

**KURIKULUM 2020
KAMPUS MERDEKA**



Program Studi	: S1 Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro	

PENGESAHAN

Kurikulum 2020

Kampus Merdeka

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Semarang, 15 Mei 2020

Dekan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP
NIP. 196408271990011001

Dr. Hapsari Dwiningtyas S, M.Si
NIP. 197507231998022001

A. IDENTITAS PROGRAM STUDI

Identitas Program Studi berisi nama program studi, ijin penyelenggaraan dilengkapi dengan nomor SK, status akreditasi serta SK akreditasi, gelar lulusan, visi keilmuan Prodi, Visi UPPS, Misi UPPS dan Tujuan UPPS

1.	Nama Program Studi:	Ilmu Komunikasi
2.	Jenjang dan jenis Prodi:	Sarjana (S1)
3.	Ijin Prodi	4644/D/T/K-N/2010
4.	Akreditasi – SK	2415/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018
5.	Gelar	S. I.Kom.
6.	Deskripsi	Lembaga pendidikan tinggi ilmu komunikasi yang memiliki dua bidang konsentrasi: komunikasi strategis dan jurnalistik.
7.	Visi	Terwujudnya lembaga pendidikan tinggi ilmu komunikasi yang bermutu dalam pelaksanaan tridharma perguruan tinggi (pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat) yang memiliki jejaring dan reputasi dalam lingkup nasional dan internasional pada tahun 2024.
8.	Misi	<ul style="list-style-type: none">● Menyelenggarakan pendidikan tinggi ilmu komunikasi yang berbasis pada penjaminan mutu.● Menyelenggarakan pengajaran ilmu komunikasi yang berbasis pada perkembangan mutakhir ilmu dan profesi komunikasi.● Melakukan penelitian di bidang ilmu komunikasi dan mempublikasikannya secara nasional dan internasional.● Melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan memanfaatkan kompetensi keilmuan dan teknologi komunikasi guna pemberdayaan masyarakat.● Melakukan upaya penguatan jejaring dan reputasi dalam lingkungan nasional dan internasional.

9.	Tujuan	<ul style="list-style-type: none"> ● Kemampuan penguasaan ilmu dan keterampilan di bidang ilmu komunikasi. ● Kemampuan memahami, menganalisis, dan menyediakan alternatif pemecahan masalah komunikasi. ● Kemampuan bersikap dan berperilaku dalam berkarya untuk kepentingan umum sesuai kompetensinya, kemampuan menyesuaikan diri dengan perkembangan ilmu dan teknologi.
----	--------	---

B. PROFIL DAN DESKRIPSI LULUSAN

Profil lulusan Prodi merupakan peran dan fungsi lulusan setelah menyelesaikan pendidikan sesuai dengan bidang keilmuan/ keahlian dari program studi.
Deskripsi profil lulusan merupakan penjabaran dari profil lulusan yang dapat digunakan untuk menyusun Capaian Pembelajaran Lulusan.

No.	PROFIL LULUSAN	DESKRIPSI PROFIL LULUSAN
1.	Profesional Komunikasi Strategis	Perancang dan pelaksana pekerjaan profesional di bidang komunikasi strategis (komunikasi pemasaran bisnis/sosial/politik, periklanan, Humas) dengan menerapkan kode etik profesi. Lulusan memiliki keunggulan untuk mengelola project.
2.	Jurnalis dan Konten Kreator	Perancang dan pelaksana profesi bidang jurnalistik dan konten kreatif dengan landasan kode etik yang relevan. Lulusan memiliki keunggulan untuk mengelola project jurnalistik dan konten kreatif. Lulusan memiliki kemampuan dalam bidang jurnalistik multi-platforms dan kewirausahaan digital (<i>digital entrepreneurship</i>).
3.	Peneliti /Analisis	Pelaksana penelitian komunikasi dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif yang mampu mempresentasikan hasil penelitian pada forum dan menulis hasil penelitian di jurnal ilmiah.

C. CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN

Capaian Pembelajaran Lulusan merupakan kemampuan yang harus dimiliki sesuai dengan profil lulusan. Capaian Pembelajaran harus merujuk pada KKNi dan Standar Nasional Pendidikan Tinggi (SNPT), sesuai dengan Permendikbud nomor 3 tahun 2020.

PRODI: S1 Ilmu Komunikasi Jenis: Akademik, Jenjang: Sarjana.	
SIKAP	
A1	Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius;
A2	Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika;
A3	Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila;
A4	Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab pada negara dan bangsa;
A5	Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain
A6	Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan
A7	Taat hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara
A8	Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik
A9	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri
A10	Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan

PRODI: Ilmu Komunikasi Jenis: Akademik, Jenjang: Sarjana (S1)	
PENGUASAAN PENGETAHUAN	
P1.	Menguasai dasar-dasar keilmuan komunikasi, dan teori komunikasi dalam level komunikasi (interpersonal, kelompok, organisasi, massa) dan konteks komunikasi (sosial, ekonomi, politik dan budaya).
P2.	Menguasai dasar-dasar dan teori komunikasi strategis dalam konteks komersial, sosial, dan politik.

P3.	Menguasai dasar-dasar dan teori-teori jurnalistik yang meliputi, pengumpulan, peliputan, penulisan, penyuntingan dan publikasi berita untuk media cetak, penyiaran, dan <i>online</i> (multi-media jurnalistik). Menguasai dasar pengetahuan mengenai konten kreatif dan kewirausahaan digital.
P4.	Menguasai prinsip-prinsip dasar penelitian komunikasi.
P5.	Menguasai prinsip-prinsip dasar filosofi keilmuan yang meliputi ontologi, epistemologi, aksiologi dan metodologi.
P6.	Memiliki pengetahuan dan pemahaman terhadap pengembangan IPTEKS di bidang komunikasi.
P7.	Memiliki pengetahuan mengenai pendekatan komunikasi untuk memberikan kontribusi terhadap penyelesaian masalah sosial.

PRODI: Ilmu Komunikasi Jenis: Akademik, Jenjang: S1	
KETERAMPILAN UMUM	
KU1.	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.
KU2.	Mampu menunjukkan kerja mandiri, bermutu dan terukur .
KU3.	Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan 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.
KU4.	Mampu menyusun hasil kajian tersebut dalam bentuk kertas kerja, spesifikasi desain, atau esai seni, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi.
KU5.	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil informasi dan data.
KU6.	Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja dengan pembimbing, kolega, sejawat baik di dalam maupun di luar lembaganya.
KU7.	Mampu bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi serta evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggung jawabnya.
KU8.	Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada dibawah tanggung jawabnya, dan mampu mengelola pembelajaran secara mandiri.

KU9.	Mampu mendokumentasikan , menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi.
------	---

PRODI: Ilmu Komunikasi Jenis: Akademik, Jenjang: Sarjana (S1)	
KETERAMPILAN KHUSUS	
KK1.	Mampu menguasai keterampilan di bidang ilmu komunikasi.
KK2.	Mampu mengidentifikasi dan memecahkan masalah komunikasi dengan landasan kode etik profesi.
KK3.	Mampu mendesain dan melaksanakan penelitian komunikasi dengan metode kualitatif maupun kuantitatif.
KK4.	Mampu mengelola pekerjaan profesional bidang jurnalistik dan konten kreatif dengan landasan kode etik yang relevan. Lulusan memiliki keunggulan untuk mengelola project jurnalistik dan konten kreatif. Lulusan memiliki kemampuan dalam bidang jurnalistik multi-platforms dan kewirausahaan digital (<i>digital entrepreneurship</i>)
KK5.	Mampu membuat perencanaan hingga pelaksanaan dan evaluasi kegiatan kampanye komersial, sosial dan politik.
KK6.	Mampu mengoperasikan media teknologi komunikasi, berinteraksi dan bekerjasama dengan pihak lain untuk mengelola project komunikasi.
KK7	Communicator (mampu berkomunikasi secara lisan dan tertulis).
KK8	Professional (bekerja sesuai dengan prinsip, komitmen, menjunjung tinggi kode etik, dapat diandalkan).
KK9	Leader (adaptif, tanggap terhadap lingkungan, inisiatif, menyelesaikan persoalan).
KK10	Entrepreneur (etos kerja tinggi, inovatif, mandiri, motivasi, kreatif).
KK11	Thinker (kritis, peneliti, belajar sepanjang hayat, kemampuan analitis, beragumen logis).
KK12	Teamwork (dapat bekerjasama)
KK 13	Educator (menjadi agent of change).

D. PETA KURIKULUM: Bahan Kajian, Capaian Pembelajaran Lulusan, Mata Kuliah

Peta kurikulum merupakan hubungan antara Bahan Kajian dan Capaian Pembelajaran Lulusan, yang selanjutnya akan membentuk Mata Kuliah.

Bahan kajian merupakan materi ajar sebagai ciri dari program studi atau sebagai khasanah IPTEKS yang akan dibangun prodi ataupun dapat juga dipilih berdasarkan analisis kebutuhan dunia kerja/ profesi yang akan diterjuni lulusan di masa datang.

KODE	BAHAN KAJIAN UTAMA	Tingkat kedalaman		
		Cognitive	Psikom.	Afektif
U1	Pengantar Ilmu Komunikasi Komunikasi dan ilmu komunikasi	C1, C2	P1,P2	A1,A2
U2	Komponen komunikasi	C1, C2	P1,P2	A1,A2
U3	Model dasar komunikasi	C1, C2	P1,P2	A1,A2
U4	Tataran komunikasi	C1, C2	P1,P2	A1,A2
U5	Bidang komunikasi	C1, C2	P1,P2	A1,A2
U6	Sejarah dan perkembangan teknologi komunikasi	C1, C2	P1,P2	A1,A2
U7	Komunikasi non verbal	C1, C2	P1,P2	A1,A2
U2	Dasar Jurnalistik Dunia jurnalistik/profesi kewartawanan	C1, C2, C3,C4	P1,P2	A1, A2, A3
U3	Sejarah Perkembangan Jurnalistik dan Pentingnya Profesi Kewartawanan	C-1,C-2,C-3,C-4,C-5,C-6	P-1,P-2,P-3,P-4,P-5	A-1,A-2,A-3,A-5,
U4	Konsep, Definisi serta Norma Dasar Jurnalistik	C-1,C-2,C-3,C-4,C-5,C-6	P-1,P-2,P-3,P-4,P-5	A-1,A-2,A-3,A-5
U5	Elemen elemen penting dalam dunia jurnalistik	C-1,C-2,C-3,C-4,C-5,C-6	P-1,P-2,P-3,P-4,P-5	A-1,A-2,A-3,A-5
U6	Berita dan Jenis Jenisnya dalam Media Massa	C-1,C-2,C-3,C-4,C-5,C-6	P-1,P-2,P-3,P-4,P-5	A-1,A-2,A-3,A-5
U7	Teknik Teknik Peliputan dan Wawancara dalam Jurnalistik	C-1,C-2,C-3,C-4,C-5,C-6	P-1,P-2,P-3,P-4,P-5	A-1,A-2,A-3,A-5
U8	Karakteristik Sumber Informasi dan Sumber Berita dalam jurnalistik	C-1,C-2,C-3,C-4,C-5,C-6	P-1,P-2,P-3,P-4,P-5	A-1,A-2,A-3,A-5
U9	Praktek Peliputan dan Wawancara dalam memperoleh berita	C-1,C-2,C-3,C-4,C-5,C-6	P-1,P-2,P-3,P-4,P-5	A-1,A-2,A-3,A-5
U10	Menulis Berita dalam Dunia Jurnalistik	C-1,C-2,C-3,C-4,C-5,C-6	P-1,P-2,P-3,P-4,P-5	A-1,A-2,A-3,A-5
U11	Jurnalistik Foto dan Foto Jurnalistik	C-1,C-2,C-3,C-4,C-5,C-6	P-1,P-2,P-3,P-4,P-5	A-1,A-2,A-3,A-5
U12	Hukum dan regulasi dalam Media massa	C-1,C-2,C-3,C-4,C-5,C-6	P-1,P-2,P-3,P-4,P-5	A-1,A-2,A-3,A-5

U13	Kode etik jurnalistik dan Etika Jurnalis	C-1,C-2,C-3,C-4,C-5,C-6	P-1,P-2,P-3,P-4,P-5	A-1,A-2,A-3,A-5
U14	Perkembangan profesi jurnalis dan media massa serta media baru	C-1,C-2,C-3,C-4,C-5,C-6	P-1,P-2,P-3,P-4,P-5	A-1,A-2,A-3,A-5
U15	Dasar Komunikasi Strategis Pengertian perencanaan program komunikasi	C1, C2, C3	P1,P2,P3	A1, A2, A3
U16	Ragam perspektif komunikasi dalam kegiatan periklanan bisnis, public relations, kampanye politik dan pemasaran sosial	C1, C2, C3	P1,P2,P3	A1, A2, A3
U17	Karakteristik dan syarat-syarat endorser dalam perencanaan program komunikasi	C1, C2, C3	P1,P2,P3	A1, A2, A3
U18	Identifikasi masalah dalam merancang program komunikasi yang ada dimasyarakat	C1, C2, C3	P1,P2,P3	A1, A2, A3
U19	Menetapkan khalayak	C1, C2, C3	P1,P2,P3	A1, A2, A3
U20	Pengertian perencanaan pesan dalam program komunikasi	C1, C2, C3	P1,P2,P3	A1, A2, A3
U21	Perencanaan dan pembuatan/produksi media	C1, C2, C3	P1,P2,P3	A1, A2, A3
U22	Prinsip SMART Objective	C1, C2, C3	P1,P2,P3	A1, A2, A3
U23	Konsep efek, ragam dan jenisnya, cakupan efek	C1, C2, C3	P1,P2,P3	A1, A2, A3
U24	Identifikasi masalah	C1, C2, C3	P1,P2,P3	A1, A2, A3
U25	Konsep strategi merancang perencanaan program	C1, C2, C3	P1,P2,P3	A1, A2, A3
U26	Implementasi kelompok sasaran/khalayak yang telah ditetapkan dalam perencanaan khalayak kampanye politik	C1, C2, C3	P1,P2,P3	A1, A2, A3
U27	Ruang lingkup, cara, tahapan melakukan monitoring dalam perencanaan program komunikasi	C1, C2, C3	P1,P2,P3	A1, A2, A3
U28	Metode-metode tentang fungsi evaluasi dalam perencanaan program komunikasi	C1, C2, C3	P1,P2,P3	A1, A2, A3
U29	Komunikasi Antar Pribadi Komunikasi Antar Pribadi dan komunikasi intra pribadi sebagai komponen komunikasi manusia	C1,C2,C3	P4	A1, A4, A5
U30	Menjelaskan bahwa <i>self-talk</i> mampu membentuk sikap batin dan perilaku	C1,C2,C4	P4	A1, A4, A5
U31	Mengidentifikasi fitur utama yang menentukan komunikasi Antar Pribadi	C1,C2,C3,C4	P4	A1, A4, A5

U32	Pembahasan tentang penampilan diri dan Negosiasi Identitas	C2, C3, C4, C5	P4	A1, A4, A5
U33	Pembahasan tentang Proses Persepsi Manusia	C1,C2,C3	P4	A1, A4, A5
U34	Pembahasan simbol-simbol alamiah dalam bahasa	C2,C3, C4, C5	P4	A1, A4, A5
U35	Pembahasan tentang proses mendengarkan	C2,C3, C4, C5	P4	A1, A4, A5
U36	Membahas tentang kecerdasan emosional	C2,C3, C4, C5	P4	A1, A4, A5
U37	Presentasi Kelompok	C2,C3, C4, C5,C6	P4	A1, A4, A5
U38	Karakteristik keakaraban	(C2,C3, C4, C5)	P4	A1, A4, A5
U39	Karakteristik komunikasi impersonal dan intimate relationship	C2,C3, C4, C5, C6	P4	A1, A4, A5
U40	Pembahasan dari aspek Estetik Kekerasan	C2,C3, C4, C5, C6	P4	A1, A4, A5
U41	Pembahasan bahwa Etika Komunikasi mendukung politik media yang protektif thd mereka yang rentan	C2, C3,C4, C5	P4	A1, A4, A5
U42	Praktek menganalisis dan mengevaluasi dilema-dilema regulasi publik yang ada saat ini	C2,C3, C4, C5, C6	P4	A1, A4, A5
U43	Komunikasi Kelompok Pengantar prinsip dan praktek kelompok	C1, C2, C4	P2	A1
U44	Pengantar prinsip dan praktek kelompok	C1, C2, C4	P2	A1
U45	Memahami teori komunikasi kelompok kecil	C1,C2,C3,C4	P2	A1
U46	Fasilitas pengembangan kelompok	C1,C2,C4	P2	A1
U47	Mempersiapkan kerjasama dalam kelompok	C1,C2,C4	P2	A1
U48	Berhubungan diantara anggota dalam kelompok	C1,C2,C3,C4	P2	A1
U49	Membangun iklim kelompok	C1,C2,C4	P2	A1
U50	Membangun ketrampilan komunikasi dalam kelompok	C1,C2,C3,C4	P2	A1
U51	Manajemen Konflik	C1,C2,C3,C4	P2	A1
U52	Mengelola tugas kelompok	C2,C3,C4	P2	A1
U53	Memecahkan masalah dan membuat keputusan	C2,C3,C4	P2	A1
U54	Tehnik pemecahan masalah	C2,C3,C4	P2	A1
U55	Mengembangkan kreativitas dalam kelompok dan tim	C2,C3,C4	P2	A1
U56	Komunikasi Organisasi	C1, C2	P1, P2	A1, A2

	Konsep dasar organisasi dan komunikasi			
U57	Konsep konsep dan Teori Komunikasi Organisasi	C1, C2	P1, P2	A1, A2
U58	Saluran dan media komunikasi dalam organisasi	C1, C2	P1, P2	A1, A2
U59	Jaringan Kerja Komunikasi (ke atas, ke bawah)	C1, C2	P1, P2	A1, A2
U60	Format Komunikasi	C1, C2	P1, P2	A1, A2
U61	Iklm komunikasi	C1, C2	P1, P2	A1, A2
U62	Hambatan komunikasi dalam organisasi dan usaha usaha mengurangi hambatannya	C1, C2	P1, P2	A1, A2
U63	Budaya Organisasi	C1, C2	P1, P2	A1, A2
U64	Etika Komunikasi Dalam Organisasi	C1, C2	P1, P2	A1, A2
U65	Kekuasaan dan pemberdayaan ,kepemimpinan	C1, C2	P1, P2	A1, A2
U66	Manajemen konflik	C1, C2	P1, P2	A1, A2
U67	Motivasi dan upaya meningkatkan motivasi kayawan	C1, C2	P1, P2	A1, A2
U68	Komunikasi Massa Mampu memahami peraturan akademis dan tugas pada masing-masing kelompok	C1, C2	P1	A1, A2
U69	Mampu memahami dan menjelaskan media massa dan pentingnya literasi media	C1, C2	P1	A1, A2
U70	Mampu memahami, menjelaskan dan menganalisis proses membuat bisnis media	C1, C2, C4	P1	A1, A2
U71	Mampu memahami dan menjelaskan tentang kontrol konten media secara formal dan informal: regulasi pemerintahan, regulasi diri dan Etika	C1, C2, C4	P1	A1, A2
U72	Mampu menjelaskan dan menganalisis Penelitian Pada Efek Media dan Budaya Media	C2, C3, C4,C5	P1	A1, A2
U73	Mampu mengidentifikasi dan mendiskusikan tentang batas dunia media yang kabur	C1,C2	P1	A1, A2
U74	Mampu mengenali dan memahami strategi dari media – media raksasa	C1,C2,C4, C5	P1	A1, A2
U75	Mampu memahami, menjelaskan dan menganalisis Industri Surat kabar	C1,C2,C4	P1	A1, A2
U76	Mampu memahami, menjelaskan dan menganalisis industri majalah	C1, C2, C4	P1	A1, A2

U77	Mampu memahami menjelaskan dan menganalisis tentang industri radio	C1, C2, C4	P1	A1, A2
U78	Mampu memahami menjelaskan dan menganalisis industri film	C1, C2,C4	P1	A1, A2
U79	Mampu memahami, menjelaskan, dan menganalisis industri pertelevisian	C1, C2,C4	P1	A1, A2
U80	Mampu memahami, menjelaskan dan menganalisis teori Pers dan teori komunikasi massa	C1, C2, C4	P1	A1, A2
U81	Teori Komunikasi Konsep dasar teori dan teori komunikasi	C1, C2	P1, P2	A1, A2
U82	Proses dan metoda inquiry	C1, C2	P1, P2	A1, A2
U83	Cetak biru teori komunikasi	C1, C2, C3	P1, P2	A1, A2
U84	Teori-teori komunikator	C1, C2, C4	P1, P2	A1, A2
U85	Teori-teori pesan	C1, C2, C4	P1, P2	A1, A2
U86	Teori-teori percakapan	C1, C2, C4	P1, P2	A1, A2
U87	Teori-teori budaya dan masyarakat	C1, C2, C4	P1, P2	A1, A2
U88	Psikologi Komunikasi Pembahasan mengenai Ruang Lingkup Psikologi Komunikasi	C1,C2, A2	P3, P4	A1, A2, A3
U89	Pembahasan Mengenai Karakteristik Manusia Komunikasikan Dari Perspektif Psikoanalisis	C1,C2, A2	P3, P4	A1, A2, A3
U90	Pembahasan Mengenai Proses Sensasi	C1,C2, A2	P3, P4	A1, A2, A3
U91	Pembahasan mengenai Atraksi Interpersonal	C1,C2, A2	P3, P4	A1, A2, A3
U92	Pembahasan mengenai Bentuk Kelompok dan Psikologi Kelompok	C1,C2, A2	P3, P4	A1, A2, A3
U93	Pembahasan mengenai Permasalahan Psikologi yang muncul dalam Komunikasi Kelompok	C1,C2, A2	P3, P4	A1, A2, A3
U94	Pembahasan mengenai Bentuk Organisasi dan Psikologi Organisasi	C1,C2, A2	P3, P4	A1, A2, A3
U95	Pembahasan mengenai Permasalahan Psikologi yang muncul dalam Komunikasi Organisasi	C1,C2, A2	P3, P4	A1, A2, A3
U96	Penulisan Kreatif Hakekat kreatif iklan, serta aspek – aspek lain yang berkaitan dengan kreatif iklan	C1, C2	P3, P4	A1, A2, A4
U97	Creative thinking	C1, C2, C4	P3, P4	A1, A2, A4
U98	<ul style="list-style-type: none"> • Nirmana • Tipografi • Warna 	C1, C2, C3, C4	P3, P4	A1, A2, A4

U99	Dasar kreatif iklan dalam media cetak	C2, C3, C4, C5	P3, P4	A1, A2, A4
U100	Model ambience media dan e – communication	C3, C4, C5, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U101	Faktor-faktor teknis	C3, C4, C5, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U102	Menentukan topik, tema dan judul sebuah tulisan	C3, C4, C5, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U103	Definisi dan pandangan, format aturan, tip penulisan	C3, C4, C5, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U104	Opini	C3, C4, C5, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U105	Photo Caption	C3, C4, C5, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U106	Creative newsletter	C3, C4, C5, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U107	Jenis pidato	C3, C4, C5, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U108	Penulisan Berita dan Feature Radio, TV, Public Service Announcements; Direct Mail	C3, C4, C5, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U109	Menulis summary/Resume	C3, C4, C5, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U110	Public Speaking Pengertian komunikasi, retorika sebagai proses komunikasi, faktor yang memengaruhi efektivitas komunikasi retorik	C3, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U111	Membaca Pembahasan Retorika pada zaman Yunani kuno Romawi Kuno, abad pertengahan, dan zaman modern.	C3, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U112	Mampu mengetahui manfaat dan keuntungan teknik retorika dalam kehidupan sehari-hari	C3, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U113	Mampu mengetahui faktor- faktor yang mempengaruhi konsep diri	C3, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U114	Mampu mengetahui penyebab kecemasan dan ketakutan komunikasi dalam komunikasi retorik	C3, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U115	Mendefinisikan tujuan umum dan khusus dalam komunikasi retorik	C3, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U116	Mendefinisikan jenis-jenis pidato berdasar persiapannya	C3, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U117	Pengembangan materi pidato melalui riset dan bukti terpercaya	C3, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U118	Prinsip-prinsip komunikasi verbal	C3, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U119	Berbicara informatif dan daya persuasi berbicara informatif dan audience analysis. Berbicara informatif untuk menjelaskan suatu proses (explain a process)	C3, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U120	Memahami situasi retorik dalam berbicara persuasif	C3, C6	P3, P4	A1, A2, A4

U121	Karakteristik pidato rekreatif, teori dan teknik humor, konstruksi pesan	C3, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U122	Mampu mengetahui faktor penting dalam public speaking	C3, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U123	Mampu mengetahui persiapan-persiapan dalam presentasi	C3, C6	P3, P4	A1, A2, A4
U124	Sosiologi Komunikasi Konsepsi dasar Komunikasi dan pengertian	C1, C3	P1, P2	A2, A3
U125	Implikasi Sosial Sosiologi Komunikasi terhadap masyarakat. Media dan Dunia Sosial	C1, C3	P1, P2	A2, A3
U126	Produksi Media dan Dunia Sosial	C1, C3	P1, P2	A2, A3
U127	Media dan Konstruksi Sosial	C1, C3	P1, P2	A2, A3
U128	Media sebagai Pranata dan Institusi Sosial	C1, C3	P1, P2	A2, A3
U129	Ekonomi Politik dalam Industri Media	C1, C3	P1, P2	A2, A3
U130	The Role of Media in Everyday Life	C1, C3	P1, P2	A2, A3
U131	Komunikasi, Kekuasaan dan Pelapisan Sosial	C1, C3	P1, P2	A2, A3
U132	Metodologi Penelitian Komunikasi Kuantitatif Konsep dasar dan proses penelitian komunikasi	C1,C3	P2,P4	A1,A2,A4
U133	Proses penelitian	C1,C3	P2,P4	A1,A2,A4
U134	Konsep variabel dan pengukuran variabel	C1,C3	P2,P4	A1,A2,A4
U135	Skala pengukuran data	C1,C3	P2,P4	A1,A2,A4
U136	Populasi dan teknik sampling	C1,C3	P2,P4	A1,A2,A4
U137	Teknik pengumpulan data	C1,C3	P2,P4	A1,A2,A4
U138	Analisis dan interpretasi data	C1,C3	P2,P4	A1,A2,A4
U139	Teknik uji kualitas data	C1,C3	P2,P4	A1,A2,A4
U140	Teknik penulisan laporan penelitian	C1,C3	P2,P4	A1,A2,A4
U141	Metodologi Penelitian Komunikasi Kualitatif Konsep dasar dan proses penelitian komunikasi kualitatif	C1, C3, C4	P2, P3, P4	A2, A3
U142	Proses penelitian Observasi; Studi Pendahuluan; Perumusan Masalah; Tujuan Penelitian; Arti Penting Penelitian; Kasus	C1, C3, C4	P2, P3, P4	A2, A3
U143	Proses penelitian (Berteori; Teknik Koleksi Data; Kasus)	C1, C3, C4	P2, P3, P4	A2, A3
U144	Proses penelitian (Informan Penelitian; Analisis dan Interpretasi Data; Kasus)	C1, C3, C4	P2, P3, P4	A2, A3

U145	Desain Penelitian Kualitatif Empirik (Grounded Research; Etnografi; Fenomenologi; Resepsi; Kasus)	C1, C3, C4	P2, P3, P4	A2, A3
U146	Desain Penelitian Kualitatif Tekstual (Analisis Bingkai; Semiotika; Wacana; Kasus)	C1, C3, C4	P2, P3, P4	A2, A3
U147	Teknik penulisan laporan penelitian (Tata Cara Penulisan Laporan Penelitian; Kasus)	C1, C3, C4	P2, P3, P4	A2, A3
U148	Teknik penulisan laporan penelitian (Tata Cara Penulisan Laporan Penelitian; Kasus)	C1, C3, C4	P2, P3, P4	A2, A3
U149	Kuliah Kerja Praktik (KKP)	C6	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U150	Produksi Media Cetak Pengantar produksi media cetak	C2	P1, P2	A1
U151	Rubrikasi majalah	C2	P1, P2	A1
U151	Wawancara menggali informasi dari narasumber	C3	P1, P2	A1
U152	Gaya dan bentuk penulisan artikel di majalah	C2	P1, P2	A1
U153	Simulasi liputan artikel majalah dan evaluasi	C3	P1, P2	A1
U154	Layout media cetak	C2	P1, P2	A1
U155	Elemen teks produksi media cetak	C2	P1, P2	A1
U156	Elemen visible produksi media cetak	C2	P1, P2	A1
U157	Elemen invisible produksi media cetak	C2	P1, P2	A1
U158	Manajamen produksi media cetak	C2	P1, P2	A1
U159	Merancang produk media cetak majalah	C2	P1, P2	A1
U160	Melaksanakan rancangan produksi media cetak	C2	P1, P2	A1
U161	Jurnalisme Investigasi News reporting; News gathering; News presenting	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U162	Unsur-unsur naskah jurnalisme investigasi (VO, SOT, Sound Up, dll); Struktur kalimat jurnalisme investigasi	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U163	Jenis-jenis format berita televisi; Alasan pemilihan format berita televisi	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U164	Pengertian; Kegunaan–kegunaan stand up	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U165	Pengertian; Subyek pelaporan; Sumber berita public affair reporting	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U166	Pengertian; Ciri Jurnalisme investigarif	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5

U167	Etika investigasi	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U168	Teknik wawancara investigasi; Going undercover	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U169	Teknik stand up	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U170	Merancang proyek jurnalisme investigasi	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U171	Produksi jurnalisme investigasi	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U172	Evaluasi produk jurnalisme investigasi	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U173	Produksi Berita Video Pengantar produksi berita video	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U174	Media pemberitaan dan keunggulan serta kelemahan masing-masing media	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U175	News Value. Jenis-jenis berita	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U176	News Gathering. News selection. News Judgement	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U177	Camera handling dan penggunaan camera handphone untuk liputan berita	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U178	Stand up reportase. Teknik Wawancara	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U179	Stand up reportase dan wawancara dengan narasumber	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U180	Menulis naskah berita	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U181	News presenting, anchoring	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U182	Hardnews. Konsep dan praktik	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U183	Soft News. Konsep dan praktik	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U184	Membuat paket berita lengkap sebanyak 6 berita	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U185	Evaluasi Karya produksi Paket beita	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U186	Produksi Studio Pengantar produksi studio	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U187	Bentuk-bentuk produksi program televisi terencana	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U188	Manajemen produksi studio	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U189	Camera handling. memahami dan mengenali camera video dan cara pengoperasian yang baik, serta treatment perawatan.	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U190	Tata cahaya produksi program tayangan televisi.	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U191	Artistik, make-up, dan wardrobe, serta properti pendukung lain.	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U192	Program Directing	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U193	Perencanaan produksi. Membuat proposal produksi	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5

U194	Menulis naskah produksi	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U195	Presentasi persiapan produksi dan revisi	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U196	Praktik produksi	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U197	Praktik Editing produksi	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U198	Presentasi karya	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U199	Pemrograman Penyiaran Pengertian dan Ruang Lingkup Pemrograman Penyiaran Televisi di Indonesia	C1, C2, A2	P2,P3,P4	A2,A3,A4
U200	Pembahasan mengenai Tujuan, Segmentasi dan Positioning Stasiun Televisi	C1, C2, C4	A2	P5
U201	Pembahasan mengenai Sumber Program dan Budgeting	C1, C2, C4	A2	P5
U202	Pembahasan mengenai Promosi	C1, C2, C4	A2	P5
U203	Pembahasan dan Presentasi Pemrograman Televisi Publik	C1, C2, C4, C5	A2	P5
U204	Pembahasan dan Presentasi Pemrograman Televisi Komersial	C1, C2, C4	A2	P5
U205	Pengertian dan Ruang Lingkup Pemrograman Penyiaran Radio di Indonesia	C1, C2, C4	A2	P5
U206	Pembahasan mengenai Tujuan, Segmentasi dan Positioning Stasiun Radio	C1, C2, C4	A2	P5
U207	Pembahasan mengenai Sumber Program dan Budgeting	C1, C2, C4	A2	P5
U208	Pembahasan mengenai Promosi	C1, C2, C4	A2	P5
U209	Pembahasan Riset Kesadaran Khalayak	C1, C2, C4	A2	P5
U210	Pembahasan dan Presentasi Pemrograman Televisi Radio	C1, C2, C4	A2	P5
U211	Pembahasan dan Presentasi Pemrograman Radio Komersial	C1, C2, C4,C5	A2	P5
U212	Pembahasan dan Presentasi Pemrograman Radio Komersial	C1, C2, C4,C5	A1	P5
U213	Jurnalistik Media baru (online) (Jurnalistik) Pengertian jurnalistik media baru dan sejarah perkembangan praktek jurnalistik dalam konteks media baru	C1,C2	P1	A1
U214	Pembahasan isi UU Pers No. 40/1999 dan UU ITE No. 11/ 2008, beserta kaitannya dalam praktek kewartawanan	C1, C2, C4	P1	A1
U215	Pembahasan mendalam Pedoman Pemberitaan Media Siber yang	C1, C2, C3, C4	P1	A1

	diterbitkan oleh Dewan Pers Pembahasan kasus			
U216	Pembahasan pola kerja jurnalis dalam organisasi media online	C2, C3, C4, C5	P1	A1
U217	Pembahasan penggunaan website/ blog sebagai platform penyampaian berita dalam kegiatan jurnalistik	C3, C4, C5, C6	P1	A1
U218	Pembahasan kaidah dan prinsip penulisan berita online	C3, C4, C5, C6	P1	A1
U219	Pembahasan kaidah dan prinsip penggunaan gambar pada berita online	C3, C4, C5, C6	P1	A1
U220	Presentasi Kelompok: Proposal Perencanaan Media Online 1	C3, C4, C5, C6	P1	A1
U221	Presentasi Kelompok: Proposal Perencanaan Media Online 2	C3, C4, C5, C6	P1	A1
U222	Pembahasan dan praktek penggunaan Search Engine Optimization (SEO) sebagai bagian dari strategi distribusi konten online	C3, C4, C5, C6	P1	A1
U223	Pembahasan tentang karakteristik dua arah dan interaktivitas pada media online berbasis Internet	C3, C4, C5, C6	P1	A1
U224	Pembahasan kaidah dan prinsip ralat dan koreksi pemberitaan online	C3, C4, C5, C6	P1	A1
U225	Praktek pengerjaan dan monitoring kegiatan jurnalistik online	C3, C4, C5, C6	P1	A1
U226	Praktek pengerjaan dan monitoring kegiatan jurnalistik online	C3, C4, C5, C6	P1	A1
U227	Produksi Video (Dokumenter) Pengantar produksi video feature. Kebutuhan berita feature industri media	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U228	Bentuk-bentuk laporan video feature perbedaannya dengan film/video dokumenter	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U229	Kanal-kanal media untuk liputan video feature, keunggulan dan kelemahannya	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U230	Metode penggalan data, wawancara, dan gaya liputan feature	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U231	Perangkat produksi dan kebutuhan pendukung lain untuk ragam liputan feature	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U232	Kemasan dan teknik presenting video feature	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U233	Membuat naskah liputan video feature. Presenting & naskah voice over.	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5

U234	Pra produksi feature 1. Manajemen produksi. Mengelola kebutuhan peliputan feature.	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U235	Pra Produksi feature 2. Menyusun rancangan produksi dan kebutuhan teknis/nonteknis serta penganggaran produksi	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U236	Directing video feature	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U237	Video yang bercerita	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U238	Feature news. Konsep dan praktik	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U239	Evaluasi Karya produksi video feature.	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U240	Ekonomi Media Konsep dasar ekonomi media	C1,C3	P2,P3,P4	A2,A3,A4
U241	Penelitian ekonomi media dan perkembangannya	C1,C3	P2,P3,P4	A2,A3,A4
U242	Konsep penawaran, produksi dan biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi isi media	C1,C3	P2,P3,P4	A2,A3,A4
U243	Konsep pendapatan dan iklan media (Macam Pendapatan Media Lama dan Baru)	C1,C3	P2,P3,P4	A2,A3,A4
U244	Praksis perencanaan dan operasi media cetak	C1,C3	P2,P3,P4	A2,A3,A4
U245	Praksis perencanaan dan operasi media televisi	C1,C3	P2,P3,P4	A2,A3,A4
U246	Praksis perencanaan dan operasi media radio	C1,C3	P2,P3,P4	A2,A3,A4
U247	Praksis perencanaan dan operasi media online	C1,C3	P2,P3,P4	A2,A3,A4
U248	Regulasi pemerintah dan pengaruhnya terhadap kehidupan ekonomi media	C1,C3	P2,P3,P4	A2,A3,A4
U249	Manajemen Pers Konsep dasar manajemen	C1,C3	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U250	Manajemen sumber daya manusia	C1,C3	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U251	Manajemen sumber daya informasi dan teknologi	C1,C3	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U252	Manajemen media global	C1,C3	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U253	Manajemen konvergensi media	C1,C3	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U254	Praksis <i>Newsroom</i> Media Surat Kabar	C1,C3	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U255	Praksis <i>Newsroom</i> Media Televisi	C1,C3	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U256	Praksis <i>Newsroom</i> Media Radio	C1,C3	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U257	Praksis <i>Newsroom</i> Media Online	C1,C3	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U258	Perkembangan penelitian manajemen media	C1,C3	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U259	Riset Media	C1,C2	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4

	Ruang lingkup riset media			
U260	Pendekatan survai	C1,C2	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U261	Pendekatan analisis isi	C1,C2	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U262	Penyusunan Proposal	C1,C2,C3	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U263	State of The Art dan Signifikansi penelitian	C1,C2,C3	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U264	Penyusunan Kerangka Teori	C1,C2,C3	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U265	Penyusunan Hipotesis	C1,C2,C3	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U266	Definisi konseptual dan operasional variabel	C1,C2,C3	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U267	Metoda Penelitian	C1,C2,C3	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U268	Penyusunan kuesioner	C1,C2,C3	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U269	Pengumpulan Data	C1,C2,C3	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U270	Analisis Data	C1,C2,C3	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U271	Penulisan Laporan	C1,C2,C3	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U272	Presentasi Hasil Penelitian	C1,C2,C3	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U273	Presentasi Hasil Penelitian	C1,C2,C3,C4	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U274	Komunikasi Pemasaran Pengertian dan gambaran umum komunikasi pemasaran	C2,C3	P2	A2, A3
U275	Definisi & Karakteristik Brand	C2,C3	P2	A2, A3
U276	Karakteristik produk dan proses pengambilan keputusan	C2	P2	A2, A3
U277	Teori sebagai dasar strategi dalam komunikasi pemasaran	C2	P3	A2, A3
U278	1. Metode kuantitatif 2. Metode kualitatif 3. Metode campuran	C2	P5	A2, A3
U279	Situation analysis	C2	P5	A3, A4, A5
U280	Pemilihan media promosi dalam komunikasi pemasaran	C2	P5	A3, A4, A5
U281	Public relations Tren PR dalam komunikasi pemasaran publisitas	C2	P5	A3, A4, A5
U282	Jenis-jenis dan level sponsorship	C2	P5	A3, A4, A5
U283	Perkembangan promosi penjualan	C5,C6	P5	A3, A4, A5
U284	promosi penjualan Tujuan dan aktivitas promosi penjualan	C5,C6	P5	A3, A4, A5
U285	Perkembangan komunikasi	C5,C6	P5	A3, A4, A5
U286	Peran exhibition dalam bauran IMC Perencanaan & evaluasi exhibition	C5,C6	P5	A3, A4, A5
U287	Identitas visual brand	C5,C6	P5	A3, A4, A5
U288	review perencanaan komunikasi pemasaran berdasar klien	C5,C6	P5	A3, A4, A5

U289	Manajemen Public Relations Perkenalan dan Kontrak Belajar	C1, C2	P2,P4	A4
U290	Definisi manajemen Public Relations	C1, C2, C4	P2,P4	A4
U291	Berbagai formula penyusunan program Public Relations	C1, C2, C3, C4	P2,P4	A4
U292	Analisa lingkungan, organisasi dan stakeholder	C2, C3, C4, C5	P2,P4	A4
U293	Identifikasi Karakteristik Demografi, Geografi dan Psikografi	C2, C3, C4, C5	P2,P4	A4
U294	Jenis-jenis masalah public Relations	C2, C3, C4, C5	P2,P4	A4
U295	Strategi pesan dan media komunikasi	C3, C4, C5, C6	P2,P4	A4
U296	Model Perencanaan	C3, C4, C5, C6	P2,P4	A4
U297	Teori Sistem	C3, C4, C5, C6	P2,P4	A4
U298	Pembagian tanggung jawab	C3, C4, C5, C6	P2,P4	A4
U299	Teknik-teknik evaluasi	C3, C4, C5, C6	P2,P4	A4
U300	Definisi krisis dan manajemen krisis	C3, C4, C5, C6	P2,P4	A4
U301	Definisi corporate communication	C3, C4, C5, C6	P2,P4	A4
U302	Periklanan Konsepsi dasar periklanan dan posisinya di dalam promosi	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U303	Dasar-dasar periklanan	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U304	Positioning dalam iklan	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U305	Jenis iklan	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U306	Pendekatan etnisitas dalam periklanan	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U307	Media dalam periklanan	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U308	Citra yang dibentuk dalam iklan televisi	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U309	Pesan kreatif dalam Iklan layanan masyarakat	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U310	Produksi materi pesan iklan	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U311	Naskah iklan dan persiapan produksi	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U312	Praktik produksi	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U313	Editing iklan	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U314	Evaluasi iklan audiovisual	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U315	Strategi Kreatif Strategi kreatif dalam iklan	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U316	Branding dalam iklan	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U317	Ilustrasi gambar dan foto dalam iklan	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U318	Foto produk	C6	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U319	jingle iklan radio	C6	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U320	Riset strategi kreatif pesan	C3	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U321	Pengemasan kreatif tagline	C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5

U322	Aplikasi tagline pada media iklan cetak	C3	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U323	Aplikasi tagline pada media iklan radio + jingle	C6	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U324	Aplikasi tagline pada media iklan video	C6	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U325	Aplikasi tagline pada augmented media	C6	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U326	Media, bahan, dan bentuk-bentuk baru strategi pesan	C6	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U327	Aplikasi produksi pesan pada media, bahan, dan bentuk-bentuk baru strategi pengemasan pesan	C6	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U328	Evaluasi produk pesan pada media, bahan, dan bentuk-bentuk baru strategi pengemasan pesan	C6	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U329	Strategi Media Introduction to media planning	C1,C2	P2,P4	A4
U330	Sample media plan presentation	C1,C2	P2,P4	A4
U331	Relationship among media, advertising, and consumers	C1,C2	P2,P4	A4
U332	Basic measurements & calculations	C1,C2, C3	P2,P4	A4
U333	Advanced measurements & calculations	C1,C2, C3	P2,P4	A4
U334	Marketing strategy & media planning	C1,C2, C3	P2,P4	A4
U335	Strategy planning I	C1,C2, C3	P2,P4	A4
U336	Strategy planning II	C1,C2, C3	P2,P4	A4
U337	Selecting media classes	C1,C2, C3	P2,P4	A4
U338	Principles of planning media strategy	C1,C2, C3	P2,P4	A4
U339	Evaluating and selecting media vehicles	C1,C2, C3	P2,P4	A4
U340	Media costs & buying problems	C1,C2, C3	P2,P4	A4
U341	Setting and allocating budget	C1,C2, C3	P2,P4	A4
U342	Testing, experimenting, and media planning	C1,C2, C3	P2,P4	A4
U343	Perilaku Konsumen Apa itu Perilaku konsumen	C1,C2, C4	P2	A1
U344	Persepsi, terpaan, perhatian	C2, C3, C4	P2	A1
U345	Sifat alamiah motivasi	C2, C3, C4	P2	A1
U346	Tipe-time emosi	C2, C3, C4	P2	A1
U347	Sub-budaya Etnis, ras	C2, C3, C4	P2	A1
U348	Pendapatan	C2, C3, C4	P2	A1
U349	Tipe-tipe kelompok	C2, C3, C4	P2	A1
U350	Sumber-sumber informasi pemasaran melalui media massa	C2, C3, C4	P2	A1

U351	Konsep Diri	C2, C3, C4	P2	A1
U352	Tipe-tipe pengambilan keputusan	C2, C3, C4	P2	A1
U353	Bagaimana konsumen menentukan pilihan	C2, C3, C4	P2	A1
U354	Mahasiswa Kelompok I mempresentasikan hasil akumulasi analisisnya dalam menerapkan semua konsep yang dibahas terhadap 3 kategori produk yang dipilih.	C2, C3, C4	P2	A1
U355	Mahasiswa Kelompok II mempresentasikan hasil akumulasi analisisnya dalam menerapkan semua konsep yang dibahas terhadap 3 kategori produk yang dipilih.	C2, C3, C4	P2	A1
U356	Mahasiswa Kelompok III mempresentasikan hasil akumulasi analisisnya dalam menerapkan semua konsep yang dibahas terhadap 3 kategori produk yang dipilih.	C2, C3, C4	P2	A1
U357	Teknik Lobi dan Negosiasi Lobi dan Ruang Lingkup	C1,C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U358	Lobi komunikasi	C1,C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U359	Diplomasi dan lingkungan kerjanya	C1,C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U360	Negosiasi dan perundingan	C1,C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U361	Menghadapi kegiatan negosiasi dan perundingan	C1,C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U362	Hubungan antara lobi, diplomasi dan negosiasi sebagai kegiatan PR	C1,C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U363	Fungsi lobi, diplomasi dan negosiasi di massa krisis	C1,C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U364	Komunikasi non verbal	C1,C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U365	Memahami bahasa tubuh	C1,C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U366	Merancang dan merencanakan proses negosiasi	C1,C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U367	Menyiasati negosiasi yang rumit	C1,C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U368	Hambatan komunikasi dalam berlobi diplomasi dan negosiasi	C1,C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U369	Kemampuan negosiator	C1,C2	P2,P3,P4,P5	A2,A3,A4,A5
U370	Manajemen Krisis Memiliki gambaran mengenai perkuliahan manajemen isu dan krisis	C1,C2	P2,P4,P5	A4,A5
U371	Menjelaskan situasi bisnis dalam era keterbukaan	C1,C2	P2,P4,P5	A4,A5
U372	Menjelaskan tentang manajemen secara umum	C1,C2	P2,P4,P5	A4,A5

U373	Menjelaskan faktor-faktor penyebab terjadinya krisis	C1,C2	P2,P4,P5	A4,A5
U374	Mengetahui potensi diri	C1,C2	P2,P4,P5	A4,A5
U375	Mediasi dan amplifikasi Stage	C1,C2	P2,P4,P5	A4,A5
U376	Menjelaskan strategi menganalisis kasus	C1,C2	P2,P4,P5	A4,A5
U377	Mampu menjelaskan adanya kemungkinan-kemungkinan yang tdk terduga	C1,C2	P2,P4,P5	A4,A5
U378	Mendeskripsikan tentang kekuatan internal maupun eksternal untuk bertahan dalam krisis	C1,C2	P2,P4,P5	A4,A5
U379	Menjelaskan tentang orientasi dan dis-orientasi	C1,C2	P2,P4,P5	A4,A5
U380	Menjelaskan kekuatan dan kelebihan personal	C1,C2	P2,P4,P5	A4,A5
U381	Menjelaskan pengertian monev media Merancang program baik short m,apun long terms	C1,C2	P2,P4,P5	A4,A5
U382	Menjelaskan Pengertian Rumor	C1,C2	P2,P4,P5	A4,A5
U383	Proporsi –Proporsi Manajemen Krisis Infektif	C1,C2	P2,P4,P5	A4,A5
U384	Disain Komunikasi Visual (Komstrag) Sejarah perkembangan desain komunikasi visual	C2	P2,P4,P5	A4,A5
U385	Pengantar desain grafis, tumbnail	C2	P2,P4,P5	A4,A5
U386	Elemen desain grafis, prinsip desain grafis	C2	P2,P4,P5	A4,A5
U387	Tipografi & Elemen teks	C3,C6	P2,P4,P5	A4,A5
U388	Elemen visual (Foto, ilustrasi artistik, dll)	C5	P2,P4,P5	A4,A5
U389	Layout & navigasi visual dalam desain Eye Tracking	C2	P2,P4,P5	A4,A5
U390	Print vs Web & Color management	C2	P2,P4,P5	A4,A5
U391	Kampanye Public Relations Public Information & Persuasive Communication	C1, C2	P2,P4,P5	A4,A5
U392	Comunications Research Methods	C1, C2	P1	A1, A2
U393	Effective Communications Planning	C1, C2	P1	A1, A2
U394	Setting Goals and Objectives	C1, C2	P1	A1, A2
U395	Key Publics and Message Design	C1, C2	P1	A1, A2
U396	Strategies and Tactics to Send Messeges	C1, C2	P1	A1, A2
U397	Calendaring and Budgeting	C1, C2	P1	A1, A2
U398	Penyusunan Proposal Campaign	C1, C2	P1	A1, A2

U399	Pelaksanaan Campaign	C3, C4, C5, C6	P1, P2	A1, A2, A4
U400	Evaluasi Kegiatan Campaign	C3, C4, C5, C6	P1, P2	A1, A2, A4
U401	Pengelolaan Kegiatan (Event Management) Perkembangan Industri MICE	C2,C3	P2	A2,A3
U402	penentuan, SMART	C2,C3	P2	A2,A3
U403	Environment Analysis	C2,C3	P2	A2,A3
U404	Strategy : pengertian, cara penentuan, penggunaan teori, penggunaan fakta.	C2,C3	P2	A2,A3
U405	Program : definisi, pembuatan, proses kreatif, pengembangan.	C2,C3	P2	A2,A3
U406	Action :penyusunan rencana eksekusi, indikator keberhasilan, pembagian kerja dan penentuan personel.	C2,C3	P2	A2,A3
U407	Evaluation : penentuan metode pengukuran, pemilihan personel dan instrumen pengukuran	C2,C3	P2	A2,A3
U408	Penyusunan Struktur Organisasi Pelaksana Event	C2,C3	P2	A2,A3
U409	Pelaksanaan Event	C2,C3	P2	A2,A3
U410	Evaluasi	C2,C3	P2	A2,A3
U411	Evaluasi	C2,C3	P2	A2,A3
U412	Evaluasi	C2,C3	P2	A2,A3
U413	Evaluasi	C2,C3	P2	A2,A3
U414	Riset Komunikasi Strategis Pengertian dan Ruang lingkup Riset Komunikasi Strategis	C1,C2	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U415	Pendekatan Survai	C1,C2	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U416	Tujuan penelitian Survai	C1,C2	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U417	Penyusunan proposal	C1, C2, C3	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U418	Menyusun state of the art	C1, C2, C3	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U419	Kerangka Teori dan Hipotesis	C1, C2, C3	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U420	Definisi konsep dan operasional variabel	C1, C2, C3	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U421	Metoda Penelitian	C1, C2, C3	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U422	Penyusunan kuesioner	C1, C2, C3	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U423	Pengumpulan data	C1, C2, C3	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U424	Analisis data	C1, C2, C3, C4, C5	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U425	Penulisan laporan	C1, C2, C3, C4, C5	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4
U426	Presentasi hasil penelitian	C1, C2, C3, C4, C5	P2, P4, P5	A1, A2,A3, A4

U427	Pengantar Filsafat Ilmu Konsep dasar filsafat	C1,C3	P1,P2	A1,A2
U428	Pembentukan pengetahuan	C1,C3	P1,P2	A1,A2
U429	Kebenaran Ilmiah	C1,C3	P1,P2	A1,A2
U430	Metoda pengetahuan	C1,C3	P1,P2	A1,A2
U431	Relasi ilmu pengetahuan dan masyarakat	C1,C3	P1,P2	A1,A2
U432	Jurnalistik Kontemporer	C1, C2	P2	A1, A2
U433	Jurnalistik dan kepanikan moral	C1, C2	P2	A1, A2
U434	Tabloidisasi berita	C1, C2	P2	A1, A2
U435	Jurnalistik alternatif	C1, C2	P2	A1, A2
U436	Jurnalistik otobiografis	C1, C2	P2	A1, A2
U437	Jurnalistik ilmu pengetahuan	C1, C2	P2	A1, A2
U438	Foto jurnalistik	C1, C2	P2	A1, A2
U439	Jurnalisme warga & media sosial	C1, C2	P2	A1, A2
U440	Jurnalistik investigasi dan advokasi	C1, C2	P2	A1, A2
U441	Jurnalistik presisi	C1, C2	P2	A1, A2
U442	Jurnalistik berprespektif anak dan perempuan	C1, C2	P2	A1, A2
U443	Jurnalistik anggaran	C1, C2	P2	A1, A2
U444	Jurnalistik keberagaman	C1, C2	P2	A1, A2
U445	Praktek Penulisan Jurnalistik	C1, C2, C3, C4	P2	A1, A2
U446	Komunikasi Perubahan Sosial Pembagian tugas materi kuliah	C1,C2	P1	A1,A2
U447	Presentasi Kelompok Bagaimana berpikir dengan cara perspektif Memperkenalkan perspektif Sosiologis	C1,C2	P1	A1,A2
U448	Presentasi Kelompok	C1,C2	P1	A1,A2
U449	Teknologi Informasi Pengantar Perkembangan Teknologi Komunikasi/ Teknologi Komunikasi	C2, C3, C4	P2	A1,A2
U450	Pembahasan dan diskusi tentang karakteristik perkembangan teknologi	C2, C3, C4	P2	A1, A2
U451	Sejarah perkembangan mesin cetak yang pertama sekali dikembangkan oleh Johannes Guttenberg	C2, C3, C4	P2	A1, A2
U452	Sejarah perkembangan teknologi televisi	C2, C3, C4	P2	A1, A2
U453	Sejarah dan perkembangan Teknologi Teleon di Indonesia	C2, C3, C4	P2	A1, A2
U454	Perkembangan dan peralihan teknologi analog dan digital	C2, C3, C4	P2	A1, A2
U455	Konsepsi Computer Mediated Communication (CMC)	C2, C3, C4	P2	A1, A2

U456	Sejarah dan perkembangan Internet	C2, C3, C4	P2	A1, A2
U457	Komunitas Virtual dan Komunitas dunia nyata	C2, C3, C4	P2	A1, A2
U458	Konvergensi dan Teknologi media	C2, C3, C4	P2	A1, A2
U459	Blogging dan User-generated content	C2, C3, C4	P2	A1, A2
U460	Internet, Web 2.0. dan Citizen Journalism	C2, C3, C4	P2	A1, A2
U461	Wikipedia dan Crowdsourcing sebagai bentuk dari collective intelligence	C2, C3, C4	P2	A1, A2
U462	Mobile phone, mobile phone applications dan dampaknya bagi sosialisasi, mobilitas, kegiatan ekonomi dan politik masyarakat	C2, C3, C4	P2	A1, A2
U463	Komunikasi Perubahan Sosial Dari modernisasi, melampaui dependensi, menuju multiplisitas.	C2,C3,C4	P1,P2,P3	A2,A3,A5
U464	Konsep-konsep tentang kemiskinan.	C2,C3,C4	P1,P2,P3	A2,A3,A5
U465	Tradisi dan modernitas	C2,C3,C4	P1,P2,P3	A2,A3,A5
U466	Definisi globalisasi.	C2,C3,C4	P1,P2,P3	A2,A3,A5
U467	Konsep dasar dan pemikiran-pemikiran vertikal, budaya-budaya horisontal	C2,C3,C4	P1,P2,P3	A2,A3,A5
U468	Konsep pendekatan wacana untuk komunikasi dan pembangunan	C2,C3,C4	P1,P2,P3	A2,A3,A5
U469	Komunikasi dan pembangunan	C2,C3,C4	P1,P2,P3	A2,A3,A5
U470	Teori-teori pembangunan yang sedang berubah.	C2,C3,C4	P1,P2,P3	A2,A3,A5
U471	Paradigma dominan.	C2,C3,C4	P1,P2,P3	A2,A3,A5
U472	Difusi versus model partisipatoris	C2,C3,C4	P1,P2,P3	A2,A3,A5
U473	Program internasional untuk pembangunan komunikasi	C2,C3,C4	P1,P2,P3	A2,A3,A5
U474	Pergeseran-pergeseran dalam komunikasi HIV/AIDS.	C2,C3,C4	P1,P2,P3	A2,A3,A5
U475	Konsep media komunitas.	C2,C3,C4	P1,P2,P3	A2,A3,A5
U476	Media dan intervensi-intervensi pembangunan perdamaian	C2,C3,C4	P1,P2,P3	A2,A3,A5

NO	MATA KULIAH (MK)	CPL PRODI						
		PENGUASAAN PENGETAHUAN						
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
1.	Pengantar Ilmu Komunikasi	√						
2.	Komunikasi Antar-Pribadi	√						
3.	Komunikasi Kelompok	√						
4.	Komunikasi Organisasi	√						
5.	Komunikasi Massa	√						
6.	Pengantar Ilmu Ekonomi	√						
7.	Azas-Azas Manajemen		√					
8.	Dasar Komunikasi Strategis		√					
9.	Manajemen Pemasaran Sosial		√					√
10.	Manajemen Kampanye Politik		√					√
11.	Opini Publik dan Propaganda		√					
12.	Dasar Jurnalisme Multimedia		√					
13.	Produksi Media Video			√				
14.	Jurnalisme Visual			√				
15.	Jurnalisme Kontemporer			√				
16.	Statistik			√				
17.	Metodologi Penelitian Komunikasi Kuantitatif				√	√		
18.	Metodologi Penelitian Komunikasi Kualitatif				√	√		
19.	Teori Komunikasi				√	√		
20.	Teknologi Komunikasi dan Informasi						√	
21.	Internet of Things (IoT)						√	
22.	Psikologi Komunikasi							√
23.	Riset Multimedia dan Pemasaran							√

24.	Riset Komunikasi Strategis								√
25.	Kuliah Kerja Praktek (KKP)								√

NO	MATA KULIAH (MK)	CPL PRODI								
		KETERAMPILAN UMUM								
		KU1	KU2	KU3	KU4	KU5	KU6	KU7	KU8	KU9
1.	Teknologi Komunikasi dan Informasi	√								
2.	Internet of Things (IoT)	√								
3.	Psikologi Komunikasi	√		√						
4.	Sosiologi Komunikasi	√								
5.	Penulisan Kreatif		√							
6.	Kewirausahaan		√							
7.	Manajemen Public Relations			√		√				
8.	Riset Multimedia dan Pemasaran			√		√				
9.	Riset Komunikasi Strategis			√		√				
10.	Manajemen Pers			√		√				
11.	Manajemen Krisis			√						
12.	Jurnalisme Online				√	√				
13.	Produksi Koran Digital				√	√				
14.	Produksi Video				√	√				
15.	Produksi Studio Audio-Visual				√	√				
16.	Desain Komunikasi Visual				√	√				
17.	Kampanye Public Relations				√	√	√			
18.	Event Management				√	√				
19.	Strategi Kreatif				√	√				

16.	Riset Komunikasi Strategis			√										√
17.	Jurnalisme Visual				√		√	√	√	√	√	√	√	
18.	Produksi Media Video				√		√	√	√	√	√	√	√	
19.	Riset Multimedia dan Pemasaran				√		√	√	√	√	√	√	√	
20.	Jurnalisme Online				√		√	√	√	√	√	√	√	
21.	Produksi Koran Digital				√		√	√	√	√	√	√	√	
22.	Produksi Video				√		√	√	√	√	√	√	√	
23.	Produksi Studio Audio-Visual				√		√	√	√	√	√	√	√	
24.	Jurnalisme Investigasi				√		√	√	√	√	√	√	√	
25.	Komunikasi Pemasaran					√	√	√	√	√	√	√	√	
26.	Manajemen Public Relations					√	√		√	√	√	√	√	
27.	Periklanan					√	√	√	√	√	√	√	√	
28.	Strategi Kreatif					√	√	√	√	√	√	√	√	
29.	Strategi Media					√	√	√	√	√	√	√	√	
30.	Teknik Lobi dan Negosiasi					√	√		√	√	√	√	√	
31.	Desain Komunikasi Visual					√	√	√	√	√	√	√	√	
32.	Kampanye Public Relations					√	√	√	√	√	√	√	√	
33.	Event Management					√	√	√	√	√	√	√	√	
34.	Media dan Kajian Budaya									√	√	√	√	
35.	Manajemen Pemasaran Sosial										√	√	√	√
36.	Manajemen Kampanye Politik										√	√	√	√
37.	Kewirausahaan										√	√	√	√

F. MATA KULIAH

- a) Mata Kuliah dibentuk dari korelasi antara bahan kajian dan capaian pembelajaran, dimana setiap bahan kajian mengandung bobot bahan kajian sehingga kedalaman mata kuliah dapat ditentukan yang dinyatakan dalam bentuk SKS.

Mata Kuliah terdiri dari

1. Mata Kuliah Wajib Nasional, (7 SKS)
 2. Mata Kuliah Wajib Universitas, (14-16 SKS)
 3. Mata Kuliah Wajib Program Studi (min 60 % dari total SKS)
 4. Mata Kuliah Pilihan (maks 24 SKS)
 5. Kegiatan Magang/Bentuk Lainnya
- b) Proses pembelajaran untuk kumpulan mata kuliah Wajib Nasional dan Universitas (dirancang di semester 1 dan 2, kecuali Kewirausahaan, KKN dan Tugas Akhir), mahasiswa dapat memilih dilakukan diluar program studi dalam Undip, dilaksanakan selama 1 sampai 2 semester. Pelaksanaan MK Nasional dan Universitas dikoordinasikan oleh Universitas, kecuali untuk Tugas Akhir dilakukan oleh Prodi masing-masing.
- c) Proses pembelajaran untuk mata kuliah wajib program studi (nomor 3), mahasiswa dapat menjalankan proses pembelajaran di prodi yang sama di PT/lembaga lain maksimal sebanyak 40 SKS dengan ketentuan:
- ☐ Apabila diambil dalam bentuk mata kuliah di Prodi yang sama di luar PT, maka mahasiswa dapat mengambil di Semester 3 sampai 6;
 - ☐ Apabila diambil dalam bentuk kegiatan seperti *Proyek di desa, Summer Course, Mengajar Sekolah, Pertukaran Pelajar, Kegiatan Wirausaha, Studi Independen atau Proyek Kemanusiaan*, maka mahasiswa dapat mengambil di Semester 3 sampai 6 dan pelaksanaannya dapat dilakukan di liburan antar semester;
 - ☐ Apabila diambil dalam bentuk kegiatan *Magang, Penelitian/riset*, maka mahasiswa dapat mengambil di Semester 6 sampai 7 dan pelaksanaannya dapat dilakukan di liburan antar semester;
- d) Kegiatan tersebut harus dapat memenuhi capaian pembelajaran mata kuliah yang di MK Wajib.
- e) Proses pembelajaran untuk mata kuliah Pilihan, mahasiswa dapat memilih dilakukan diluar Prodi di dalam maupun di luar Undip.
- f) Prodi diharapkan dapat menentukan atau merumuskan:
- 1) Daftar MK Wajib yang dapat diambil di prodi lain baik di Undip maupun di luar Undip
 - 2) Prodi dapat memberikan daftar MK yang ekuivalen untuk kegiatan pembelajaran di luar Undip selama 2 Semester terutama Magang, Proyek Desa, Pertukaran Pelajar dll.

g) Pelaksanaan Kegiatan *Magang, Proyek di desa, Mengajar Sekolah, Pertukaran Pelajar, Penelitian/riset, Kegiatan Wirausaha, Studi Independen atau Proyek Kemanusiaan* diatur sebagai berikut:


- 1) Program Studi menyiapkan Tim Konversi SKS berdasarkan SK Dekan yang terdiri dari Ketua dan Sekretaris Program Studi, GPM dan Perwakilan Dosen
- 2) Pengakuan setiap Kegiatan Magang dalam SKS dengan perhitungan 1 (satu) SKS setara dengan 2.720 (dua ribu tujuh ratus dua puluh menit) atau 45 (empat puluh lima) jam dengan minimal kegiatan selama 1 (satu) bulan dan maksimal 6 (enam) bulan yaitu 5 (lima) hari kerja per minggu, 8 (delapan) jam per hari (Keputusan Menteri Riset dan Teknologi no 123 Tahun 2019).
- 3) Setiap mahasiswa yang akan menempuh Kegiatan Magang atau bentuk lainnya diwajibkan menyusun proposal dan diajukan kepada Ketua Program Studi sebelum pelaksanaan.
- 4) Setiap kegiatan magang atau bentuk lainnya wajib ada pembimbing dari Program Studi dan pembimbing dari Mitra. Prodi bersama pembimbing membekali mahasiswa terkait pemenuhan CPL dan menyiapkan rubrik evaluasi yang akan diberikan kepada Pembimbing Mitra.
- 5) Dalam hal mewadahi kalau ada mahasiswa yang akan magang selama 1 semester (6 bulan) atau setara dengan 21 SKS, maka Prodi wajib menyiapkan mata kuliah apa saja yang dapat digunakan sebagai konversi dari kegiatan tersebut.
- 6) Konversi atau penyetaraan setiap kegiatan magang atau bentuk lainnya wajib mendapatkan persetujuan Dekan dalam bentuk SK Dekan.

F1. KOMPOSISI MATA KULIAH PROGRAM STUDI

1	2	3		4	5
No.	Kelompok MK	Nama Mata Kuliah	Kode MK	Beban SKS	Semester
1.	Mata Kuliah Wajib Nasional (MKWN)	Agama		2	1
2.		Pancasila dan Kewarganegaraan		3	2
3.		Bahasa Indonesia		2	1
Total SKS Mata Kuliah Wajib Nasional				7	
4.	Mata Kuliah Wajib Universitas (MKWU)	Bahasa Inggris		2	1
5.		Internet of things (IoT)		2	2
6.		Olah Raga		1	1
7.		Kewirausahaan		2	7
8.		Kuliah Kerja Nyata		3	7
9.		Skripsi/Tugas Akhir		6	8
Total SKS Mata Kuliah Wajib Universitas				16	
10.	Mata Kuliah Wajib Fakultas (MKWF)	Pengantar Ilmu Sosial		3	1
11.		Pengantar Ilmu Politik		3	1
12.		Pengantar Ilmu Ekonomi		3	1
13.		Azas-Azas Manajemen		3	1
Total SKS Mata Kuliah Wajib Fakultas				12	
15.	Mata Kuliah Program Studi (MKPS)	Pengantar Filsafat Ilmu		3	2
16.		Pengantar Ilmu Komunikasi		3	2
17.		Statistik		3	2
17.		Dasar Jurnalisme Multimedia		3	2
18.		Dasar Komunikasi Strategis		3	2
19.		Komunikasi Antar-Pribadi		3	2
20.		Komunikasi Kelompok		3	3
21.		Komunikasi Organisasi		3	3
22.		Komunikasi Massa		3	3
23.		Teori Komunikasi		3	2
24.		Psikologi Komunikasi		3	3
25.		Penulisan Kreatif		3	3
26.		Public Speaking		3	3
27.		Sosiologi Komunikasi		3	5
28.		Metodologi Penelitian Komunikasi Kuantitatif		3	3
29.	Metodologi Penelitian Komunikasi Kualitatif		3	4	
30.	Teknologi Komunikasi dan Informasi		3	5	
31.	Kuliah Kerja Praktek (KKP)		3	7	
Total SKS Mata Kuliah Program Studi				54	
32.	Mata Kuliah Kompetensi Bidang	Jurnalisme Visual		3	4
33.		Produksi Berita Video		3	4

34.	Jurnalisme Multimedia dan Konten Kreatif	Riset Multimedia dan Pemasaran		3	4
35.		Jurnalisme Online		3	4
36.		Produksi Koran Digital		3	5
37.		Produksi Video		3	5
38.		Produksi Studio Audio-Visual		3	5
39.		Jurnalisme Investigasi		3	5
40.		Manajemen Pers		3	6
41.		Pemrograman Penyiaran		3	6
42.		Ekonomi Multimedia		3	6
43.		Jurnalisme Kontemporer		3	6
	Total SKS Mata Kuliah Kompetensi Bidang Jurnalisme Multimedia dan Konten Kreatif			36	
45.	Mata Kuliah Kompetensi Bidang Komunikasi Strategis	Komunikasi Pemasaran		3	4
46.		Manajemen Public Relations		3	4
47.		Periklanan		3	4
48.		Riset Komunikasi Strategis		3	4
49.		Strategi Kreatif		3	6
50.		Strategi Media		3	6
51.		Teknik Lobi dan Negosiasi		3	5
52.		Manajemen Krisis		3	5
53.		Desain Komunikasi Visual		3	6
54.		Kampanye Public Relations		3	6
55.		Event Management		3	5
56.		Perilaku Konsumen		3	5
	Total SKS Mata Kuliah Kompetensi Bidang Komunikasi Strategis			36	
57.	Mata Kuliah Kompetensi Bidang Komunikasi Strategis (dipilih minimal 21 SKS)	Komunikasi Politik		3	4
58.		Komunikasi Budaya		3	5
		Komunikasi Gender		3	6
59.		Hukum Komunikasi		3	7
60.		Etika Profesi Komunikasi		3	7
61.		Opini Publik dan Propaganda		3	4
62.		Media dan Kajian Budaya		3	7
63.		Manajemen Pemasaran Sosial		3	6
64.		Manajemen Kampanye Politik		3	6
65.		Komunikasi untuk Perubahan Sosial		3	7
	Total SKS Mata Kuliah Pilihan Program Studi			30	

F2. SEBARAN MATA KULIAH PROGRAM STUDI

SEBARAN MATA KULIAH							
Program Studi		S1 Ilmu Komunikasi					
Fakultas		Ilmu Sosial dan Ilmu Politik					
SEMESTER 1				SEMESTER 2			
No.	Kode	Mata Kuliah	SKS	No.	Kode	Mata Kuliah	SKS
1.		Agama	2	1.		Pancasila dan Kewarganegaraan	3
2.		Bahasa Indonesia	2	2.		Internet of Things	2
3.		Bahasa Inggris	2	3.		Statistik	3
4.		Olahraga	1	4.		Pengantar Filsafat Ilmu	3
5.		Azas-azas Manajemen	3	5.		Dasar Jurnalisme Multimedia	3
6.		Pengantar Ilmu Sosial	3	6.		Dasar Komunikasi Strategis	3
7.		Pengantar Ilmu Politik	3	7.		Teori Komunikasi	3
8.		Pengantar Ilmu Ekonomi	3	8.		Komunikasi Antar-Pribadi	3
9.		Pengantar Ilmu Komunikasi	3				
Total SKS Semester 1			22	Total SKS Semester 2			23
SEMESTER 3				SEMESTER 4			
No.	Kode	Mata Kuliah	SKS	No.	Kode	Mata Kuliah	SKS
1.		Komunikasi Kelompok	3	1.		Jurnalisme Visual	3
2.		Komunikasi Organisasi	3	2.		Produksi Berita Video	3
3.		Komunikasi Massa	3	3.		Riset Multimedia dan Pemasaran	3
4.		Psikologi Komunikasi	3	4.		Jurnalisme Online	3
5.		Penulisan Kreatif	3	Total SKS Kompetensi Jurnalisme Multimedia dan Konten Kreatif			12
6.		Public Speaking	3	1.		Komunikasi Pemasaran	3
7.		Metode Penelitian Komunikasi Kuantitatif	3	2.		Periklanan	3
				3.		Riset Komunikasi Strategis	3
				4.		Manajemen Public Relations	3
				Total SKS Kompetensi Komunikasi Strategis			12
				5.		Komunikasi Politik	3
				6.		Opini Publik dan Propaganda	3
				7.		Metode Penelitian Kualitatif	3
				Total SKS Mata Kuliah Wajib Dua Konsentrasi			9
Total SKS Semester 3			21	Total SKS Semester 4			21

SEMESTER 5				SEMESTER 6			
No.	Kode	Mata Kuliah	SKS	No.	Kode	Mata Kuliah	SKS
1.		Produksi Koran Digital	3	1.		Manajemen Pers	3
2.		Produksi Video	3	2.		Pemrograman Penyiaran	3
3.		Produksi Studio Audio-Visual	3	3.		Ekonomi Multimedia	3
4.		Jurnalisme Investigasi	3	4.		Jurnalisme Kontemporer	3
		Total SKS Kompetensi Jurnalisme Multimedia dan Konten Kreatif	12			Total SKS Kompetensi Jurnalisme Multimedia dan Konten Kreatif	12
1.		Perilaku Konsumen	3	1.		Strategi Kreatif	3
2.		Teknik Lobi dan Negosiasi	3	2.		Strategi Media	3
3.		Event Management	3	3.		Desain Komunikasi Visual	3
4.		Manajemen Krisis	3	4.		Kampanye Public Relations	3
		Total SKS Kompetensi Komunikasi Strategis	12			Total SKS Kompetensi Komunikasi Strategis	12
5.		Sosiologi Komunikasi	3	5.		Manajemen Pemasaran Sosial	3
6.		Teknologi Komunikasi dan Informasi	3	6.		Manajemen Kampanye Politik	3
7.		Komunikasi Budaya	3	7.		Komunikasi Gender	3
		Total SKS Mata Kuliah Wajib Dua Konsentrasi	9			Total SKS Mata Kuliah Wajib Dua Konsentrasi	9
Total SKS Semester 5			21	Total SKS Semester 6			21
SEMESTER 7				SEMESTER 8			
No.	Kode	Mata Kuliah	SKS	No.	Kode	Mata Kuliah	SKS
1		Kewirausahaan	2	1		Skripsi/Tugas Akhir	6
2		Hukum Komunikasi	3				
3		Komunikasi Perubahan Sosial	3				
4		Etika Profesi	3				
5		Media dan Kajian Budaya	3				
6		KKP (Magang)	3				
7		KKN	3				
Total SKS Semester 7			20	Total SKS Semester 8			6

F3. PENYETARAAN MAGANG (1 SEMESTER)

1	2	3	4	5	
No.	Kegiatan Magang	Nama Mata Kuliah	Kode MK	Beban SKS	Semester
1	Kegiatan Magang Kompetensi Jurnalisme Multimedia dan Konten Kreatif	Jurnalisme Kontemporer		3	6
		Produksi Video		3	6
		Produksi Studio Audio-Visual		3	6
		Jurnalisme Investigasi		3	6
		Manajemen Pers		3	6
		Pemrograman Penyiaran		3	6
		Ekonomi Multimedia		3	6
		Produksi Koran Digital		3	6
		Hukum Komunikasi		3	6
		Etika Profesi		3	6
Total SKS Konversi (diambil maksimal 21 sks/semester)				30	
2	Kegiatan Magang Kompetensi Komunikasi Strategis	Teknik Lobi dan Negosiasi		3	6
		Manajemen Krisis		3	6
		Event Manajemen		3	6
		Manajemen Pemasaran Sosial		3	6
		Desain Komunikasi Visual		3	6
		Opini Publik dan Propaganda		3	6
		Kampanye Public Relations		3	6
		Strategi Kreatif		3	6
		Strategi Media		3	6
		Etika Profesi		3	6
Total SKS Konversi (diambil maksimal 21 sks/semester)				30	