



**Universitas Negeri Surabaya  
Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum  
Program Studi S1 Ilmu Komunikasi**

Kode  
Dokumen

## RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

<b>MATA KULIAH (MK)</b>	<b>KODE</b>	<b>Rumpun MK</b>	<b>BOBOT (sks)</b>	<b>SEMESTER</b>	<b>Tgl Penyesuaian</b>																																																																													
Pengantar Humas	7020103058	Mata Kuliah Wajib Program Studi	T=3 P=0 ECTS=4.77	2	17 November 2024																																																																													
<b>OTORISASI</b>	<b>Pengembang RPS</b>		<b>Koordinator RMK</b>		<b>Koordinator Program Studi</b>																																																																													
	Mutiah, M.I.Kom		Mutiah, M.I.Kom		Dr. Anam Miftakhul Huda, S.Kom., M.I.Kom.																																																																													
<b>Model Pembelajaran</b>	Case Study																																																																																	
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	<b>CPL-PRODI yang dibebankan pada MK</b>																																																																																	
	<b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b>																																																																																	
	<b>CPMK - 1</b>	Mahasiswa mampu menganalisis kerja pranata humas profesional																																																																																
	<b>CPMK - 2</b>	Mahasiswa mampu menerapkan pengetahuan kehumasan dalam pemecahan masalah dan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi serta komunikasi																																																																																
	<b>Matrik CPL - CPMK</b>																																																																																	
		<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr><td style="text-align: center;">CPMK</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">CPMK-1</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">CPMK-2</td></tr> </table>				CPMK	CPMK-1	CPMK-2																																																																										
CPMK																																																																																		
CPMK-1																																																																																		
CPMK-2																																																																																		
	<b>Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)</b>																																																																																	
		<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <th rowspan="2">CPMK</th> <th colspan="16">Minggu Ke</th> </tr> <tr> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th><th>13</th><th>14</th><th>15</th><th>16</th> </tr> <tr> <td>CPMK-1</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-2</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>														CPMK	Minggu Ke																1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	CPMK-1																	CPMK-2																
CPMK	Minggu Ke																																																																																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																																																																		
CPMK-1																																																																																		
CPMK-2																																																																																		
<b>Deskripsi Singkat MK</b>	Matakuliah ini mengkaji definisi dan ruang lingkup humas, tugas dan fungsi humas, pemangku kepentingan, ragam produk humas, organisasi humas, media relations, reputasi perusahaan, budaya perusahaan, humas dan media sosial, etika PR. Pembelajaran dilakukan satu semester dengan menggunakan metode ceramah, diskusi, presentasi, dan simulasi. Penilaian dilakukan melalui tes tulis dan kinerja.																																																																																	
<b>Pustaka</b>	<b>Utama :</b>																																																																																	
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lattimore, dkk. 2010. Public Relations: Profesi &amp; Praktik ed. 3 . Jakarta: Salemba Humanika</li> <li>2. Cutlip, Scott M., Allen H. Center &amp; Glen M. Broom. 2009. Effective Public Relations Ed.9 . Jakarta: Kencana Prenada Media</li> <li>3. Soemirat, Soleh &amp; Elvinaro Ardianto. 2010. Dasar-dasar Public Relations . Bandung: Rosda Karya</li> <li>4. Suhandang, Kustadi. 2004. Public Relations Perusahaan . Bandung: Penerbit Nuansa</li> </ol>																																																																																	
	<b>Pendukung :</b>																																																																																	
<b>Dosen Pengampu</b>	Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A. Tsuroyya, S.S., M.A. Puspita Sari Sukardani, S.T., M.Med.Kom. Mutiah, S.Sos., M.I.Kom. Tatak Setiadi, M.A.																																																																																	
<b>Mg Ke-</b>	<b>Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)</b>	<b>Penilaian</b>		<b>Bantuan Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [ Estimasi Waktu ]</b>		<b>Materi Pembelajaran [ Pustaka ]</b>	<b>Bobot Penilaian (%)</b>																																																																											
		<b>Indikator</b>	<b>Kriteria &amp; Bentuk</b>	<b>Luring (offline)</b>	<b>Daring (online)</b>																																																																													
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)																																																																											

1	Mahasiswa mampu memahami konsep dasar kehumasan (public relations)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjelaskan ruang lingkup dan pengertian PR</li> <li>2. Membedakan PR dengan marketing, advertising, dan publikasi</li> <li>3. Menjelaskan sejarah perkembangan PR</li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b> Dapat memahami konsep dasar kehumasan</p> <p><b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif</p>	Kuliah mimbar, Tanya jawab, Diskusi 3 X 50		<p><b>Materi:</b> Dasar PR</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Soemirat, Soleh &amp; Elvinaro Ardianto. 2010. Dasar-dasar Public Relations . Bandung: Rosda Karya</i></p>	2%
2	Mahasiswa memahami peran, tugas & fungsi PR dalam organisasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjelaskan peran PR dalam organisasi</li> <li>2. Mengidentifikasi fungsi manajerial &amp; staf PR</li> <li>3. Menjelaskan kelebihan dan kekurangan departemen internal VS departemen eksternal PR</li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b> Dapat memahami peran, tugas &amp; fungsi PR dalam organisasi</p> <p><b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif</p>	Kuliah mimbar. Tanya jawab. Diskusi 3 X 50		<p><b>Materi:</b> Peran PR dalam organisasi</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Soemirat, Soleh &amp; Elvinaro Ardianto. 2010. Dasar-dasar Public Relations . Bandung: Rosda Karya</i></p>	2%
3	Mahasiswa mengenali dan mengidentifikasi permasalahan PR	Mengidentifikasi permasalahan PR dan membedakan dengan permasalahan lain	<p><b>Kriteria:</b> Lembar penilaian</p> <p><b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif</p>	- Presentasi - Tanya jawab - Diskusi 3 X 50		<p><b>Materi:</b> Isu dalam PR</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Cutlip, Scott M., Allen H. Center &amp; Glen M. Broom. 2009. Effective Public Relations Ed.9 . Jakarta: Kencana Prenada Media</i></p>	3%
4	Mahasiswa mampu memahami konsep publik	Menjelaskan konsep public Mengidentifikasi publik internal dan eksternal Menjelaskan pentingnya menjaga hubungan dengan publik	<p><b>Kriteria:</b> Dapat memahami konsep publik</p> <p><b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif</p>	- Ceramah - Tanya jawab - Diskusi 3 X 50		<p><b>Materi:</b> Publik</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Cutlip, Scott M., Allen H. Center &amp; Glen M. Broom. 2009. Effective Public Relations Ed.9 . Jakarta: Kencana Prenada Media</i></p>	2%
5	Mahasiswa mampu memahami mekanisme PR tools atau perangkat PR	- Mengidentifikasi PR tools - Media internal dan media eksternal - Karakteristik media PR	<p><b>Kriteria:</b> Dapat memahami dan menjelaskan mekanisme PR tools</p> <p><b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif</p>	- Presentasi - Tanya jawab - Diskusi 3 X 50		<p><b>Materi:</b> Kerja-kerja PR</p> <p><b>Pustaka:</b> <i>Lattimore, dkk. 2010. Public Relations: Profesi &amp; Praktik ed. 3 . Jakarta: Salemba Humanika</i></p>	0%

6	Mahasiswa memahami konsep dan teori media relations	- mengidentifikasi peluang dan ancaman media massa - menjelaskan pentingnya menjaga hubungan baik dengan media - menyusun perencanaan press conference	<b>Kriteria:</b> Dapat memahami dan menjelaskan teori serta implementasi praktik dalam aktivitas PR	- Presentasi - tanya jawab - diskusi 3 X 50		<b>Materi:</b> Teori PR <b>Pustaka:</b> <i>Lattimore, dkk. 2010. Public Relations: Profesi &amp; Praktik ed. 3. Jakarta: Salemba Humanika</i>	3%
7	Mahasiswa mampu membuat press release sederhana	- membuat kerangka tulisan - melakukan wawancara narasumber - membuat press conference	<b>Kriteria:</b> Dapat menerapkan pengetahuan teoritis tentang PR dalam penulisan press release <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif	- Ceramah - Tanya jawab - Penugasan lapangan 3 X 50		<b>Materi:</b> Press release <b>Pustaka:</b> <i>Cutlip, Scott M., Allen H. Center &amp; Glen M. Broom. 2009. Effective Public Relations Ed.9 . Jakarta: Kencana Prenada Media</i>	5%
8	Menguasai kemampuan akhir pertemuan 1-7	Menjelaskan, mengidentifikasi dan membuat konsep dasar humas	<b>Kriteria:</b> Lembar penilaian, nilai maksimal 100 <b>Bentuk Penilaian :</b> Tes	Tes 3 X 50		<b>Materi:</b> teori PR <b>Pustaka:</b> <i>Soemirat, Soleh &amp; Elvinaro Ardianto. 2010. Dasar-dasar Public Relations . Bandung: Rosda Karya</i>	24%
9	Mahasiswa memahami konsep pencitraan dan reputasi perusahaan	- mendefinisikan pencitraan - menjelaskan kegiatan-kegiatan pencitraan - menguraikan cara membangun citra perusahaan	<b>Kriteria:</b> Dapat menganalisis reputasi PR <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif	- ceramah - presentasi 3 X 50		<b>Materi:</b> Reputasi <b>Pustaka:</b> <i>Cutlip, Scott M., Allen H. Center &amp; Glen M. Broom. 2009. Effective Public Relations Ed.9 . Jakarta: Kencana Prenada Media</i>	2%
10		Mahasiswa mampu menganalisis isu PR dalam organisasi	<b>Kriteria:</b> Mahasiswa menerapkan pengetahuan tentang teori PR untuk menganalisis isu <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif	Presentasi, Diskusi		<b>Materi:</b> Isu <b>Pustaka:</b> <i>Suhandang, Kustadi. 2004. Public Relations Perusahaan . Bandung: Penerbit Nuansa</i>	0%
11	Mahasiswa memahami manajemen krisis dalam PR	Mampu menganalisis krisis dalam organisasi	<b>Kriteria:</b> Mengimplementasikan teori PR untuk melihat krisis dalam organisasi <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif	Presentasi, diskusi		<b>Materi:</b> Krisis <b>Pustaka:</b> <i>Suhandang, Kustadi. 2004. Public Relations Perusahaan . Bandung: Penerbit Nuansa</i>	3%

12		Mampu mendesain proposal penganggulanagn krisis PR dalam organisasi	<b>Kriteria:</b> Menyelesaikan proposal, nilai maksimal 100  <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif	Project, diskusi		<b>Materi:</b> Krisis PR <b>Pustaka:</b> <i>Suhandang, Kustadi. 2004. Public Relations Perusahaan . Bandung: Penerbit Nuansa</i>	7%
13	Mahasiwa mendesain penyelesaian krisis dalam organisasi	Mampu mempresentasikan solusi penyelesaian krisis PR secara sistematis	<b>Kriteria:</b> Menyelesaikan project, nilai maksimal 100  <b>Bentuk Penilaian :</b> Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Project, Diskusi		<b>Materi:</b> Krisis PR <b>Pustaka:</b> <i>Suhandang, Kustadi. 2004. Public Relations Perusahaan . Bandung: Penerbit Nuansa</i>	10%
14	Mahasiwa memahami kode etik profesi PR	Mampu menjelaskan kode etik profesi PR	<b>Kriteria:</b> Dapat menjawab soal tulis, nilai maksimal 100  <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif	ceramah, diskusi		<b>Materi:</b> Kode etik PR <b>Pustaka:</b> <i>Suhandang, Kustadi. 2004. Public Relations Perusahaan . Bandung: Penerbit Nuansa</i>	2%
15	Mahasiwa memahami aturan hukum terkait profesi PR	Memahami aturan hukum yang berlaku dalam profesi PR	<b>Kriteria:</b> Dapat menjawab soal tulis, nilai maksimal 100  <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif	Ceramah, diskusi		<b>Materi:</b> Peraturan terkait PR <b>Pustaka:</b> <i>Soemirat, Soleh &amp; Elvinaro Ardianto. 2010. Dasar-dasar Public Relations . Bandung: Rosda Karya</i>	3%
16	Mahasiswa mampu memahami konsep PR profesional	Mahasiswa mampu menganalisis studi kasus terkait profesi PR	<b>Kriteria:</b> Tes tulis, nilai maksimal 100  <b>Bentuk Penilaian :</b> Tes	Tes		<b>Materi:</b> PR profesional <b>Pustaka:</b> <i>Suhandang, Kustadi. 2004. Public Relations Perusahaan . Bandung: Penerbit Nuansa</i>	35%

#### Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipasif	31%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	10%
3.	Tes	59%
		100%

#### Catatan

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan Prodi (CPL - Prodi)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan prodi yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. **CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-Prodi) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. **CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.

4. **Sub-CPMK Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
5. **Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
6. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
8. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
9. **Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.