



LSPR Institute of
Communication & Business
The Leading Graduate School of Communication & Business | ASEAN Global Campus
MASTER PROGRAMME

INSTITUT KOMUNIKASI DAN BISNIS LSPR
FAKULTAS PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

KODE DOKUMEN
RPS/PGP/S2/DCMM/ODD/UMA

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tanggal Penyusunan
Managing Global Media Audiences	MAS9391		3 sks	3	Februari 2022
Otoritas/Pengesahan	Dosen Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua PRODI
	Hersinta, PhD		Hersinta, PhD		Dr. Andika Witono, M.M.
Capaian Pembelajaran	CPL - PRODI yang dibebankan pada MK				
	CPL 1 – P3	CPL 1 – P3 Mahasiswa mampu memahami dan menggunakan teori-teori komunikasi untuk mengkaji perilaku dan respon audiens terhadap berbagai jenis media. CPL ini penting karena pemahaman terhadap audiens media adalah fondasi dalam strategi komunikasi yang efektif.			
	CPL 2 – P5	CPL 2 – P5 Mahasiswa mampu mengembangkan pendekatan riset dan kajian kritis terhadap dinamika audiens media menggunakan metodologi ilmiah. Penerapan CPL ini membantu mahasiswa menyusun karya ilmiah yang inovatif dan teruji di bidang kajian audiens.			

	CPL 3 – KU3	<p>CPL 3 – KU3 Mahasiswa mampu menyusun argumentasi ilmiah tentang perilaku audiens media, serta mengkomunikasikannya secara etis dan bertanggung jawab melalui berbagai kanal akademik. Ini menunjukkan keterampilan komunikasi akademik yang dibutuhkan dalam diskusi publik maupun forum ilmiah.</p>
	CPL 4 – KK2	<p>CPL 4 – KK2 Mahasiswa mampu merancang strategi komunikasi berbasis data audiens dan menghasilkan karya inovatif untuk kepentingan praktis dan sosial. CPL ini relevan untuk mendorong mahasiswa menciptakan solusi komunikasi yang aplikatif.</p>
	CPL 5 – S7	<p>CPL 5 – S7 Mahasiswa menunjukkan sikap profesional dan bertanggung jawab dalam menelaah serta menyampaikan hasil analisis terhadap perilaku audiens media. Sikap ini mencerminkan integritas akademik dan tanggung jawab dalam pengembangan ilmu pengetahuan.</p>
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)		
	CPMK 1	<p>1 CPMK 1 Mahasiswa mampu memahami dan menganalisis konsep, teori, dan pendekatan dalam studi audiens media, termasuk bagaimana audiens membentuk makna, melakukan seleksi media, dan merespons pesan media secara aktif maupun pasif. Mahasiswa juga mampu mengkaji hubungan antara media, audiens, dan konteks sosial-budaya secara kritis. CPL: P3, P5, KK2</p>
	CPMK 2	<p>CPMK 2 Mahasiswa menunjukkan sikap apresiatif terhadap keberagaman perilaku audiens, serta memiliki sensitivitas terhadap dinamika sosial, budaya, dan politik yang memengaruhi pengalaman media. Mahasiswa juga menghargai pentingnya etika dan tanggung jawab sosial dalam memahami dan berinteraksi dengan audiens. CPL: S7, KU3</p>

	<p>CPMK 3</p>	<p>CPMK 3 Mahasiswa mampu merancang dan menyajikan hasil riset audiens menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif, serta menyampaikan temuan tersebut dalam bentuk presentasi akademik dan laporan tertulis yang sistematis dan argumentatif. CPL: P5, KU3, KK2</p>
<p>Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK)</p>		
<p>Pertemuan 1 Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar audiens dan memahami peran audiens dalam ekosistem media tradisional maupun digital. CPL Tercapai: P3, KK2</p> <p>Pertemuan 2 Mahasiswa mampu membedakan pendekatan-pendekatan teoretis klasik dan kontemporer dalam studi audiens, serta memahami relevansinya dalam konteks kekinian. CPL Tercapai: P4, KU3</p> <p>Pertemuan 3 Mahasiswa mampu menganalisis proses interpretasi pesan media oleh audiens dari perspektif aktif dan pasif. CPL Tercapai: P3, KK3</p> <p>Pertemuan 4 Mahasiswa mampu menjelaskan dan membandingkan metode penelitian audiens (kuantitatif dan kualitatif), serta menentukan pendekatan yang sesuai dengan tujuan riset. CPL Tercapai: P2, KU1</p> <p>Pertemuan 5 Mahasiswa mampu menerapkan teori dan metode dalam menganalisis perilaku audiens digital berdasarkan data sosial dan</p>		

teknologi.

CPL Tercapai: P5, KK2

Pertemuan 6

Mahasiswa mampu mengkaji strategi segmentasi audiens berdasarkan demografi, psikografi, dan perilaku konsumen media.

CPL Tercapai: P3, KK4

Pertemuan 7

Mahasiswa mampu mengidentifikasi pengaruh algoritma dan platform digital terhadap pembentukan pola konsumsi media.

CPL Tercapai: P5, KU5

Pertemuan 8

UTS – Evaluasi Teori dan Pendekatan Studi Audiens

CPL Tercapai: P3, KU3

Pertemuan 9

Mahasiswa mampu menjelaskan dinamika audiens di media sosial dan implikasinya terhadap strategi komunikasi.

CPL Tercapai: P5, KK2

Pertemuan 10

Mahasiswa mampu menganalisis audiens sebagai produsen konten (prosumer) dan memahami perubahan peran mereka dalam konteks media partisipatif.

CPL Tercapai: P3, KU3

Pertemuan 11

Mahasiswa mampu membedakan perilaku audiens berdasarkan jenis media yang dikonsumsi (TV, radio, media cetak, digital).

CPL Tercapai: P4, KK2

Pertemuan 12

Mahasiswa mampu mengkaji isu privasi, etika, dan tanggung jawab sosial dalam pengumpulan dan penggunaan data

audiens.

CPL Tercapai: S7, KK6

Pertemuan 13

Mahasiswa mampu memetakan tren global dalam riset audiens dan dampaknya terhadap strategi media dan komunikasi.

CPL Tercapai: P5, KK4

Pertemuan 14

Mahasiswa mampu menyusun rencana riset audiens berdasarkan isu strategis komunikasi kontemporer.

CPL Tercapai: KU1, KK1

Pertemuan 15

UAS – Presentasi atau analisis studi kasus strategi berbasis riset audiens

CPL Tercapai: P5, KU3

Pertemuan 16

Mahasiswa mampu merefleksikan seluruh pembelajaran dan menyajikan insight strategis dari hasil kajian audiens secara akademik dan aplikatif.

CPL Tercapai: KU3, S7

Korelasi CPL terhadap Sub-CPMK

Sub-CPMK / CPL	1	2	3	4	5	6	7	UTS	9	10	11	12	13	14	15	UAS
CPL 1 – P3	✓	✓					✓	UTS								✓
CPL 2 – P5		✓	✓		✓			UTS					✓			✓
CPL 3 – KU3				✓				UTS			✓					✓
CPL 4 – KK2			✓		✓			UTS	✓			✓			✓	

- Jurnal: Rahmah, A. (2020). "Transformasi Segmentasi Audiens di Era Platform Digital." *Jurnal Ilmu Komunikasi UMY*, 5(2).
- Jurnal: Jenkins, H. et al. (2016). "Participatory Culture in a Networked Era." *Media and Communication Studies Review*, 4(3).

3. Metode Penelitian Audiens • Observasi, wawancara, dan focus group

- Netnografi dan digital ethnography
- Analisis data digital (analytics & insight)

Referensi:

- Buku: Silverstone, R. (2015). *Media and Morality: On the Rise of the Mediapolis*. Polity Press.
- Buku: Bengry-Howell, A., & Griffin, C. (2016). *Ethnography and Audience Research*. Routledge.
- Buku: Hollifield, C. Ann. (2023). *Media Analytics Understanding Media, Audiences, and Consumers in the 21st Century*. Routledge. (Buku)
- Jurnal: Nugroho, Y. (2017). "Pendekatan Netnografi dalam Studi Media." *Jurnal Komunikasi FISIP UI*, 3(1).

4. Interpretasi Pesan Media oleh Audiens • Teori decoding & encoding (Stuart Hall)

- Resistensi, negosiasi, dan reinterpretasi pesan
- Studi kasus penerimaan pesan media di masyarakat

Referensi:

- Buku: Hall, S. (2018). *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Centre for Cultural Studies, University of Birmingham.
- Jurnal: Siregar, M. (2021). "Negosiasi Makna dalam Tayangan YouTube." *Jurnal Penelitian Komunikasi UII*, 6(1).
- Jurnal: Press, A., & Livingstone, S. (2018). "Taking Audience Seriously." *European Journal of Communication*, 33(3).

5. Audiens dan Perubahan Sosial • Peran audiens dalam konstruksi realitas sosial

- Audiens sebagai produser konten (prosumer)
- Audiens dan aktivisme digital

Referensi:

- Buku: Carpentier, N. (2017). *The Discursive-Material Knot: Cyprus in Conflict and Community Media Participation*. Peter Lang Publishing.

	<ul style="list-style-type: none"> • Jurnal: Tanjung, F. (2020). “Aktivisme Digital dan Peran Audiens dalam Perubahan Sosial.” <i>Jurnal Komunikasi Universitas Brawijaya</i>, 4(2). • Jurnal: Bruns, A. (2015). “Making Sense of User-Generated Content.” <i>Media International Australia</i>, 154(1).
Pustaka	Utama
	<p>Pustaka Utama:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Livingstone, S. (2019). <i>Audiences and Publics: When Cultural Engagement Matters for the Public Sphere</i>. Routledge. (Buku) 2. McQuail, D. (2020). <i>McQuail’s Media & Mass Communication Theory 7 Edition</i>. SAGE (Buku) 3. Napoli, P. M. (2017). <i>Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences</i>. Columbia University Press. (Buku) 4. Bengry-Howell, A., & Griffin, C. (2016). <i>Ethnography and Audience Research</i>. Routledge. (Buku) 5. Hall, S. (2018). <i>Encoding and Decoding in the Television Discourse</i>. University of Birmingham. (Buku) 6. Hollifield, C. Ann. (2023). <i>Media Analytics Understanding Media, Audiences, and Consumers in the 21st Century</i>. Routledge. (Buku) 7. Carpentier, N. (2017). <i>The Discursive-Material Knot</i>. Peter Lang Publishing. (Buku) 8. Jenkins, H. et al. (2016). “Participatory Culture in a Networked Era.” <i>Media and Communication Studies Review</i>, 4(3). (Jurnal) 9. Press, A., & Livingstone, S. (2018). “Taking Audience Seriously.” <i>European Journal of Communication</i>, 33(3). (Jurnal)
	Pendukung

	<p>Pustaka Pendukung:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rahmah, A. (2020). "Transformasi Segmentasi Audiens di Era Platform Digital." <i>Jurnal Ilmu Komunikasi UMY</i>, 5(2). (Jurnal) 2. Nugroho, Y. (2017). "Pendekatan Netnografi dalam Studi Media." <i>Jurnal Komunikasi FISIP UI</i>, 3(1). (Jurnal) 3. Siregar, M. (2021). "Negosiasi Makna dalam Tayangan YouTube." <i>Jurnal Penelitian Komunikasi UII</i>, 6(1). (Jurnal) 4. Tanjung, F. (2020). "Aktivisme Digital dan Peran Audiens dalam Perubahan Sosial." <i>Jurnal Komunikasi Universitas Brawijaya</i>, 4(2). (Jurnal) 5. Syahputra, I. (2016). "Konstruksi Khalayak Media dalam Perspektif Kritis." <i>Jurnal Komunikasi Ikat UIN</i>, 1(1). (Jurnal) 6. Silverstone, R. (2015). <i>Media and Morality</i>. Polity Press. (Buku) 7. Alasuutari, P. (2015). <i>Researching Culture: Qualitative Method and Cultural Studies</i>. SAGE Publications. (Buku) 8. Gray, J. (2021). <i>Dislike-Minded: Media, Audiences, and the Dynamics of Taste</i>. New York University Press, 2021. (Buku)
Media Pembelajaran	<p>Perangkat Lunak: Power Point, Google Form. Perangkat Keras: Komputer, <i>Infocus</i>, <i>Whiteboard</i>, Spidol. Metode Pembelajaran: Case Based Learning, Project Based Learning, Research Based Learning</p>
Dosen Pengampu	<p>Hersinta, PhD (coordinator) Dr. Marlinda Irwanti Dr. Aqsath Rasyid</p>
Mata Kuliah Syarat	Tidak ada

Minggu ke-	Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK)	Penilaian	Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa [Estimasi Waktu]	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
1	Mahasiswa mampu memahami definisi dan ruang lingkup studi audiens dalam media.	Kuis dan diskusi	Ceramah interaktif (120'), diskusi kelas (30')	McQuail (2020); Livingstone (2019); Syahputra (2016)	5
2	Mahasiswa mampu menjelaskan teori-teori utama dalam studi audiens media.	Umpan balik formatif	Penjelasan teori (120'), diskusi kelompok (30')	McQuail (2020); Alasuutari (2015); Hall (2018)	2.5
3	Mahasiswa mampu mengidentifikasi bentuk segmentasi audiens media berdasarkan demografi dan perilaku digital.	Tugas individu	Penjelasan materi (120'), analisis studi kasus (30')	Gray (2021); Kotler & Keller (2016); Irawan (2017)	2.5
4	Mahasiswa mampu menganalisis perilaku konsumsi media di era digital.	Analisis artikel	Ceramah (90'), diskusi artikel & pemetaan perilaku audiens (60')	Gray (2021); Jenkins (2020); Sundar (2016)	4
5	Mahasiswa mampu menjelaskan keterlibatan dan interaktivitas audiens dalam media baru.	Tugas reflektif	Diskusi kritis (120'), pemetaan tren partisipasi (30')	Papacharissi (2022); Nasrullah (2019)	4
6	Mahasiswa mampu mengkaji pendekatan etnografi dan observasi dalam riset audiens.	Tugas kelompok	Penjelasan metodologi (90'), simulasi (60')	Barker (2020); Ang (2018)	4
7	Mahasiswa mampu menganalisis peran platform digital dalam membentuk perilaku audiens.	Tugas analisis platform	Studi kasus dan diskusi (120'), review tren (30')	Van Dijck (2014); Livingstone & Das (2021)	4
8	Ujian Tengah Semester	Evaluasi pengetahuan konseptual dan analitis	Ujian tulis berbasis studi kasus	Referensi minggu 1–7	20
9	Mahasiswa mampu mengevaluasi dampak algoritma dan personalisasi terhadap pengalaman audiens.	Review kritis	Ceramah (90'), diskusi terbimbing (60')	Gillespie (2020); Pariser (2015); Hollifield (2023)	2.5

Minggu ke-	Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK)	Penilaian	Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa [Estimasi Waktu]	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
10	Mahasiswa mampu menjelaskan peran audiens dalam produksi konten digital (prosumer).	Tugas presentasi	Diskusi kelompok dan pemaparan proyek (120')	Bruns (2019); Hartley (2020)	4
11	Mahasiswa mampu mengevaluasi representasi identitas dan budaya dalam audiens media.	Tugas esai	Analisis konten dan refleksi audiens (120')	McQuail (2020); Gray (2021); Kitley (2020)	4
12	Mahasiswa mampu memahami dinamika keterhubungan audiens lintas platform.	Simulasi dan kuis	Pemaparan kasus (90'), refleksi & diskusi kelompok (60')	Jenkins et al. (2020); Boyd (2014)	4
13	Mahasiswa mampu menjelaskan relasi antara media, audiens, dan kekuasaan.	Studi kritis	Kajian literatur (120'), diskusi ideologis (30')	Couldry (2012); Mosco (2017)	4
14	Mahasiswa mampu merancang desain riset sederhana terkait audiens media.	Penyusunan proposal mini	Workshop penyusunan desain riset (120'), konsultasi kelompok (30')	Wimmer & Dominick (2020); Barker (2020)	2.5
15	Mahasiswa mampu menyampaikan presentasi hasil analisis audiens secara ilmiah.	Presentasi	Presentasi kelompok (120'), tanya jawab & evaluasi (30')	Semua referensi terdahulu	15
16	Ujian Akhir Semester	Evaluasi integratif	Ujian akhir berbasis aplikasi dan sintesis	Semua referensi terdahulu	15

Catatan

Disetujui, Tgl : Ketua PROGRAM STUDI	Diperiksa, Tgl : Koord. Matakuliah/Bidang Keahlian	Dibuat, Tgl : Dosen ybs
(.....)	(.....)	(.....)
Periksa : Unit Penjaminan Mutu (.....)		

Catatan:

1. Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI) adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajarannya.
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, keterampilan umum, keterampilan 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-CP Mata kuliah (Sub-CPMK) adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari SPMK 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 disertai bukti-bukti.
6. Kriteria penilaian adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolak ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kriteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kriteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
7. Teknik penilaian: tes dan non-tes
8. Bentuk pembelajaran: Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, 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 yang setara.
10. Materi Pembelajaran adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yang dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. Bobot penilaian adalah presentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proporsional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb, dan totalnya 100%
12. **TM**=Tatap Muka, **PT**=Penugasan Terstruktur, **BM**=Belajar Mandiri.

No	<i>Bentuk Pembelajaran Blended Learning (On-Line/E-Learning)</i>	EL
1	<i>Video E-Learning</i>	EL-1
2	<i>Discussion at Forum</i>	EL-2
3	<i>Video Conference atau Webinar (Web Seminar)</i>	EL-3
4	<i>E-simulation using software</i>	EL-4
5	<i>Vlog Presentation</i>	EL-5
6	<i>Writing Paper on-line</i>	EL-6

Komponen Penilaian:

Proses penilaian pada mata kuliah ini dibedakan dalam 4 komponen, diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Kehadiran.

Komponen ini memiliki poin sebesar **10%** dari total pertemuan tatap muka di kelas.

b. Tugas.

Selama 1 semester, mahasiswa wajib diberikan tugas minimal sejumlah 4 tugas yang terdiri dari 2 tugas mandiri dan 2 tugas kelompok. Tugas ini diberikan sebanyak 2x sebelum UTS dan 2x setelah UTS atau sebelum UAS. Komponen keseluruhan tugas memiliki poin sebesar **40%**.

c. UTS (Ujian Tengah Semester).

UTS dilakukan pada pertemuan minggu ke 8. UTS merupakan asesmen atas kemampuan akhir mahasiswa sesuai dengan rancangan materi/topik pembelajaran dari pertemuan ke-1 hingga ke-7. Bentuk UTS dapat berupa ujian tertulis atau presentasi tugas mandiri atau tugas kelompok dan lain-lain yang juga menyesuaikan dengan metode pembelajaran. Bobot nilai UTS yang diberikan adalah sebesar **20%**.

d. UAS (Ujian Akhir Semester).

UAS dilakukan pada pertemuan minggu ke 16 dari keseluruhan total pertemuan. UAS merupakan asesmen atas kemampuan akhir mahasiswa sesuai dengan rancangan materi/topik pembelajaran dari pertemuan ke-9 hingga ke-15. Bentuk UAS dapat berupa ujian tertulis atau presentasi tugas mandiri atau tugas kelompok dan lain-lain yang juga menyesuaikan dengan metode pembelajaran. Bobot nilai UAS yang diberikan adalah sebesar **30%**.

Rubrik Penilaian

Jenjang/Grade	Angka/Skor	Deskripsi/Indikator Kerja
A	90,00 – 100	Merupakan perolehan mahasiswa superior, yaitu mereka yang mengikuti perkuliahan dengan sangat baik, memahami materi dengan sangat baik bahkan tertantang untuk memahami lebih jauh, memiliki tingkat proaktif dan kreatifitas tinggi dalam mencari informasi terkait materi, mampu menyelesaikan masalah dengan akurasi sempurna bahkan mampu mengenali masalah nyata pada masyarakat/industri dan mampu mengusulkan konsep solusinya.

A-	85,00 – 89,99	Merupakan perolehan mahasiswa yang mengikuti perkuliahan dengan sangat baik, memahami materi dengan sangat baik, memiliki tingkat proaktif dan kreatifitas tinggi dalam mencari informasi terkait materi, mampu menyelesaikan masalah/tugas dengan akurasi sangat bagus.
B+	80,00 – 84,99	Merupakan perolehan mahasiswa yang mengikuti perkuliahan dengan baik, mampu memahami materi dan mampu menyelesaikan masalah/tugas dengan akurasi sangat bagus.
E	$\leq 79,99$	Merupakan perolehan mahasiswa yang tidak melaksanakan tugas dan sama sekali tidak memahami materi.