



**RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN (RPP)  
PERTEMUAN KE 4-5**

Jurusan/Program Studi : Pendidikan Administrasi / Pendidikan Administrasi  
Perkantoran  
Mata Kuliah : Public Relations  
Kode : ADP232  
SKS : Teori : 1      Praktik : 1  
Semester : 6

I. STANDAR KOMPETENSI

Mampu mengenal sasaran atau publik eksternal dalam aktivitas kehumasan.

II. KOMPETENSI DASAR

Mengidentifikasi dan mendeskripsikan publik eksternal aktivitas kehumasan  
Membandingkan peran masing-masing pihak publik eksternal bagi  
perusahaan/organisasi.

III. INDIKATOR KETERCAPAIAN

1. Mahasiswa dapat menjelaskan berbagai pihak yang memungkinkan menjadi publik eksternal perusahaan: customer, media, masyarakat, pemerintah, dsb.
2. Mahasiswa dapat mendeskripsikan arti penting masing-masing publik eksternal
3. Mahasiswa dapat merumuskan arti pentingnya publik eksternal bagi perusahaan.
4. Mahasiswa dapat membandingkan peran tiap-tiap lembaga (publik eksternal) bagi perusahaan.

IV. MATERI POKOK

1. Customer relations
2. Media relations
3. Government relations
4. Community relations.

V. KEGIATAN PERKULIAHAN

Komponen langkah	Uraian kegiatan	Estimasi waktu
Pendahuluan	Apersepsi: <i>sharing</i> tentang “pentingnya membina hubungan baik dengan publik eksternal”	20’
Penyajian	1. Menyampaikan pokok-pokok pikiran yang berkaitan dengan arti penting publik eksternal bagi	160’



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

FRM/FE/46-00  
20 September 2012

	<p>perusahaan.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>2. Menguraikan pihak-pihak yang termasuk publik eksternal : media, customer, masyarakat lokal, pemerintah, perusahaan lain (kompetitor).</li><li>3. Memberikan kesempatan kepada para mahasiswa untuk melakukan refleksi, pemikiran, tanggapan, dan pertanyaan atas arti penting atau peranan publik eksternal yang sudah disampaikan.</li><li>4. Mendiskusikan langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk membina hubungan baik dengan publik eksternal.</li><li>5. Memberikan penguatan atas segala upaya membina hubungan baik dengan sejumlah pihak publik eksternal.</li></ol>	
Penutup	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Melakukan pengecekan atas kemampuan penangkapan dan penalaran para mahasiswa terhadap materi membina hubungan baik dengan publik eksternal.</li><li>2. Menegaskan ulang komitmen membina hubungan baik dengan publik eksternal, dengan tetap menjunjung tinggi nilai-nilai etika budaya, dan toleransi.</li><li>3. Mendorong para mahasiswa untuk melakukan kajian baik materi yang telah diterima maupun bahan untuk pertemuan selanjutnya.</li></ol>	20'

VI. METODE PEMBELAJARAN  
Ceramah, diskusi

VII. MEDIA  
LCD (Powerpoint)

VIII. SUMBER BAHAN

[suranto@uny.ac.id](mailto:suranto@uny.ac.id)



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

FRM/FE/46-00  
20 September 2012

- a. Scott, C.S; Center, A.H; & Broom, G.M. 2000. *Effective public relations*. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice Hall.
- b. Elvinaro Ardianto & Sholeh Sumirat. 2002. *Dasar-dasar public relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- c. I Gusti Ngurah Putra. 1999. *Manajemen hubungan masyarakat*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya.
- d. Rosady Roslan. 2000. *Manajemen humas dan komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

IX. PENILAIAN

Ujian Tengah Semester:

1. Jelaskan pengertian publik eksternal?
2. Jelaskan bagaimana pentingnya media, customer, masyarakat, dan pemerintah bagi perusahaan
3. Berikan pendapat saudara terhadap berbagai upaya yang perlu dilakukan untuk membina hubungan harmonis dengan customer, masyarakat, media, dan pemerintah.

Mengetahui  
Ketua Program Studi

Yogyakarta, 7 Februari 2014  
Dosen,

Joko Kumoro, M.Si.  
NIP. 19600626 198511 1 001

Dr. Suranto Aw, M.Pd., M.Si.  
NIP.19610306 198702 1 004