

**KURIKULUM**  
**MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA UNESA 2022**  
**Program Studi Ilmu Komunikasi**  
**Jurusan Ilmu Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum**



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**  
**UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA**  
**2022**

**KURIKULUM PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM  
UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA**

**A. IDENTITAS PROGRAM STUDI**

1. Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Surabaya
2. Pelaksana Proses Pembelajaran
  - a. Fakultas : Ilmu Sosial dan Hukum
  - b. Jurusan : Ilmu Sosial
  - c. Program Studi : Ilmu Komunikasi
3. Akreditasi BAN-PT
  - a. Nomor : 0911/SK/BAN-PT/Akred/S/III/2017
  - b. Peringkat Akreditasi : B
4. Gelar Lulusan Program Studi : Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom.)

**B. VISI, MISI, TUJUAN**

**1. Visi**

Unggul dalam pengembangan ilmu komunikasi berbasis *ICT* dan manajerial yang mengedepankan nilai edukasi masyarakat dan berdaya saing global pada 2028.

**2. Misi**

Dengan visi tersebut, prodi Ilmu Komunikasi menyusun beberapa kegiatan untuk mencapai visi tersebut. Kegiatan tersebut sebagai berikut:

- a. Melaksanakan pendidikan inovatif di bidang ilmu komunikasi untuk menghasilkan sarjana yang adaptif terhadap perkembangan IPTEKS dan berwawasan kebangsaan serta bertakwa pada Tuhan YME;
- b. Mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam kajian ilmu komunikasi berbasis pada penelitian yang berkualitas;
- c. Melakukan pengabdian pada masyarakat dalam rangka penerapan ilmu komunikasi sesuai kebutuhan masyarakat;
- d. Menciptakan iklim akademik yang kondusif untuk pengembangan pengetahuan dan keterampilan yang kompetitif dan dinamis;
- e. Menjalin jejaring dengan dunia usaha dan industri untuk pengembangan etika dan karakter lulusan;
- f. Menciptakan tata kelola yang kredibel, transparan, akuntabel, bertanggung jawab dan adil.

**3. Tujuan**

- a. Menghasilkan sarjana ilmu komunikasi yang adaptif terhadap perkembangan IPTEKS dan berwawasan kebangsaan serta bertaqwa terhadap Tuhan YME.
- b. Publikasi karya ilmiah pada level nasional dan internasional.
- c. Diseminasi dan evaluasi pengembangan ilmu dan keterampilan ilmu komunikasi berdasarkan kebutuhan masyarakat.
- d. Budaya akademik yang kondusif untuk pengembangan pengetahuan dan keterampilan ilmu komunikasi yang kompetitif dan dinamis.

- e. Terwujudnya jejaring dengan dunia usaha dan dunia industri untuk pengembangan etika dan karakter lulusan.
- f. Tata kelola program studi yang kredibel, transparan, akuntabel, bertanggung jawab dan adil.

### C. TUJUAN PROGRAM STUDI

Kurikulum Program Studi Ilmu Komunikasi disusun dengan mempertimbangkan kesesuaian antara visi, misi, sasaran, dan tujuan yang ditetapkan oleh Program Studi. upaya untuk mewujudkan visi prodi tercermin dalam kurikulum prodi yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

#### 1. Unggul dalam pengembangan ilmu komunikasi berbasis ICT

Kurikulum prodi berisi tiga konsentrasi/ kepeminatan yaitu Manajemen Media Massa, Komunikasi Pemasaran, dan Komunikasi dan Perubahan Sosial. Ketiganya tidak hanya melatih keterampilan sebagai tenaga operasional, melainkan juga sebagai pengembang program sesuai bidang profesi masing-masing. Kurikulum prodi berupaya menjadikan ketiga konsentrasi tersebut berbasis ICT, misalnya *Public Relations 2.0* atau humas berbasis *online* sebagai salah satu bidang profesi yang terdapat dalam konsentrasi Komunikasi Pemasaran.

#### 2. Nilai edukasi masyarakat

Aspek nilai edukasi masyarakat tercermin dari konsentrasi Komunikasi dan Perubahan Sosial yang menekankan pada pengembangan program pemberdayaan masyarakat. Selain itu, edukasi masyarakat juga berarti bahwa kurikulum prodi ilmu komunikasi berkewajiban untuk memperkuat prodi kependidikan Unesa melalui matakuliah Komunikasi Pendidikan yang mengkaji aspek komunikasi di dalam kelas.

#### 3. Berdaya saing global 2028

Ke depan revitalisasi kurikulum dilaksanakan setiap empat tahun sekali dengan mempertimbangkan kebutuhan dan tuntutan industri serta dalam rangka mencapai tahap *global recognition* dan *global esteem* melalui beberapa tahapan dalam bagan alir berikut.



Bagan 1. Tahapan mencapai *global recognition* dan *global esteem*

Sesuai dengan tahap di atas, prodi telah menyusun kurikulum berbasis Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) dan Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM). Kurikulum berbasis KKNI dan MBKM tersebut merupakan upaya yang dilakukan oleh Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (Kemristekdikti) dan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dan prodi untuk menjamin kualitas lulusan sehingga dapat bersaing di tingkat regional (Asia Tenggara) dan global. Selain itu, kurikulum KKNI dan MBKM mencerminkan kriteria minimal tentang kualifikasi kemampuan lulusan yang mencakup empat aspek di antaranya sikap, pengetahuan, keterampilan umum dan khusus.

#### D. PROFIL LULUSAN PROGRAM STUDI

Kompetensi utama lulusan prodi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Surabaya (Unesa) meliputi kompetensi untuk menjadi praktisi sekaligus pengembang program di bidang media, industri kreatif, dan *community relations*

Sesuai dengan visi prodi, kompetensi pendukung lulusan mencerminkan pengembangan keilmuan komunikasi di bidang media massa, komunikasi pemasaran, dan *community relations*. Ketiganya dikembangkan dengan berorientasi pada perkembangan ICT dan keterampilan manajerial di masa depan. Secara singkat, kompetensi pendukung prodi adalah kompetensi yang tersedia di tiga konsentrasi yaitu manajemen media massa, komunikasi dan perubahan sosial, dan komunikasi pemasaran. Kompetensi pada konsentrasi manajemen media massa terfokus pada pengelolaan dan pengembang media baik cetak, elektronik, *digital*, *online* maupun *streaming*. Sedangkan kompetensi yang tercakup dalam konsentrasi komunikasi dan perubahan sosial meliputi pengembangan program pemberdayaan masyarakat. Untuk kompetensi pendukung komunikasi pemasaran, kompetensi yang ditawarkan termasuk pengembangan dan pengelolaan program media informasi instansi dan korporat serta pengembangan media pemasaran.

Di samping itu, kompetensi pendukung lain tersedia untuk membekali lulusan dengan beragam keterampilan khusus di bidang teknologi komunikasi dan informasi serta Bahasa Inggris. Berikut ini adalah kompetensi pendukung lulusan prodi S1 Ilmu Komunikasi.

1. Mampu **mengoperasikan peralatan media**
2. Mampu **berkomunikasi secara efektif** dalam bentuk lisan dan tertulis

#### E. CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN PROGRAM STUDI

PARAMETER DESKRIPSI	CAPAIAN PEMBELAJARAN PRODI (PROGRAM LEARNING OUTCOMES)
KEMAMPUAN UMUM	1. Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religious
	2. Peka terhadap permasalahan sosial dan berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, serta kemajuan peradaban berdasarkan pancasila
	3. Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, belajar sepanjang hayat, dan kewirausahaan serta bertanggung jawab di bidang keahliannya

<b>KEMAMPUAN DI BIDANG KERJA</b>	1. Berkomunikasi secara efektif dengan memanfaatkan peralatan media secara tepat sesuai dengan kebutuhan
	2. Melakukan riset komunikasi, memberikan solusi yang tepat berdasarkan informasi yang akurat, dan menyebarkan hasil penelitian melalui sosialisasi dan publikasi
	3. Mengembangkan program komunikasi dan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi
	4. Menguasai konsep teoritis dan praktik strategi komunikasi untuk memformulasikan penyelesaian masalah secara procedural
<b>KEMAMPUAN DI BIDANG PENGETAHUAN</b>	1. Menguasai konsep teoritis dan praktik ilmu komunikasi sesuai dengan kaidah hukum dan etika profesi
	2. Menguasai konsep teoritis jenis dan metode penelitian sosial serta riset komunikasi
	3. Menguasai prinsip dan "issue" terkini dalam pendidikan, ekonomi, politik, sosial, ekologi, dan IPTEKS
<b>KEMAMPUAN MANAJERIAL</b>	1. Mengelola sebuah tim dalam organisasi/ kelompok
	2. Beradaptasi dengan setiap lingkungan/ kondisi dan berjejaring dengan berbagai macam organisasi baik pemerintah, swasta, atau lembaga swadaya masyarakat

#### **F. RUMUSAN BAHAN KAJIAN**

Bahan kajian sesuai dengan CPL prodi Ilmu Komunikasi dibagi menjadi 3 kajian utama, yaitu:

1. Kajian manajemen media massa
2. Kajian komunikasi dan perubahan sosial
3. Kajian komunikasi pemasaran

## G. STRUKTUR KURIKULUM

No.	Kode MK	Nama Mata Kuliah	Courses	Kegiatan		Status		Semester ke	Prasyarat
				K	P	W	P		
<b>I</b>	<b>Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian Inti</b>								
1		Pendidikan Pancasila	Pancasila	2		√		1	
2		Bahasa Indonesia	Bahasa Indonesia	2		√		1	
3		Pendidikan Agama	Religion	2		√		2	
4		Pendidikan Kewarganegaraan	Civics	2		√		2	
<b>II</b>	<b>Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian Institusional</b>								
5		Bahasa Inggris	English	3		√		1	
6		Literasi Digital	Digital Literacy	2		√		2	
7		Pendidikan Jasmani dan Kebugaran	Physical and Fitness Education	2		√		2	
<b>III</b>	<b>Mata Kuliah Keahlian dan Keilmuan</b>								
8		Pengantar Ilmu Komunikasi	Introduction to Communication Science	3		√		1	
9		Komunikasi Pemasaran	Marketing Communication	4		√		1	
10		Komunikasi dan Perubahan Sosial	Communication and Social Change	4		√		1	
11		Evolusi Komunikasi	Communication Evolution	3		√		2	
12		Teori Komunikasi	Communication Theory	3		√		2	Pengantar Ilmu Komunikasi
13		Komunikasi Antarpersona	Interpersonal Communication	4		√		2	
14		Komunikasi Organisasi	Organizational Communication	4		√		2	
15		Metode Penelitian Sosial	Social Research Method	3		√		3	

No.	Kode MK	Nama Mata Kuliah	Courses	Kegiatan		Status		Semester ke	Prasyarat
				K	P	W	P		
16		Komunikasi Lintas Budaya	Intercultural Communication	3		√		3	
17		Metode Penelitian Komunikasi	Communication Research Method	3	1	√		4	
18		Komunikasi Politik	Political Communication	3	1	√		4	
19		<i>Social Media Life</i>	<i>Social Media Life</i>	3		√		5	
20		<i>Excellent Services and Hospitality</i>	<i>Excellent services and hospitality</i>	3		√		5	
		<b>Konsentrasi Komunikasi Pemasaran</b>	<b>Major Marketing Communication</b>						
21		Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup	Consumer Behaviour and Lifestyle	3		√		5	
		<b>Konsentrasi Manajemen Media Massa</b>	<b>Major Mass Media Management</b>						
22		Filmologi	Film Studies	3		√		5	
		<b>Konsentrasi Komunikasi dan Perubahan Sosial</b>	<b>Major Communication and Social Change</b>						
23		Komunikasi Pendidikan	Instructional Communication	3		√		5	
<b>IV</b>	<b>Mata Kuliah Dasar Keahlian</b>								
24		Jurnalistik	Journalism	4	2	√		1	
25		Statistik Sosial	Social Statistics	3	1	√		3	
26		Teknik Penulisan Karya Ilmiah	Scientific Article Writing						
27		Fotografi	Photography	3	1	√		3	
		<b>Konsentrasi Komunikasi Pemasaran</b>	<b>Major Marketing Communication</b>						
28		Perencanaan Periklanan	Advertisement Planning	3	1	√		3	
		<b>Konsentrasi Manajemen Media</b>	<b>Major Mass Media</b>						

No.	Kode MK	Nama Mata Kuliah	Courses	Kegiatan		Status		Semester ke	Prasyarat
				K	P	W	P		
		<b>Massa</b>	<b>Management</b>						
29		Manajemen Industri Media*	Media Industry Management	3	1	√		3	
		<b>Konsentrasi Komunikasi dan Perubahan Sosial</b>	<b>Major Communication and Social Change</b>						
30		Komunikasi Publik	Public Communication	3		√		3	
31		Keterampilan Berpidato	Public Speaking	3	2	√		4	
<b>V</b>		<b>Mata Kuliah Keahlian Berkarya</b>							
32		Seminar Proposal	Proposal Seminar	3	3	√		6	
33		Magang Industri	Industrial Internship	20	20	√		6	
34		Skripsi	Undergraduate Thesis	6	6	√		8	
		<b>Konsentrasi Komunikasi Pemasaran</b>	<b>Major Marketing Communication</b>						
35		Tanggung Jawab Sosial Korporat*	Corporate Social Responsibility	3	2	√		3	
		<b>Konsentrasi Manajemen Media Massa</b>	<b>Major Mass Media Management</b>						
36		Produksi Media Massa	Mass Media Production	3	2	√		3	
37		Manajemen Produksi Media Massa	Mass Media Production Management	3	1	√		4	
38		Sinematografi	Cinematography	3	2	√		4	
39		<i>Creative Writing*</i>	Creative writing	3	2	√		5	
		<b>Konsentrasi Komunikasi dan Perubahan Sosial</b>	<b>Major Communication and Social Change</b>						
40		Marketing Sosial*	Social Marketing	3	2	√		3	
41		<i>Entertainment- Education*</i>	Entertainment-Education	3	2	√		5	
		<b>Konsentrasi Komunikasi</b>	<b>Major Marketing</b>						

No.	Kode MK	Nama Mata Kuliah	Courses	Kegiatan		Status		Semester ke	Prasyarat
				K	P	W	P		
		<b>Pemasaran</b>	<b>Communication</b>						
42		Kreativita Periklanan*	Creative Advertising	3	2	√		4	
43		Manajemen Humas	Public Relations Management	3	1	√		4	
44		<i>Meeting, Incentive, Convention, Exhibition (MICE)*</i>	Meeting, Incentive, Convention, Exhibition (MICE)	3	2	√		5	
<b>VI</b>	<b>Mata Kuliah Kehidupan Bermasyarakat</b>								
		<b>Konsentrasi Komunikasi dan Perubahan Sosial</b>	<b>Major Communication and Social Change</b>						
45		Rekayasa Sosial	Capstone Project	3	3	√		6	
46		KKN Tematik	Thematic Community Services	20	20	√		7	
<b>Jumlah</b>				146					

**H. PENGATURAN MENGENAI BEBAN BELAJAR DAN KELULUSAN**

Jumlah SKS mata kuliah wajib : 137 sks

Jumlah SKS mata kuliah pilihan : 27 sks

Mahasiswa dinyatakan lulus apabila telah menempuh 146 SKS dengan komposisi

Jumlah SKS mata kuliah wajib : 137 sks

Jumlah SKS mata kuliah pilihan : 9 sks

Nilai matakuliah wajib dan prasyarat minimal D

**I. IDENTITAS MATAKULIAH**

**J. PEMETAAN MATAKULIAH TERHADAP CPL PRODI**

**K. KETENTUAN LAIN**