



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI S1

KODE DOKUMEN
RPS/ILMU
KOMUNIKASI
S1/1531152/2023

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)		KODE :	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tanggal Penyusunan
Digital Media Production (1531152)			Ilmu Komunikasi	T = 2	P = 0	7	16 Juni 2023
OTORISASI	Dosen Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua Prodi		
	1. PANJI DWI ASHRIANTO		 PANJI DWI ASHRIANTO		 Drs. Arif Wibawa, M.Si.		
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK						
	KK1	Mampu mendemonstrasikan pesan komunikasi yang persuasif, informatif, dan transformatif dalam berbagai platform media komunikasi untuk mendukung profesi di bidang komunikasi					
	KU4	Mampu memanfaatkan teknologi Informasi dan komunikasi untuk memecahkan masalah komunikasi.					
	P3	Mahasiswa mampu menjelaskan pengaruh sosial budaya, ekologi, politik, ekonomi, hukum, dan perkembangan teknologi untuk menyelesaikan persoalan di bidang komunikasi.					
	S1	Menunjukkan sikap berketuhanan, disiplin, kreatif, berjiwa kewirausahaan, kejuangan, jujur, unggul, dan bela negara dalam melaksanakan pekerjaan di bidang keahliannya.					
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)						
	CPMK1	Mahasiswa mampu Memahami Konsep Dasar Digital Media Production (P3)					
	CPMK2	Mahasiswa Menguasai Teknik Merancang Konten Digital (KK1)					

CPMK3	Menguasai Teknik Pembuatan Konten Digital (KU4)
CPMK4	Mahasiswa mampu Memahami Strategi Publikasi Konten di Media Sosial (P3)
CPMK5	Mahasiswa Menguasai Teknik Evaluasi Hasil Publikasi Konten di Media Sosial (S1)
CPMK6	Memiliki Kemampuan Kolaborasi dan Komunikasi Tim (S1)
CPMK7	Mahasiswa Memiliki Pemahaman Etika dalam Digital Media Production (P3)
CPMK8	Memiliki Kemampuan Adaptasi terhadap Perkembangan Teknologi dan Tren (KU4)
CPMK9	Mahasiswa Mampu Mengelola Proyek Digital Media Production: (KK1)
Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	
Sub CPMK1	Mahasiswa dapat menjelaskan definisi dan ruang lingkup digital media production. (CPMK 1) (C1, A1, P1)
Sub CPMK2	Mahasiswa mampu mengidentifikasi elemen-elemen penting dalam produksi konten digital. (CPMK 1) (C2, A2, P2)
Sub CPMK3	Mahasiswa mampu melakukan riset audiens dan analisis pasar untuk mengidentifikasi kebutuhan target pengguna. (CPMK 2) (C3, A3, P2)
Sub CPMK4	Mahasiswa dapat membuat konsep dan rencana konten yang sesuai dengan tujuan komunikasi dan platform media yang dituju dan mengintegrasikan aspek visual, audio, dan narasi dalam perancangan konten digital. (CPMK 2) (C6, A4, P5)
Sub CPMK5	Mahasiswa mampu menggunakan perangkat lunak dan alat produksi konten digital, seperti aplikasi pengeditan gambar, video, dan audio. (CPMK 3) (C3, A2, P2)
Sub CPMK6	Mahasiswa dapat membuat konten digital yang berkualitas dengan memperhatikan prinsip desain, pemilihan media, dan penggunaan teknik produksi yang sesuai (CPMK 3) (C6, A4, P2)
Sub CPMK7	Mahasiswa mampu mengoptimalkan konten digital untuk berbagai platform media, termasuk kebutuhan tampilan responsif. (CPMK 4) (C6, A4, P4)
Sub CPMK8	Mahasiswa mampu memahami karakteristik dan kegunaan berbagai platform media sosial yang relevan. (CPMK 4) (C1, A1, P1)

Sub CPMK9	Mahasiswa dapat merencanakan dan melaksanakan strategi publikasi konten yang efektif, termasuk penggunaan hashtag, waktu optimal, dan penargetan audiens. (CPMK 5) (C1, A1, P2)
-----------	---

Sub CPMK10 Mahasiswa mampu mengidentifikasi dan memahami metrik kinerja yang relevan di media sosial, seperti jangkauan, interaksi, konversi, dan pengikut baru. (CPMK 5) (C1, A1, P2)

Sub CPMK11	Mahasiswa dapat menganalisis dan mengevaluasi hasil publikasi konten berdasarkan metrik kinerja yang ditentukan. (CPMK 6) (C4, A4, P4)
------------	--

Sub CPMK12	Mahasiswa memahami prinsip-prinsip etika yang relevan dalam produksi dan publikasi konten digital. (CPMK 7) (C1, A1, P1)
------------	--

Sub CPMK13	Mahasiswa mampu mengikuti perkembangan teknologi dan tren terkini dalam produksi konten digital (CPMK 8) (C1, A1, P1)
------------	---

Sub CPMK14	Mahasiswa mampu merencanakan, mengorganisasi, dan mengelola proyek digital media production secara efektif (CPMK 9) (C1, A1, P1)
------------	--

Korelasi CPL terhadap Sub-CPMK

CPL	KK1	KU4	P3	S1
Sub CPMK1			X	
Sub CPMK2			X	
Sub CPMK3	X			
Sub CPMK4	X			
Sub CPMK5		X		
Sub CPMK6		X		
Sub CPMK7			X	

Sub CPMK8			X	
Sub CPMK9				X
Sub CPMK10				X
Sub CPMK11				X

Sub

CPMK12

X

Sub CPMK13		X		
Sub CPMK14	X			

**Deskripsi
Singkat MK**

Produksi Media Digital adalah mata kuliah yang mengkaji teori, konsep, proses seputar produksi media digital. Tidak hanya itu, mahasiswa dilatih untuk peka akan kejadian/ peristiwa di sekitar masyarakat, diasah sence of art dan pcyhological feeling sehingga mahasiswa tidak hanya memiliki kemampuan untuk mendeliver pesan dalam karya audio dan visual tapi fasih menciptakan konsep berita, acara, program, video pembelajaran atau tips dan trik dan karya digital lainnya yang real dan fresh sesuai perkembangan tekhnologi dan komunikasi di erat 4.0.

Bahasa pengantar mata kuliah ini menggunakan Bahasa Indonesia.

Bahan Kajian/Materi Pembelajaran	1. Definisi dan ruang lingkup digital media production. 2. Elemen Penting dalam Produksi Konten Digital 3. Riset Audiens dan Analisis Pasar 4. Konsep dan Rencana Konten Digital 5. Perangkat Lunak dan Alat Produksi Konten Digital 6. Pembuatan Konten Digital Berkualitas 7. Optimasi Konten Digital untuk Platform Media Sosial 8. Karakteristik dan Kegunaan Platform Media Sosial 9. Strategi Publikasi Konten yang Efektif 10. Metrik Kinerja di Media Sosial 11. Analisis dan Evaluasi Hasil Publikasi Konten 12. Prinsip Etika dalam Produksi dan Publikasi Konten Digital 13. Perkembangan Teknologi dan Tren Terkini dalam Produksi Konten Digital 14. Perencanaan dan Manajemen Proyek Digital Media Production
Pustaka	Utama :
	1. Gorham Kindem, Robert B. Musburger PhD, (2009) Introduction to Media Production the Path to Digital Media Production, Arvidsson, 2. Adam. Delfanti, Alessandro (2019) Introduction to Digital Media 3. Eli M.Noam (2019)Managing Media and Digital Organization 4. Gielen, N. (2020). Digital Media Production. Oxford University Press. 5. Andi Fachruddin (2019) Journalism Today, Prenamedia Group 6. Rully Nasrullah (2017) Media Sosial. Simbiosis Rekatama 7. Hepworth-Sawyer, R. (2018). Digital Audio Production: Creating Sound for Media. Routledge. 8. Lambert, J. (2017). Digital Storytelling: Capturing Lives, Creating Community. Routledge. 9. Safko, L., & Brake, D. K. (2020). The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success. Wiley. Pendukung : 1. Ignatius Haryanto (2014) Jurnalisme Era Digital, Tantangan Industri Media Abad 21. Penerbit Buku KOMPAS

Dosen Pengampu	PANJI DWI ASHRIANTO
Matakuliah prasyarat	Produksi Program TV Non Berita

Minggu Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka] (Topik)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)

1	Mahasiswa dapat menjelaskan definisi dan ruang lingkup digital media production.	1. ketepatan dalam dapat menjelaskan definisi dan ruang lingkup digital media production.	K = Rubrik	BP = Kegiatan Proses Belajar MP = Ceramah PM =		- Definisi dan ruang lingkup digital media production - Perkembangan dan tren dalam digital media production - Peran dan tanggung jawab dalam produksi konten digital	
---	--	---	------------	--	--	---	--

2	Mahasiswa mampu mengidentifikasi elemen-elemen penting dalam produksi konten digital.	1. ketepatan mengidentifikasi elemen-elemen penting dalam produksi konten digital.	K = Rubrik B = Tugas Case		BP = Kegiatan Proses Belajar MP = Diskusi kelompok PM = Tugas Kesenjangan pendapat (Opinion-gap task)	- Visualisasi dan desain dalam konten digital - Teknik penulisan dan narasi yang efektif - Pemilihan media yang sesuai dalam konten digital	
---	---	--	------------------------------	--	---	--	--

3	Mahasiswa mampu melakukan riset audiens dan analisis pasar untuk mengidentifikasi kebutuhan target pengguna.	1. ketepatan dalam melakukan riset audiens dan analisis pasar untuk mengidentifikasi kebutuhan target pengguna.	K = Rubrik		BP = Kegiatan Proses Belajar MP = Presentasi mahasiswa dalam kelas PM =	- Pentingnya riset audiens dalam produksi konten digital - Metode dan teknik riset audiens - Analisis pasar dan segmentasi target pengguna	
---	--	---	------------	--	---	--	--

4	Mahasiswa dapat membuat konsep dan rencana konten yang sesuai dengan tujuan komunikasi dan platform media yang dituju dan mengintegrasikan aspek visual, audio, dan narasi dalam perancangan konten digital.	1. ketepatan dalam membuat konsep dan rencana konten yang sesuai dengan tujuan komunikasi dan platform media yang dituju dan mengintegrasikan aspek visual, audio, dan narasi dalam perancangan konten digital.	K = Rubrik B = Presentasi		BP = Kegiatan Penugasan Terstruktur MP = Pembelajaran berbasis proyek PM = Membuat Proyek	- Membuat konsep konten yang kreatif dan sesuai dengan tujuan komunikasi - Rencana konten yang menggabungkan aspek visual, audio, dan narasi - Pengembangan persona pengguna sebagai panduan dalam merancang konten	
---	--	---	---------------------------------	--	---	---	--

5	Mahasiswa mampu menggunakan perangkat lunak dan alat produksi konten digital, seperti aplikasi pengeditan gambar, video, dan audio.	1. ketepatan dalam menggunakan perangkat lunak dan alat produksi konten digital, seperti aplikasi pengeditan gambar, video, dan audio.	K = Rubrik		BP = Kegiatan Proses Belajar MP = Ceramah PM =	- Pengenalan perangkat lunak pengeditan gambar, video, dan audio - Teknik penggunaan perangkat lunak untuk menghasilkan konten digital berkualitas - Alat produksi konten digital lainnya, seperti aplikasi desain grafis dan pengeditan audio	
6	Mahasiswa dapat membuat konten digital yang berkualitas dengan memperhatikan prinsip desain, pemilihan media, dan penggunaan teknik produksi yang sesuai	1. Ketepatan dalam membuat konten digital yang berkualitas dengan memperhatikan prinsip desain, pemilihan media, dan penggunaan teknik produksi yang sesuai.	K = Rubrik		BP = Kegiatan Proses Belajar MP = Ceramah PM =	- Pengenalan prinsip desain, seperti komposisi, warna, dan tipografi - Penerapan prinsip desain dalam pembuatan konten visual yang menarik - Desain responsif untuk berbagai platform media	

7	Mahasiswa mampu mengoptimalkan konten digital untuk berbagai platform media, termasuk kebutuhan tampilan responsif.	1. ketepatan dalam mengoptimalkan konten digital untuk berbagai platform media, termasuk kebutuhan tampilan responsif.	K = Rubrik B = UTS		BP = Kegiatan Penugasan Terstruktur MP = Pembelajaran berbasis proyek PM = Membuat Proyek	- Pengembangan konten gambar, video, dan audio yang berkualitas - Teknik pengeditan dan penggabungan konten - Penerapan prinsip desain dalam konten digital	
8	Evaluasi Tengah Semester / Ujian Tengan Semester						
9	Mahasiswa mampu memahami karakteristik dan kegunaan berbagai platform media sosial yang relevan.	1. ketepatan dalam memahami karakteristik dan kegunaan berbagai platform media sosial yang relevan.	K = Rubrik		BP = Kegiatan Proses Belajar MP = Ceramah PM =	- Pengenalan berbagai platform media sosial yang relevan, seperti Facebook, Instagram, dan YouTube - Karakteristik, kelebihan, dan kelemahan masingmasing platform - Pemilihan platform yang sesuai dengan tujuan dan target pengguna	

10	Mahasiswa dapat merencanakan dan melaksanakan strategi publikasi konten yang efektif, termasuk penggunaan hashtag, waktu optimal, dan penargetan audiens.	1. ketepatan dalam merencanakan dan melaksanakan strategi publikasi konten yang efektif, termasuk penggunaan hashtag, waktu optimal, dan penargetan audiens.	K = Rubrik B = Tugas Project		BP = Kegiatan Proses Belajar MP = Diskusi kelompok PM = Tugas Pemecahan Masalah (Problem Solving)	- Mengidentifikasi target audiens dan merencanakan strategi publikasi - Penggunaan hashtag, waktu optimal, dan penargetan audiens dalam publikasi konten - Menyusun kalender publikasi konten yang efektif	
11	Mahasiswa mampu mengidentifikasi dan memahami metrik kinerja yang relevan di media sosial, seperti jangkauan, interaksi, konversi, dan pengikut baru.	1. Ketepatan dalam mengidentifikasi dan memahami metrik kinerja yang relevan di media sosial, seperti jangkauan, interaksi, konversi, dan pengikut baru.	K = Rubrik B = Tugas Project	BP = Kegiatan Penugasan Terstruktur MP = Pembelajaran berbasis proyek PM = Mendiskusikan kasus tertentu yang dikerjakan secara kolaboratif		- Metrik kinerja yang relevan dalam media sosial, seperti jangkauan, interaksi, dan konversi - Menganalisis data dan mengoptimalkan hasil publikasi konten	

12	Mahasiswa dapat menganalisis dan mengevaluasi hasil publikasi konten berdasarkan metrik kinerja yang ditentukan.	1. Ketepatan dalam menganalisis dan mengevaluasi hasil publikasi konten berdasarkan metrik kinerja yang ditentukan	K = Rubrik	BP = Kegiatan Penugasan Terstruktur MP = Pembelajaran berbasis proyek PM = Mendiskusikan kasus tertentu yang dikerjakan secara kolaboratif		- Menganalisis data kinerja konten berdasarkan metrik yang telah ditentukan. - Mengevaluasi efektivitas konten berdasarkan hasil analisis data. - Mengidentifikasi peluang perbaikan dan pengembangan konten berdasarkan temuan evaluasi.	
13	Mahasiswa memahami prinsip-prinsip etika yang relevan dalam produksi dan publikasi konten digital.	1. ketepatan dalam memahami prinsip-prinsip etika yang relevan dalam produksi dan publikasi konten digital.	K = Rubrik	BP = Kegiatan Proses Belajar MP = Ceramah PM =		- Prinsip-prinsip etika dalam produksi dan publikasi konten digital. - Menyusun strategi konten yang memperhatikan prinsip-prinsip etika.	

14	Mahasiswa mampu mengikuti perkembangan teknologi dan tren terkini dalam produksi konten digital.	1. ketepatan dalam mengikuti perkembangan teknologi dan tren terkini dalam produksi konten digital.	K = Rubrik B = Partisipasi	BP = Kegiatan Proses Belajar MP = Diskusi kelompok PM =		- Tren dan perkembangan terkini dalam produksi konten digital. - tren desain dan gaya dalam konten digital.	
----	--	---	----------------------------------	---	--	--	--

15	Mahasiswa dapat menjelaskan definisi dan ruang lingkup digital media production.	1. ketepatan dalam merencanakan, mengorganisasi, dan mengelola proyek digital media production secara efektif	K = Rubrik B = UAS	BP = Kegiatan Penugasan Terstruktur MP = Pembelajaran berbasis proyek PM = Membuat Proyek	- Merencanakan proyek digital media production: tujuan, anggaran, sumber daya. - Mengorganisasi alur kerja proyek dan menetapkan tanggung jawab. - Mengelola proyek secara efektif dengan memperhatikan waktu dan biaya. - Menyelesaikan proyek dengan hasil yang memenuhi standar kualitas dan tujuan yang ditetapkan.	
16	Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester					