

	Universitas Negeri Surabaya Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Program Studi S1 Ilmu Komunikasi						Kode Dokumen																																																																									
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER																																																																																
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)			SEMESTER	Tgl Penyusunan																																																																									
Manajemen Industri Media	7020103116		T=2	P=1	ECTS=4.77	3	10 Juli 2025																																																																									
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK			Koordinator Program Studi																																																																										
	Herma Retno Prabayanti, S.E., M.Med.Kom					Dr. Anam Miftakhul Huda, S.Kom., M.I.Kom.																																																																										
Model Pembelajaran	Case Study																																																																															
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																																																															
	CPL-2	Menunjukkan karakter tangguh, kolaboratif, adaptif, inovatif, inklusif, belajar sepanjang hayat, dan berjiwa kewirausahaan																																																																														
	CPL-3	Mengembangkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan kreatif dalam melakukan pekerjaan yang spesifik di bidang keahliannya serta sesuai dengan standar kompetensi kerja bidang yang bersangkutan																																																																														
	CPL-4	Mengembangkan diri secara berkelanjutan dan berkolaborasi.																																																																														
	CPL-5	Mampu mengembangkan dan mengelola program media informasi, perusahaan dan agensi media, pengembangan media pemasaran, yang berperspektif inklusi																																																																														
	CPL-6	Memiliki kemampuan manajemen media massa pada era disrupsi digital yang memiliki perspektif global dan inklusif																																																																														
	CPL-8	Mampu mengelola bisnis di bidang komunikasi dan media																																																																														
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																																																															
	CPMK - 1	Mampu menguraikan perkembangan manajemen industri media massa																																																																														
	CPMK - 2	Mampu mendesain manajemen industri media massa																																																																														
	Matrik CPL - CPMK																																																																															
		<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>CPMK</td> <td>CPL-2</td> <td>CPL-3</td> <td>CPL-4</td> <td>CPL-5</td> <td>CPL-6</td> <td>CPL-8</td> </tr> <tr> <td>CPMK-1</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> </tr> </table>						CPMK	CPL-2	CPL-3	CPL-4	CPL-5	CPL-6	CPL-8	CPMK-1						✓	CPMK-2					✓																																																					
CPMK	CPL-2	CPL-3	CPL-4	CPL-5	CPL-6	CPL-8																																																																										
CPMK-1						✓																																																																										
CPMK-2					✓																																																																											
Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																																																																
	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <th rowspan="2">CPMK</th> <th colspan="16">Minggu Ke</th> </tr> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td> </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																✓																																																																
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah yang mempelajari seluk beluk manajemen di sebuah perusahaan media massa baik media massa cetak, elektronik maupun media online, pembelajaran yang mencakup perencanaan (Planning), pengorganisasian (Organizing), penggerakan (Actuating), pengawasan (Controlling).																																																																															
Pustaka	Utama :																																																																															
	1. A.M. Hoeta Soehoet, Manajemen Media Massa Wadsworth Group, 2002 2. JB, Wahyudi, Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran, PT Gramedia Indonesia 3. Purnama Suwardi, Seputar Bisnis dan Produksi Siaran Televisi , Penerbit TVRI Sumbar, 2006 4. Silvia, Irine, 2021, Manajemen Media Massa, Scopindo Media Pustaka, Surabaya 5. Sutherland, Karen. 2021. Strategic Social Media Management. Springer, Australia 6. Alan B. Albarran, Managemen of Elektronik Media 7. Hollifield. C. Anna, 2001, The Journal of media economic, Lawrence, New Jersey																																																																															
	Pendukung :																																																																															

1. Buku Pegangan untuk manajer Radio, Unesco The business of media: corporate media and the public interest , By David Croteau, William Hoynes 2. Setianingrum, Vinda Maya (2023). Content and Audience Commodification Related to the Ferdy Sambo Case in the Perspectives of Media Political Economy:: Review of News Coverage on KompasTV and iNewsTV. The Journal of Society and Media, 7(1), 228-249.							
Dosen Pengampu		Dr. Eko Pamuji, M.I.Kom. Herma Retno Prabayanti, S.E., M.Med.Kom. Jauhar Wahyuni, M.I.Kom. Gilang Gusti Aji, S.I.P., M.Si.					
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Membandingkan fenomena perkembangan media massa	mampu Membandingkan fenomena perkembangan media massamemahami dan menyetujui kontrak perkuliahan	Kriteria: aktivitas di kelas dengan maksimal nilai 80 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	ceramah, diskusi kontrak perkuliahan 3 X 50		Materi: fenomena perkembangan media massa Pustaka: <i>Silvia, Irine, 2021, Manajemen Media Massa, Scopindo Media Pustaka, Surabaya</i>	2%
2	Mahasiswa memahami gambaran umum tentang dinamika industri media, baik di Indonesia maupun di dunia pada umumnya	1.Ketepatan mahasiswa dalam memahami gambaran umum tentang dinamika industri media Indonesia 2.Ketepatan mahasiswa dalam memahami gambaran umum tentang dinamika industri media di dunia 3.ketepatan mahasiswa dalam menghubungkan sejarah perkembangan media massa sejak era pertama industri media 4.mampu membuat diagram perkembangan media massa dalam industri media	Kriteria: aktivitas di kelas dengan maksimal nilai 80 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Ceramah, Diskusi 3 X 50		Materi: dinamika pertumbuhan media massa Pustaka: <i>A.M. Hoeta Soehoet, Manajemen Media Massa Wadsworth Group, 2002</i> Materi: perkembangan sejarah media massa Pustaka: <i>Silvia, Irine, 2021, Manajemen Media Massa, Scopindo Media Pustaka, Surabaya</i>	3%
3	mampu mendefinisikan manajemen dalam konteks industri media massa	1.Ketepatan mahasiswa dalam memahami konsep dasar manajemen 2.Ketepatan mahasiswa dalam memahami manajemen perusahaan media 3.mampu mendefinisikan manajemen dalam konteks industri media massa	Kriteria: nilai berdasarkan partisipasi kelas Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Portofolio, Tes	Ceramah, Diskusi, Penugasan 3 X 50		Materi: dasa-dasar manajemen industri media Pustaka: <i>Silvia, Irine, 2021, Manajemen Media Massa, Scopindo Media Pustaka, Surabaya</i>	4%
4	Mahasiswa memahami beberapa konsep dasar manajemen dan manajemen perusahaan media	ketepatan mahasiswa dalam menguraikan fungsi manajemen dalam konteks industri media massa	Kriteria: Lembar penilaian Bentuk Penilaian : Tes	Ceramah, diskusi 3 X 50		Materi: fungsi manajemen dalam konteks industri media massa Pustaka: <i>Silvia, Irine, 2021, Manajemen Media Massa, Scopindo Media Pustaka, Surabaya</i>	3%

5	1.mampu menguraikan peran dan fungsi media massa dalam konteks industri media massa 2.mampu memperbandingkan jenis media massa dalam konteks industri media massa	1.Memahami perencanaan industri media 2.mampu menguraikan peran dan fungsi media massa dalam konteks industri media massa 3.mampu memperbandingkan jenis media massa dalam konteks industri media massa	Kriteria: maksimal nilai 80 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Ceramah 3 X 50		Materi: jenis dan eran media dalam industri emdia massa Pustaka: <i>Silvia, Irine, 2021, Manajemen Media Massa, Scopindo Media Pustaka, Surabaya</i>	2%
6	mampu menyusun organisasi pada manajemen industri media massa berdasarkan satu jenis media massa	1.mampu memahami organisasi pada manajemen industri media massa 2.mampu menyusun organisasi pada manajemen industri media massa berdasarkan satu jenis media massa	Kriteria: nilai maksimal 80 dengan metode kelompok Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Praktik / Unjuk Kerja	diskusi dan simulasi 3 X 50		Materi: organisasi perusahaan media Pustaka: <i>A.M. Hoeta Soehoet, Manajemen Media Massa Wadsworth Group, 2002</i> Materi: studi kasus media cetak, TV dan radio Pustaka: <i>Hollifield. C. Anna, 2001, The Journal of media economic, Lawrence, New Jersey</i>	5%
7	mampu menyusun organisasi pada manajemen industri media massa berdasarkan satu jenis media massa	1.mampu memahami organisasi pada manajemen industri media massa 2.mampu menyusun organisasi pada manajemen industri media massa berdasarkan satu jenis media massa	Kriteria: nilai maksimal 80 dengan metode kelompok Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Praktik / Unjuk Kerja	diskusi dan simulasi 3 X 50		Materi: organisasi perusahaan media Pustaka: <i>A.M. Hoeta Soehoet, Manajemen Media Massa Wadsworth Group, 2002</i> Materi: studi kasus media cetak, TV dan radio Pustaka: <i>Hollifield. C. Anna, 2001, The Journal of media economic, Lawrence, New Jersey</i>	5%

8	1.mampu Membandingkan fenomena perkembangan media massa 2.mampu menghubungkan sejarah perkembangan media massa sejak era pertama industri media 3.mampu membuat diagram perkembangan media massa dalam industri media 4.mampu mendefinisikan manajemen dalam konteks industri media massa 5.mampu menguraikan fungsi manajemen dalam konteks industri media massa 6.mampu memperbandingkan jenis media massa dalam konteks industri media massa 7.mampu menguraikan peran dan fungsi media massa dalam konteks industri media massa 8.mampu menyusun organisasi pada manajemen industri media massaberdasarkan satu jenis media massa	mahasiswa mampu mengerjakan ujian tertutup	Kriteria: maksimal nilai 100 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Tes	Tes Tulis 3 X 50		Materi: UTS Pustaka: A.M. Hoeta Soehoet, <i>Manajemen Media Massa</i> Wadsworth Group, 2002	25%
9	mampu mendesain manajemen industri media cetak	Kektifan	Kriteria: Non Tes Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	ceramah diskusi studi kasus		Materi: manajemen media massa Pustaka: A.M. Hoeta Soehoet, <i>Manajemen Media Massa</i> Wadsworth Group, 2002	2%
10	mampu mendesain manajemen industri media cetak	Mahasiswa mampu mendesain mendesain organisasi dalam manajemen industri media cetak	Kriteria: nilai maksimal 80 dengan metode kelompok Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Praktik / Unjuk Kerja	ceramah diskusi studi kasus		Materi: manajemen media massa Pustaka: A.M. Hoeta Soehoet, <i>Manajemen Media Massa</i> Wadsworth Group, 2002	3%

11	mampu mendesain manajemen industri media elektronik	Mahasiswa mampu mendesain organisasi dalam manajemen industri media elektronik	Kriteria: maksimal 80 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Praktik / Unjuk Kerja	ceramah-diskusi studi kasus		Materi: manajemen media elektronik Pustaka: <i>Purnama Suwardi, Seputar Bisnis dan Produksi Siaran Televisi , Penerbit TVRI Sumbar, 2006</i> Materi: Komodifikasi Konten dan Audiens Pustaka: <i>Setianingrum, Vinda Maya (2023). Content and Audience Commodification Related to the Ferdy Sambo Case in the Perspectives of Media Political Economy:: Review of News Coverage on KompasTV and iNewsTV. The Journal of Society and Media, 7(1), 228-249.</i>	3%
12	mampu mendesain manajemen industri media elektronik	Mahasiswa mampu mendesain organisasi dalam manajemen industri media elektronik	Kriteria: maksimal 80 Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	ceramah-diskusi studi kasus		Materi: manajemen media elektronik Pustaka: <i>Purnama Suwardi, Seputar Bisnis dan Produksi Siaran Televisi , Penerbit TVRI Sumbar, 2006</i>	4%
13	Mahasiswa mampu mendesain organisasi dalam manajemen industri media digital	mampu mendesain manajemen industri media digital	Kriteria: maksimal 80 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Praktik / Unjuk Kerja	ceramah-diskusi-studi kasus		Materi: manajemen media digital dan sosial media Pustaka: <i>Sutherland, Karen. 2021. Strategic Social Media Management. Springer, Australia</i>	3%
14	Mahasiswa mampu mendesain organisasi dalam manajemen industri media digital	mampu mendesain manajemen industri media digital	Kriteria: maksimal 80 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Praktik / Unjuk Kerja	ceramah-diskusi-studi kasus		Materi: manajemen media digital dan sosial media Pustaka: <i>Sutherland, Karen. 2021. Strategic Social Media Management. Springer, Australia</i>	3%

15	Mahasiswa mampu mendesain organisasi dalam manajemen industri media digital	mampu mendesain manajemen industri media digital	Kriteria: maksimal 80 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Praktik / Unjuk Kerja	ceramah-diskusi-studi kasus		Materi: manajemen media digital dan sosial media Pustaka: <i>Sutherland, Karen. 2021. Strategic Social Media Management. Springer, Australia</i>	3%
16	1.mampu mendesain manajemen industri media cetak 2.mampu mendesain manajemen industri media elektronik 3.mampu mendesain manajemen industri media digital	Evaluasi Materi	Kriteria: Non Tes Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	membuat desain project manajemen industri media		Materi: Presentasi proyek Pustaka: <i>Purnama Suwardi, Seputar Bisnis dan Produksi Siaran Televisi , Penerbit TVRI Sumbar, 2006</i>	30%

Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	50.33%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	15%
3.	Penilaian Portofolio	1.33%
4.	Praktik / Unjuk Kerja	16.5%
5.	Tes	16.83%
		99.99%

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.

RPS ini telah divalidasi pada tanggal 14 Januari 2025

Koordinator Program Studi S1
Ilmu Komunikasi



Dr. Anam Miftakhul Huda,
S.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0731038602

UPM Program Studi S1 Ilmu
Komunikasi



Dr. Danang Tandyonomanu,
S.Sos., M.Si.
NIDN 0006087109

File PDF ini digenerate pada tanggal 10 Juli 2025 Jam 15:13 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa

