

RANCANGAN PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

Matakuliah: KOMUNIKASI MASSA			Semester: Genap 2022/2023		Kode: 165307, SKS: 3	
Program Studi: ILMU KOMUNIKASI			Dosen: Dr.Yuli Setyowati, M.Si			
Capaian Pembelajaran: Mahasiswa mampu memahami konsep-konsep, perspektif, dan ragam teori komunikasi massa, serta menggunakannya untuk menganalisis fenomena media massa di masyarakat.						
Minggu ke-	Kemampuan akhir yang diharapkan	Bahan kajian (materi pelajaran)	Bentuk pembelajaran	Waktu Belajar (menit)	Kriteria Penilaian (indikator)	Bobot Nilai
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Mahasiswa mampu beradaptasi dengan dosen dan peserta matakuliah yang lain. Serta memahami alur pembelajaran selama satu semester melalui RPS.	Perkenalan dan penjelasan RPS	Ice breaking Dialog	3 x 150'	Mahasiswa memahami RPS & mampu berkomunikasi dengan baik.	
2	Mahasiswa mampu memahami pengertian dan perspektif komunikasi massa dan ruang lingkungannya, serta hubungannya dengan media massa.	<ul style="list-style-type: none"> ● Pengertian Komunikasi Massa. ● Ruang Lingkup Komunikasi Massa ● Komunikasi Massa dan Media Massa. 	-Ceramah -Diskusi	3 x 150'	-Mau berpendapat di kelas	
3	Mahasiswa mampu memahami jenis & karakteristik Media Massa.	<ul style="list-style-type: none"> ● Jenis-Jenis Media Massa. (Surat Kabar, Film, Radio, TV, Internet) 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ceramah ● Diskusi 	3 x 150'	Keberanian berpendapat & kreativitas ide	

		<ul style="list-style-type: none"> • Karakteristik Media Massa. 				
4	Mahasiswa memahami sejarah media massa dan memahami perkembangan teknologinya.	<ul style="list-style-type: none"> • Sekilas Sejarah Media Massa (Surat Kabar, Film, Radio, TV). • Perkembangan Teknologi Media Massa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Diskusi 	3 x 150'	Kemampuan mengungkapkan kembali pemahamannya	
5	Mahasiswa memahami perkembangan industri media massa di Indonesia maupun internasional, serta memahami munculnya <i>New Media</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • Tantangan Industri Media Massa di Indonesia. • Munculnya <i>New Media</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Diskusi 	3 x 150'	Kemampuan mengungkapkan kembali pemahamannya serta menganalisis fenomena aktual <i>new media</i>	
6	Mahasiswa memahami tentang Fungsi Komunikasi Massa.	Fungsi Komunikasi Massa.	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Diskusi 	3 x 150'	Kemampuan mengungkapkan kembali pemahamannya	
7	Mahasiswa memahami elemen-elemen komunikasi massa dan hambatan-hambatannya.	<ul style="list-style-type: none"> • Elemen-elemen Komunikasi Massa (Komunikator, Isi, Audience, Umpan Balik, Gangguan, Gatekeeper, Pengatur, Filter). 	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Diskusi 	3 x 150'	Keberanian berpendapat & kreativitas ide	

		<ul style="list-style-type: none"> • Hambatan Komunikasi Massa. 				
8	UTS					25%
9	Mahasiswa memahami ragam teori komunikasi yang dipaparkan oleh para ahli, serta mampu memahami perspektifnya dan menerapkan dalam kasus di industri media.	Teori Komunikasi Massa.	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Diskusi 	3 x 150'	Keberanian berpendapat & kreativitas ide	
10	Mahasiswa memahami teori-teori mengenai efek media massa & teori Agenda Setting	Teori-teori Efek Media Massa.	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Diskusi 	3 x 150'	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan mengungkapkan kembali pemahamannya. • Keberanian berpendapat & kreativitas ide. 	
11	Mahasiswa memahami teori-teori mengenai teori Agenda Setting	Teori Agenda SettingMedia.	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Diskusi 	3 x 150'	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan mengungkapkan kembali pemahamannya. 	

					<ul style="list-style-type: none"> ● Keberanian berpendapat & kreativitas ide. 	
12	Mahasiswa mampu menganalisis fenomena di dalam industri film.	Presentasi mahasiswa mengenai fenomena/kasus dalam Industri film, dianalisis dengan perspektif komunikasi massa.	<ul style="list-style-type: none"> ● Presentasi ● Diskusi 	3 x 150'	<ul style="list-style-type: none"> ● Kemampuan analisis ● Kemampuan berkomunikasi 	25%
13	Mahasiswa mampu menganalisis fenomena dalam industri Televisi.	Presentasi mahasiswa mengenai fenomena/kasus dalam industri televisi, dianalisis dengan perspektif komunikasi massa.	<ul style="list-style-type: none"> ● Presentasi ● Diskusi 	3 x 150'	<ul style="list-style-type: none"> ● Kemampuan analisis ● Kemampuan berkomunikasi 	
14	Mahasiswa mampu menganalisis fenomena dalam internet.	Presentasi mahasiswa mengenai fenomena/kasus dalam industri internet, dianalisis dengan perspektif komunikasi massa.	<ul style="list-style-type: none"> ● Presentasi ● Diskusi 	3 x 150'	<ul style="list-style-type: none"> ● Kemampuan analisis ● Kemampuan berkomunikasi 	
15	Mahasiswa mampu menganalisis fenomena munculnya <i>New Media</i> .	Presentasi mahasiswa mengenai fenomena/kasus dalam munculnya New Media, dianalisis dengan perspektif komunikasi massa.	<ul style="list-style-type: none"> ● Presentasi ● Diskusi 	3 x 150'	<ul style="list-style-type: none"> ● Kemampuan analisis ● Kemampuan berkomunikasi 	

16	UAS	25%
-----------	------------	------------

Keterangan:

1. Penilaian dilakukan selama proses pembelajaran, dengan ketentuan sebagai berikut:
 - UTS bobot nilai 25%
 - UAS bobot nilai 25%
 - Tugas-tugas bobot nilai 15%
 - Presentasi & diskusi bobot nilai 25%
 - Partisipasi & keaktifan bobot nilai 10%
2. Pertemuan ke-1 – 11 menjadi landasan bagi mahasiswa untuk memahami peta teoretik tentang Komunikasi Massa yang akan digunakan untuk membuat tugas-tugas
3. Pertemuan ke-12 – 15 tiap mahasiswa wajib mempresentasikan makalah sesuai dengan topik bahasan pada minggu yang telah ditentukan. Pembagian topik diserahkan kepada koordinator kelas, agar adil lebih baik menggunakan cara undian.
4. Tiap mahasiswa wajib mengikuti semua proses pembelajaran.
5. Ketidakhadiran mahasiswa pada salah satu atau beberapa proses pembelajaran akan berkonsekuensi pada penilaian.

Daftar Referensi

Baran, Stanley J. 2008. *Pengantar Komunikasi Massa, Melek Media & Budaya*. Jilid 1. Edisi 5. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Bordwell, David dan Kristin Thompson. 2004. *Film Art an Introduction*. Seventh Edition. New York: McGraw-Hill Companies.

Filder, Roger. 2003. *Mediamorfosis, Memahami Media Baru*. Yogyakarta: Bentang Budaya.

- Flew, Terry. 2005. *New Media An Introduction*. 2ND Edition. Oxford University Press.
- Junaedi, Fajar. 2007. *Komunikasi Massa Pengantar Teoritis*. Yogyakarta: Penerbit Santusta.
- Kasali, Rhenald. 2013. *Camera Branding, Cameragenic VS Auragenic. Televisi, Kita, dan Perubahan*. Jakarta: Gramedia.
- Kumar, Arvind. 2000. *Encyclopaedia of Mass Media and Communication*. New Delhi. Anmol Publications PVT.LTD
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa, Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Luik, Jandy. 2020. *Media Baru Sebuah Pengantar*. Jakarta: Kencana.
- McQuail, Denis, 1987. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Morrison. 2008. *Managemen Media Penyiaran. Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana, Prenada Media Grup.
- Pratista, Himawan, 2017. *Memahami Film*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Montase Press
- Pavlik, John V. *New Media Technology, Cultural and Commercial Persectives*. Allyn and Bacon.
- Severin, Werner J and Tankard Jr, James W. 2005. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terapan di dalam Media Massa*. Edisi Kelima. Jakarta: Kencana.
- Wahyudi. JB. *Media Komunikasi Massa Televisi*. Bandung: Penerbit Alumni.