



**UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA**  
**FAKULTAS BISNIS DAN HUKUM**  
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**MN11133**

MATAKULIAH	KODE	RUANG	RUMPUN MK	BOBOT (SKS)	SEMESTER	TGL PENYUSUNAN	
Komunikasi Bisnis	EKM32115			T=3	3	20-Aug-25	
OTORISASI	DOSEN PENGEMBANG RPS		KOORDINATOR RMK		KAPRODI		
	Dr. Anggun Anggita Kinasih Sunowo Putri SE.,MM		Dr. Anggun Anggita Kinasih Sunowo Putri SE.,MM		Latifah Putranti, S.E., <u>M.Sc.</u>		
CAPAIAN PEMBELAJARAN	CPL - PRODI						
	CPL-2	Menanamkan nilai humanisme dan jiwa socio-preneurship dalam upaya peningkatan mutu kehidupan dan memajukan peradaban berlandaskan Pancasila. (S2)					
	CPL-5	Menguasai pengetahuan dasar tentang pengembangan karakter yang mencakup etika dan hukum bisnis, nilai-nilai humanisme, penguatan jiwa socio-preneurship, serta kemampuan komunikasi dalam mengelola organisasi. (P3)					
	CPL-6	Memiliki jiwa kepemimpinan yang mampu berpikir visioner, terbuka, komunikatif, kreatif, inovatif, tanggap terhadap perubahan, lintas batas (out of the box), kritis, dan bertindak secara kolaboratif dalam melakukan pendekatan dan penalaran untuk memecahkan masalah berdasarkan bidang ilmu manajemen dengan mempertimbangkan kearifan lokal, komitmen nasional dan wawasan global. (KK1)					
	CPL-7	Memiliki jiwa kewirausahaan yang mampu membaca peluang dengan cepat dan berani mengambil risiko dengan penuh tanggung jawab untuk memberikan manfaat yang optimal berbasis kewirausahaan sosial (socio-preneurship). (KK2)					
	CPL-10	Menerapkan sikap semangat belajar seumur hidup dengan menunjukkan rasa tanggung jawab terhadap pekerjaan secara mandiri maupun kelompok serta dalam proses pengambilan keputusan berdasarkan pemikiran logis, kritis, sistematis, kreatif dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi sesuai dengan bidang ilmu manajemen. (KU2)					
	CPMK - PRODI						
	CPMK-1	Mahasiswa mampu memahami prinsip-prinsip komunikasi bisnis yang etis dan bermakna, serta bagaimana komunikasi dapat memperkuat karakter dan nilai kemanusiaan dalam dunia bisnis.					
	CPMK-2	Mahasiswa mampu menyusun dan menyampaikan pesan bisnis dengan cara yang profesional dan fleksibel.					
	CPMK-3	Mahasiswa mampu menganalisis peran komunikasi dalam penguatan jiwa socio-preneurship dan pengambilan keputusan organisasi yang berkelanjutan.					
	CPMK-4	Mahasiswa mampu menunjukkan kemampuan komunikasi interpersonal yang baik, mendukung kerja sama tim, dan membangun hubungan yang harmonis dalam organisasi multikultural.					
PETA CPL-CPMK	KETERKAITAN CPL DAN CPMK						

		CPL-2	CPL-4	CPL-6	CPL-7	CPL-10	Bobot (%)
	CPMK-1	20,0%	20,0%				40,0%
	CPMK-2			20,0%			20,0%
	CPMK-3				20,00%		20,0%
	CPMK-4					20,0%	20,0%
	<b>TOTAL BOBOT (%)</b>	<b>20,0%</b>	<b>20,0%</b>	<b>20,0%</b>	<b>20,0%</b>	<b>20,0%</b>	<b>100,0%</b>
<b>DESKRIPSI SINGKAT MK</b>	Mata Kuliah ini membahas tentang komunikasi untuk mendukung proses bisnis. Mulai dari konsep dasar komunikasi bisnis, penulisan naskah untuk komunikasi bisnis, sampai dengan presentasi bisnis						
<b>BAHAN KAJIAN: MATERI PEMBELAJARAN</b>	1. Konsep dan Prinsip Dasar Komunikasi Bisnis 2. Strategi Komunikasi Bisnis dan Jenis Komunikasi Bisnis 3. Bentuk Komunikasi Bisnis 4. Teknik Lobi dan Negosiasi Komunikasi Bisnis 5. Media Digital Komunikasi Bisnis 6. Etika Komunikasi Bisnis 7. Komunikasi Interpersonal dan Kelompok 8. Manajemen Komunikasi Bisnis 9. Penulisan Komunikasi Bisnis 10. Presentasi Komunikasi Bisnis						
<b>PUSTAKA</b>	<b>UTAMA</b>						
	1. Suwatno(2019). Komunikasi Bisnis. Jakarta : Salemba Empat 2. Priyatna, S & Elvinaro A. (2008). Komunikasi Bisnis : Tujuh Pilar Strategi Komunikasi . Bandung : Widya Padjajaran						
	<b>PENDUKUNG</b>						
	3. Bovee and Thill. (2003). Communication Business Today. Pearson Education 4. Dan O'Hair, Gustav W. Friedrich, Lynda Dee Dixon. Strategic Communication in Business and the Professions. Edisi Keenam						
<b>DOSEN PENGAMPU</b>	Dr. Anggun Anggita Kinasih Sunowo Putri SE.,MM						
<b>MATAKULIAH SYARAT</b>							
<b>Minggu ke-</b>	<b>CPMK</b>	<b>Indikator Penilaian</b>	<b>Kriteria &amp; Bentuk Penilaian</b>	<b>Metode dan Bentuk Pembejaran</b>	<b>Waktu dan Durasi</b>	<b>Materi Pembelajaran (Pustaka)</b>	<b>Bobot Penilaian(%)</b>
		Mahasiswa memiliki kemampuan untuk menjelaskan pengertian dan fungsi komunikasi bisnis komunikasi internal dalam komunikasi bisnis.	Kriteria: Penjelasan awal kuliah dan penjelasan prinsip dasar komunikasi bisnis. Bentuk: Diskusi Kelas dan Kuis	Ceramah, Diskusi Kelas		Penjelasan prinsip dasar komunikasi bisnis ( Soewarna Bab 1 Priyatna & Elvinaro Bab 2)	3

1 - 4	Mahasiswa mampu memahami prinsip-prinsip komunikasi bisnis yang etis dan bermakna, serta bagaimana komunikasi dapat memperkuat karakter dan nilai kemanusiaan dalam dunia bisnis.	Mahasiswa mampu memiliki kemampuan untuk menjelaskan pengertian komunikasi internal dan eksternal dalam komunikasi bisnis	Kriteria: Menjelaskan strategi komunikasi bisnis dan memahami jenis komunikasi bisnis internal dan eksternal Bentuk: Diskusi Kelas dan Tugas	Ceramah, Diskusi Kelas	4 x 170	1. Strategi Komunikasi Bisnis 2. Komunikasi Bisnis Internal dan Eksternal (Priyatna & Elvinaro Bab 2 & 3)	5
		Mahasiswa mampu menjelaskan pentingnya bahasa dan pesan, komunikasi tertulis, lisan, nonverbal	Kriteria: Mampu mengembangkan konsep bahasa dan pesan dalam komunikasi bisnis Bentuk: Diskusi Kelas dan Tugas	Ceramah, Diskusi Kelas		Bahasa dan Pesan Komunikasi Bisnis (Soewarna Bab 2)	5
		Mahasiswa memiliki kemampuan untuk menjelaskan berbagai bentuk komunikasi bisnis.	Kriteria: Mampu menjelaskan dan mengembangkan bentuk komunikasi bisnis Bentuk: Diskusi Kelas dan Tugas	Ceramah, Diskusi Kelas		Bentuk Komunikasi Bisnis (Priyatna & Elvinaro Bab 4)	5
	Mahasiswa mampu menyusun dan	Mahasiswa mampu menjelaskan peran dan fungsi lobi dan negosiasi dalam komunikasi bisnis.	Kriteria: Mampu mengembangkan teknik lobi dan negosiasi dalam menyelesaikan masalah komunikasi bisnis Bentuk: Diskusi Kelas dan Kuis	Ceramah, Diskusi Kelas		Teknik Lobi dan Negosiasi (Priyatna & Elvinaro Bab 5 Soewarna Bab 8)	5
		Mahasiswa memiliki kemampuan untuk menjelaskan media cyber dan teknologi digital komunikasi bisnis.	Kriteria: Mampu mengembangkan penggunaan media cyber dan teknologi digital dalam komunikasi bisnis Bentuk: Diskusi Kelas dan Tugas	Ceramah, Diskusi Kelas		Media Cyber dan Teknologi Digital Komunikasi Bisnis (Priyatna & Elvinaro Bab 8 Soewarna Bab 10)	5

5 - 8	menyampaikan pesan bisnis dengan cara yang profesional dan fleksibel.	Mahasiswa memiliki kemampuan dalam etika komunikasi bisnis	Kriteria: Mampu menjelaskan konsep etika komunikasi bisnis Bentuk: Diskusi Kelas dan Tugas	Ceramah, Diskusi Kelas	4 x 170	Etika Komunikasi Bisnis	5
		Mahasiswa memiliki kemampuan menjelaskan materi dari pertemuan 1-7	Kriteria: Mampu menjelaskan setiap konsep-konsep dan penerapan komunikasi bisnis Bentuk: Assesment	Studi Kasus, Tugas dan Presentasi		Assesment Pertemuan 1-7	10
9 - 12	Mahasiswa mampu menganalisis peran komunikasi dalam penguatan jiwa socio-preneurship dan pengambilan keputusan organisasi yang berkelanjutan.	Mahasiswa mampu memiliki keahlian dalam melakukan komunikasi tatap muka/komunikasi interpersonal dan komunikasi kelompok dalam bisnis	Kriteria : Mampu menganalisa kemampuan yang dibutuhkan dalam komunikasi interpersonal untuk mendukung bisnis. Bentuk: Diskusi Kelas dan Tugas Kelompok	Diskusi Kelas, Tugas dan Presentasi	4 x 170	Kegiatan Komunikasi Tatap Muka (interpersonal komunikasi) dan Komunikasi Kelompok (Soewarna Bab 7 Bovee & Thill Bab 2-3)	6
		Mahasiswa mampu memiliki keahlian komunikasi massa untuk diimplementasikan dalam kegiatan bisnis.	Kriteria: Mampu menyusun penulisan komunikasi dengan ranah publik untuk mendukung komunikasi bisnis Bentuk: Diskusi Kelas dan Tugas Kelompok	Diskusi Kelas, Tugas dan Presentasi		Komunikasi Massa dalam Komunikasi Bisnis (Priyatna & Elvinaro)	6
		Mahasiswa mampu memiliki keahlian dalam membentuk komunikasi dengan komunitas di sekitar lingkungan bisnis	Kriteria : Mampu mengembangkan konsep komunikasi dengan komunitas di sekitar lingkungan bisnis. Bentuk : Diskusi Kelas dan Tugas Kelompok	Diskusi Kelas, Tugas dan Presentasi		Komunikasi Komunitas (Bovee&Thil I)	6
		Mahasiswa mampu memiliki kemampuan dalam manajemen komunikasi bisnis	Kriteria: Mampu mengembangkan manajemen komunikasi bisnis Bentuk: Diskusi Kelas dan Tugas Kelompok	Ceramah, Diskusi Kelas		Manajemen Komunikasi Bisnis (Priyatna & Elvinaro Bab 7 O'Hair, Friedrich, Dixon Bab 6	6

13 - 16	Mahasiswa mampu menunjukkan kemampuan komunikasi interpersonal yang baik, mendukung kerja sama tim, dan membangun hubungan yang harmonis dalam organisasi multikultural.	Mahasiswa mampu memiliki kemampuan penulisan bisnis	Kriteria: Mampu mengembangkan konsep penulisan komunikasi bisnis Bentuk: Diskusi Kelas dan Tugas Kelompok	Diskusi Kelas, Tugas dan Presentasi	4 x 170	Konsep Penulisan Komunikasi Bisnis	6
		Mahasiswa mampu memiliki kemampuan Penulisan Laporan, Proposal Bisnis, Surat dan Memo	Kriteria: Mampu membuat laporan, proposal, surat, dan memo. Bentuk: Diskusi Kelas dan Tugas	Latihan mandiri dan pembahasan		Penulisan Laporan, Proposal Bisnis, Surat dan Memo (Soewarna Bab 4 Bovee & Thill bab 5)	6
		Mahasiswa mampu membuat materi presentasi dan mempresentasikan dalam rangka komunikasi bisnis	Kriteria : Mampu mengembangkan konsep presentasi bisnis yang baik Bentuk : Diskusi Kelas dan Kuis	Diskusi Kelas, Tugas dan Presentasi		Keterampilan Presentasi Bisnis (Soewarna Bab 5 Bovee & Thill Bab 16)	6
		Mahasiswa mampu menuliskan beberapa penulisan bisnis sesuai dengan situasi yang diberikan	Kriteria: Mampu mengembangkan konsep penulisan bisnis yang benar Bentuk: Ujian	Ujian Akhir Semester		Ujian Akhir Semester	15
TOTAL BOBOT MK							100
RENCANA ASESSMEN DAN EVALUASI (RAE)							
Minggu ke-	CPMK	Bentuk Asessmen (Penilaian)	Bobot (%)				
1 - 4	Mahasiswa mampu memahami prinsip-prinsip komunikasi bisnis yang etis dan bermakna, serta bagaimana komunikasi dapat memperkuat karakter dan nilai kemanusiaan dalam dunia bisnis.	Diskusi kelas dan Kuis	5				
		Diskusi kelas dan Tugas	5				
		Diskusi Kelas dan Tugas	5				
		Diskusi Kelas dan Kuis	5				
	Mahasiswa mampu menyusun dan	Diskusi Kelas dan Kuis	5				
		Diskusi Kelas dan Tugas	5				

5 - 8	menyampaikan pesan bisnis dengan cara yang profesional dan fleksibel.	Diskusi Kelas dan Tugas	5				
		Assesment Tengah Semester	10				
9 - 12	Mahasiswa mampu menganalisis peran komunikasi dalam penguatan jiwa socio-preneurship dan pengambilan keputusan organisasi yang berkelanjutan.	Diskusi Kelas, Tugas Kelompok dan Presenstasi	6				
		Diskusi Kelas, Tugas Kelompok dan Presenstasi	6				
		Diskusi Kelas, Tugas Kelompok dan Presenstasi	6				
		Diskusi Kelas, Tugas Kelompok dan Presenstasi	6				
13 - 16	Mahasiswa mampu menunjukkan kemampuan komunikasi interpersonal yang baik, mendukung kerja sama tim, dan membangun hubungan yang harmonis dalam organisasi multikultural.	Diskusi Kelas, Tugas Kelompok dan Presenstasi	6				
		Diskusi Kelas dan Tugas	5				
		Diskusi Kelas dan Kuis	5				
		Ujian Akhir Semester	15				
TOTAL BOBOT			100				
INDIKATOR PENCAPAIAN CPL PADA MATAKULIAH							
CPL	CPMK	Minggu ke-	Bentuk Asessmen	Bobot (%)			
CPL-1	CPMK-1	1 - 4	Kuis 1	5			
			Tugas 1	5			
			Tugas 2	5			
			Tugas 3	5			
			Kuis 2	5			

CPL-4	CPMK-2	5 - 8	Tugas 4	5			
			Tugas 5	5			
			Assesment Tengah Semeste	10			
CPL-10	CPMK-3	9 - 12	Tugas Kelompok 1	6			
			Tugas Kelompok 2	6			
			Tugas Kelompok 3	6			
			Tugas Kelompok 4	6			
CPL-8	CPMK-4	13 - 16	Tugas Kelompok 5	6			
			Tugas 6	5			
			Kuis 3	5			
			UAS	15			
<b>TOTAL BOBOT</b>				<b>100</b>			