



YAYASAN PENDIDIKAN PANCA PRASETYA
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI
STIA "PEMBANGUNAN" JEMBER

PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA

SK. MENDIKBUD NOMOR : 0468/O/1987

Jl. Lumba – lumba No. 9 Telp/Fax. (0331) 486182, 424296 Jember

Laman www.stiapembangunan.ac.id Email : stia.pembangunan@yahoo.co.id

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

MATA KULIAH		KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan
Public Relations		WB23	-	3	6	26 Februari 2026
OTORISASI	Dosen Pengembang RPS		Koordinator Dosen Ilmu Administrasi Niaga	Ketua Prodi Ilmu Administrasi Niaga		
						
	Imam Sunarto, S.Sos, M.Si		Ningrum Suryadinata, S.AB., M.Si	Sampir Andrian Sukoco, S.I.Kom., M.Si		
Capaian Pembelajaran (CP Lulusan)						
	CPL 1	Mampu menunjukkan sikap beriman, bertakwa, berakhlak mulia, berkarakter sesuai dengan nilai-nilai Pancasila dalam menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bermanfaat bagi masyarakat (S)				
	CPL 4	Mampu menguasai konsep, teori, dan prinsip Ilmu Administrasi Niaga (P) serta menerapkan keterampilan analitis, teknis, dan manajerial dalam mengelola administrasi, organisasi, dan bisnis berbasis teknologi informasi secara profesional, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan dunia usaha, dunia industri, serta industri kreatif (KK).				
	CPL 5	Mampu berpikir kritis, analitis, komunikatif, dan kolaboratif dalam mengelola administrasi, organisasi, dan bisnis (KU) berbasis teknologi informasi secara profesional, efektif, dan adaptif terhadap perkembangan dunia usaha, dunia industri, serta industri kreatif (KK).				
	CP-MK					
	M1	Mahasiswa mampu menganalisis peran strategis PR dalam ekosistem bisnis modern.				
	M2	Mahasiswa mampu merancang program kampanye PR berbasis digital (Cyber PR).				
	M3	Mahasiswa mampu menyusun strategi penanganan krisis reputasi perusahaan.				

	SUB CP - MATAKULIAH (SUB CP-MK)	
	L1	Mahasiswa mampu menguraikan peran strategis PR, menganalisis korelasi reputasi dengan profitabilitas bisnis, serta memetakan publik sasaran secara strategis
	L2	Mahasiswa mampu mengintegrasikan etika profesi dalam komunikasi bisnis, mengevaluasi identitas korporat, dan merancang strategi komunikasi internal yang harmonis
	L3	Mahasiswa mampu memproduksi naskah berita yang bernilai jurnalistik dan merancang konten komunikasi digital (Cyber PR) yang interaktif
	L4	Mahasiswa mampu menyusun proposal program tanggung jawab sosial (CSR) dan menyusun langkah mitigasi penanganan dalam situasi krisis atau darurat
	L5	Mahasiswa mampu mendemonstrasikan teknik komunikasi publik profesional, mengukur efektivitas program PR berbasis data, serta mensinergikan dan mempresentasikan rancangan kampanye PR terpadu.
Deskripsi Singkat Mata Kuliah	Mata kuliah Public Relations dirancang untuk membekali mahasiswa Ilmu Administrasi Niaga dengan pengetahuan mendalam dan keterampilan praktis dalam mengelola komunikasi strategis organisasi guna membangun serta mempertahankan reputasi positif di mata publik. Fokus utama perkuliahan ini mencakup pemahaman peran PR sebagai fungsi manajemen bisnis, teknik penulisan media, manajemen krisis, hingga pemanfaatan media digital (<i>Cyber PR</i>) untuk mendukung tujuan komersial perusahaan. Melalui metode <i>Outcome-Based Education</i> (OBE), mahasiswa akan terlibat aktif dalam simulasi profesional dan penyusunan proyek kampanye terpadu yang menyelaraskan kepentingan profitabilitas niaga dengan tanggung jawab sosial serta etika profesi.	
Materi Pembelajaran/ Pokok Bahasan	1. Paradigma Baru PR dalam Kurikulum OBE 2. PR dalam Ekosistem Administrasi Niaga 3. Identifikasi Publik & Opini Publik 4. Etika Profesi & Aspek Hukum 5. Manajemen Reputasi & Identitas Korporat 6. Workshop Media Relations & Press Release 7. Cyber PR & Digital Branding 8. Internal Relations & Budaya Organisasi 9. CSR & Community Development 10. Manajemen Krisis & Mitigasi 11. Aplikasi Profesional & Evaluasi (Pertemuan 12-14) 12. Audit & Riset Evaluasi PR 13. Finalisasi Proyek Kampanye PR Terpadu	
Daftar Pustaka/ Referensi	1. Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2013). <i>Effective Public Relations</i> (11th ed.). Pearson. 2. Gregory, A. (2020). <i>Planning and Managing Public Relations Campaigns: A Strategic Approach</i>. Kogan Page Publishers. 3. Ruslan, R. (2019). <i>Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi</i>. Rajawali Pers. 4. Valentini, C. (2015). "Is using social media 'good' for the public relations profession? A critical reflection". <i>Public Relations</i>	

	<i>Review</i> , 41(2), 170-177. 5. Cornelissen, J. P., & Thorpe, R. (2020). <i>Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice</i> . SAGE Publications.	
Media Pembelajaran	<i>Software</i>	<i>Hardware</i>
	1. MS Word dan Power Point 2. E-Learning	1. Proyektor 2. Laptop / Komputer 3. White Board
Team Teaching	Imam Sunarto, S.Sos, M.Si	
Matakuliah Prasarat		

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

TM	Kemampuan Akhir yang Diharapkan (Sub-CPMK)	Bahan Kajian (Materi Pelajaran)	Metode / Bentuk Pembelajaran	Waktu (Menit)	Kriteria Penilaian (Indikator)	Bobot (%)
1	Mahasiswa mampu menguraikan peran strategis PR dalam kurikulum OBE.	Paradigma Baru PR & Orientasi OBE	<i>Lecture & Discovery Learning</i>	150	Ketepatan menjelaskan perbedaan PR, Iklan, dan Pemasaran.	5%
2	Mahasiswa mampu menganalisis korelasi reputasi dengan profitabilitas bisnis.	PR dalam Ekosistem Administrasi Niaga	<i>Case Study & Small Group Discussion</i>	150	Ketajaman analisis dampak reputasi terhadap nilai ekonomi perusahaan.	5%
3	Mahasiswa mampu memetakan publik sasaran secara strategis.	Identifikasi Stakeholders & Opini Publik	<i>Collaborative Learning</i> (Pemetaan Matriks)	150	Akurasi identifikasi publik primer dan sekunder dalam kasus bisnis.	5%
4	Mahasiswa mampu mengintegrasikan etika profesi dalam komunikasi bisnis.	Etika Profesi & Hukum PR	<i>Role Playing & Diskusi Interaktif</i>	150	Kepatuhan pada kode etik dan pemahaman aspek hukum (UU ITE/Pers).	5%
5	Mahasiswa mampu mengevaluasi identitas visual dan verbal korporat.	Manajemen Reputasi & Identitas Korporat	<i>Project Based Learning</i> (Audit Identitas)	150	Kemampuan menyusun rekomendasi perbaikan identitas merek.	7.5%

TM	Kemampuan Akhir yang Diharapkan (Sub-CPMK)	Bahan Kajian (Materi Pelajaran)	Metode / Bentuk Pembelajaran	Waktu (Menit)	Kriteria Penilaian (Indikator)	Bobot (%)
6	Mahasiswa mampu memproduksi naskah berita yang bernilai jurnalistik.	Workshop Media Relations & Press Release	<i>Workshop</i> & Praktik Menulis	150	Kualitas naskah rilis (struktur piramida terbalik dan nilai berita).	10%
7	Mahasiswa mampu merancang konten komunikasi digital yang interaktif.	Cyber PR & Manajemen Media Sosial	<i>Simulation & Digital Lab Session</i>	150	Kreativitas konten dan ketepatan pemilihan platform sesuai target.	7.5%
8	UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS)	Evaluasi Portofolio Mandiri	Project Submission	-	Kualitas portofolio tugas pertemuan 1-7	(UTS)
9	Mahasiswa mampu merancang strategi komunikasi internal yang harmonis.	Internal Relations & Budaya Organisasi	<i>Simulasi Mediasi Konflik</i>	150	Efektivitas solusi komunikasi dalam menjaga loyalitas karyawan.	5%
10	Mahasiswa mampu menyusun proposal program tanggung jawab sosial.	Corporate Social Responsibility (CSR)	<i>Contextual Instruction</i>	150	Kelayakan program CSR berdasarkan prinsip <i>Triple Bottom Line</i> .	7.5%
11	Mahasiswa mampu menyusun langkah mitigasi dalam situasi darurat.	Manajemen Krisis & Mitigasi	<i>Case-Based Reasoning</i> (Simulasi Krisis)	150	Kecepatan dan ketepatan draf <i>holding statement</i> saat krisis.	10%

TM	Kemampuan Akhir yang Diharapkan (Sub-CPMK)	Bahan Kajian (Materi Pelajaran)	Metode / Bentuk Pembelajaran	Waktu (Menit)	Kriteria Penilaian (Indikator)	Bobot (%)
12	Mahasiswa mampu mendemonstrasikan teknik komunikasi publik profesional.	Public Speaking & Konferensi Pers	<i>Practical Simulation</i> (Spokesperson)	150	Kepercayaan diri, penguasaan materi, dan teknik menjawab wartawan.	10%
13	Mahasiswa mampu mengukur efektivitas program PR berbasis data.	Audit & Riset Evaluasi Program PR	<i>Problem Based Learning</i>	150	Ketepatan penggunaan KPI (sentimen, jangkauan, dan konversi).	7.5%
14	Mahasiswa mampu mensinergikan seluruh taktik PR ke dalam satu rencana.	Perancangan Kampanye PR Terpadu	<i>Mentoring & Brainstorming</i>	150	Logika strategi, integrasi antar kanal, dan realisme anggaran.	7.5%
15	Mahasiswa mampu mempresentasikan ide kampanye secara persuasif.	Final Mentoring & Persiapan Showcase	<i>General Rehearsal</i> (Gladi Bersih)	150	Kesiapan teknis dan kualitas visual materi presentasi akhir.	7.5%
16	UJIAN AKHIR SEMESTER (UAS)	Showcase & Presentasi Akhir	Exhibition / Pitching	-	Kualitas proyek kampanye PR terpadu secara utuh	(UAS)