kreatif. Pada tahap ini, mahasiswa dipersiapkan untuk membangun keahlian pribadi dalam rangka menghadapi persaingan di lapangan kerja nantinya.

## **4. Pelengkap Ilmu Komunikasi**

Ilmu pelengkap adalah bidang-bidang peminatan aplikasi komunikasi maupun cabang-cabang ilmu komunikasi yang dipertimbangkan penting untuk dikuasai mahasiswa untuk memperkaya wawasan dan keterampilan, terutama dalam rangka pengembangan karier dan pemecahan masalah lokal. Di Prodi Ilmu Komunikasi Unimma, ditetapkan lima bidang kajian untuk melengkapi pembelajaran komunikasi, yaitu:

### **Komunikasi Bisnis berbasis Media Digital**

Bidang Komunikasi bisnis berbasis Media Digital diberikan sebagai pelengkap guna merespon fenomena komunikasi digital yang disebabkan oleh revolusi industri 4.0. Bidang

ini merupakan bidang ilmu masa depan yang hendak dikaji di Prodi Ilmu Komunikasi Unimma sekaligus pendukung keahlian Komunikasi Bisnis dan Komunikasi Digital yang tidak hanya mengandalkan media konvensional, namun berkembang dan merambah pada media dan platform. Pada bentuk teori dan praktik termasuk di dalamnya mata kuliah (1) Komunikasi Bisnis dan (2) Digital Start-up.

Bidang ini juga termasuk dalam kajian kritis komunikasi dalam rangka menghadapi, memahami, dan menganalisis dinamika masyarakat era informasi, serta menjalankan strategi untuk menyelesaikan berbagai permasalahan pada ranah komunikasi. Bidang ini terdiri atas mata kuliah: (1) Komunikasi Digital, dan (2) Literasi Digital & Informasi

### **Komunikasi Pembangunan Daerah (KPD)**

KPD adalah penerapan ilmu dan keterampilan komunikasi untuk memecahkan permasalahan di daerah, terutama di Magelang dan sekitarnya, yang meliputi permasalahan bencana alam, peningkatan promosi pariwisata, peningkatan hubungan antara pemerintah dan masyarakat, serta bidang komunikasi politik yang bertujuan untuk meningkatkan pembangunan daerah. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, diadakan mata kuliah: (1) Komunikasi Pembangunan Daerah, (2) Komunikasi Bencana, (3) Government and Public Affairs, (4) Komunikasi Politik Digital dan (5) Resolusi Konflik

### **5. Keunggulan Program Studi (*Institutional Specifics*)**

Bidang ini ditetapkan untuk dikembangkan di Prodi Ilmu Komunikasi Unimma sebagai bidang keunggulan program dan ciri lembaga. Bidang ini adalah keistimewaan lembaga sebagai strategi untuk mencapai keunggulan berdasarkan visi “menjadi program studi yang unggul dan islami dalam bidang komunikasi bisnis berbasis media dan digital”, serta pola ilmiah pokok universitas yakni *Islamic Entrepreneurship*.

*Digital Tourisme Project* adalah penerapan ilmu komunikasi dalam konteks bisnis berbasis media digital di bidang pariwisata yang pada bidang ini akan membekali mahasiswa ketrampilan menjalankan bisnis dan mengembangkan diri karier lewat aktivitas kewirausahaan khususnya di bidang Pariwisata. Termasuk dalam bidang ini adalah mata kuliah (1) Komunikasi Pariwisata, (2) English for Communication and Hospitality, (3) Rural Tourism Empowerment dan (4) MICE

Bidang unggulan khas lembaga ini hendak membangun kemampuan menerapkan ilmu komunikasi untuk mengembangkan potensi kreatif mahasiswa. Kemampuan dalam memahami teori, peka dan mampu dalam menganalisis masalah di daerah sudah harus ditanamkan sebelum memasuki mata kuliah ini. Oleh karena itu, pembelajarannya akan dilaksanakan pada tahun akhir studi secara bertahap.

### **6. Program Softskills Mahasiswa**

Program ini berada di luar keilmuan inti ilmu komunikasi dan bidang-bidang ilmu pelengkap dan diberikan sebagai mata kuliah yang terintegrasi dalam kurikulum. Terdapat lima jenis *softskill* yang dipelajari secara bertahap, yaitu:

- (1) Keterampilan membaca Al-Qur'an dan ibadah praktis, dicapai dengan program Pelatihan BTQ dan Ibadah Praktis
- (2) Keterampilan menggunakan aplikasi komputer dan perangkat multimedia untuk mendukung keperluan akademik dan profesional, dicapai dengan Pelatihan Komputer

- (3) Keterampilan berbahasa Inggris dengan baik dan benar, dicapai dengan Pelatihan Bahasa Inggris,
- (4) Keterampilan kerja dan membangun profesionalitas, dicapai dengan Program Magang
- (5) Keterampilan sosial dan hidup bermasyarakat, dicapai dengan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN)
- (6) Keterampilan penelitian dan menulis karya ilmiah dengan Tugas Akhir berupa Skripsi

Struktur pembelajaran dalam prodi ilmu komunikasi dibagi ke dalam empat fase pembelajaran dengan tujuan-tujuan berikut:

<b>TAHUN PERTAMA (Semester 1 &amp; 2)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membangun kesadaran tentang peran ilmu komunikasi di berbagai konteks kehidupan: sosial, budaya, ekonomi, dan politik</li> <li>2. Memberikan pengetahuan konseptual terkait proses, fungsi dan strategi, serta etika komunikasi di berbagai konteks, sebagai dasar melakukan analisis dan pemecahan masalah komunikasi di pembelajaran lebih lanjut</li> <li>3. Memberikan keterampilan dasar berkomunikasi yang efektif untuk diaplikasikan dalam bidang-bidang terapan ilmu komunikasi lainnya</li> <li>4. Memperkenalkan bidang-bidang penerapan utama sebelum pembelajaran lebih lanjut di tingkat praktis</li> </ol>
<b>TAHUN KEDUA (Semester 3 &amp; 4)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan pengetahuan konseptual dan keterampilan praktik serta profesional di dua bidang utama, yakni: <i>Public Relations Broadcasting</i> dan <i>Advertising</i></li> <li>2. Melatihkan keterampilan-keterampilan pendukung yang esensial bagi pengembangan keahlian kerja di bidang-bidang utama tersebut</li> <li>3. Melatihkan keterampilan memecahkan masalah terkait dan menerapkan ilmu komunikasi di konteks-konteks spesifik terkait kebutuhan masyarakat di bidang dakwah, politik, sosial, dan pembangunan daerah di era industri 4.0</li> </ol>
<b>TAHUN KETIGA (Semester 5 &amp; 6)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan pengetahuan konseptual dan keterampilan praktis serta profesional yang fokus di bidang keunggulan program studi</li> <li>2. Menanamkan sikap kritis dan bertindak proaktif terhadap isu-isu komunikasi aktual di masyarakat yang membutuhkan analisis teoretis dan etis serta solusi</li> <li>3. Melatihkan kemampuan manajemen dan berkreasi: merencanakan, merancang, memproduksi, mengelola, dan mengevaluasi karya berupa kegiatan atau acara, <i>performance</i>, produk-produk komunikasi visual/ audiovisual, atau tulisan</li> <li>4. Mempersiapkan karier dengan kegiatan kewirausahaan dan program-program <i>softskills</i>.</li> </ol>
<b>TAHUN KEEMPAT (Semester 7 &amp; 8)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membimbing perencanaan, pengerjaan, dan penyelesaian tugas akhir</li> </ol>

## 6.2. Matrik Kurikulum

**Tabel 8. Matrik Kurikulum**

<b>Sem</b>																																								
<b>VIII</b>	Skripsi																																							
<b>6 sks</b>																																								
<b>VII</b>	Magang				Produksi Film				Corporate PR				Digital Advertising																											
<b>21 sks</b>	6,7,9	2,5,6,7,8	3,4,5,9,11	4,5,6,7,13	6,9	1,2,7	5,9	4,5	3,9	5,6,7,8	3,4,12	4,5,9	6,9	3,7	4,5,12	4,5,6																								
<b>VI</b>	Metode Riset Komunikasi Lanjutan				Penulisan Karya Ilmiah				Etika dan Regulasi Media Siber				Komunikasi Bisnis				Digital Start-Up				Komunikasi Digital				Literasi Digital & Informasi															
<b>20 sks</b>	3,8	4	6	11	8	4	6	12	2,7	6,10	11	13	3,6,10	1,5,7	3	10	10	2,6	5,7	4,6,10	5,9	3,10	2,5,7,8,10	6,7,11	4	10	7	6												
<b>V</b>	KKN				Komunikasi Politik Digital				Resolusi Konflik				Komunikasi Pariwisata				English for Communication & Hospitality				Rural Tourism Empowerment				MICE															
<b>21 sks</b>	3,6,7,11	5,6,7,8	4,5,8	8,9	3,6,9	1,3,5,6	2,11	2,9	9	6	3	9	6,7,9	2,3,7	8,12	8		1,13	3,8	8,12	3,7	1,3,5,8	2,8	8	9	6	12	8												
<b>IV</b>	AIK 4				Metode Riset Kuantitatif				Komunikasi Gender				Government & Public Affairs				Komunikasi Bencana				Penulisan PR				Digital Content Creation				DKV											
<b>21 sks</b>	1	11	1,2	1	8	4	6	11	9	1	7	2	3,6	3,5,6,7	3,8,13	5,6,9	2	3,5	8	4,9	3	2,4	3,5	4,5	9	7,10	9,12	4,6	9	2	5	7								
<b>III</b>	AIK 3				Kewarganegaraan				Metode Riset Kualitatif				Komunikasi Pembangunan Daerah				PR 4.0				Online Journalism				Dasar Periklanan				Copywriting											
<b>20 sks</b>	1	11	1	1	4	2	2	2	8	4	6	11	3,6	3,8	8	8,9	3	6,10	10	4,6	3	1,2	9,11	4,5,6	5,6,9	3,5,7,10	8,9,10,11	5,6	6	7	5	4								
<b>II</b>	AIK 2				Pancasila				English for Communication				Komunikasi Organisasi				Komunikasi Massa				Professional Image				Dasar PR				Dasar Penyiaran				Fotografi							
<b>21 sks</b>	1	11	1	1	3	2	2	2	5	12	3	14	3,9	1,10	2,4	2,4	9	1,10	10,11	4,6	9	6	3	5	9	6,7	3,10	5	3,9	3,7	5,9	5,6	6,9	2	5	6				
<b>I</b>	AIK 1				Bahasa Indonesia				Aplikasi Komputer				Pengantar & Teori Ilmu Komunikasi				Psikologi Komunikasi				Sosiologi Komunikasi				Komunikasi Lintas Budaya				Komunikasi Antar Pribadi				Public Speaking				Creative Thinking			
<b>20 sks</b>	1	11	1	1	4	4	2	14	9	10	5	7	5	1	6	3	2,9	10	2,4	2,6	9	1	4	2	5,9	1,10	2	2	9	1	4	4	9	2	3	4	9	1	6	3

**Tabel 9. Matrik Struktur Matakuliah dlm Kurikulum Program Studi**

Smt	sks	Jlm MK	KELOMPOK MATA KULIAH PROGRAM SARJANA / D4								
			MK Wajib Nasional	MK Wajib Universitas				MK Wajib P			
VIII	6	1						Skripsi			
								KPT0802644/ 6 sks			
VII	21	4						Magang	Produksi Film	Corporate PR	Digital Advertising
								KPT0802343/ 3 sks	KPT0802624 /6 sks	KPT080260/6 sks	KPT08026 6 sks
VI	20	7						Metode Riset Komunikasi Lanjutan	Penulisan Karya Ilmiah	Etika & Regulasi Media Siber	Komunikasi Bisnis
								KPT0802214/ 2 sks	KPT0802215 /2 sks	KPT0802216/2 sks	KPT08022 3 sks
V	21	7		KKN				Komunikasi Politik Digital	Resolusi Konflik	Komunikasi Pariwisata	English Communication & Hospitality
				UMM0802 307/3 sks				KPT0802333/ 3 sks	KPT0802234 /2 sks	KPT0802339/3 sks	KPT08023 3 sks
IV	21	8		AIK 4				Metode riset Kuantitatif	Komunikasi Gender	Government & Public Affairs	Komunikasi Bencana
				UMM0802 204/2 sks				KPT0802313/ 3 sks	KPT0802208 /2 sks	KPT0802232/2 sks	KPT08022 2 sks
III	21	8	Kewarganegaraan	AIK 3				Metode Riset Kualitatif		Komunikasi Pembangunan Daerah	PR 4.0
			NAS080220 2/2 sks	UMM0802 203/2 sks				KPT0802312/ 3 sks		KPT0802430/4 sks	KPT08022 2 sks
II	21	10	Pancasila/2	AIK 2	English for Communic	Pelatihan Bahasa		Komunikasi organisasi	Komunikasi massa	Professional image	

## 7. Daftar sebaran mata kuliah tiap semester

**Tabel 10. Daftar Mata kuliah per semester**

<b>SEMESTER I</b>			
<b>No</b>	<b>Kode MK</b>	<b>Mata Kuliah (MK)</b>	<b>Bobot sks</b>
1	NAS0802203	Bahasa Indonesia	2
2	UMM0802201	AIK 1	2
3	UMM0802008	BTQ & Ibadah Praktis	0
4	UMM0802205	Aplikasi Komputer	2
5	UMM0802009	Pelatihan Komputer	0
6	KPT0802201	Pengantar & Teori Ilmu Komunikasi	2
7	KPT0802202	Psikologi Komunikasi	2
8	KPT0802203	Sosiologi Komunikasi	2
9	KPT0802204	Komunikasi Lintas Budaya	2
10	KPT0802205	Komunikasi Antar Pribadi	2
11	KPT0802209	Public Speaking	2
12	KPT0802210	Creative Thinking	2
<b>Jumlah Beban Studi Semester I</b>			<b>20</b>

<b>SEMESTER II</b>			
<b>No</b>	<b>Kode MK</b>	<b>Mata Kuliah (MK)</b>	<b>Bobot sks</b>
1	NAS0802201	Pancasila	2
2	UMM0802202	AIK 2	2
3	UMM0802206	English for Communication	2
4	UMM0802010	Pelatihan Bahasa Inggris	2
5	KPT0802206	Komunikasi Organisasi	2
6	KPT0802207	Komunikasi Massa	2
7	KPT0802211	Professional Image	2
8	KPT0802317	Dasar PR	3
9	KPT0802321	Dasar Penyiaran	3
10	KPT0802325	Fotografi	3
<b>Jumlah Beban Studi Semester II</b>			<b>20</b>

<b>SEMESTER III</b>			
<b>No</b>	<b>Kode MK</b>	<b>Mata Kuliah (MK)</b>	<b>Bobot sks</b>
1	NAS0802202	Kewarganegaraan	2
2	UMM0802203	AIK 3	2
3	KPT0802312	Metode Riset Kualitatif	3
4	KPT0802430	Komunikasi Pembangunan Daerah	4
5	KPT0802218	PR 4.0	2
6	KPT0802422	Online Journalism	4
7	KPT0802227	Dasar Periklanan	2
8	KPT0802628	Copywriting	2
<b>Jumlah Beban Studi Semester III</b>			<b>21</b>

<b>SEMESTER IV</b>			
<b>No</b>	<b>Kode MK</b>	<b>Mata Kuliah (MK)</b>	<b>Bobot sks</b>
1	UMM0802204	AIK 4	2
2	KPT0802313	Metode Riset Kuantitatif	3
3	KPT0802208	Komunikasi Gender	2
4	KPT0802232	Government & Public Affairs	2
5	KPT0802231	Komunikasi Bencana	2
6	KPT0802319	Penulisan PR	3
7	KPT0802423	Kreasi Konten Digital	4
8	KPT0802326	DKV	3
<b>Jumlah Beban Studi Semester IV</b>			<b>21</b>

<b>SEMESTER V</b>			
<b>No</b>	<b>Kode MK</b>	<b>Mata Kuliah (MK)</b>	<b>Bobot sks</b>
1	UMM0802307	KKN	3
2	KPT0802333	Komunikasi Politik Digital	3
3	KPT0802234	Resolusi Konflik	2
4	KPT0802339	Komunikasi Pariwisata	3
5	KPT0802340	English for Communication & Hospitality	3
6	KPT0802341	Rural Tourism Empowerment	3
7	KPT0802442	MICE	4
<b>Jumlah Beban Studi Semester V</b>			<b>21</b>

<b>SEMESTER VI</b>			
<b>No</b>	<b>Kode MK</b>	<b>Mata Kuliah (MK)</b>	<b>Bobot sks</b>
1	KPT0802214	Metode Riset Komunikasi Lanjutan	2
2	KPT0802215	Penulisan Karya Ilmiah	2
3	KPT0802216	Etika dan Regulasi Media Siber	2
4	KPT0802335	Komunikasi Bisnis	3
5	KPT0802436	Digital Start-Up	4
6	KPT0802437	Komunikasi Digital	4
7	KPT0802338	Literasi Digital dan Informasi	3
<b>Jumlah Beban Studi Semester VI</b>			<b>20</b>

<b>SEMESTER VII</b>			
<b>No</b>	<b>Kode MK</b>	<b>Mata Kuliah (MK)</b>	<b>Bobot sks</b>
1	KPT0802343	Magang	3
2	KPT0802624	Produksi Film	6
3	KPT0802620	Corporate PR	6
4	KPT0802629	Digital Advertising	6
<b>Jumlah Beban Studi Semester VII</b>			<b>21</b>

<b>SEMESTER VIII</b>			
<b>No</b>	<b>Kode MK</b>	<b>Mata Kuliah (MK)</b>	<b>Bobot sks</b>
1	KPT0802644	Skripsi	6
<b>Jumlah Beban Studi Semester VIII</b>			<b>6</b>

10. Implementasi Hak Belajar Mahasiswa Maksimum 3 Semester

7.2. *Model implementasi MBKM Prodi Ilmu Komunikasi*

Kegiatan Pembelajaran Mahasiswa Jenjang Sarjana 151 sks								
	Smt-1	Smt-2	Smt-3	Smt-4	Smt-5	Smt-6	Smt-7	Smt-8
	20 sks	21 sks	20 sks	21 sks	21 sks	20 sks	21 sks	6 sks
					Kegiatan belajar diluar kampus : <b>KKNT Pembangunan Desa/ KKNT Diperpanjang</b>	Kegiatan belajar diluar kampus : <b>Kewirausahaan, Penelitian</b>	Kegiatan belajar diluar kampus : <b>Proyek Independen/ Magang</b>	
1	AIK 1	AIK 2	AIK 3	AIK 4	KKN	Metode Riset Komunikasi Lanjutan	Magang	Skripsi
2	Bahasa Indonesia	Pancasila	Kewarganegaraan	Metode Riset Kuantitatif	Komunikasi Politik Digital	Penulisan Karya Ilmiah	Produksi Film	
3	Aplikasi Kompter	English For Communication	Metode Riset Kualitatif	Komunikasi gender	Resolusi Konflik	Etika dan Regulasi Media Siber	Corporate PR	
4	Pengantar & Teori Komunikasi	Komunikasi Organisasi	Komunikasi Pembangunan Daerah	Government & Public Affairs	Komunikasi Pariwisata	Komunikasi Bisnis	Digital Advertising	
5	Psikologi Komunikasi	Komunikasi Massa	PR 4.0	Komuniaksi Bencana	English for Communication & Hospitality	Digital Start-Up		
6	Sosiologi Komunikasi	Professional Image	Online Journalism	Penulisan PR	Rural Tourism Empowerment	Komunikasi Digital		
7	Komunikasi Lintas Budaya	Dasar PR	Dasar periklanan	Digital Content Creation	MICE	Literasi Digital & Informasi		
8	Komunikasi Antar Pribadi	Dasar Penyiaran	Copywriting	DKV				
9	Public Speaking	Fotografi						
10	Creative Thinking							

### 7.3. Mata Kuliah MBKM

Mahasiswa mulai dapat mengambil mata kuliah dengan praktik implementasi MBKM mulai di semester 5. BKP yang dapat diambil mahasiswa Ilmu Komunikasi adalah :

1. Program Pembelajaran luar Prodi di dalam dan luar PT
2. Proyek Independent
3. Proyek di desa
4. Kewirausahaan
5. Penelitian
6. Magang

Detail pelaksanaan program-program tersebut akan dijelaskan dalam tabel-tabel berikut :

#### 1. Program Pembelajaran luar Prodi

Program pembelajaran luar prodi pada skema MBKM di prodi Ilmu Komunikasi adalah pertukaran mahasiswa yang dapat dilakukan di luar program studi baik dalam satu universitas yang sama maupun berbeda. Mahasiswa mulai dapat mengambil skema Pertukaran Mahasiswa dalam PT dan Luar PT di semester 5. Mahasiswa dapat mengambil mata kuliah yang memiliki bahan kajian yang sesuai dengan minat dan bakat mahasiswa sesuai dengan ketentuan dalam peraturan akademik dan panduan MBKM Unimma.

Dalam PT & Luar PT

SEMESTER	Setara Dengan	Bobot sks
V	Komunikasi Pariwisata	3
	English for Communication & Hospitality	3
	Rural Tourism Empowerment	3
	MICE	4
	Komunikasi Politik Digital	3
	Resolusi Konflik	3
	<b>Total</b>	

## 2. Proyek Independent

Bentuk pembelajaran Proyek independen bertujuan untuk memfasilitasi minat dan bakat mahasiswa di bidang penciptaan karya dari ide kreatif dan inovatif. Hasil karya tersebut harus diikuti dalam kompetisi tingkat Nasional dan Internasional. Mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi dapat mengambil kegiatan Proyek Independen di semester 7 dalam bidang Digital Advertising dan Produksi Film

### Digital Advertising

SEMESTER	Setara Dengan	Bobo sks
VII	Digital Advertising	6
	<b>CPL Baru</b>	
	Art Directing	3
	Pitch Deck	2
	Media Plan	2
	Budgeting	2
	Brand Experience	3
	Brand Positioning	2
	<b>Total</b>	20

### Produksi Film

SEMESTER	Setara Dengan	Bobo sks
VII	Produksi Film	6
	<b>CPL Baru :</b>	
	Casting & Reading	2
	Pitch Deck Film	3
	Make-up & Wardrobe	2
	Tata Artistik	2
	Penyutradaraan	2
	Promosi & Distribusi	3
	<b>Total</b>	20

### 3. KKNT Pembangunan Desa

Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) merupakan kegiatan pembelajaran luar kampus yang memberikan penawaran kepada mahasiswa untuk melaksanakan KKNT dengan skim Desa Membangun (Sabang). Mahasiswa Ilmu Komunikasi dapat mengambil program KKNT di semester 5 dengan ketentuan di desa yang telah menjadi mitra prodi Ilmu Komunikasi dan mengangkan tema *Tourism-Digital Project*.

SEMESTER	Setara Dengan	Bobot sks
V	KKN	3
	Komunikasi Pariwisata	3
	English for Communication & Hospitality	3
	Rural Tourism Empowerment	3
	MICE	4
	Komunikasi Politik Digital	3
	Resolusi Konflik n	3
	<b>Total</b>	<b>21</b>

#### KKNT Diperpanjang

SEMESTER	Setara Dengan	Bobot sks
V	KKN	3
	Komunikasi Pariwisata	3
	English for Communication & Hospitality	3
	Rural Tourism Empowerment	3
	MICE	4
VI	Skripsi	6
	<b>Total</b>	<b>22</b>

#### 4. Kewirausahaan

Kewirausahaan memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengembangkan usaha yang sudah dijalankan ataupun baru menciptakan peluang usaha baru sebagai upaya untuk meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan mahasiswa maupun masyarakat. Mahasiswa dapat mengambil kegiatan kewirausahaan di semester 6 dengan skema yang telah ditetapkan dalam pedoman dan panduan tertulis.

<b>SEMESTER</b>	<b>Setara Dengan</b>	<b>Bobo sks</b>
<b>VI</b>	Komunikasi Bisnis	3
	Digital Start-Up	4
	Komunikasi Digital	4
	Literasi Digital & Informasi	3
	<b>CPL Baru :</b>	4
	Manajemen SDM	2
	Manajemen Keuangan Usaha	2
	Etika Bisnis	2
	<b>Total</b>	<b>20</b>

#### 5. Penelitian

Penelitian adalah kegiatan yang dilakukan menurut kaidah dan metode ilmiah secara sistematis untuk memperoleh informasi, data dan keterangan yang berkaitan dengan pemahaman dan atau pengujian suatu cabang ilmu pengetahuan dan teknologi. Skema kegiatan mahasiswa dalam MBKM di luar PT dengan bentuk kerjasama antar perguruan tinggi/Lembaga riset dan mahasiswa merupakan joint research student. Mahasiswa dapat mengambil kegiatan riset di Semester 6.

<b>SEMESTER</b>	<b>Setara Dengan</b>	<b>Bobo sks</b>
<b>VI</b>	Metode Riset Lanjutan	2
	Penulisan Karya Ilmiah	2
	Etika dan Regulasi Media Siber	2
	Komunikasi Bisnis	3
	Digital Start-Up	4
	Komunikasi Digital	4
	Literasi Digital & Informasi	3
	<b>Total</b>	<b>20</b>

## 6. Magang

Magang merupakan sebuah kegiatan yang memberikan peluang pengayaan wawasan, peningkatan kompetensi dan data saing dalam dunia kerja. Mahasiswa melakukan kegiatan magang di semester 7 dengan mitra yang dipandang dapat mendorong tumbuhnya kepekaan dan kreativitas mahasiswa melalui pemahaman keterjalinan kegiatan belajar di kampus dengan permasalahan nyata yang ada di tengah masyarakat khususnya bidang Penyiaran, Periklanan, *Public Relation* dan *Digital Tourism Project* yang dituangkan dalam suatu bidang kerja.

### Magang Penyiaran

SEMESTER	Setara Dengan	Bobot sks
VII	Produksi Film	6
	Magang	3
	<b>CPL Baru :</b>	
	Casting & Reading	2
	Stage Performance	2
	SEO & SEM	2
	R&D Media	3
	Rating & Sharing	2
	<b>Total</b>	<b>20</b>

### Magang Periklanan

SEMESTER	Setara Dengan	Bobo sks
VII	Produksi Film	6
	Magang	3
	<b>CPL Baru</b>	
	Art Directing	3
	Pitch Deck	2
	Media Plan	2
	Budgeting	2
	Brand Experience	2
	Brand Positioning	2
	<b>Total</b>	<b>22</b>

### Magang PR

SEMESTER	Setara Dengan	Bobot sks
VII	Corporate PR	6
	Magang	3

<b>SEMESTER</b>	<b>Setara Dengan</b>	<b>Bobot sks</b>
	<b>CPL Baru</b>	
	Kreasi Konten Kehumasan	2
	PR Plan	3
	Kampanye PR	2
	Protokoler	2
	Community Realties	1
	Media Relations	1
	<b>Total</b>	<b>20</b>

## **Penutup**

Berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No 03 tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi (SN-Dikti) mendorong Program Studi di suatu Perguruan Tinggi meninjau kembali kurikulumnya. Bersamaan dengan munculnya kebijakan MBKM dalam SN-Dikti No 03 tahun 2020 pada pasal 18 ayat 3 tentang Fasilitasi oleh Perguruan Tinggi untuk pemenuhan masa dan beban belajar dalam proses Pembelajaran. Kebijakan tersebut memungkinkan mahasiswa melaksanakan perkuliahan paling sedikit 20 SKS atau satu semester di luar kampus maksimal 3 semester di luar kampus. Program studi perlu menginisiasi perubahan kurikulum berdasarkan perkembangan dan perubahan tersebut. Semoga dokumen kurikulum ini dapat dijadikan pedoman bagi seluruh civitas akademik dalam upaya untuk mewujudkan visi Program Studi Ilmu Komunikasi Unimma.

## Daftar Pustaka

### Peraturan

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 157, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4586);
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5336);
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012, Tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI);
- Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2013, Tentang Penerapan KKNI Bidang Perguruan Tinggi;
- Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020, Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
- Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2020, Tentang Akreditasi Program Studi dan Perguruan Tinggi;
- Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2020, Tentang Pendirian, Perubahan, Pembubaran PTN, dan Pendirian, Perubahan, Pencabutan Izin PTS;
- Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 81 Tahun 2014, Tentang Ijazah, Sertifikat Kompetensi, Dan Sertifikat Profesi Pendidikan Tinggi;
- Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia
- Buku Panduan Penyusunan KPT di Era Industri 4.0 untuk Mendukung Merdeka Belajar Kampus Merdeka, Ditjen Belmawa, Dikti-Kemendikbud, 2020.
- Buku Panduan Merdeka Belajar – Kampus Merdeka, Ditjen Belmawa, Dikti-Kemendikbud, 2020.
- Peraturan Rektor Universitas Muhammadiyah Magelang Nomor : 130/PRN/II.3.AU/F/2021 tentang Peraturan Akademik
- Pedoman Umum Implementasi Merdeka Belajar-Kampus Merdeka Universitas Muhammadiyah Magelang Form/Unimma/STD/04.02-04.02

### Buku Dan Artikel Lainnya

- Asmara, Y. (2019). *Penguatan Pendidikan Karakter Melalui Pembelajaran Sejarah Di Era Revolusi Industri 4.0*.
- Budi, S. (2012). Communication Review; Catatan tentang Pendidikan Komunikasi di Indonesia, Jerman dan Australia. *Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya, SPIKOM Dan Buku Litera*. Yogyakarta.
- Cornelissen, J. (2020). *Corporate communication: A guide to theory and practice*. Sage.
- Dewantara, A. W. (2018). Filosofi Pendidikan Yang Integral Dan Humanis Dalam Perspektif Manganwijaya. *JPAK: Jurnal Pendidikan Agama Katolik*, 13(7), 3–9.  
<https://doi.org/10.34150/jpak.v13i7.136>
- Gandomi, A., & Haider, M. (2015). Beyond the hype: Big data concepts, methods, and analytics. *International Journal of Information Management*, 35(2), 137–144.
- Golwalkar, R., & Shelar, S. V. K. (2016). An Analysis of Digital Era Human

- Communication with specific reference to Late Adolescents in Pune. *Annual Research Journal of SCMS, Pune Volume 5, March 2017*, 1.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2005). The communicator. *Theories of Human Communication. Part*, 79–80.
- Muhyiddin, M. (2019). Challenges in Indonesia's Development Planning (RPJMN 2020-2024). *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 3(2).
- Nasrullah, R. (2016). *Teori dan riset media siber (cybermedia)*. Kencana.
- Setiawan, B. (2013). *Sistem Manajemen Destinasi Wisata Se-Eks Karisidenan Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Suciati, S., Sukmono, F. G., Ikom, S., Junaedi, F., Sos, S., Subagya, N. F., & Santika, D. (2014). *Integrasi Pendidikan Multikultur dalam Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi PTM Se-Indonesia*.
- Sulastini, R. (2018). Dalam Proses Pembelajaran. *Insania*, 23 (1), 113–128.
- Wahyuni, Ph.D, H. I. (2019). Ecological Communication in Information Society: Reflections on Niklas Luhmann's Thought in Understanding Ecological & Disaster Issues in Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(1).  
<https://doi.org/10.25008/jkiski.v4i1.270>

## LAMPIRAN

### Deskripsi Mata Kuliah

#### Mata Kuliah Nasional

Kode Mata Kuliah	:	<b>NAS0802201</b>												
Nama Mata Kuliah	:	<b>Pendidikan Pancasila</b>												
Diskripsi MataKuliah	:	Mata kuliah ini membahas urgensi pendidikan Pancasila, peranPancasila dalam sejarah dan pembangunan bangsa dan negara,sumber historis, sosiologis, dan politik Pancasila, makna Pancasila sebagai ideologi negara Indonesia, serta Pancasila sebagai sistem etika dan tata nilai dalam hidup bermasyarakat dan bernegara.												
CPL	:	P2, KK2, KU2, S3												
CP MK	:	<table border="1"><tr><td>M1</td><td>Mahasiswa mampu menjelaskan hakikat, kedudukan,dan peran Pancasila dalam sejarah dan perkembangan bangsa Indonesia (P2, KK2, KU2, S3)</td></tr><tr><td>M2</td><td>Mahasiswa mampu mendiskusikan dinamika dan tantangan aktualisasi nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara (P2, KK2, KU2, S3)</td></tr><tr><td>M3</td><td>Mahasiswa mampu mengintegrasikan nilai-nilai Pancasila (jujur, disiplin, tanggung jawab, peduli, santun, ramah lingkungan, gotong royong, cinta damai, responsif, proaktif, inklusif, dan toleran dalam keragaman agama dan budaya) sebagai karakter diri (P2, KK2, KU2, S3)</td></tr><tr><td>M4</td><td>Mahasiswa mampu menganalisis masalah-masalahmoralitas, sosial dan kemasyarakatan berdasarkan norma dan etika Pancasila (P2, KK2, KU2, S3)</td></tr><tr><td>M5</td><td>Mahasiswa mampu merumuskan karakter dan prinsip- prinsip pengembangan dan penerapan ilmu berdasarkannilai-nilai Pancasila (P2, KK2, KU2, S3)</td></tr><tr><td>M6</td><td>Mahasiswa mampu mengadaptasikan penerapan agama dengan konteks Indonesia yang berdasar pada Pancasila dan UUD 1945 (P2,S3)</td></tr></table>	M1	Mahasiswa mampu menjelaskan hakikat, kedudukan,dan peran Pancasila dalam sejarah dan perkembangan bangsa Indonesia (P2, KK2, KU2, S3)	M2	Mahasiswa mampu mendiskusikan dinamika dan tantangan aktualisasi nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara (P2, KK2, KU2, S3)	M3	Mahasiswa mampu mengintegrasikan nilai-nilai Pancasila (jujur, disiplin, tanggung jawab, peduli, santun, ramah lingkungan, gotong royong, cinta damai, responsif, proaktif, inklusif, dan toleran dalam keragaman agama dan budaya) sebagai karakter diri (P2, KK2, KU2, S3)	M4	Mahasiswa mampu menganalisis masalah-masalahmoralitas, sosial dan kemasyarakatan berdasarkan norma dan etika Pancasila (P2, KK2, KU2, S3)	M5	Mahasiswa mampu merumuskan karakter dan prinsip- prinsip pengembangan dan penerapan ilmu berdasarkannilai-nilai Pancasila (P2, KK2, KU2, S3)	M6	Mahasiswa mampu mengadaptasikan penerapan agama dengan konteks Indonesia yang berdasar pada Pancasila dan UUD 1945 (P2,S3)
M1	Mahasiswa mampu menjelaskan hakikat, kedudukan,dan peran Pancasila dalam sejarah dan perkembangan bangsa Indonesia (P2, KK2, KU2, S3)													
M2	Mahasiswa mampu mendiskusikan dinamika dan tantangan aktualisasi nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara (P2, KK2, KU2, S3)													
M3	Mahasiswa mampu mengintegrasikan nilai-nilai Pancasila (jujur, disiplin, tanggung jawab, peduli, santun, ramah lingkungan, gotong royong, cinta damai, responsif, proaktif, inklusif, dan toleran dalam keragaman agama dan budaya) sebagai karakter diri (P2, KK2, KU2, S3)													
M4	Mahasiswa mampu menganalisis masalah-masalahmoralitas, sosial dan kemasyarakatan berdasarkan norma dan etika Pancasila (P2, KK2, KU2, S3)													
M5	Mahasiswa mampu merumuskan karakter dan prinsip- prinsip pengembangan dan penerapan ilmu berdasarkannilai-nilai Pancasila (P2, KK2, KU2, S3)													
M6	Mahasiswa mampu mengadaptasikan penerapan agama dengan konteks Indonesia yang berdasar pada Pancasila dan UUD 1945 (P2,S3)													
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah magister (S-2) di bidang ketahanan nasional, filsafat,hukum, dan/ atau ilmu-ilmu sosial-budaya; Berpengalaman mengikuti pembekalan kursus pendidikanPancasila/ Bimbingan Teknis Dosen MKU Pancasila; Berpengalaman mengajar mata kuliah Pancasila.												
Sarana Prasarana	:	Perpustakaan												

Kode Mata Kuliah	:	<b>NAS0802202</b>
Nama Mata Kuliah	:	<b>Kewarganegaraan</b>
Diskripsi MataKuliah	:	Mata kuliah ini membahas urgensi pendidikan kewarganegaraan dalam pencerdasan kehidupan berbangsa dan bernegara, identitas dan integrasi nasional, harmoni antara kewajiban dan hak negara dan warga, dan wawasan nusantara dan ketahanan nasional.

CPL	:	P2, KK2, KU2, KU2, S4	
CP MK	:	M1	Mahasiswa mampu menjelaskan latar belakang sejarah dan karakter identitas nasional bangsa Indonesia (P2, KK2, KU2, S4)
		M2	Mahasiswa mampu mendukung semangat kebangsaan dan cinta tanah air, serta demokrasi berkeadaban di Indonesia berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 (P2, KK2, KU2, S4)
		M3	Mahasiswa mampu menganalisis permasalahan-permasalahan di masyarakat terkait hubungan warganegara dan negara (P2, KK2, KU2, S4)
		M4	Mahasiswa mampu mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi ketahanan nasional dan integritas Bangsa Indonesia (P2, KK2, KU2, S4)
		M5	Mahasiswa mampu memperlihatkan kesadaran dan kepatuhan pada hukum, hak dan kewajiban sebagai warga negara, dan penghargaan terhadap keragaman (P2, KK2, KU2, S4)
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah magister (S-2) di bidang ketahanan nasional, filsafat, hukum, dan/ atau ilmu-ilmu sosial-budaya; Berpengalaman mengikuti pembekalan/ kursus pendidikan Kewarganegaraan/ Bimbingan Teknis Dosen MKU Kewarganegaraan; Berpengalaman mengajar mata kuliah Kewarganegaraan.	
Sarana Prasarana	:	Perpustakaan	

Kode Mata Kuliah	:	<b>NAS0802203</b>	
Nama Mata Kuliah	:	<b>Bahasa Indonesia</b>	
Diskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini membahas Bahasa Indonesia untuk komunikasi ilmiah, penalaran logis dalam menulis karya ilmiah, penggunaan bahasa Indonesia ragam ilmiah yang baik dan benar, tata tulis ilmiah dalam artikel ilmiah dan laporan penelitian, dan etika dalam penulisan karya ilmiah dan integritas akademik (antiplagiasi).	
CPL	:	P14, KK4, KU2, S4	
CP MK	:	M1	Mahasiswa mampu mengevaluasi pola kalimat, hubungan antar kalimat, dan frase dalam teks menurut tata bahasa Indonesia yang benar (P2, KK4, KU2, S4)
		M2	Mahasiswa mampu membandingkan bentuk tulisan narasi, deskripsi, ekspresi, argumentasi, dan asas-asas penyusunan gagasan dalam karangan berbahasa Indonesia (P2, KK4, KU2, S4)
		M3	Mahasiswa mampu mendemonstrasikan keterampilan berbahasa Indonesia ragam ilmiah secara lisan maupun tulisan dengan tepat dan benar sesuai PUEBI serta memanfaatkan media presentasi (P2, KK4, KU2, S4);
		M4	Mahasiswa mampu mengevaluasi komponen, struktur, dan konten literatur ilmiah berbahasa Indonesia (artikel penelitian, skripsi/ tesis) menurut PUEBI dan prinsip-prinsip integritas akademik dan

		antiplagiasi (P2, KK4, KU2, S4)
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah magister (S-2) di bidang sastra Indonesia dan/ atau pendidikan bahasa Indonesia;

## Mata Kuliah Universitas

Kode Mata Kuliah	:	<b>UMM0802201</b>						
Nama Mata Kuliah	:	<b>AIK 1: Akidah dan Akhlak</b>						
Diskripsi MataKuliah	:	Mata kuliah ini membahas hakikat, kedudukan, peran, dan fungsi manusia, hakikat agama, hakikat Islam, akidah Islam, etika Islami, akhlak individual yang terpuji dan tercela, akhlak kepada Allah, akhlak dalam kehidupan keluarga, bermasyarakat, dan bernegara.						
CPL	:	P1, KK1, KU11, S1						
CP MK	:	<table border="1"> <tr> <td>M1</td> <td>Mahasiswa mampu menerangkan hakikat, peran dan kedudukan manusia menurut agama Islam (P1, KK1, KU11, S1)</td> </tr> <tr> <td>M2</td> <td>Mahasiswa mampu mendiskusikan akidah dalam Islam dan masalah-masalah yang terkait penyimpangan akidah (P1, KK1, KU11, S1)</td> </tr> <tr> <td>M3</td> <td>Mahasiswa mampu membedakan hablum minannas dan hablum minallah (P1, KK1, KU11, S1)</td> </tr> </table>	M1	Mahasiswa mampu menerangkan hakikat, peran dan kedudukan manusia menurut agama Islam (P1, KK1, KU11, S1)	M2	Mahasiswa mampu mendiskusikan akidah dalam Islam dan masalah-masalah yang terkait penyimpangan akidah (P1, KK1, KU11, S1)	M3	Mahasiswa mampu membedakan hablum minannas dan hablum minallah (P1, KK1, KU11, S1)
M1	Mahasiswa mampu menerangkan hakikat, peran dan kedudukan manusia menurut agama Islam (P1, KK1, KU11, S1)							
M2	Mahasiswa mampu mendiskusikan akidah dalam Islam dan masalah-masalah yang terkait penyimpangan akidah (P1, KK1, KU11, S1)							
M3	Mahasiswa mampu membedakan hablum minannas dan hablum minallah (P1, KK1, KU11, S1)							
Kualifikasi Dosen	:	Staf pengajar AIK atau cendekiawan Muhammadiyah yang ditugaskan oleh LP2SI Unimma; Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang Pendidikan Agama Islam dan/ atau ilmu-ilmu keislaman; Berpengalaman mengikuti pembekalan/ kursus peningkatan kompetensi dosen Agama Islam oleh Kementerian Agama; Berpengalaman mengajar mata kuliah AIK.						
Sarana Prasarana	:	Perpustakaan						

Kode Mata Kuliah	:	<b>UMM0802202</b>		
Nama MataKuliah	:	<b>AIK 2: Fikih dan Muamalah</b>		
Diskripsi MataKuliah	:	Mata kuliah ini membahas tata kehidupan bermasyarakat dalam Islam, fikih muamalah (transaksi jual beli dan sistem ekonomi Islam, zakat, wakaf, wasiat, hibah, dan waris), fikih munakahat, fikih aqiqah, qurban, dan khitan, fikih politik Islam, dan fikih hukum pidana Islam.		
CPL	:	P1, KK1, KU11, S1		
CP MK	:	<table border="1"> <tr> <td>M1</td> <td>Mahasiswa mampu menerangkan ruang lingkup pranata sosial dalam Islam dan syariat Islam yang mengaturnya</td> </tr> </table>	M1	Mahasiswa mampu menerangkan ruang lingkup pranata sosial dalam Islam dan syariat Islam yang mengaturnya
M1	Mahasiswa mampu menerangkan ruang lingkup pranata sosial dalam Islam dan syariat Islam yang mengaturnya			

		(P1, KK1, KU11, S1)
	M 2	Mahasiswa mampu menjelaskan pranata ibadah dan muamalah dalam Islam (P1, KK1, KU11, S1)
	M 3	Mahasiswa mampu menjelaskan pranata politik dan hukum dalam Islam (P1, KK1, KU11, S1)
Kualifikasi Dosen	:	Staf pengajar AIK atau cendekiawan Muhammadiyah yang ditugaskan oleh LP2SI Unimma; Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang Pendidikan Agama Islam dan/ atau ilmu-ilmu keislaman; Berpengalaman mengikuti pembekalan/ kursus peningkatan kompetensi dosen Agama Islam oleh Kementerian Agama; Berpengalaman mengajar mata kuliah AIK.
Sarana Prasarana	:	Perpustakaan

Kode Mata Kuliah	:	<b>UMM0802203</b>
Nama Mata Kuliah	:	<b>AIK 3: Kemuhammadiyah</b>
Diskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini membahas sejarah peradaban Islam, gerakan pembaharuan dan reformasi di dunia Islam dan Indonesia, latar belakang, sejarah pendirian, dan landasan teologis- ideologis Muhammadiyah, struktur dan fungsi organisasi Muhammadiyah, Amal Usaha Muhammadiyah dan Organisasi Otonom Muhammadiyah, Muhammadiyah dan tantangan- tantangan ideologis, dan peran Muhammadiyah dalam dinamika sosial dan politik di tingkat lokal, nasional, dan dunia.
CPL	:	P1, KK1, KU11, S1
CP MK	:	M1 Mahasiswa mampu menerangkan sejarah dan peran gerakan pembaharuan agama Islam (P1, KK1, KU11, S1) M2 Mahasiswa mampu mendiskusikan latar belakang, sejarah, fungsi dan amal usaha Muhammadiyah (P1, KK1, KU11, S1) M3 Mahasiswa mampu mengidentifikasi ideologi dan peran Muhammadiyah di tingkat lokal, nasional dan dunia (P1, KK1, KU11, S1)
Kualifikasi Dosen	:	Staf pengajar AIK atau cendekiawan Muhammadiyah yang ditugaskan oleh LP2SI Unimma; Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang Pendidikan Agama Islam dan/ atau ilmu-ilmu keislaman; Berpengalaman mengikuti pembekalan/ kursus peningkatan kompetensi dosen Agama Islam oleh Kementerian Agama; Berpengalaman mengajar mata kuliah AIK.
Sarana Prasarana	:	Perpustakaan

Kode Mata Kuliah	:	<b>UMM0802203</b>						
Nama MataKuliah	:	<b>AIK 3: Kemuhammadiyah</b>						
Diskripsi MataKuliah	:	Mata kuliah ini membahas sejarah peradaban Islam, gerakan pembaharuan dan reformasi di dunia Islam dan Indonesia, latar belakang, sejarah pendirian, dan landasan teologis- ideologis Muhammadiyah, struktur dan fungsi organisasi Muhammadiyah, Amal Usaha Muhammadiyah dan Organisasi Otonom Muhammadiyah, Muhammadiyah dan tantangan- tantangan ideologis, dan peran Muhammadiyah dalam dinamika sosial dan politik di tingkat lokal, nasional, dan dunia.						
CPL	:	P1, KK1, KU11, S1						
CP MK	:	<table border="1"> <tr> <td>M1</td> <td>Mahasiswa mampu menerangkan sejarah dan peran gerakan pembaharuan agama Islam (P1, KK1, KU11, S1)</td> </tr> <tr> <td>M2</td> <td>Mahasiswa mampu mendiskusikan latar belakang, sejarah, fungsi dan amal usaha Muhammadiyah (P1, KK1, KU11, S1)</td> </tr> <tr> <td>M3</td> <td>Mahasiswa mampu mengidentifikasi ideologi dan peran Muhammadiyah di tingkat lokal, nasional dan dunia (P1, KK1, KU11, S1)</td> </tr> </table>	M1	Mahasiswa mampu menerangkan sejarah dan peran gerakan pembaharuan agama Islam (P1, KK1, KU11, S1)	M2	Mahasiswa mampu mendiskusikan latar belakang, sejarah, fungsi dan amal usaha Muhammadiyah (P1, KK1, KU11, S1)	M3	Mahasiswa mampu mengidentifikasi ideologi dan peran Muhammadiyah di tingkat lokal, nasional dan dunia (P1, KK1, KU11, S1)
M1	Mahasiswa mampu menerangkan sejarah dan peran gerakan pembaharuan agama Islam (P1, KK1, KU11, S1)							
M2	Mahasiswa mampu mendiskusikan latar belakang, sejarah, fungsi dan amal usaha Muhammadiyah (P1, KK1, KU11, S1)							
M3	Mahasiswa mampu mengidentifikasi ideologi dan peran Muhammadiyah di tingkat lokal, nasional dan dunia (P1, KK1, KU11, S1)							
Kualifikasi Dosen	:	<p>Staf pengajar AIK atau cendekiawan Muhammadiyah yang ditugaskan oleh LP2SI Unimma;</p> <p>Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang Pendidikan Agama Islam dan/ atau ilmu-ilmu keislaman;</p> <p>Berpengalaman mengikuti pembekalan/ kursus peningkatan kompetensi dosen Agama Islam oleh Kementerian Agama;</p> <p>Berpengalaman mengajar mata kuliah AIK.</p>						
Sarana Prasarana	:	Perpustakaan						

Kode Mata Kuliah	:	<b>UMM0802204</b>						
Nama MataKuliah	:	<b>AIK 4: Islam dan Ilmu Komunikasi</b>						
Diskripsi MataKuliah	:	Mata kuliah ini membahas sejarah peradaban Islam dan peran Islam dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Secara khusus dibahas pula pandangan Islam terkait isu-isu komunikasi dan media, terutama yang berkenaan dengan fikih dunia maya, etika berkomunikasi dan bermedia dalam Islam, dan prinsip-prinsip Islami dalam aktivitas pemasaran digital.						
CPL	:	P1, KK1, KU11, S1						
CP MK	:	<table border="1"> <tr> <td>M1</td> <td>Mahasiswa mampu menerangkan sumber-sumber pengetahuan dalam Islam (P1, KK1, KU11, S1)</td> </tr> <tr> <td>M2</td> <td>Mahasiswa mampu mendiskusikan sains, teknologi, psikologi dan humaniora dalam pandangan Islam (P1, KK1, KU11, S1)</td> </tr> <tr> <td>M3</td> <td>Mahasiswa mampu merumuskan solusi atas masalah etika berkomunikasi dan penggunaan media di era modern berdasarkan perspektif Islam (P1, KK1, KU11, S1)</td> </tr> </table>	M1	Mahasiswa mampu menerangkan sumber-sumber pengetahuan dalam Islam (P1, KK1, KU11, S1)	M2	Mahasiswa mampu mendiskusikan sains, teknologi, psikologi dan humaniora dalam pandangan Islam (P1, KK1, KU11, S1)	M3	Mahasiswa mampu merumuskan solusi atas masalah etika berkomunikasi dan penggunaan media di era modern berdasarkan perspektif Islam (P1, KK1, KU11, S1)
M1	Mahasiswa mampu menerangkan sumber-sumber pengetahuan dalam Islam (P1, KK1, KU11, S1)							
M2	Mahasiswa mampu mendiskusikan sains, teknologi, psikologi dan humaniora dalam pandangan Islam (P1, KK1, KU11, S1)							
M3	Mahasiswa mampu merumuskan solusi atas masalah etika berkomunikasi dan penggunaan media di era modern berdasarkan perspektif Islam (P1, KK1, KU11, S1)							

Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang Pendidikan Agama Islam dan/ atau Ilmu Komunikasi; Berpengalaman mengkaji masalah-masalah sosial, psikologi, dan kemanusiaan; Berpengalaman mengajar mata kuliah AIK.
Sarana Prasarana	:	Perpustakaan

Kode Mata Kuliah	:	<b>UMM0802205</b>
Nama MataKuliah	:	<b>Aplikasi Komputer</b>
Diskripsi MataKuliah	:	Mata kuliah ini melatih mahasiswa menggunakan program-program komputer dasar dan aplikasi-aplikasi komputer yang berguna mendukung kegiatan akademik dan profesional. Secara spesifik di mata kuliah ini mahasiswa belajar program/ aplikasi komputer untuk pencarian literatur, manajemen referensi, dan penulisan karya ilmiah, mengembangkan jejaring dengan media sosial online, dan mendesain dan mengedit karya grafis ataupun audiovisual, serta berkenalan dengan pengembangan aplikasi internet.
CPL	:	P7, KK5, KU10, S9
CP MK	:	M1 Mahasiswa mampu menjelaskan pengaruh dan peranteknologi dalam pengembangan ilmu dan penerapan teknologi (P7, KK5, KU10, S9)
		M2 Mahasiswa mampu bertindak dengan memperhatikan UU ITE, etika berinternet, dan etika lainnya dalam pemanfaatan aplikasi-aplikasi komputer (P7, KK5, KU10, S9)
		M3 Mahasiswa mampu menggunakan aplikasi-aplikasi komputer untuk pencarian literatur dan manajemen referensi secara efektif dan efisien (P7, KK5, KU10, S9)
		M4 Mahasiswa mampu menggunakan aplikasi komputer untuk penulisan karya ilmiah yang benar dan efektif (P7, KK5, KU10, S9)
		M5 Mahasiswa mampu menggunakan aplikasi komputer untuk pengembangan jaringan sosial keilmuan (P7, KK5, KU10, S9)
		M6 Mahasiswa mampu menggunakan aplikasi komputer untuk mendesain dan mengedit grafis dan karya audiovisual (P7, KK5, KU10, S9)
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah minimal sarjana (S-1) dan/ atau magister (S-2) dibidang Ilmu Komputer, Teknologi Informatika, dan/ atau Ilmu Komunikasi Berpengalaman membuat aplikasi komputer, terlatih menggunakan program-program komputer Berpengalaman mengajar mata kuliah Aplikasi Komputer
Sarana Prasarana	:	Perpustakaan, laboratorium komputer, jaringan internet, program-program komputer yang diperlukan

Kode Mata Kuliah	:	<b>UMM0802206</b>
------------------	---	-------------------

Nama MataKuliah	:	<b>English for Communication</b>	
Diskripsi MataKuliah	:	Mata kuliah ini membahas kegunaan bahasa Inggris Inggris untuk komunikasi ilmiah global, memperkenalkan ragam literatur berbahasa Inggris, mengajarkan teknik-teknik membaca literatur berbahasa Inggris, praktik berbicara dan menulis dalam bahasa Inggris, mengulas tata bahasa yang sering digunakan dalam penulisan ilmiah dan percakapan sehari-hari, serta memperkenalkan tes-tes kecakapan berbahasa Inggris internasional.	
CPL	:	P14, KK3, KU12, S5	
CP MK	:	M1	Mahasiswa mampu mempersiapkan diri menghadapi tes-tes kecakapan berbahasa Inggris (P14, KK3, KU12, S5)
		M2	Mahasiswa mampu mengevaluasi komponen dan struktur kalimat dalam bacaan maupun percakapan berdasarkan tata bahasa Inggris secara tepat (P14, KK3, KU12, S5)
		M3	Mahasiswa mampu mempresentasikan keterampilan berbicara dengan lancar sesuai dengan tata bahasa Inggris yang benar (P14, KK3, KU12, S5)
		M4	Mahasiswa mampu menyusun tulisan berbahasa Inggris sesuai dengan tata bahasa Inggris yang benar (P14, KK3, KU12, S5)
		M5	Mahasiswa mampu mengidentifikasi komponen, struktur, dan konten literatur ilmiah berbahasa Inggris sesuai dengan tata bahasa Inggris yang benar (P14, KK3, KU12, S5)
		M6	Mahasiswa mampu menyusun <i>application letter, book review, dan Curriculum Vitae</i> dalam bahasa Inggris yang benar (P14, KK3, KU12, S5)
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah magister (S-2) di bidang sastra Inggris dan/ atau pendidikan bahasa Inggris; Berpengalaman membuat tulisan ilmiah berbahasa Inggris dan melakukan presentasi berbahasa Inggris di forum-forum ilmiah; Memiliki sertifikat TOEFL/ IELTS/ TOEIC dengan skor minimal diatas rata-rata; Memiliki karya berbahasa Inggris; Berpengalaman mengajar mata kuliah Bahasa Inggris.	
Sarana Prasarana	:	Perpustakaan, laboratorium bahasa, media/ literatur berbahasa Inggris	

Kode Mata Kuliah	:	<b>UMM0802307</b>	
Nama MataKuliah	:	<b>Kuliah Kerja Nyata (KKN)</b>	
Diskripsi MataKuliah	:	Dikelola oleh LPMA Unimma, merupakan mata kuliah pengembangan keterampilan hidup bermasyarakat dan penerapan ilmu untuk memecahkan masalah masyarakat dengan pendekatan lintas ilmu dan menciptakan desain program pengabdian masyarakat.	
CPL	:	P8, KK4, KK5, KK8, KU5, KU6, KU7, KU8, S3, S5, S7, S11	

CP MK	:	M1	Mahasiswa mampu mengadaptasikan diri dalam hidup bermasyarakat dengan menunjukkan sikap tanggap, peduli, disiplin, bisa bekerja sama, dan bertanggung Jawab (P8, KK4, KU6, KU7, KU8, S3, S7, S11)
		M2	Mahasiswa mampu memperlihatkan keterampilan membangun hubungan dengan masyarakat dan rekandalam konteks pengabdian masyarakat (P8, KK4, KU6, S3, S7, S11)
		M3	Mahasiswa mampu memperlihatkan keterampilan menerapkan ilmu dan keterampilan komunikasi dalam rangka pemecahan masalah di masyarakat (P8, KK5, KK8, KU6, S3, S7, S11)
		M4	Mahasiswa mampu menyelenggarakan program-program sosial kemasyarakatan berdasarkan hasil analisiskebutuhan masyarakat (P8, KK4, KK5, KK8, KU6, S3, S11)
CP MK	:	-	
Kualifikasi Dosen	:	Dosen pembimbing yang ditunjuk oleh LP3M	
Sarana Prasarana	:	-	

Kode Mata Kuliah	:	<b>UMM0802008</b>	
Nama MataKuliah	:	<b>BTQ dan Praktik Ibadah</b>	
Diskripsi MataKuliah	:	Dikelola oleh LP2SI Unimma, merupakan pelatihan baca dan tulis Al Quran dan praktik ibadah. Di akhir, mahasiswa mendapatkan sertifikat keterampilan.	
CPL	:	-	
CP MK	:	M1	Mahasiswa mampu memperlihatkan keterampilan membaca Al Quran dengan lancar dan benar
		M2	Mahasiswa mampu melakukan praktik ibadah sesuaidengan tuntunan syariat
Kualifikasi Dosen	:	Pengajar yang ditunjuk oleh LP2SI	
Sarana Prasarana	:	-	

Kode Mata Kuliah	:	<b>UMM0802009</b>	
Nama MataKuliah	:	<b>Pelatihan Komputer</b>	
Diskripsi MataKuliah	:	Dikelola oleh Puskom Unimma, merupakan pelatihan menggunakan aplikasi-aplikasi komputer dasar, seperti optimalisasi fungsi Microsoft Office (Word, Excel, Publisher, dan PowerPoint). Di akhir pelatihan, mahasiswa akan mendapatkan sertifikat keterampilan.	
CPL	:	-	
CP MK	:	M1	Mahasiswa mampu memperlihatkan keterampilan menggunakan aplikasi komputer dasar
		M2	Mahasiswa mampu menggunakan aplikasi komputer dasar untuk pemecahan masalah praktis yang membutuhkan asistensi program komputer
Kualifikasi Dosen	:	Pengajar yang ditunjuk UPT Pusat Komputer	
Sarana Prasarana	:	Laboratorium Komputer	

Kode Mata Kuliah	:	<b>UMM0802010</b>
Nama MataKuliah	:	<b>Pelatihan Bahasa Inggris</b>
Diskripsi MataKuliah	:	Dikelola oleh Pusat Bahasa Unimma, merupakan pelatihan berbahasa Inggris praktis serta tes kecakapan berbahasa Inggris. Di akhir pelatihan, mahasiswa akan mendapatkan sertifikat keterampilan.
CPL	:	-
CP MK	:	M1 Mahasiswa mampu memperlihatkan keterampilanbercakap-cakap dengan bahasa Inggris untuk sehari-hari M2 Mahasiswa mampu mempersiapkan diri menghadapi tes kecakapan bahasa Inggris
Kualifikasi Dosen	:	Pengajar yang ditunjuk UPT Pusat Bahasa
Sarana Prasarana	:	Laboratorium bahasa

### Inti Keilmuan Komunikasi

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802201
Nama Mata Kuliah	:	Teori & Pengantar Komunikasi
Deskripsi Mata Kuliah	:	Membahas pengertian, konsep-konsep dasar dan proses komunikasi dalam kehidupan manusia, serta ruang lingkup dan perkembangan pokok ilmu komunikasi sebagai gambaran awal mengenai ruang lingkup pengajian dan penerapannya serta membahas model-model, teori-teori, dan pendekatan- pendekatan dalam ilmu komunikasi sebagai ilmu pengetahuan sosial yang bersifat multidisplin melalui tujuh tradisi dalam teori komunikasi.
CPL	:	S.05; KU.01; KK.06; P.03
CPMK	:	M1 Mahasiswa mampu menjelaskan konsep-konsep dasar dalam komunikasi meliputi: pengertian dan peran komunikasi, hakikat manusia yang berkomunikasi, serta tujuan dan fungsi komunikasi. M2 Mahasiswa mampu menjelaskan gagasan-gagasan utama dalam teori-teori komunikasi dari tujuh tradisi komunikasi. M3 Mahasiswa mampu menganalisis kasus/ fenomena komunikasi di masyarakat berdasarkan teori-teori komunikasi
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana(S-1) dan Magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi, atau S2 bidang media dan komunikasi atau S2 kajian budaya dan media.
Sarana & Prasarana	:	<i>Perpustakaan</i>

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802202
Nama Mata Kuliah	:	Psikologi Komunikasi
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah psikologi komunikasi membahas tentang aspek-aspek komunikasi dan fenomena komunikasi yang terjadi pada diri manusia dari perspektif Ilmu Psikologi. Dalam matakuliah ini membahas konsep dan pemahaman tentang psikologi seperti sensasi, persepsi, motivasi, konsep diri yang digunakan untuk menganalisis proses komunikasi manusia. Pemahaman atas konsep-konsep itu akan diaplikasikan dalam upaya mencermati aspek psikologis pada bentuk-bentuk komunikasi

		yang terjadi pada diri manusia meliputi, Komunikasi Intrapersonal, Komunikasi Antarpribadi, Komunikasi Kelompok, dan Komunikasi Massa.
CPL	:	S.02; S.09; KU.10; KK.02; KK.04; KK.02; KK.06
CPMK	:	M1 Mampu mengaplikasikan prinsip-prinsip perilaku berdasarkan paradigma psikoanalisis, behaviorisme, psikologi kognitif, dan psikologi humanistik untuk menjelaskan fenomena perilaku komunikasi.
		M2 Mampu mengaplikasikan temuan-temuan psikologi untuk meningkatkan pemahaman dan praktik dalam komunikasi persuasif, komunikasi instruksional, lobi, dan negosiasi.
		M3 Mampu menganalisis fenomena komunikasi di era digital berdasarkan teori-teori cyberpsychology
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana(S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier); berijazah sarjana (S1) dan magister(S2) di bidang psikologi.
Sarana & Prasarana	:	

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802203
Nama Mata Kuliah	:	Sosiologi Komunikasi
Deskripsi Mata Kuliah	:	Matakuliah ini membahas tentang kajian sosiologi dari sudut pandang komunikasi. Pembahasan matakuliah ini meliputi filsafat sosiologi komunikasi, komunikasi dalam masyarakat, perubahan sosial dan budaya massa, masyarakat cyber, sosiologi media dan komunikasi massa, masalah-masalah sosial dan media massa, serta sosiologi komunikasi ke depannya.
CPL	:	S.09; KU.01; KK.04; P.02
CPMK	:	M1 Mahasiswa mampu menjelaskan tentang arti, kedudukan, dan peran masyarakat, budaya, dan media bagi perkembangan ilmu dan praktik komunikasi.
		M2 Mahasiswa mampu mengintegrasikan nilai sosial budaya dalam konteks pembelajaran, pengembangan, dan penerapan ilmu komunikasi di masyarakat
		M3 Mahasiswa mampu mengkritisi masalah-masalah sosial masyarakat yang dimunculkan oleh kesalahan komunikasi seperti penyalahgunaan atau yang ditimbulkan media massa berdasarkan prinsip-prinsip dalam ilmu sosiologi komunikasi.
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana(S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier), atau S2 bidang media dan komunikasi atau S2 kajian budaya dan media. Berijazah sarjana (S1) dan magister (S2) di bidang ilmu sosiologi
Sarana & Prasarana	:	<i>Perpustakaan</i>

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802205
Nama Mata Kuliah	:	Komunikasi Antarpribadi
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini bertujuan memberikan pemahaman mengenai konsep dan keterampilan komunikasi interpersonal sebagai dasar membangun dan mengelola relasi interpersonal. Pembahasan mencakup pengetahuan mengenai relasi interpersonal, batasan dan karakteristik komunikasi

		interpersonal, pesan nonverbal dalam komunikasi interpersonal, kualitas komunikasi interpersonal, faktor yang berpengaruh terhadap efektivitas komunikasi interpersonal, konflik interpersonal, dan teori-teori komunikasi interpersonal. Mahasiswa diharapkan dapat menghasilkan paper strategi komunikasi untuk membangun dan mengelola relasi interpersonal.
CPL	:	S.09; KU.01; KK.04; P.04
CPMK	:	M1 Mahasiswa mampu menjelaskan berbagai konsep dan jenis hubungan komunikasi antarpribadi
		M2 Mahasiswa mampu membangun konsep diri, merancang dan memainkan peran dalam berbagai macam konsep komunikasi Antarpribadi.
		M3 Mahasiswa mampu merancang strategi penyelesaian konflik antarpribadi
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana(S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier)
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802206
Nama Mata Kuliah	:	Komunikasi Organisasi
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini didesain untuk memberikan pemahaman berbagai perspektif dan proses komunikasi organisasi serta karakteristik organisasi dan komunikasi dalam organisasi dalam perspektif dasar ilmu manajemen. Mata kuliah ini membahas permasalahan dan isu dalam komunikasi organisasi berkaitan dengan iklim organisasi, kepemimpinan, inovasi, motivasi, serta manajemen perubahan dan perkembangan organisasi. Mahasiswa diharapkan dapat menghasilkan laporan penelitian dan analisis terkait komunikasi organisasi.
CPL	:	S.03; S.09; KU.01; KU.10; KK.02; KK.04; P.02; P.04
CPMK	:	M1 Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian komunikasi organisasi dan teori-teori dalam komunikasi organisasi.
		M2 Mahasiswa mampu mengidentifikasi perilaku manusia dalam rangka kinerja organisasi.
		M3 Mahasiswa mampu mengaplikasikan perkembangan, teknologi, inovasi dengan ragam budaya organisasi.
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana(S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier).
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802207
Nama Mata Kuliah	:	Komunikasi Massa
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini memberikan pengetahuan tentang komunikasi massa, peran dan perkembangannya di masyarakat kini yaitu <i>mass self communication</i> era. Secara garis besar mata kuliah ini membahas semua hal tentang komunikasi dilihat dari konteks media massa dan media baru. Sehingga dalam matakuliah ini selain akan dibahas tentang pengertian komunikasi massa, media massa, khalayak massa, efek media massa, dan perkembangan media massa, teknis komunikasi massa, karakteristik dan unsur-unsur komunikasi massa, konsep-konsep dasar, peran, fungsi, karakteristik dan unsur-unsur komunikasi massa pada media massa juga akan berfokus pada ranah dunia digital atau internet.
CPL	:	S.09; KU.01; KU.10; KK.10; KK.11; P.04; P.06
CPMK	:	M1 Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian komunikasi massa dan media massa.

		M2	Mahasiswa mampu menganalisis efek media massa dan perkembangan media massa.
		M3	Mahasiswa mampu mencontohkan teknis komunikasi massa, karakteristik dan unsur-unsur komunikasi massa, konsep-konsep dasar, peran, fungsi, karakteristik dan unsur-unsur komunikasi massa
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana(S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier), dengan fokus studi media atau broadcasting. Berijazah sarjana(S-1) dan magister (S-2) di bidang media dan komunikasi atau S2 kajian budaya dan media.	
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan, Laboratorium Komunikasi	

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802208	
Nama Mata Kuliah	:	Komunikasi Gender	
Deskripsi Mata Kuliah	:	Matakuliah ini secara umum membahas bagaimana komunikasi dikaitkan dengan gender namun pada mata kuliah ini lebih spesifik membahas relasi komunikasi perempuan dan pria dalam masyarakat, gender dalam konstruksi media massa, pengaruh produk-produk budaya populer, representasi perempuan, konsepsi feminisme, maskulinitas, gay, lesbian. Mata kuliah ini menganalisis langsung terhadap produk-produk media massa yang berkaitan dengan gender seperti film, acara radio, acara televisi, berita media massa, dan iklan.	
CPL	:	S.09; KU.01; KK.07; P.02	
CPMK	:	M1	Mahasiswa mampu mengidentifikasi gender dalam konstruksi media massa, pengaruh produk-produk budaya populer
		M2	Mahasiswa mampu mengkritisi representasi perempuan, konsepsi feminisme, maskulinitas, gay dan lesbian.
		M3	Mahasiswa mampu menganalisis terhadap produk-produk media massa yang berkaitan dengan gender dalam film, acara radio, televisi, berita media massa dan iklan.
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana(S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier), atau S2 kajian budaya dan media. Memiliki pengalaman riset, dan fokus studi pada bidang komunikasi dan gender.	
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan	

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802209	
Nama Mata Kuliah	:	<i>Public Speaking</i>	
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini memberikan pemahaman tentang <i>public speaking</i> secara teori maupun praktik. Seperti tentang teknik-teknik penyampaian gagasan secara verbal maupun nonverbal di berbagai forum. Secara umum, topik pembahasan mata kuliah ini meliputi teori-teori dan model-model komunikasi yang berkaitan dengan retorika dan <i>public speaking</i> , memahami khalayak publik, etika, dan peragaan teknik penyampaian gagasan di depan publik.	
CPL	:	S.09; KU.02; KK.03: P.04	
CPMK	:	M1	Mahasiswa mampu membandingkan jenis-jenis dan metode <i>public speaking</i> dan bisa mengaplikasikannya serta memahami komunikasi verbal dan nonverbal <i>public speaking</i> .
		M2	Mahasiswa mampu memiliki kepercayaan diri yang tinggi serta memahami audiensnya dengan menerapkan etika <i>public speaking</i> .
		M3	Mahasiswa mampu mengaplikasikan <i>public speaking</i> yang menarik dan sesuai dengan konsep <i>public speaking</i> .
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana(S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu	

		komunikasi (linier). Memiliki pengalaman dan pelatihan di bidang <i>public speaking</i>
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan, laboratorim <i>public relations</i> dan ruang publik

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802210
Nama Mata Kuliah	:	<i>Creative Thinking</i>
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini membahas tentang cara belajar dan berkreasi secara integral, berpikir <i>out of the box</i> , dengan menggali potensi kreativitas, melalui pendekatan <i>synectic</i> serta eksperimen cara berpikir dan menggunakan metode <i>mind mapping</i> . Mata kuliah ini secara umum mempelajari pengamatan terhadap diri, lingkungan, fenomena yang terjadi, dan kaitan bakat dengan kreatifitas, mengaplikasikan ide kreatif dan konsep kreatif, menciptakan ide berdasarkan image dan imajinasi, tipe belajar dan rancangan kreatifitas, sistem mind mapping sebagai pengembangan metode berpikir, daya kreatifitas, invensi dan inovasi.
CPL	:	S.09; KU.02; KK.06; P.03
CPMK	:	M1 Mahasiswa mampu menjelaskan tentang revolusi berpikir (kreatif, kritis dan analitis) dan perannya dalam penerapan terhadap ilmu komunikasi.
		M2 Mahasiswa mampu menunjukkan cara berpikir kreatif, kritis serta analitis melalui media pembelajaran
		M3 Mahasiswa mampu menganalisis dan mengkritisi fenomena komunikasi dan menciptakan solusi yang kreatif
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana(S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier)
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan, laboratorium computer dan Laboratorium komunikasi

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802211
Nama Mata Kuliah	:	Professional Image
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini memberikan pengetahuan tentang membuat dan menampilkan citra diri di mata orang lain agar tetap positif. Mata kuliah ini membahas pengembangan diri, kepribadian dan pengembangan diri, umpan balik, pengembangan sikap positif, kesehatan tata rias busana dan ekspresi suara, komunikasi dan pengungkapan diri, hubungan antarpribadi, etika, perencanaan hidup dan karir, persiapan kerja interview dan presentasi, otak dan kecerdasan, mengatur ritme hidup, dan antisipasi menghadapi kegagalan.
CPL	:	S.09; KU.06; KK.03; P.05
CPMK	:	M1 Mahasiswa mampu mengaplikasikan kepribadian dan pengembangan diri, umpan balik, pengembangan sikap positif
		M2 Mahasiswa mampu menyesuaikan tata rias busana, menempatkan hubungan antarpribadi, etika komunikasi sesuai konteks.
		M3 Mahasiswa mampu membuat perencanaan hidup dan karir, persiapan kerja interview dan presentasi, otak dan kecerdasan, mengatur ritme hidup, dan antisipasi menghadapi kegagalan.
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana(S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier) dengan fokus peminatan <i>public relations</i> . Memiliki pengalaman pelatihan <i>career coaching</i>
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan, laboratorium <i>public relations</i> dengan sarana

		meja table manner, beauty class tools, ruang multimedia, hotel
--	--	--

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802312						
Nama Mata Kuliah	:	Metode Riset Kualitatif						
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini membahas pengertian, paradigma dan ciri penelitian kualitatif, proses penelitian (langkah-langkah penelitian), teknik pengumpulan data, cara melakukan analisis data, pemaknaan atau interpretasi hingga pada latihan menyusun sebuah laporan penelitian. Materi pokok mata kuliah ini adalah penelitian sebagai metodologi ilmu, paradigma keilmuan, konsep dasar penelitian, alur berpikir penelitian, konsep human instrumen, tahapan penelitian kualitatif, wawancara dalam penelitian kualitatif, observasi dalam penelitian kualitatif, studi teks menggunakan metode analisis wacana, framing, semiotika, narasi dalam penelitian kualitatif, studi kasus dan analisis data kualitatif.						
CPL	:	S.08; KU.04; KK.06; P.11						
CPMK	:	<table border="1"> <tr> <td>M1</td> <td>Mahasiswa mampu membandingkan antara pendekatan dan teknik penelitian deskriptif kualitatif, analisis isi kualitatif, penelitian studi kasus, dan fenomenologi, etnografi, dan historis dalam penelitian ilmu komunikasi.</td> </tr> <tr> <td>M2</td> <td>Mahasiswa mampu merumuskan latar belakang, permasalahan penelitian, dan tujuan penelitian ilmu komunikasi.</td> </tr> <tr> <td>M3</td> <td>Mahasiswa mampu menyusun proposal penelitian kualitatif dengan struktur yang benar dan tata tulis yang rapi.</td> </tr> </table>	M1	Mahasiswa mampu membandingkan antara pendekatan dan teknik penelitian deskriptif kualitatif, analisis isi kualitatif, penelitian studi kasus, dan fenomenologi, etnografi, dan historis dalam penelitian ilmu komunikasi.	M2	Mahasiswa mampu merumuskan latar belakang, permasalahan penelitian, dan tujuan penelitian ilmu komunikasi.	M3	Mahasiswa mampu menyusun proposal penelitian kualitatif dengan struktur yang benar dan tata tulis yang rapi.
M1	Mahasiswa mampu membandingkan antara pendekatan dan teknik penelitian deskriptif kualitatif, analisis isi kualitatif, penelitian studi kasus, dan fenomenologi, etnografi, dan historis dalam penelitian ilmu komunikasi.							
M2	Mahasiswa mampu merumuskan latar belakang, permasalahan penelitian, dan tujuan penelitian ilmu komunikasi.							
M3	Mahasiswa mampu menyusun proposal penelitian kualitatif dengan struktur yang benar dan tata tulis yang rapi.							
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana(S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier). Memiliki pengalaman penelitian di bidang kualitatif						
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan						

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802313						
Nama Mata Kuliah	:	Metode Riset Kuantitatif						
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini menjelaskan prinsip metode penelitian kuantitatif dan dapat menerapkan dalam penelitian empiris, mulai dari menemukan gejala-gejala atau masalah, melakukan perumusan masalah, melakukan kajian teoritis, menyusun instrumen penelitian dan melakukan analisis data secara kuantitatif. Materi pokok mata kuliah ini meliputi arti penting penelitian, desain penelitian kuantitatif, konseptualisasi teori, penggunaan statistik dan penyusunan variabel, populasi penelitian dan sampling, membuat instrumen penelitian (kuesioner), metode analisis data kuantitatif, survey, eksperimental, analisis isi kuantitatif dan membuat laporan penelitian kuantitatif.						
CPL	:	S.08; KU.04; KK.06; P.11						
CPMK	:	<table border="1"> <tr> <td>M1</td> <td>Mahasiswa mampu membandingkan antara pendekatan dan teknik penelitian kuantitatif deskriptif, penelitian korelasional, dan komparasional dalam penelitian ilmu komunikasi.</td> </tr> <tr> <td>M2</td> <td>Mahasiswa mampu merumuskan kerangka pikir peneliti dan hipotesis untuk penelitian komunikasi berdasarkan tinjauan pustaka komunikasi yang mendalam dan lengkap.</td> </tr> <tr> <td>M3</td> <td>Mahasiswa mampu menyusun instrumen penelitian kuantitatif dan menganalisis data.</td> </tr> </table>	M1	Mahasiswa mampu membandingkan antara pendekatan dan teknik penelitian kuantitatif deskriptif, penelitian korelasional, dan komparasional dalam penelitian ilmu komunikasi.	M2	Mahasiswa mampu merumuskan kerangka pikir peneliti dan hipotesis untuk penelitian komunikasi berdasarkan tinjauan pustaka komunikasi yang mendalam dan lengkap.	M3	Mahasiswa mampu menyusun instrumen penelitian kuantitatif dan menganalisis data.
M1	Mahasiswa mampu membandingkan antara pendekatan dan teknik penelitian kuantitatif deskriptif, penelitian korelasional, dan komparasional dalam penelitian ilmu komunikasi.							
M2	Mahasiswa mampu merumuskan kerangka pikir peneliti dan hipotesis untuk penelitian komunikasi berdasarkan tinjauan pustaka komunikasi yang mendalam dan lengkap.							
M3	Mahasiswa mampu menyusun instrumen penelitian kuantitatif dan menganalisis data.							
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana(S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier).						

		Memiliki pengalaman penelitian di bidang kuantitatif
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan dan laboratorium computer dengan aplikasi SPSS

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802214						
Nama Mata Kuliah	:	Metode Riset Komunikasi Lanjutan						
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini memahami pentingnya berfikir ilmiah kepada mahasiswa dalam menyikapi fenomena yang terjadi di ranah komunikasi. Termasuk dalam mata kuliah ini adalah pembahasan mengenai konsep-konsep riset lanjutan dari kajian komunikasi yang telah berkembang seperti riset big data dan netnografi, analisis opini publik, serta riset public relations. Selain itu kemampuan mengelola riset media dari perencanaan, pengelolaan data, hingga laporan akhir riset.						
CPL	:	S.03 : Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila S.08 : Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik KU.04: Mampu menyusun deskripsi saintifik hasil kajian tersebut di atas dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi. KK.06: Memiliki kemampuan meneliti dengan metode kualitatif dan kuantitatif untuk studi komunikasi, media, dan sosial P.11 : Menguasai metodologi penelitian komunikasi dan media, serta teknik-teknik statistika sosial						
CPMK	:	<table border="1"> <tr> <td>M1</td> <td>Mahasiswa mampu mengidentifikasi permasalahan dan fenomena komunikasi melalui riset big data dan AI.</td> </tr> <tr> <td>M2</td> <td>Mahasiswa mampu menganalisis masalah-masalah yang berhubungan melalui analisis opini publik.</td> </tr> <tr> <td>M3</td> <td>Mahasiswa mampu melakukan riset big data dan netnografi dengan metode-metode riset terkini.</td> </tr> </table>	M1	Mahasiswa mampu mengidentifikasi permasalahan dan fenomena komunikasi melalui riset big data dan AI.	M2	Mahasiswa mampu menganalisis masalah-masalah yang berhubungan melalui analisis opini publik.	M3	Mahasiswa mampu melakukan riset big data dan netnografi dengan metode-metode riset terkini.
M1	Mahasiswa mampu mengidentifikasi permasalahan dan fenomena komunikasi melalui riset big data dan AI.							
M2	Mahasiswa mampu menganalisis masalah-masalah yang berhubungan melalui analisis opini publik.							
M3	Mahasiswa mampu melakukan riset big data dan netnografi dengan metode-metode riset terkini.							
Kualifikasi Dosen	:	S2 Ilmu Komunikasi						
Sarana & Prasarana	:	Software analytics, explenty, SPSS, LMS (MOCA)						

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802215						
Nama Mata Kuliah	:	Penulisan Karya Ilmiah						
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini membahas konsep dasar dan ragam penulisan ilmiah, plagiarism serta penerapan penulisan ilmiah yang dapat digunakan oleh mahasiswa dalam menyusun tugas-tugas perkuliahan, menyusun dan menganalisa jurnal serta persiapan penyusunan skripsi.						
CPL	:	S.08; KU.04; KK.06; P.12						
CPMK	:	<table border="1"> <tr> <td>M1</td> <td>Mahasiswa mampu untuk menyusun ragam penulisan ilmiah</td> </tr> <tr> <td>M2</td> <td>Mahasiswa mampu berfikir kritis dalam menganalisa jurnal.</td> </tr> <tr> <td>M3</td> <td>Mahasiswa mampu mengaplikasikan etika penulisan ilmiah dalam artikel ilmiah maupun skripsi</td> </tr> </table>	M1	Mahasiswa mampu untuk menyusun ragam penulisan ilmiah	M2	Mahasiswa mampu berfikir kritis dalam menganalisa jurnal.	M3	Mahasiswa mampu mengaplikasikan etika penulisan ilmiah dalam artikel ilmiah maupun skripsi
M1	Mahasiswa mampu untuk menyusun ragam penulisan ilmiah							
M2	Mahasiswa mampu berfikir kritis dalam menganalisa jurnal.							
M3	Mahasiswa mampu mengaplikasikan etika penulisan ilmiah dalam artikel ilmiah maupun skripsi							
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana(S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier),						
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan, laboratorium komputer						

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802216
Nama Mata Kuliah	:	Etika dan Regulasi Media Siber
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini membahas semua aspek yang berkaitan dengan teori hukum dan etika media massa yang di dalamnya mencakup pers dan penyiaran, masalah-masalah hukum media, delik pers, undang-undang

		pers, kode etik jurnalistik dengan segala konsekuensi dan permasalahannya. Secara garis besar mata kuliah ini dibagi tiga bahasan. Pertama, mengupas ruang lingkup hukum secara umum, sebagai pintu masuk ke arah bahasan hukum dan etika media massa. Kedua, membedah hukum media massa yang meliputi hukum pers dan dan penyiaran. Ketiga, mengungkap sisi terdalam dan tersembunyi berbagai persoalan etika dan kode etik media massa dan digital yang berfokus pada UU ITE, UU Perss, P3SPS dan lain sebagainya.
CPL	:	S.02; S.07; KU.06; KU.10;
CPMK	:	M1 Mahasiswa mampu menjelaskan ruang lingkup hukum secara umum, sebagai pintu masuk ke arah bahasan hukum dan etika media massa.
		M2 Mahasiswa mampu menganalisis masalah-masalah yang terkait dengan hukum media, delik pers, undang-undang pers, dan kode etik jurnalistik.
		M3 Mahasiswa mampu menganalisis masalah-masalah yang terkait dengan hukum media, delik pers, undang-undang pers, dan kode etik jurnalistik.
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana(S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier), atau S2 bidang media dan komunikasi atau S2 kajian budaya dan media.
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan

## PUBLIC RELATIONS

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802317
Nama Mata Kuliah	:	Dasar Public Relations
Deskripsi Mata Kuliah	:	Matakuliah ini secara umum memberikan pemahaman tentang bagaimana membangun hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya. Secara spesifik membahas pengertian public relations, konsep-konsep dasar public relations, fungsi public relations, ruang lingkup public relations, perencanaan public relations, dan proses kegiatan public relations dalam upaya menciptakan citra positif dan hubungan baik suatu organisasi dengan publik sasaran baik eksternal maupun internal.
CPL	:	S.09; KU.06; KU.07; KK.03; KK.10; P.05
CPMK	:	M1 Mahasiswa mampu menjelaskan konsep public internal dan public eksternal organisasi, konsep-konsep dasar public relations, fungsi public relations, ruang lingkup public relations.
		M2 Mahasiswa mampu menganalisis kasus dengan konsep-konsep public relations.
		M3 Mahasiswa mampu merancang strategi dan proses kegiatan public relations.
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana(S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier) khususnya pada konsentrasi public relations atau Manajemen Komunikasi.
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802218
Nama Mata Kuliah	:	PR 4.0
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah public relations 4.0 adalah mata kuliah public relations yang menyesuaikan dengan era industri 4.0. Mata kuliah ini membahas mengenai konsep-konsep public relations 4.0, fungsi public relations di

		era industri 4.0, perkembangan teknologi pada aktivitas public relations 4.0, proses manajemen public relations 4.0, fenomena, tantangan, ancaman dan peluang yang dihadapi public relations di era industri 4.0.
CPL	:	S.03; KU.06; KU.10; KK.10; P.10
CPMK	:	M1 Mahasiswa mampu menjelaskan konsep-konsep public relations 4.0, fungsi dan ruang lingkup public relations di era industri 4.0
		M2 Mahasiswa mampu menganalisa fenomena, tantangan, ancaman dan peluang yang dihadapi oleh public relations pada era 4.0
		M3 Mahasiswa mampu menyusun strategi dan program public relations di era 4.0
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana(S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier) khususnya pada konsentrasi public relations atau Manajemen Komunikasi.
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan dan Laboratorium PR

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802319
Nama Mata Kuliah	:	Penulisan PR
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini memberikan pemahaman dan skill keterampilan menulis khas PR untuk membangun hubungan yang harmonis dengan stakeholder perusahaan dan citra positif perusahaan. Bentuk penulisan naskah tersebut ialah <i>press release</i> , <i>advertorial</i> , dan <i>press conference (press kit/media kit)</i> , <i>newsletter</i> , <i>in house magazine/company magazines</i> , naskah laporan tahunan ( <i>annual report</i> ), <i>company profile</i> , <i>leaflet</i> , <i>booklet</i> , brosur, dan sebagainya.
CPL	:	S.03; KU.02; KU.04; KK.03; KK.05; P.04; P.05
CPMK	:	M1 Mahasiswa mampu menjelaskan jenis-jenis penulisan PR untuk publikasi
		M2 Mahasiswa mampu menyusun naskah PR
		M3 Mahasiswa mampu mengatur dan menyelenggarakan press conference
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier). Memiliki pengetahuan atau keterampilan di bidang public relations
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan, laboratorium public relations

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802620
Nama Mata Kuliah	:	Corporate Public Relations
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini mengkaji peran public relations secara lebih spesifik di ranah korporasi. Diantaranya adalah <i>corporate image and identity</i> , <i>corporate advertising</i> , <i>media relations</i> , <i>employee relations</i> , <i>community relations</i> , <i>CSR</i> , <i>government relations</i> , <i>crisis communications management</i> , hingga fungsi public relations sebagai pengelola event management dalam korporasi.
CPL	:	S.03; S.09; KU.05; KU.06; KU.07; KU.08; KK.03; KK.04; KK.12; P.04; P.05; P.09.
CPMK	:	M1 Mahasiswa mampu memiliki kompetensi membangun analisis kritis dan kreatif terhadap praktik profesional public relations dalam korporasi..

		M2	Mahasiswa mampu menerapkan prinsip-prinsip perencanaan public relations juga sekaligus menganalisis keterkaitan antara teori dan implementasi yang efektif.
		M3	Mahasiswa mampu menganalisa dan menangani isu dan krisis yang terjadi pada perusahaan atau organisasi untuk menjaga reputasi perusahaan.
		M4	Mahasiswa mampu merencanakan konsep, menyelenggarakan suatu acara serta mengevaluasi kegiatan penyelenggaraan acara.
Kualifikasi Dosen	:	S2 Ilmu Komunikasi peminatan Public Relations atau Manajemen Ilmu Komunikasi	
Sarana & Prasarana	:	Proyektor, PC, LMS (MOCA)	

## BROADCASTING

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802321	
Nama Mata Kuliah	:	Dasar Penyiaran	
Diskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini memberikan gambaran kepada mahasiswa tentang dasar penyiaran serta perkembangannya di era digital saat ini. Pembahasan materi yang akan dikaji di antaranya adalah sistem telekomunikasi yaitu frekuensi, sistem dan satelit, teknik audio dan video, manajemen pengelolaan radio konvensional dan digital, manajemen pengelolaan televisi konvensional dan digital, dasar-dasar pemrograman, karakteristik radio siar, karakteristik televisi, teknik editing, penyutradaraan, iklan, kebijakan penyiaran, dan sebagainya.	
CPL	:	S3, S9, KU3, KU7, KK5, KK9, P5, dan P6	
CP MK	:	M1	Mahasiswa menjelaskan konsep-konsep utama yang menjadi dasar aktivitas penyiaran
		M2	Mahasiswa mampu membuat materi atau naskah penyiaran.
		M3	Mahasiswa mampu membedakan karakteristik penyiaran radio, televisi dan media massa lainnya.
		M4	Mahasiswa mampu mengoperasikan manajemen penyiaran.
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana(S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier), atau S2 bidang broadcasting atau media dan komunikasi. Memiliki pengalaman di bidang broadcasting	
Sarana Prasarana	:	Perpustakaan, mini theatre, dan laboratorium broadcasting	

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802422	
Nama Mata Kuliah	:	Jurnalisme Online	
Diskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini memberikan pemahaman teknik produksi berita untuk media online sesuai dengan kaidah dan pedoman media siber. Melalui mata kuliah dapat mengasah ketrampilan dalam menghasilkan karya berupa berita dengan karakteristik multimedia yang dapat didistribusikan melalui berbagai platform. Mata kuliah ini berisi tentang pembuatan website dan juga menjelaskan bentuk-bentuk berita seperti Straight News, Hard News, Soft News, Interpretative News, Depth News, Investigation News, Opinion News, Comprehensive	

		News, Feature Story, dan Editorial Writing. Selain itu, mata kuliah ini membahas manajemen media online.
CPL	:	S3, KU1, KU2, KK9, KK11, P4, P5, P6
CP MK	:	MI Mahasiswa mampu menjelaskan kode etik jurnalistik.
		M2 Mahasiswa mampu membedakan karakteristik tulisan di media massa, cetak, elektronik dan online.
		M3 Mahasiswa mampu menyusun berita sesuai kaidah jurnalistik dan undang-undang ITE.
		M4 Mahasiswa mampu mengidentifikasi peran konvergensi media.
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier). Memiliki kemampuan dan pengalaman praktis di bidang jurnalisme online
Sarana Prasarana	:	Perpustakaan, laboratorium komputer, LCD TV dengan koneksi internet untuk memantau rating (sebagai contoh: alexa)

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802423
Nama Mata Kuliah	:	Kreasi Konten Digital
Diskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini memberikan pemahaman dan kemampuan untuk membuat konten-konten kreatif di media digital. Produksi kreasi konten pada mata kuliah ini dapat diarahkan untuk berbagai kegunaan misalnya saja kampanye sosial dan atau komunikasi pemasaran di era digital. Sehingga pesan dalam konten tersebut menarik perhatian pengguna media digital. Mata kuliah ini membahas pengertian kreasi konten digital, menciptakan konten yang menarik baik berupa audio visual, tulisan, dan gambar untuk memperkenalkan dunia profesi baru seperti vlogger, influencer, buzzer dan lain sebagainya di dunia digital, tujuan pembuatan konten digital, khalayak sasaran konten, dan kode etik pembuatan konten digital
CPL	:	S9, KU7, KU10, KK9, KK12, P4, P6
CP MK	:	M1 Mahasiswa mampu membuat konten-konten kreatif di media digital.
		M2 Mahasiswa mampu menciptakan konten yang menarik baik berupa audio visual, tulisan, dan gambar di dunia digital.
		M3 Mahasiswa mampu menentukan tujuan dan khalayak sasaran pembuatan konten sesuai kode etik yang berlaku. (P.03; P.08; P.10; KK.11; KU.05; S.06; S.09)
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana(S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier). Memiliki pengetahuan atau pengalaman di bidang konten kreator
Sarana Prasarana	:	Perpustakaan, laboratorium broadcasting, laboratorium editing dengan komputer editing berspesifikasi tinggi dengan aplikasi adobe premiere pro, adobe after effect, final cut pro.

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802624
Nama Mata Kuliah	:	Produksi Film
Diskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini membahas manajemen dan proses pembuatan film, menentukan ide cerita, menentukan sasaran penonton, teknik produksi film meliputi pembuatan naskah film, pendanaan, pengambilan gambar, teknik editing, dan review film. Mata kuliah ini juga akan membahas tentang publikasi, distribusi dan film market.
CPL	:	S6, S9, KU1, KU2, KU7, KK5, KK9, P4, P5
CP MK	:	M1 Mahasiswa mampu menjelaskan tahapan produksi film
		M2 Mahasiswa mampu mengoperasikan alat-alat produksi tingkat lanjut
		M3 Mahasiswa mampu merencanakan produksi film
		M4 Mahasiswa mampu memproduksi film
		M5 Mahasiswa mampu mendistribusikan film yang telah diproduksi
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier). Memiliki pengalaman di bidang perfilman.
Sarana Prasarana	:	Perpustakaan, Laboratorium Broadcasting, Laboratorium Komputer (editing) spesifikasi tinggi dengan aplikasi adobe premiere pro, adobe after effect, final cut pro.

## ADVERTISING

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802325
Nama Mata Kuliah	:	Fotografi
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini membahas tentang pemahaman dan keterampilan fotografi digital, hakikat fotografi, karakteristik fotografi digital, unsur-unsur pokok dalam fotografi digital, teknik dan jenis-jenis fotografi, pengenalan bahan dan alat pengembangan media photo, teknik pencahayaan dan teknik pengambilan gambar, serta teknik rekayasa / olah photo secara digital sehingga dapat menghasilkan karya fotografi yang sesuai dengan konsep yang dibuat, terutama dalam bidang periklanan.
CPL	:	P.06; KK.05; KU.02; S.06; S.09
CPMK	:	M1 Mahasiswa mampu mendefinisikan prinsip-prinsip fotografi digital (P.06)
		M2 Mahasiswa mampu mengoperasikan alat-alat fotografi sesuai standar operasional yang berlaku (P.06; S.09; KU.02)
		M3 Mahasiswa mampu menciptakan desain fotografi digital (P.06; S.06; S.09; KK.05; KU.02)
		M4 Mahasiswa mampu mengintegrasikan fotografi untuk keperluan komunikasi bisnis (P.06; S.06; S.09; KK.05; KU.02)
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier), Memiliki pengalaman di bidang fotografi.

Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan, Laboratorium Fotografi dan Editing
--------------------	---	--

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802227
Nama Mata Kuliah	:	Dasar Periklanan
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini berfokus pada bagaimana industri periklanan bekerja. Mata kuliah ini pembahasannya meliputi pengertian periklanan dan proses manajemen periklanan, fungsi-fungsi periklanan dan jenis-jenis iklan, profesi dan prospek industri periklanan, daya pikat pesan iklan, merumuskan pesan dan merancang iklan, strategi kreatif periklanan dan peran biro periklanan, pemilihan media periklanan, dan ambient media sebagai terobosan dalam periklanan.
CPL	:	P.05; P.06; KK.08; KK.09; KK.10; KK.11; KU.03; KU.05; KU.07; KU.10; S.05; S.06; S.09
CPMK	:	M1 Mahasiswa mampu menjelaskan definisi periklanan (P.05; P.06; KU.03)
		M2 Mahasiswa mampu membedakan istilah-istilah periklanan (P.05; P.06; KU.03)
		M3 Mahasiswa mampu menjelaskan perkembangan periklanan (P.05; P.06; KU.03)
		M4 Mahasiswa mampu mengkolaborasikan periklanan dengan komunikasi bisnis (P.05; P.06; KK.08; KK.09; KK.10; KK.11; KU.05; KU.07; KU.10; S.05; S.06; S.09)
		M5 Mahasiswa mampu mengintegrasikan media periklanan konvensional dan digital (P.05; P.06; KK.09; KK.10; KK.11; KU.05; KU.07; KU.10; S.06; S.09)
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier), Memiliki pengalaman di bidang fotografi.
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan, Laboratorium Fotografi dan Editing

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802628
Nama Mata Kuliah	:	Copywriting
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini pembahasannya kelanjutan dari dasar periklanan. Mata kuliah ini membahas mengenai penulisan naskah iklan, pemahaman mengenai branding, target audience, what to say, how to say, kreativitas, brainstorming, menciptakan konsep persuasi kreatif, karakteristik media dan cara penulisan naskah iklan menyiasatinya, creative brief, serta praktik penulisan dan produksi iklan.
CPL	:	P.04; KK.05; KU.07; S.06
CPMK	:	M1 Mahasiswa mampu menyusun naskah iklan (P.04; KK.05; KU.07)
		M2 Mahasiswa mampu mendesain naskah iklan kreatif (P.04; KK.05; KU.07)
		M3 Mahasiswa mampu memproduksi iklan (P.04; KK.05; KU.07; S.06)

		M4	Mahasiswa mampu mengintegrasikan iklan dengan strategi bisnis dan pemasaran (P.04; KK.05; KU.07; S.06)
Kualifikasi Dosen	:		Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier), Memiliki pengetahuan atau pengalaman di bidang periklanan.
Sarana & Prasarana	:		Perpustakaan, Laboratorium Fotografi dan Editing

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802326	
Nama Mata Kuliah	:	Desain Komunikasi Visual	
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini berisi tentang pengetahuan dan penerapan secara komprehensif dalam bentuk studio perancangan desain komunikasi visual (DKV) media promosi. Ruang lingkup DKV promosi meliputi: Periklanan (advertising), Perangkat media sales dan marketing, Kemasan (packaging) dan Perangkat promosi lainnya. Untuk penerapan pada produk/jasa, korporat dan aktivitas yang bersifat komersial dan non komersial	
CPL	:	P.07; KK.05; KU.02; S.09	
CPMK	:	M1	Mahasiswa mampu mengoperasikan aplikasi desain (P.07; KU.02; S.09)
		M2	Mahasiswa mampu mendesain karya kreatif visual (P.07; KK.05; KU.02; S.09)
		M3	Mahasiswa mampu mengintegrasikan desain komunikasi visual untuk strategi bisnis dan pemasaran (P.07; KK.05; KU.02; S.09)
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier) atau Desain Komunikasi Visual, Memiliki pengetahuan atau pemahaman di bidang DKV.	
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan, Laboratorium Fotografi dan Editing	

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802629	
Nama Mata Kuliah	:	Digital Advertising	
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini fokus pada metode periklanan secara digital dengan tujuan menyampaikan pesan (promosi) kepada target audience. Mata kuliah ini merupakan mata kuliah yang diharapkan mampu memahami, meningkatkan pemasaran digital dan mengaplikasikan mempromosikan merek, membangun preferensi dan melakukan penjualan melalui berbagai media/teknologi digital untuk menjangkau konsumen maupun calon konsumen secara cepat dan tepat waktu.	
CPL	:	P.04; P.05; P.06; KK.04; KK.05; KK.12; KU.03; KU.07; S.06; S.09	
CPMK	:	M1	Mahasiswa mampu menyebutkan berbagai platform dan bentuk media periklanan digital (P.04; P.05; P.06)
		M2	Mahasiswa mampu menjelaskan istilah-istilah dalam periklanan (P.04; P.05; P.06)
		M3	Mahasiswa mampu menguasai teknik pembuatan iklan digital (P.04; P.05; P.06; S.09)
		M4	Mahasiswa mampu memahami cara-cara mempromosikan sebuah brand melalui media digital yang mampu menjangkau konsumen

		secara tepat, cepat, personal, dan relevan. (P.04; P.05; P.06; KK.04; KU.03; S.09)
	M5	Mahasiswa mampu mengevaluasi digital advertising yang sesuai dengan kebutuhan pemasaran (P.04; P.05; P.06; KK.04; KU.03; S.09)
	M6	Mahasiswa mampu merancang digital advertising untuk strategi bisnis dan pemasaran (P.04; P.05; P.06; KK.04; KK.05; KK.12; KU.03; KU.07; S.06; S.09)
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier), Memiliki pengetahuan atau pengalaman di bidang periklanan.
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan, Laboratorium Fotografi dan Editing

### KOMUNIKASI PEMBANGUNAN

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802430
Nama Mata Kuliah	:	Komunikasi Pembangunan Daerah
Diskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini mengajak mahasiswa untuk dapat mengaplikasikan konsep komunikasi sebagai strategi pembangunan potensi daerah dengan nilai kearifan lokal. Materi pada mata kuliah ini meliputi teori dan peran komunikasi untuk pembangunan dan penunjang pembangunan, komunikasi sebagai faktor integral dan penentu dalam pembangunan daerah. Secara spesifik mata kuliah ini membahas media dan bentuk komunikasi yang ada di daerah dan dapat digunakan sebagai jembatan penghubung antara pemerintah masyarakat, tantangan dan hambatan komunikasi pemerintah-masyarakat, manajemen komunikasi yang efektif untuk mendukung pembangunan daerah. Pada mata kuliah ini akan berfokus pada kajian media sosial untuk pembangunan daerah, e-government communication, UU KIP, media sosial dan kebijakan publik, Sistem Informasi Desa. Melalui mata kuliah ini mahasiswa juga diajak untuk dapat menganalisis potensi-potensi daerah yang bernilai kearifan lokal dan mengaplikasikan komunikasi
CPL	:	S3, S6, KU3, KU8, KK8, P8, P9
CP MK	:	M1 Mahasiswa mampu mendefinisikan peran komunikasi untuk pembangunan daerah
		M2 Mahasiswa mampu menyebutkan model-model komunikasi untuk pembangunan daerah
		M3 Mahasiswa mampu memprakarsai penggunaan media untuk advokasi
		M4 Mahasiswa mampu memberikan solusi atas hambatan hambatan yang ada dalam komunikasi antara pemerintah dan masyarakat
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier). Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang sosiatri/manajemen dan kebijakan publik
Sarana Prasarana	:	Perpustakaan.dan hubungan dengan pemangku kepentingan terutama pemerintahan

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802231	
Nama Mata Kuliah	:	Komunikasi Bencana	
Diskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini membahas tentang peran komunikasi dalam penanganan bencana, diantaranya perencanaan komunikasi pra bencana sebagai langkah antisipasi bencana, komunikasi saat bencana berlangsung, dan setelah bencana. Pada mata kuliah ini juga membahas peran media dalam mengatasi bencana. Mata kuliah ini mempelajari eksistensi komunikasi dalam menghadapi bencana, komunikasi bencana aspek makro dan mikro, logistik bencana konsep tantangan dan kesempatan, manajemen komunikasi bencana, problematika komunikasi dalam dinamika perkembangan manajemen bencana, jurnalisme bencana, kabar bencana di media massa dan media digital, provokasi media dan manajemen penyiaran berita bencana.	
CPL	:	S2, KU3, KU5, KK8, P4, P9	
CP MK	:	M1	Mahasiswa mampu menjelaskan peran komunikasi dalam penanganan bencana
		M2	Mahasiswa mampu merancang jurnalisme bencana
		M3	Mahasiswa mampu mencegah penyebaran berita bohong dalam jurnalisme bencana
		M4	Mahasiswa mampu memprakarsai penggunaan sosial media untuk komunikasi bencana
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier).	
Sarana Prasarana	:	Perpustakaan dan hubungan kerjasama dengan pemangku kepentingan (BNPBD)	

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802232	
Nama Mata Kuliah	:	Government and Public Affairs	
Diskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini secara spesifik membahas paradigma komunikasi pemerintahan, fungsi dan peran komunikasi pemerintahan, memahami etika komunikasi pemerintahan, grand design komunikasi pemerintahan, kelembagaan dan forum komunikasi pemerintahan, good governance dalam komunikasi pemerintahan, kebijakan dan strategi komunikasi pemerintahan, perilaku komunikasi pemerintahan, pembangunan sumber daya aparatur menuju transformasi komunikasi pemerintahan, komunikasi internasional dalam komunikasi pemerintahan.	
CPL	:	S3, S6, KU3, KU5, KU6, KU7, KK3, KK8, KK13, P5, P6, P9	
CP MK	:	M1	Mahasiswa mampu memahami konsep komunikasi yang diselenggarakan lembaga-lembaga pemerintah dengan publiknya

		M2	Mahasiswa mampu mengintegrasikan komunikasi pemerintahan dengan publik
		M3	Mahasiswa mampu menganalisis kebijakan dan strategi komunikasi pemerintahan, perilaku komunikasi pemerintahan, pembangunan sumber daya aparatur menuju transformasi komunikasi pemerintahan, komunikasi internasional dalam komunikasi pemerintahan.
		M4	Mahasiswa mampu merancang berbagai pola strategi dan program humas pemerintah kepada publiknya
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana(S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier), dengan fokus studi di public relations atau manajemen komunikasi.	
Sarana Prasarana	:	Perpustakaan, laboratorium lobi dan negosiasi	

#### 1. Komunikasi Politik Digital

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802333	
Nama Mata Kuliah	:	Komunikasi Politik Digital	
Diskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini fokus membahas perkembangan komunikasi politik di Indonesia dan dunia, termasuk penggunaan media, baik konvensional maupun media baru dalam dunia politik. Secara spesifik mata kuliah ini membahas mengenai pengertian dan model komunikasi politik, komunikator politik, politik dan opini publik, perkembangan dan pemikiran komunikasi politik, bahasa politik, identifikasi dan karakteristik persuasif politik, opini politik, sosialisasi dan partisipasi, serta trend baru saluran atau media politik.	
CPL	:	S3, S6, S9, KU1, KU3, KU5, KU6, KK2, KK11, P2, P9	
CP MK	:	M1	Mahasiswa mampu menguraikan fungsi komunikasi dalam ilmu politik
		M2	Mahasiswa mampu menunjukkan bentuk-bentuk komunikasi politik
		M3	Mahasiswa mampu mengidentifikasikan media dan alat-alat komunikasi politik
		M4	Mahasiswa mampu merancang desain komunikasi politik
		M5	Mahasiswa mampu mengkritik penggunaan alat dan media untuk kepentingan politik
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier) atau ilmu politik. Memiliki pengetahuan di bidang komunikasi politik. Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu politik.	
Sarana Prasarana	:	Perpustakaan	

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802234
Nama Mata Kuliah	:	Resolusi Konflik
Diskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini membahas pengantar konflik dan dasar-dasar konflik, jenis-jenis konflik, konflik internal dan eksternal, eskalasi konflik, identifikasi konflik, negosiasi konflik, relative konflik, dan teori-teori konflik. Mata kuliah ini juga akan membahas tentang hubungan antar situasi, conflict style, mediasi, strategi dan perundingan negosiasi, conflict assessment.
CPL	:	S9, KU6, KK3, P9
CP MK	:	M1 Mahasiswa mampu mendefinisikan mengenai resolusi konflik
		M2 Mahasiswa mampu menyebutkan jenis-jenis konflik
		M3 Mahasiswa mampu mengklasifikasikan conflict style
		M4 Mahasiswa mampu menganalisis kasus dengan menggunakan metode resolusi konflik.
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier). Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu politik/pemerintahan
Sarana Prasarana	:	Perpustakaan

## KOMUNIKASI BISNIS BERBASIS MEDIA & DIGITAL

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802335
Nama Mata Kuliah	:	Komunikasi Bisnis
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang konsep dasar-dasar komunikasi bisnis yang meliputi , mata kuliah ini juga mengajarkan mahasiswa untuk merancang strategi komunikasi bisnis dan aplikasinya. Memasuki era industri digital, mata kuliah ini mahasiswa juga diharapkan mampu menghasilkan business value creation.
CPL	:	S.03; S.06; S.09; KU.01; KU.05; KU.07; KK.03; P.10
CPMK	:	M1 Mahasiswa mampu mengidentifikasi konsep dasar komunikasi bisnis (S.09, KU.01,P.10 )
		M2 Mahasiswa mampu menyusun strategi komunikasi bisnis (S.03, S.06, KU.01, KU.05, P10)
		M3 Mahasiswa mampu mengaplikasikan bentuk-bentuk komunikasi bisnis di industri digital (S.06,KU.01,KU.07,P.10)
		M4 Mahasiswa mampu menciptakan business value (S.09, KK.03, P.10)
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah Magister (S-2) di bidang Ilmu Komunikasi yang memiliki keahlian di bidang Public Relations atau Manajemen Komunikasi dan memiliki pengalaman praktis bidang Komunikasi Bisnis .
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan, Lab PR & Lab Komputer

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802436
Nama Mata Kuliah	:	Mata kuliah Digital Start-Up merupakan mata kuliah yang mengajarkan kepada mahasiswa proses pendirian perusahaan rintisan mulai dari mengenal konsep ideation, menentukan target customer/user, membentuk model bisnis, menyusun program digital branding dan marketing hingga mahasiswa mampu menyusun proposal dan melakukan Pitch Deck
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah Digital Start-up
CPL	:	S.10; KU.02; KU.06; KK.05; KK.07; P.04; P.06; P.10
CPMK	:	M1 Mahasiswa mampu mengenal konsep digital start-up sebagai salah satu bentuk kecanggihan TIK sebagai solusi dari persoalan masyarakat (S.10, KK.07, P.07)
		M2 Mahasiswa mampu mengidentifikasi dan menganalisis peluang bisnis (KK.07, P.06, P.10)
		M3 Mahasiswa mampu melakukan validasi terhadap ide startup (ideation) (KU.02, KK.05, KK.07, P.10)
		M4 Mahasiswa mampu membuat proposal bisnis untuk perusahaan rintisan (KU.02, KK.05, P.04)
		M5 Mahasiswa mampu melakukan pitching atau mencari sponsor untuk usaha rintisan yang dibuatnya (KU.06, KK.05, P.04)
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah Magister di bidang Komunikasi dan/atau memiliki pengalaman praktis di bidang kewirausahaan digital
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan, Laboratorium

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802437
Nama Mata Kuliah	:	Komunikasi Digital
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah Komunikasi Digital merupakan mata kuliah lanjutan dari mata kuliah Teori Komunikasi. Pada mata kuliah ini mahasiswa diharapkan dapat memahami konsep 7 tradisi komunikasi dalam perspektif digital. Melalui mata kuliah ini mahasiswa akan menggunakan paradigma kritis untuk menganalisis persoalan-persoalan yang muncul pada era digital.
CPL	:	S.05; S.09; KU.03; KU.10; KK.02; KK.05; KK.07; KK.08; KK.10; P.06; P.07; P.11
CPMK	:	M1 Mahasiswa mampu mendefinisikan tujuh tradisi komunikasi dalam perspektif digital (KU.03, KK.08)
		M2 Mahasiswa mampu mengidentifikasi persoalan-persoalan yang muncul di era digital (S.05, KU.10)
		M3 Mahasiswa mampu menganalisis fenomena dan masalah yang muncul di era digital (KU.03, KU.10, KK.07, KK.10)
		M4 Mahasiswa mampu menuliskan gagasan dan ide hasil penelitiannya dalam artikel ilmiah (S.05, S.09, KU.03, KK.05, )
		M5 Mahasiswa mampu mempublikasikan artikel ilmiah yang telah dituliskan dalam jurnal maupun prosiding (S.05, S.09, KU.03, KK.05)

Kualifikasi Dosen	:	Berijazah Magister di bidang Komunikasi dengan fokus studi dan pengalaman di bidang komunikasi dan teknologi digital, sosial media dan platform digital lainnya.
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan dan Laboratorium Digital

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802338
Nama Mata Kuliah	:	Literasi Digital & Informasi
Deskripsi Mata Kuliah	:	Pada mata kuliah Literasi Digital & Informasi memberikan kemampuan kepada mahasiswa untuk memahami, menganalisis, dan mendekonstruksi pesan dan informasi pada media digital. Selain itu, mata kuliah ini membahas cara memproduksi pesan di media digital yang bernilai positif di tengah-tengah masyarakat digital. Mata kuliah ini membahas urgensi literasi digital dan informasi bagi masyarakat, masyarakat modern audiens dan internet, penggunaan media digital, perkembangan literasi digital dan informasi di Indonesia, dampak positif dan negatif media digital, dan masa depan literasi digital.
CPL	:	S.04; KU.10; KK.07; P.06
CPMK	:	M1 Mahasiswa mampu memahami dan mendekonstruksi beragam bentuk pesan dan informasi pada media digital (KK.07, P.06)
		M2 Mahasiswa mampu menguasai 3 bentuk literasi baru (data, teknologi dan manusia) di era industri 4.0 (KU.10, P.06)
		M3 Mahasiswa mampu menganalisis urgensi literasi digital dan informasi bagi masyarakat (KU.10, KK.07, P.06 )
		M4 Mahasiswa mampu menyusun program literasi untuk masyarakat (S.04., KU.10, P.06 )
		M5 Mahasiswa mampu merancang gerakan literasi untuk masyarakat (S.04, KU.10, P.06 )
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah Magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi dan menguasai teori dan praktik di bidang kajian media, budaya dan teknologi
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan, Laboratorium Digital, Laboratorium Komputer

## DIGITAL TOURISM PROJECT

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802339
Nama Mata Kuliah	:	Komunikasi Pariwisata
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah Komunikasi Pariwisata adalah mata kuliah yang mempelajari kajian Pariwisata melalui konteks kelimuan Komunikasi, baik secara teoritis maupun praktis. Mata kuliah Komunikasi Pariwisata diharapkan dapat menjawab tantangan pengembangan industri pariwisata, sehingga secara futuristik mampu memenuhi kebutuhan terkait pengembangan pariwisata baik secara nasional maupun global.
CPL	:	P.08; KK.08; KK.12; KU.02; KU.03; KU.07; S.06; S.07; S.09
CPMK	:	M1 Mahasiswa mampu mengidentifikasi fungsi komunikasi untuk pariwisata (P.08; KU.02; S.06)

		M2	Mahasiswa mampu mengidentifikasi potensi-potensi pariwisata daerah (P.08; KU.02; S.06)
		M3	Mahasiswa mampu mempersiapkan strategi komunikasi untuk pariwisata (P.08; KK.08; KU.02; KU.03; S.06)
		M4	Mahasiswa mampu memprakarsai penggunaan media digital untuk komunikasi pariwisata (P.08; KK.08; KK.12; KU.02; KU.03; KU.07; S.06; S.07; S.09)
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier), Memiliki pengetahuan atau pengalaman di bidang pariwisata.	
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan	

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802340	
Nama MataKuliah	:	English for Communication and Hospitality	
Diskripsi MataKuliah	:	Mata kuliah ini membahas teks – teks lisan maupun tulis dalam Bahasa Inggris yang berkaitan dengan program studi Ilmu Komunikasi. Tujuannya adalah untuk membekali keterampilan mendengarkan, berbicara, membaca, dan menulis teks berbahasa Inggris sesuai dengan struktur bahasa dan kosakata yang kontekstual, dan bermakna dalam bidang komunikasi pariwisata.	
CPL	:	P8, P12, KK3, KK8, KU1, S3, S9	
CP MK	:	M1	Mahasiswa mampu mengetahui struktur bahasa dan kosakata Bahasa Inggris dalam teks lisan maupun tulis. (P8, KK3, KU1, S3, S9)
		M2	Mahasiswa mampu memahami penggunaan struktur bahasa dan kosakata yang kontekstual dalam menyusun teks berbahasa Inggris lisan maupun tulis. (P8, KK3, KU1, S3, S9)
		M3	Mahasiswa mampu menggunakan struktur bahasa dan kosakata Bahasa Inggris yang kontekstual dan bermakna dalam menyusun teks lisan maupun tulis. (P8, P12, KK3, KU1, S3, S9)
		M4	Mahasiswa mampu memadukan struktur Bahasa dan kosakata yang kontekstual dan bermakna dalam praktik kecakapan Bahasa Inggris dalam bentuk teks lisan maupun tulis. (P8, P12, KK3, KU1, S3, S9)
		M5	Mahasiswa mampu menentukan struktur Bahasa dan kosakata Bahasa Inggris yang kontekstual dan bermakna dalam praktik kecakapan Bahasa Inggris dalam bentuk teks lisan maupun tulis. (P8, P12, KK3, KU1, S3, S9)
		M6	Mahasiswa mampu membuat teks berbahasa Inggris dalam bentuk lisan yang kontekstual dan bermakna berupa <i>dialogue</i> , <i>business presentation</i> , dan <i>personal resume</i> maupun tulis dalam bentuk <i>tourism news/feature</i> , <i>business letter</i> , <i>photo caption</i> , <i>printed/digital advertisement</i> , <i>company profile</i> , dan <i>tourism brochure</i> (P8, P12, KK3, KK8, KU1, S3, S9)

Kualifikasi Dosen	:	Berijazah magister (S-2) di bidang sastra Inggris dan/ atau pendidikan bahasa Inggris; Berpengalaman membuat tulisan ilmiah berbahasa Inggris dan melakukan presentasi berbahasa Inggris di forum-forum ilmiah;Memiliki sertifikat TOEFL/ IELTS/ TOEIC dengan skor minimal diatas rata-rata; Memiliki karya berbahasa Inggris; Berpengalaman mengajar mata kuliah Bahasa Inggris.
Sarana Prasarana	:	Perpustakaan, laboratorium bahasa, media/ literatur berbahasa Inggris

Kode Mata Kuliah	:	<b>KPT0802341</b>
Nama Mata Kuliah	:	<b>Rural Tourism Empowerment</b>
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah ini memberikan pemahaman tentang pemberdayaan dan pembangunan pariwisata berbasis masyarakat desa. Pemberdayaan pariwisata berbasis masyarakat telah menjadi subjek penting untuk pengembangan pariwisata alternatif di dunia. Mata kuliah ini menyiapkan kajian kritis tentang berbagai aspek pariwisata berbasis masyarakat. Di dalam mata kuliah ini tercakup definisi konsep CBT, prinsip-prinsip CBT, perkembangan atau sejarah CBT, studi banding, masalah dan solusi dari partisipasi masyarakat dalam CBT, dan pelajaran dari beberapa studi kasus. Kuliah ini juga akan mengaitkan CBT dengan bentuk lain dari strategi pengembangan pariwisata termasuk pembangunan berkelanjutan pariwisata dan tujuan pembangunan berkelanjutan.
CPL	:	P.08; KK.02; KK.08; KU.01; KU.03; KU.05; KU.08; S.03; S.07
CPMK	:	M1 Mahasiswa memahami pengertian, prinsip-prinsip, dan teori-teori pariwisata berbasis masyarakat. (P.08; KK.02)
		M2 Mahasiswa dapat menganalisis kelebihan dan kekurangan konsep Rural Tourism Empowerment. (P.08; KK.02; KU.01; KU.03; KU.05; S.03)
		M3 Mahasiswa dapat mengkaji faktor-faktor penyebab keberhasilan dan kegagalan Rural Tourism Empowerment secara teoritik dan kontekstual. (P.08; KK.02; KK.08; KU.01; KU.03; KU.05; S.03)
		M4 Mahasiswa dapat menyusun rancangan aplikasi atau model Rural Tourism Empowerment yang komprehensif di suatu daya tarik wisata. (P.08; KK.02; KK.08; KU.01; KU.03; KU.05; KU.08; S.03; S.07)
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier), memiliki pengetahuan atau pengalaman di bidang pariwisata
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan, Laboratorium PR & Podcast

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802442
Nama Mata Kuliah	:	MICE
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata Kuliah ini bertujuan untuk memberikan mahasiswa tentang dasar-dasar pengetahuan dan pemahaman mengenai Meeting Inctive Convention Exhibition (MICE) sebagai landasan pengetahuan,

		keterampilan, sikap dan perilaku dalam mengembangkan kemampuan di bidang pemasaran.	
CPL	:	P.08; KK.12; KU.06; S.09	
CPMK	:	M1	Mahasiswa mampu memahami konsep-konsep meeting, incentive, convention, dan exhibition sebagai bagian dari kegiatan pemasaran. (P.08; S.09)
		M2	Mahasiswa mampu memahami perencanaan meeting, incentive, convention, dan exhibition sebagai bagian dari kegiatan pemasaran. (P.08; S.09)
		M3	Mahasiswa mampu menguasai perancangan meeting, incentive, convention, dan exhibition sebagai bagian dari kegiatan pemasaran. (P.08; KK.12; KU.06; S.09)
		M4	Mahasiswa mampu menguasai praktik meeting, incentive, convention, dan exhibition sebagai bagian dari kegiatan pemasaran perusahaan (P.08; KK.12; KU.06; S.09)
		M5	Mahasiswa mampu membuat implementasi meeting, incentive, convention, dan exhibition dalam rangka peningkatan citra perusahaan (P.08; KK.12; KU.06; S.09)
Kualifikasi Dosen	:	Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier), Memiliki pengetahuan atau pengalaman di bidang MICE	
Sarana & Prasarana	:	Perpustakaan, Laboratorium PR & Podcast	

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802343	
Nama Mata Kuliah	:	Magang	
Diskripsi Mata Kuliah	:	Kegiatan ini merupakan pengayaan untuk memberikan pengalaman kerja di berbagai <i>setting</i> , seperti perusahaan, industri media, sosial, BUMN, pemerintahan, dan AUM, serta memberikan kesempatan mengembangkan kompetensi personal, interpersonal, dan aplikasi komunikasi. Luaran kegiatan magang adalah laporan magang.	
CPL	:	-	
CP MK	:	M1	Mahasiswa mampu mengadaptasikan diri dengan dunia kerja dengan menunjukkan sikap professional, disiplin, bisa bekerjasama dan bertanggung jawab
		M2	Mahasiswa mampu memperlihatkan ketrampilan, membangun hubungan dengan relasi kerja
		M3	Mahasiswa mampu memperlihatkan keterampilan kerja sesuai bidang yang dipilihnya
		M4	Mahasiswa mampu berkerja sesuai prosedur di bidang pekerjaan di instansi terkait
Kualifikasi Dosen	:	Ditunjuk oleh Kaprodi Ilmu Komunikasi berdasarkan kompetensi bidang.	
Sarana Prasarana	:	Hubungan kerjasama dengan pemangku kepentingan untuk kegiatan pendidikan	

Kode Mata Kuliah	:	KPT0802644	
Nama Mata Kuliah	:	Skripsi	

Diskripsi Mata Kuliah	:	Kegiatan ini merupakan tugas akhir yang menjadi sebagian syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Komunikasi (S.I.Kom.). Dalam kegiatan ini, mahasiswa mempraktikkan keterampilan perumusan masalah, melakukan asesmen dan intervensi (penelitian eksperimental), analisis data kualitatif atau kuantitatif), atau melakukan pengumpulan data kualitatif dan analisis data kualitatif Luaran kegiatan ini adalah laporan skripsi dan harus dipublikasikan dalam jurnal ilmiah lokal maupun nasional.										
CPL	:	-										
CP MK	:	<table border="1"> <tr> <td>M1</td> <td>Mahasiswa mampu mempersiapkan kegiatan penelitian sesuai dengan permasalahan yang diangkat, teori yang digunakan, dan metode penelitian yang dipilih</td> </tr> <tr> <td>M2</td> <td>Mahasiswa mampu melaksanakan penelitian komunikasi dalam rangka mengklarifikasi teori, dan menerapkan bidang studi komunikasi.</td> </tr> <tr> <td>M3</td> <td>Mahasiswa mampu menyusun laporan penelitian berupa skripsi sesuai pedoman penulisan skripsi</td> </tr> <tr> <td>M4</td> <td>Mahasiswa mampu mempresentasikan hasil penelitian secara komprehensif, komunikatif, dan kreatif dengan menggunakan aplikasi computer dan Bahasa Indonesia yang baik dan benar</td> </tr> <tr> <td>M5</td> <td>Mahasiswa mampu menghasilkan publikasi ilmiah dengan tata tulis dan Bahasa yang baik dan benar berdasarkan penelitian yang telah dilakukan</td> </tr> </table>	M1	Mahasiswa mampu mempersiapkan kegiatan penelitian sesuai dengan permasalahan yang diangkat, teori yang digunakan, dan metode penelitian yang dipilih	M2	Mahasiswa mampu melaksanakan penelitian komunikasi dalam rangka mengklarifikasi teori, dan menerapkan bidang studi komunikasi.	M3	Mahasiswa mampu menyusun laporan penelitian berupa skripsi sesuai pedoman penulisan skripsi	M4	Mahasiswa mampu mempresentasikan hasil penelitian secara komprehensif, komunikatif, dan kreatif dengan menggunakan aplikasi computer dan Bahasa Indonesia yang baik dan benar	M5	Mahasiswa mampu menghasilkan publikasi ilmiah dengan tata tulis dan Bahasa yang baik dan benar berdasarkan penelitian yang telah dilakukan
M1	Mahasiswa mampu mempersiapkan kegiatan penelitian sesuai dengan permasalahan yang diangkat, teori yang digunakan, dan metode penelitian yang dipilih											
M2	Mahasiswa mampu melaksanakan penelitian komunikasi dalam rangka mengklarifikasi teori, dan menerapkan bidang studi komunikasi.											
M3	Mahasiswa mampu menyusun laporan penelitian berupa skripsi sesuai pedoman penulisan skripsi											
M4	Mahasiswa mampu mempresentasikan hasil penelitian secara komprehensif, komunikatif, dan kreatif dengan menggunakan aplikasi computer dan Bahasa Indonesia yang baik dan benar											
M5	Mahasiswa mampu menghasilkan publikasi ilmiah dengan tata tulis dan Bahasa yang baik dan benar berdasarkan penelitian yang telah dilakukan											
Kualifikasi Dosen	:	<p>Berijazah sarjana (S-1) dan magister (S-2) di bidang ilmu komunikasi (linier),</p> <p>Menguasai pedoman penulisan ilmiah berdasarkan APA;</p> <p>Berpengalaman melakukan pembimbingan tugas akhir di bidang ilmu komunikasi</p> <p>Berpengalaman melakukan penelitian dan publikasi ilmiah.</p>										
Sarana Prasarana	:	Perpustakaan										