



**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUMANIORA DAN BISNIS**

SPT-I/XXX/XXX

Issue/Revisi : A0/R3

Mata Kuliah	: Produksi Media Hubungan Masyarakat	Tanggal	: 1 Juni 2023
Kode MK	: KOM512	Rumpun MK	: MKP
Bobot (sks)	T (Teori) : 2 P (Praktik/Praktikum) : 2	Semester	: 6
Dosen Pengembang RPS, 	Koordinator Keilmuan, 	Kepala Program Studi, 	Dekan 
Reni Dyanasari, S.I.Kom., M.Si	Fathiya Nur Rahmi, S.I.Kom., M.I.Kom.	Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom.	Dra. Clara Evi C. Citraningtyas, M.A., Ph.D.

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Capaian Pembelajaran (CP)	CPL – PRODI yang dibebankan pada MK	
	23-KOM-CPL-03	Menampilkan sikap mandiri, bertanggungjawab sesuai nilai, norma, dan etika akademik kajian Ilmu Komunikasi dan berjiwa kewirausahaan
	23-KOM-CPL-06	Membentuk kemampuan berpikir tingkat tinggi (High Order Thinking Skill) seperti komunikasi, kolaborasi, berpikir kritis, dan kreatif dalam menghadapi era industri dan perkembangannya di luar program studi melalui program MBKM
	23-KOM-CPL-09	Memadukan proses dokumentasi dan pengolahan data, satu bahasa asing, serta evaluasi diri terhadap kelompok kerja.
	23-KOM-CPL-12	Membuktikan keterampilan komunikasi yang mendasar yaitu public speaking dan produksi multimedia
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	
	23-KOM-CPMK-033	Mampu mendemonstrasikan secara individual maupun kelompok kemampuan wirausaha di bidang komunikasi dengan bertanggung jawab.
23-KOM-CPMK-061	Mampu menerangkan konsep dan teori di bidang komunikasi pada era industri kreatif secara kritis	

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

	23-KOM-CPMK-092	Mampu mengkreasikan produk komunikasi atau laporan kerja berdasarkan hasil pengolahan data dan kajian literatur di bidang komunikasi.		
	23-KOM-CPMK-121	Mampu memproduksi program dan karya komunikasi berbasis data secara kolaboratif dan adaptif terhadap disrupsi digital dalam konteks Multimedia Journalism dan Public Relations.		
	Kemampuan Akhir Tiap Tahap Belajar (Sub-CPMK)			
	23-KOM-SCPMK-0333	Mahasiswa mampu menjelaskan tentang pentingnya kampanye dalam kegiatan PR dan hal apa yang perlu dipersiapkan pada awal kampanye humas, hal tersebut terkait dengan keutuhan kampanye pada sebuah organisasi, termasuk organisasi orientasi profit.		
	23-KOM-SCPMK-0629	Mahasiswa mampu menggambarkan hasil rancangan kampanye secara sistematis dan jelas sesuai format yang telah disepakati.		
	23-KOM-SCPMK-0924	Mahasiswa mampu menyusun perencanaan kampanye PR yang terukur dan memastikan kesesuaian alat ukur dalam setiap program PR.		
	23-KOM-SCPMK-1211	Mahasiswa mampu membuat media komunikasi yang dibutuhkan untuk melaksanakan kampanye PR, baik tertulis, visual dan audio visual, unntuk selanjutnya hasil tersebut di pameran pada sebuah eksebisi.		
	Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK			
		23-KOM-SCPMK-0333	23-KOM-SCPMK-0629	23-KOM-SCPMK-0924
23-CPMK-KOM-033	√			
23-CPMK-KOM-061		√		
23-CPMK-KOM-092			√	
23-CPMK-KOM-121				√

Kode CPL	Kode CPMK	Kode Sub CPMK	Indikator	Metode Penilaian	Bobot
23-KOM-CPL-03	23-CPMK-KOM-033	23-KOM-SCPMK-0333	Ketepatan dalam menjelaskan tentang pentingnya kampanye dalam kegiatan PR dan hal apa yang perlu dipersiapkan pada awal kampanye humas, hal tersebut terkait dengan keutuhan kampanye pada sebuah organisasi, termasuk organisasi orientasi profit.	Partisipasi (keaktifan diskusi)	10

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

23-KOM-CPL-06	23-CPMK-KOM-061	23-KOM-SCPMK-0629	Ketepatan dalam menggambarkan hasil rancangan kampanye secara sistematis dan jelas sesuai format yang telah disepakati.	Tes (tertulis), Observasi (Proyek)	30
23-KOM-CPL-09	23-CPMK-KOM-092	23-KOM-SCPMK-0924	Ketepatan dalam menyusun perencanaan kampanye PR yang terukur dan memastikan kesesuaian alat ukur dalam setiap program PR.	Observasi (Proyek)	20
23-KOM-CPL-12	23-CPMK-KOM-121	23-KOM-SCPMK-1211	Ketepatan dalam membuat media komunikasi yang dibutuhkan untuk melaksanakan kampanye PR, baik tertulis, visual dan audio visual, untuk selanjutnya hasil tersebut di pamerkan pada sebuah eksebis.	Observasi (Proyek)	40

Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini membahas proses perencanaan produksi media kehumasan sesuai kebutuhan organisasi dengan memanfaatkan berbagai media, baik media konvensional maupun media baru. Secara spesifik mahasiswa akan diminta merancang sebuah kampanye humas dengan melihat kebutuhan dari sebuah organisasi yang ada di Indonesia. Perencanaan kampanye yang dibuat harus jelas dan terukur. Setelah perencanaan dirumuskan, mahasiswa diminta membuat berbagai media untuk mengkomunikasikan kampanye tersebut dalam bentuk tulisan, audio, visual dan audio visual. Berbagai media komunikasi yang telah dibuat akan dipamerkan pada eksebis di akhir semester	
Bahan Kajian : Materi Pembelajaran/Pokok Bahasan	Critical Thinking & Creative Strategy, Hubungan Masyarakat, Produksi Media dan Komunikasi Digital	
Pustaka	Utama	Wilcox, Denis L, (2016) Public Relations Writing and Media Technique, 8 th Edition
	Pendukung	Kim, Carolyn Mae (2021) Social Media Campaigns, Strategies for Public Relations ad Marketing 2 nd Edition
Media Pembelajaran	Perangkat Lunak:	Perangkat Keras:
	Microsoft Office Adobe Canva Collabor	LCD Projector Laptop
Dosen Pengampu	Reni Dyanasari, M.Si	
Mata Kuliah Prasyarat	-	

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Indikator, Kriteria, dan Bobot Penilaian	SCPMK	Penilaian dan Bobot					Total Bobot Penilaian
		Tugas 1 Partisipasi (keaktifan diskusi)	Tugas 2 Unjuk kerja (presentasi)	UTS Tes (tertulis)	Tugas 3 Observasi (Proyek)	Tugas 4 Observasi (Proyek)	
	23-SCPMK-KOM-0115	10					10
	23-SCPMK-KOM-0522			20			20
	23-SCPMK-KOM-0911		10				10
	23-SCPMK-KOM-1221				20	20	20
Total per penilaian							100%

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Luring (5)	Daring (6)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	
1	Mahasiswa mampu memahami tentang pentingnya kampanye dalam kegiatan PR dan hal apa yang perlu dipersiapkan pada awal kampanye humas, hal tersebut terkait dengan keutuhan kampanye pada sebuah organisasi, termasuk organisasi orientasi profit (C2)	Ketepatan dalam memahami konsep-konsep kampanye hubungan masyarakat (humas) dan pentingnya perencanaan dalam kegiatan kampanye hubungan masyarakat (humas)	Bentuk Penilaian: Diskusi Kriteria: Mahasiswa mampu aktif dalam diskusi	TM : 4x50" BT : 4x60" BM : 4x60" Diskusi: Mahasiswa berdiskusi terkait kampanye humas yang pernah dilakukan oleh sebuah perusahaan, dan melihat kelebihan dan kekurangan dari kampanye tersebut		Perencanaan yang dilakukan seorang humas unntuk membuat kampanye Wilcox, Dennis L (2016)	2

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Luring (5)	Daring (6)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	
2	Mahasiswa mampu memahami tentang pentingnya kampanye dalam kegiatan PR dan hal apa yang perlu dipersiapkan pada awal kampanye humas, hal tersebut terkait dengan keutuhan kampanye pada sebuah organisasi, termasuk organisasi orientasi profit (C2)	Ketepatan dalam memahami konsep-konsep pengukuran sebuah kampanye humas	Bentuk Penilaian: Diskusi Kriteria: Mahasiswa mampu aktif dalam diskusi	TM : 4x50" BT : 4x60" BM : 4x60" Diskusi: Mahasiswa berdiskusi terkait indikator pengukuran sebuah kampanye humas		Pegukuran kampanye humas Wilcox, Dennis L (2016) Kim, Carolyn Mae (2021)	2
3	Mahasiswa mampu memahami tentang pentingnya kampanye dalam kegiatan PR dan hal apa yang perlu dipersiapkan pada awal kampanye humas, hal tersebut terkait dengan keutuhan kampanye pada sebuah organisasi, termasuk organisasi orientasi profit (C2)	Ketepatan dalam memahami konsep pentingnya hukum dalam menjalankan kegiatan humas	Bentuk Penilaian: Diskusi Kriteria: Mahasiswa mampu aktif dalam diskusi	TM : 4x50" BT : 4x60" BM : 4x60" Diskusi: Mahasiswa berdiskusi terkait hal yang penting untuk diperhatikan humas agar terhidar dari masalah hukum		Mempersiapkan konten yang bernilai berita Wilcox, Dennis L (2016)	2
4	Mahasiswa mampu menggambarkan hasil rancangan kampanye secara sistematis dan jelas sesuai format yang telah disepakati (C2)	Ketepatan dalam memahami pentingnya pemaparan kepada pihak terkait mengenai rancangan kampanye humas yang akan dilaksanakan menggunakan proses yang jelas	Bentuk Penilaian: Presentasi Kriteria: Mahasiswa mampu mempresentasikan project	TM : 4x50" BT : 4x60" BM : 4x60" Unjuk kerja: Mahasiswa mempresentasikan rancangan kampanye yang akan dibuat		Presentasi rancangan kampanye humas Wilcox, Dennis L (2016)	10
5	Mahasiswa mampu memahami dan membuat media komunikasi yang dibutuhkan untuk melaksanakan kampanye PR, baik tertulis, visual dan audio visual, untuk selanjutnya	Ketepatan dalam memahami dan memproduksi sebuah website atau blog yang	Bentuk Penilaian: Tugas Kriteria: Mahasiswa mampu mengerjakan	TM : 4x50" BT : 4x60" BM : 4x60"		Website dan Blog Wilcox, Dennis L (2016)	3

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Luring (5)	Daring (6)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	
	hasil tersebut di pameran pada sebuah eksebis (C6)	akan menjadi pusat informasi untuk sebuah kampanye	tugas secara lengkap dan menyeluruh	Tugas: Mahasiswa membuat blog untuk menyampaikan seluruh informasi kampanye			
6	Mahasiswa mampu memahami dan membuat media komunikasi yang dibutuhkan untuk melaksanakan kampanye PR, baik tertulis, visual dan audio visual, untuk selanjutnya hasil tersebut di pameran pada sebuah eksebis (C6)	Ketepatan dalam memahami dan memproduksi podcast sebagai media komunikasi kampanye	Bentuk Penilaian: Tugas Kriteria: Mahasiswa mampu mengerjakan tugas secara lengkap dan menyeluruh		TM : 4x50" BT : 4x60" BM : 4x60" Tugas: Mahasiswa membuat podcast berisi diskusi mengenai kampanye	Podcast Wilcox, Dennis L (2016)	3
7	Mahasiswa mampu menghasilkan rancangan kampanye mempresentasikan hasil rancangan kampanye secara sistematis dan jelas sesuai format yang telah disepakati (C6)	Ketepatan dalam memahami dan memproduksi media komunikasi kampanye humas	Bentuk Penilaian: Kriteria: Mahasiswa mampu aktif dalam diskusi	TM : 4x50" BT : 4x60" BM : 4x60" Diskusi: mengenai media komunikasi yang sudah dibuat dan revisi final rancangan kampanye			1
8	Evaluasi Tengah Semester : Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya (20) Mahasiswa mampu menyusun perencanaan kampanye PR yang terukur dan memastikan kesesuaian alat ukur dalam setiap program PR (C2)						
9	Mahasiswa mampu memahami dan membuat media komunikasi yang dibutuhkan untuk melaksanakan kampanye PR, baik tertulis, visual dan audio visual, untuk selanjutnya hasil tersebut di pameran pada sebuah eksebis (C6)	Ketepatan dalam memahami dan memproduksi konten dan pengelolaan media sosial untuk kebutuhan kampanye humas	Bentuk Penilaian: Tugas Kriteria: Mahasiswa mampu mengerjakan tugas secara lengkap dan menyeluruh	TM : 4x50" BT : 4x60" BM : 4x60" Tugas: Mahasiswa membuat perencanaan konten media sosial dan draft beberapa		Social Media, Mobile Apps Wilcox, Dennis L (2016) Kim, Carolyn Mae (2021)	3

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Luring (5)	Daring (6)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	
				konten yang akan dipublikasikan			
10	Mahasiswa mampu memahami dan membuat media komunikasi yang dibutuhkan untuk melaksanakan kampanye PR, baik tertulis, visual dan audio visual, untuk selanjutnya hasil tersebut di pameran pada sebuah eksebis (C6)	Ketepatan dalam memahami dan memproduksi newsletter untuk kebutuhan kampanye humas	Bentuk Penilaian: Tugas Kriteria: Mahasiswa mampu mengerjakan tugas secara lengkap dan menyeluruh	TM : 4x50" BT : 4x60" BM : 4x60" Tugas: Mahasiswa membuat desain dan konten newsletter		Intranets & Newsletter Wilcox, Dennis L (2016)	2
11	Mahasiswa mampu memahami dan membuat media komunikasi yang dibutuhkan untuk melaksanakan kampanye PR, baik tertulis, visual dan audio visual, untuk selanjutnya hasil tersebut di pameran pada sebuah eksebis (C6)	Ketepatan dalam memahami memahami dan memproduksi brosur untuk kebutuhan kampanye humas	Bentuk Penilaian: Tugas Kriteria: Mahasiswa mampu mengerjakan tugas secara lengkap dan menyeluruh	TM : 4x50" BT : 4x60" BM : 4x60" Tugas: Mahasiswa membuat desain dan konten brosur		Brosur Wilcox, Dennis L (2016)	3
12	Mahasiswa mampu memahami dan membuat media komunikasi yang dibutuhkan untuk melaksanakan kampanye PR, baik tertulis, visual dan audio visual, untuk selanjutnya hasil tersebut di pameran pada sebuah eksebis (C6)	Ketepatan dalam memahami memahami dan memproduksi advertising untuk kebutuhan kampanye humas	Bentuk Penilaian: Tugas Kriteria: Mahasiswa mampu mengerjakan tugas secara lengkap dan menyeluruh	TM : 4x50" BT : 4x60" BM : 4x60" Tugas: Mahasiswa membuat desain iklan digital dan non digital		Advertising Wilcox, Dennis L (2016)	3
13	Mahasiswa mampu memahami dan membuat media komunikasi yang dibutuhkan untuk melaksanakan kampanye PR, baik tertulis, visual dan audio visual, untuk selanjutnya hasil tersebut di pameran pada sebuah eksebis (C6)	Ketepatan dalam memahami dan memproduksi video public service announcement (PSA)	Bentuk Penilaian: Diskusi Kriteria: Mahasiswa mampu mengerjakan tugas secara lengkap dan menyeluruh		TM : 4x50" BT : 4x60" Tugas: Mahasiswa membuat video PSA	Public Service Announcemet (PSA) Wilcox, Dennis L (2016)	5
14	Mahasiswa mampu memahami dan membuat media komunikasi yang	Ketepatan dalam memahami dan	Bentuk Penilaian: diskusi	TM : 4x50" BT : 4x60"		Wilcox, Dennis L (2016)	1

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Luring (5)	Daring (6)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	
	dibutuhkan untuk melaksanakan kampanye PR, baik tertulis, visual dan audio visual, untuk selanjutnya hasil tersebut di pameran pada sebuah eksebsi (C6)	memproduksi media komunikasi untuk kebutuhan kampanye humas	Kriteria: Mahasiswa mampu aktif dalam diskusi	BM : 4x60" Diskusi mengenai media komunikasi yang sudah dibuat dan revisi final rancangan kampanye			
15	Mahasiswa mampu memahami dan membuat media komunikasi yang dibutuhkan untuk melaksanakan kampanye PR, baik tertulis, visual dan audio visual, untuk selanjutnya hasil tersebut di pameran pada sebuah eksebsi (C6)	Ketepatan dalam membuat eksebsi media komunikasi kampanye humas	Bentuk Penilaian: Presentasi & Asistensi Kriteria: Mahasiswa mampu mempresentasikan karya akhir degan baik	TM : 4x50" BT : 4x60" BM : 4x60" Projek: Mahasiswa membuat eksebsi rancanagan karya akhir		Wilcox, Dennis L (2016)	20
16	Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa (20) Mahasiswa mampu membuat media komunikasi yang dibutuhkan untuk melaksanakan kampanye PR, baik tertulis, visual dan audio visual, untuk selanjutnya hasil tersebut di pameran pada sebuah eksebsi (C6)						