

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
(RPS)**

**SEMINAR MANAJEMEN REPUTASI, KRISIS
DAN PUBLIC RELATIONS**

Semester Genap 2016/2017

**Pengampu Mata Kuliah:
Dr Emeraldy Chatra, M.Ikom**

**PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG, 2017**

RPKPS PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
Mata Kuliah Seminar Manajemen Reputasi, Krisis dan Public Relations

1. Identitas Mata Kuliah

Nama Mata Kuliah	:	Seminar Manajemen Reputasi, Krisis dan Public Relations
Semester	:	Genap
Kode/SKS	:	ISK 223/3 SKS
Status Mata Kuliah:	:	Mata Kuliah Wajib
Mata Kuliah Prasyarat	:	-
Waktu & Ruang	:	Kamis 15:00:00-17:30:00
Dosen Pengampu	:	Dr Emeraldy Chatra, M.Ikom

1. Deskripsi Mata Kuliah

Manajemen Reputasi, Krisis dan Public Relations merupakan tiga domain kajian besar yang saling terkait satu sama lain. Dalam praktik di lapangan, ketiganya seringkali benar-benar berkelindan dan tidak mungkin dipisahkan.

Untuk membangun reputasi diperlukan Manajemen Reputasi dan aktivitas Public Relations sekaligus. Demikian juga ketika terjadi krisis yang disebabkan oleh menurunnya kualitas komunikasi peranan Public Relations sangat penting. Oleh karena krisis dapat memicu penurunan reputasi, krisis tidak hanya memerlukan Public Relations, melainkan juga Manajemen Reputasi.

Mata kuliah ini mengintegrasikan pembahasan atas ketiga domain besar tersebut menjadi sebuah objek kajian. Dengan memahami ketiganya secara simultan dan terhubung sedemikian rupa diharapkan mahasiswa mempunyai pemahaman yang lebih komprehensif baik di tataran teori maupun konsep-konsep praxis.

2. Outcome Pembelajaran:

Setelah menempuh mata kuliah ini diharapkan:

- a. Mahasiswa mampu menjelaskan secara konseptual keterkaitan antara reputasi, krisis, dan public relations.
- b. Mahasiswa mampu memetakan dan menganalisis tipe, magnitude, dan akar-akar krisis komunikasi dan reputasi.
- c. Mahasiswa mampu menyusun strategi Public Relations untuk mempertahankan dan meningkatkan reputasi serta mencari solusi bagi krisis komunikasi.

3. Aturan Tata Tertib Pembelajaran:

1. Selama mengikuti perkuliahan mahasiswa harus berpakaian rapi.
2. Mahasiswa tidak dibenarkan mengaktifkan handphone atau gadget di dalam kelas.
3. Keterlambatan ditolerir hanya dua kali, yang terlambat lebih dari dua kali dianggap tidak hadir.
4. **Absensi:** Mahasiswa yang absen lebih dari 4 kali dalam perkuliahan tanpa kabar maka tidak berhak mengikuti Ujian Akhir Semester. Bila sakit atau izin mahasiswa harus memberikan surat keterangan kepada ketua/Sekretaris Prodi.
5. **PLAGIARISME DILARANG KERAS.** Mahasiswa yang diketahui melakukan plagiarisme dianggap gagal. Adapun yang dimaksud dengan plagiarisme adalah:
 - Mengunduh dan menyalin tulisan dari Web, baik dari halaman Web atau layanan penulisan makalah.
 - Menyalin dan menyisipkan frasa, kalimat, atau paragraf dari karya orang lain tanpa menunjukkan sumbernya.
 - Parafrase atau meringkas kata-kata atau ide orang lain tanpa menyebutkan sumbernya.

- Menggunakan grafik, tabel, gambar, atau desain dari sumber tertentu tanpa menyebutkan sumbernya.
- Meminta tolong kepada orang lain atau menggunakan salah satu dari mahasiswa lain menulis makalah untuk Anda.

4. Metode Pembelajaran

Metode yang dipergunakan dalam perkuliahan ini adalah:

- TCL (*Teacher-Centered Learning*)
- SCL (*Student-Centered Learning*)
- Kombinasi TCL dengan SCL.

Sesuai dengan sistem *Student Active Learning*, dilaksanakan dalam bentuk:

A. Tatap muka (2 jam/minggu) dengan kegiatan:

Mahasiswa dibagi per kelompok 2 orang. Setiap kelompok bertugas membuat makalah (lebih kurang 2.000 kata) dan slide dan menjadi penyaji materi pada setiap perkuliahan. Makalah akan ditanggapi oleh Kelompok Pembahas dan dosen pengampu. Perbaikan makalah diserahkan minggu depannya (nilai makalah berdasarkan kemampuan merekam masukan dari literatur dan masukan seminar dengan baik).

Agar dapat ditanggapi dengan baik oleh kelompok penanggap, penyaji makalah harus mempublikasikan makalahnya di grup Facebook *Manajemen Reputasi, Konflik dan Public Relations* selambat-lambatnya tiga hari menjelang presentasi (hari Sabtu).

B. Tugas Terstruktur (3 jam/minggu selama satu semester):

Menyiapkan makalah kelompok, menyajikan, dan memperbaikinya. Waktu untuk menyiapkan hanya satu minggu dan memperbaiki juga hanya satu minggu.

C. Tugas mandiri (3 jam/minggu selama satu semester):

1. Membuat tulisan/artikel sesuai dengan mata kuliah.

2. Setiap mahasiswa harus membuat website pribadi dengan menggunakan situs tak berbayar seperti *wordpress*, *blogger*, dll. dan memuat tulisan/artikel mereka di blog tersebut.
3. Mahasiswa harus memberitahu dosen URL situs pribadi mereka.

5. Rencana Kegiatan Pembelajaran Mingguan (RKBM)

Proses pembelajaran dilakukan dalam 16 kali pertemuan dengan satu kali pertemuan per minggu senilai bobot 3 SKS. Rincian kegiatan pembelajaran mingguan terlihat pada tabel berikut:

MGG KE	TOPIK	PERTANYAAN POKOK BAHASAN	REFERENSI
I.	Konsep Reputasi: Identitas, Image dan Reputasi	1) <i>Bagaimana identitas dan image membentuk reputasi?</i>	Referensi Utama: Griffin,A 11 Helm, et al 31 – 58
II.	Corporate Branding and Corporate Reputation	2) <i>Apa yang dimaksud dengan Corporate Branding dan Corporat Reputation?</i>	Referensi Utama: Helm, et al 59 – 70 Griffin,A 31 – 60
III.		3) <i>Bagaimana aplikasi Corporat Branding dan Corporat Reputation di Indonesia?</i>	
IV.	Manajemen Reputasi	4) <i>Bagaimana konsep dan aplikasi konsep manajemen reputasi untuk korporasi swasta di Indonesia?</i>	Referensi Utama: Doorley & Garcia 1 - 26 Anthonissen 1 -16 Helm, et al 17 – 30 Griffin,A 9 - 10
V.		5) <i>Bagaimana konsep dan aplikasi konsep manajemen reputasi untuk institusi pemerintahan di Indonesia?</i>	
VI.	Peran Public Relations dalam Mengatasi Krisis dan Penurunan Reputasi	6) <i>Bagaimana peran Public Relations dalam mengatasi krisis yang dialami institusi?</i>	Referensi Utama: Doorley & Garcia 127-158, 179-206, 267-298, 299-322 Chatra & Nasrullah 6 – 76
VII.		7) <i>Bagaimana peran Public Relations dalam mengatasi penurunan reputasi?</i>	
VIII.	UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS)		
IX.	Krisis Manajemen dan Krisis Komunikasi: Sebuah Perbandingan	8) <i>Apa perbedaan konsep Krisis Manajemen dengan Krisis Komunikasi?</i>	Referensi Utama: Griffin,A 79 - 106 Chatra & Nasrullah 6 – 76
X.		9) <i>Bagaimana peranan leadership dalam krisis manajemen dan krisis komunikasi?</i>	
XI.	Krisis Komunikasi dan Public Relations	10) <i>Bagaimana Public Relations mengidentifikasi dan mengonseptualisasi krisis komunikasi?</i>	Referensi Utama: Doorley & Garcia 323 – 350 Chatra & Nasrullah 6 – 76
XII.		11) <i>Bagaimana krisis komunikasi mengancam eksistensi institusi?</i>	
XIII.	Manajemen Krisis Public Relations	12) <i>Bagaimana langkah-langkah strategis Public Relations dalam mengatasi kiris?</i>	Referensi Utama: Chatra & Nasrullah 77 – 120 Falkheimer & Mats Heide
XIV.		13) <i>Bagaimana manajemen komunikasi berperan dalam mengatasi krisis?</i>	

XV.	Media Relations untuk menjaga reputasi dan pemulihan krisis	14) <i>Bagaimana peran media dalam menjaga reputasi institusi?</i>	Referensi Utama: Chatra & Nasrullah 157 – 174 Doorley & Garcia 67 – 102, 103 - 126
XVI.	UJIAN AKHIR SEMESTER (UAS)		

6. Penilaian

No.	Komponen Penilaian	Bobot (%)
Penilaian hasil		
1.	UTS	20
2.	UAS	20
3.	Tugas Kelompok	10
4.	Tugas Individual	10
Penilaian proses		
4.	Kemandirian, berpikir kritis dan analitis, kerja dalam tim dan komunikasi lisan (<i>softskill</i>)	20
5.	Integritas, disiplin, kerja keras, santun/etika/memiliki tata nilai, dan percaya diri (karakter)	20
	Total	100

7. Referensi

Anthoissen, P. F. (ed.). 2008. *Crisis communication : practical public relations strategies for reputation management and company survival*. London and Philadelphia: Kogan Page

Chatra, E & R. Nasrullah. 2008. *Public Relations, Strategi Kehumasan dalam Menghadapi Krisis*. Bandung: Maximlis.

Coombs, W. T. & S. J. Holladay. 2010. *The Handbook of Crisis Communication*. Oxford: Wiley-Blackwell

Doorley, J. & H. F. Garcia. 2007. *Reputation Management The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication*. New York: Routledge

Falkheimer, J. & M. Heide. 2009. *Crisis Communication in a New World Reaching Multicultural Publics through Old and New Media*. Nordicom Review 30 (2009) 1, pp. 55-65

Griffin, A. 2008. *New strategies for reputation management : gaining control of issues, crises and corporate social responsibility*. London and Philadelphia: Kogan Page

Griffin, G. 2002. *Reputation Management*. Oxford: Capstone Publishing

Helm, S., K. Liehr-Gobbers, C. Storck (eds.). 2011. *Reputation Management*. Arizona & Duesseldorf: Springer

Iriantara, Y. 2005. *Media Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Wasesa, S.A. & J. Macnamara. 2010. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Gramedia