

# SAP

## MK: Dasar Ilmu Komunikasi Massa

**Jadwal Kuliah:** Senin, jam ke 7-8 (14:00-15:40)

**Deskripsi Perkuliahan:**

Perkuliahan diberikan dalam bentuk ceramah, diskusi, tugas, dan presentasi tugas.

**Tujuan MK/Learning Outcome:** Mahasiswa mengetahui faktor-faktor penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat luas.

**MK ini dibuat supaya mahasiswa memahami teknik berkomunikasi dan mampu berkomunikasi dengan baik dalam masyarakat luas.**

Minggu	Bab	Sub Bab	Kegiatan Mahasiswa
1	Dasar Teori Komunikasi Massa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsep Komunikasi Massa</li> <li>• Lingkungan Media Komunikasi Massa</li> <li>• Peranan Teori</li> <li>• Tujuan Teori Komunikasi Massa</li> <li>• Pengaruh Komunikasi Massa</li> <li>• Perubahan Teori</li> <li>• Empiris vs Kritis</li> </ul>	Memahami dengan baik Teori Komunikasi
2	Metode Ilmiah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imajinasi dalam Ilmu Pengetahuan</li> <li>• Hakikat Kumulatif Sains</li> <li>• Generalisasi Ilmiah terhadap Realita</li> <li>• Hipotesa Ilmiah</li> <li>• Proses Penelitian Ilmiah</li> <li>• Data Empiris</li> <li>• Penalaran dengan Data</li> </ul>	Memahami bagaimana melakukan Metode Ilmiah dengan tepat
3	Model dalam Riset Komunikasi Massa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fungsi Model</li> <li>• Evaluasi Model</li> <li>• Beberapa Model Komunikasi Awal</li> </ul>	Memahami Model dalam Riset Komunikasi Massa
4	Peranan Persepsi dalam Komunikasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengaruh pada Persepsi</li> <li>• Persepsi dan Komunikasi Massa</li> <li>• Proses Selektif yang Lain</li> <li>• Teori Skema</li> <li>• Persepsi Subliminal</li> <li>• Persepsi Gambar</li> <li>• Kompleksitas Pesan</li> </ul>	Memahami Peranan Persepsi dalam Komunikasi
5	Permasalahan dalam Penyandian	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karakteristik Bahasa</li> <li>• Penyalahgunaan Bahasa</li> </ul>	Memahami Permasalahan dalam Penyandian

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiga Macam Pernyataan</li> <li>• Slanting</li> <li>• Penelitian tentang Objektivitas</li> <li>• Implikasi Penyandian</li> </ul>	
<b>6</b>	Analisis Propaganda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arti Propaganda</li> <li>• Propaganda Masa Perang</li> <li>• Pendidikan Propaganda</li> <li>• Efektivitas Alat-alat Propaganda</li> <li>• Teori Peluru</li> </ul>	Memahami tentang Analisis Propaganda
<b>7</b>	Konsistensi Kognitif dan Komunikasi Massa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teori Keseimbangan Heider</li> <li>• Teori Simetri Newcomb</li> <li>• Teori Kongruensi Osgood</li> <li>• Peran Penjaga Gawang Media</li> <li>• Teori Disonansi Kognitif Festinger</li> </ul>	Memahami Konsistensi Kognitif dan Komunikasi Massa
<b>8</b>	Teori Persuasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsep Sikap</li> <li>• Sejarah Riset Perubahan Sikap</li> <li>• Teknik Khusus Perubahan Sikap</li> <li>• Teori Inokulasi</li> <li>• Fungsi Sikap</li> <li>• Sikap dan Perilaku</li> <li>• Pengondisian Sikap Klasik</li> <li>• Model Proses Persuasi</li> </ul>	Memahami Teori Persuasi
<b>9</b>	Tugas dan Presentasi #1		
<b>10</b>	Komunikasi Media Massa dan Antarpribadi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Media Massa dan Perilaku Pemungutan Suara</li> <li>• Peran Masyarakat dalam Pembuatan Keputusan</li> <li>• Kritik pada Alir Dua Langkah</li> <li>• Difusi Inovasi</li> </ul>	Memahami Komunikasi Media Massa dan Antarpribadi
<b>11</b>	Penentuan Agenda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penelitian Chapel Hill</li> <li>• Gagasan Awal Hipotesis</li> <li>• Agenda Media dan Realitas</li> <li>• Penelitian Charlotte</li> <li>• Bukti Eksperimental</li> <li>• Aplikasi Penentuan Agenda</li> </ul>	Memahami Penentuan Agenda
<b>12</b>	Manfaat Media Massa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asal Usul Pendekatan Manfaat dan Gratifikasi</li> <li>• Pendekatan Manfaat dan Gratifikasi dalam Kampanye</li> <li>• Menggolongkan Kebutuhan Individu dan Manfaat Media</li> </ul>	Memahami Manfaat Media Massa

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kritik Teori Manfaat dan Gratifikasi</li> <li>• Teknologi Baru dan Audiens Aktif</li> <li>• Perkembangan Terkini dalam Penelitian Manfaat dan Gratifikasi</li> </ul>	
<b>13</b>	Media Komunikasi di Masyarakat Modern	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empat Teori Pers</li> <li>• Media Surat Kabar sebagai Agen Kekuasaan</li> <li>• Fungsi Media</li> <li>• Nilai dan Ideologi Penopang Masyarakat</li> <li>• Selera Umum dan Tindakan Sosial</li> <li>• Konformisme Sosial</li> <li>• Syarat Keefektifan Media</li> </ul>	Memahami Media Komunikasi di Masyarakat Modern
<b>14</b>	Rantai dan Konglomerasi Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Televisi</li> <li>• Surat Kabar</li> <li>• Sinergi Media</li> <li>• Akibat dari Kepemilikan Media terhadap Isi Media</li> </ul>	Memahami Rantai dan Konglomerasi Media
<b>15</b>	Teori Komunikasi Dunia Maya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsep Dasar dalam Komunikasi Digital</li> <li>• Aplikasi Teori-teori yang Ada untuk Komunikasi Dunia Maya</li> <li>• Teori dan Riset Baru pada Komunikasi Cyber</li> </ul>	Memahami Teori Komunikasi Dunia Maya
<b>16</b>	Tugas dan Presentasi #2		

#### Evaluasi Perkuliahan:

Pembobotan evaluasi perkuliahan adalah sebagai berikut:

1. Tugas dan Presentasi #1 : 20%
2. UTS : 30%
3. Tugas dan Presentasi #2 : 20%
4. UAS : 30%

#### Aturan Perkuliahan:

1. Kuliah ceramah meliputi diskusi dua arah (full duplex). Bersifat STS (**Santai** tapi **Tertib** dan **Sopan**).
2. Mahasiswa **boleh** membawa minuman tapi **tidak boleh** membawa makanan (snack).
3. Mahasiswa diharapkan hadir tepat waktu. Toleransi keterlambatan max. 15 menit. Jika terlambat lebih dari 15 menit, mahasiswa harus memberikan alasan keterlambatan.