



**Universitas Negeri Surabaya
Fakultas Ilmu Keolahragaan Dan Kesehatan
Program Studi S1 Ilmu Keolahragaan**

Kode Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)		KODE	Rumpun MK	BOBOT (skls)			SEMESTER	Tgl Penyusunan																																	
MANAJEMEN PUBLIC RELATION DAN IKLAN OLAHRAGA		8920104232		T=4	P=0	ECTS=6.36	1	6 Desember 2025																																	
OTORISASI		Pengembang RPS		Koordinator RMK			Koordinator Program Studi																																		
				HERI WAHYUDI																																		
Model Pembelajaran	Project Based Learning																																								
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																								
	CPL-7	Mampu memahami, menganalisis dan mengevaluasi serta menerapkan teori keilmuan khususnya kebugaran fisik, kesehatan mental, dan sosial di bidang ilmu keolahragaan. (PLO-7)																																							
	CPL-10	Mampu berpikir kritis, logis, inovatif dan sistematis guna mengembangkan dan mengoptimalkan potensi dunia usaha dan industri di bidang ilmu keolahragaan. (PLO-10)																																							
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																								
	CPMK - 1	Mahasiswa dapat menerapkan konsep dasar public relations dan iklan dalam konteks industri olahraga. (C3)																																							
	CPMK - 2	Mahasiswa dapat menganalisis strategi public relations dan iklan yang efektif untuk meningkatkan citra organisasi olahraga. (C4)																																							
	CPMK - 3	Mahasiswa dapat mengevaluasi efektivitas kampanye public relations dan iklan dalam olahraga berdasarkan kriteria dan standar yang telah ditetapkan. (C5)																																							
	CPMK - 4	Mahasiswa dapat menciptakan strategi komunikasi yang inovatif untuk mengatasi tantangan dalam manajemen public relations dan iklan olahraga. (C6)																																							
	CPMK - 5	Mahasiswa dapat menerapkan teori dan prinsip manajemen dalam merancang dan melaksanakan kegiatan public relations dan iklan di sektor olahraga. (C3)																																							
	CPMK - 6	Mahasiswa dapat menganalisis dampak sosial dan etika dari kampanye public relations dan iklan dalam olahraga. (C4)																																							
CPMK - 7	Mahasiswa dapat mengevaluasi dan mengoptimalkan penggunaan media digital dan tradisional dalam kampanye iklan olahraga. (C5)																																								
CPMK - 8	Mahasiswa dapat menciptakan konten promosi yang kreatif dan menarik untuk berbagai platform media yang digunakan dalam olahraga. (C6)																																								
CPMK - 9	Mahasiswa dapat menerapkan metode penelitian untuk mengumpulkan dan menganalisis data terkait efektivitas strategi public relations dan iklan. (C3)																																								
CPMK - 10	Mahasiswa dapat mengintegrasikan berbagai teori dan model komunikasi untuk mengembangkan strategi public relations dan iklan yang efektif di industri olahraga. (C4)																																								
Matrik CPL - CPMK																																									
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>CPMK</th> <th>CPL-7</th> <th>CPL-10</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>CPMK-1</td><td>✓</td><td></td></tr> <tr><td>CPMK-2</td><td>✓</td><td>✓</td></tr> <tr><td>CPMK-3</td><td>✓</td><td></td></tr> <tr><td>CPMK-4</td><td></td><td>✓</td></tr> <tr><td>CPMK-5</td><td>✓</td><td></td></tr> <tr><td>CPMK-6</td><td>✓</td><td></td></tr> <tr><td>CPMK-7</td><td></td><td>✓</td></tr> <tr><td>CPMK-8</td><td></td><td>✓</td></tr> <tr><td>CPMK-9</td><td>✓</td><td></td></tr> <tr><td>CPMK-10</td><td>✓</td><td>✓</td></tr> </tbody> </table>								CPMK	CPL-7	CPL-10	CPMK-1	✓		CPMK-2	✓	✓	CPMK-3	✓		CPMK-4		✓	CPMK-5	✓		CPMK-6	✓		CPMK-7		✓	CPMK-8		✓	CPMK-9	✓		CPMK-10	✓	✓
	CPMK	CPL-7	CPL-10																																						
	CPMK-1	✓																																							
	CPMK-2	✓	✓																																						
	CPMK-3	✓																																							
	CPMK-4		✓																																						
	CPMK-5	✓																																							
	CPMK-6	✓																																							
	CPMK-7		✓																																						
	CPMK-8		✓																																						
	CPMK-9	✓																																							
CPMK-10	✓	✓																																							
Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																									

		CPMK	Minggu Ke															
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
CPMK-1	✓																	
CPMK-2		✓	✓															
CPMK-3				✓	✓													
CPMK-4							✓											
CPMK-5								✓	✓									
CPMK-6										✓	✓	✓						
CPMK-7																		
CPMK-8												✓						
CPMK-9													✓	✓	✓			
CPMK-10																		
Deskripsi Singkat MK	Matakuliah Manajemen Public Relation Dan Iklan Olahraga membahas konsep dasar manajemen public relation dan iklan yang diterapkan dalam dunia olahraga. Mata kuliah ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang strategi komunikasi dan promosi yang efektif dalam membangun citra positif dan meningkatkan popularitas di bidang olahraga. Ruang lingkup mata kuliah mencakup pembahasan tentang perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program public relation dan iklan olahraga, serta studi kasus untuk memperkuat pemahaman mahasiswa.																	
Pustaka	Utama :		1. G Clayton Stoldt Stephen Dittmore Scott Branvold. 2012. Sport Public Relations: Managing Stakeholder Communication.Human Kinetics; 2nd edition 2. John A Fortunato. 2013. Sports Sponsorship: Principles and Practices. McFarland & Co Inc															
	Pendukung :																	
Dosen Pengampu	Catur Supriyanto, S.Pd., M.Kes., Ph.D. Lutfhi Abdil Khuddus, S.Pd., M.Pd.																	
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian				Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Pengasasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]				Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)							
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)													
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)											
1	Mahasiswa diharapkan mampu menerapkan konsep dasar public relations dan iklan dalam konteks industri olahraga.	1.Penerapan konsep public relations dalam industri olahraga 2.Penerapan konsep iklan dalam industri olahraga	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio	Pembelajaran berbasis studi kasus.	Diskusi daring tentang penerapan konsep public relations dalam industri olahraga	Materi: Pengertian Public Relations, Fungsi Public Relations dalam Industri Olahraga, Konsep Dasar Iklan, Strategi Iklan dalam Industri Olahraga Pustaka: Handbook Perkuliahann	5%											
2	Mahasiswa diharapkan mampu menerapkan konsep dasar public relations dan iklan dalam konteks industri olahraga dengan baik dan efektif.	1.Penerapan konsep public relations dalam industri olahraga 2.Penerapan konsep iklan dalam industri olahraga 3.Kemampuan mengintegrasikan public relations dan iklan	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio	Pembelajaran aktif melalui diskusi kelompok dan studi kasus.	Penugasan online memungkinkan. Jenis penugasan yang cocok adalah membuat kampanye iklan olahraga yang menggabungkan konsep public relations untuk meningkatkan popularitas suatu olahraga.	Materi: Pengenalan konsep dasar public relations, Strategi iklan dalam industri olahraga, Integrasi public relations dan iklan Pustaka: Handbook Perkuliahann	10%											

3	Mahasiswa diharapkan mampu menerapkan konsep dasar public relations dan iklan dalam konteks industri olahraga dengan baik dan efektif.	1.Penerapan konsep public relations dalam industri olahraga 2.Penerapan konsep iklan dalam industri olahraga 3.Kemampuan mengintegrasikan public relations dan iklan	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio	Pembelajaran aktif melalui diskusi kelompok dan studi kasus.	Penugasan online memungkinkan. Jenis penugasan yang cocok adalah membuat kampanye iklan olahraga yang menggabungkan konsep public relations untuk meningkatkan popularitas suatu olahraga.	Materi: Pengenalan konsep dasar public relations, Strategi iklan dalam industri olahraga, Integrasi public relations dan iklan Pustaka: Handbook Perkuliahan	10%
4	Mahasiswa diharapkan mampu menganalisis strategi public relations dan iklan yang efektif untuk meningkatkan citra organisasi olahraga.	1.Analisis strategi public relations 2.Analisis strategi iklan 3.Implementasi strategi dalam studi kasus	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio	Pembelajaran berbasis kasus.	Diskusi daring tentang studi kasus implementasi strategi PR dan iklan dalam olahraga	Materi: Konsep dasar public relations, Teknik-teknik iklan yang efektif, Studi kasus implementasi strategi PR dan iklan dalam olahraga Pustaka: Handbook Perkuliahan	5%
5	Mahasiswa diharapkan mampu menganalisis strategi public relations dan iklan yang efektif untuk meningkatkan citra organisasi olahraga.	1.Analisis strategi public relations dan iklan 2.Penerapan strategi dalam konteks organisasi olahraga	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio	Pembelajaran berbasis diskusi dan studi kasus.	Diskusi daring tentang penerapan strategi public relations dan iklan dalam konteks organisasi olahraga	Materi: Teori Public Relations, Strategi Iklan, Studi Kasus Citra Organisasi Olahraga Pustaka: Handbook Perkuliahan	10%
6	Mahasiswa diharapkan mampu mengevaluasi efektivitas kampanye public relations dan iklan dalam olahraga berdasarkan kriteria dan standar yang telah ditetapkan.	1.Analisis efektivitas kampanye PR dan iklan olahraga 2.Pemahaman terhadap kriteria evaluasi 3.Kemampuan menilai standar yang telah ditetapkan	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Pembelajaran berbasis proyek.	Diskusi daring tentang studi kasus kampanye PR dan iklan olahraga	Materi: Teori evaluasi kampanye PR dan iklan olahraga, Studi kasus kampanye PR dan iklan olahraga, Kriteria evaluasi efektivitas kampanye PR dan iklan olahraga Pustaka: Handbook Perkuliahan	5%
7	Mahasiswa diharapkan mampu mengevaluasi efektivitas kampanye public relations dan iklan dalam olahraga berdasarkan kriteria dan standar yang telah ditetapkan.	1.Analisis efektivitas kampanye PR dan iklan olahraga 2.Pemahaman terhadap kriteria evaluasi 3.Kemampuan menilai standar yang telah ditetapkan	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Pembelajaran berbasis proyek.	Diskusi daring tentang studi kasus kampanye PR dan iklan olahraga	Materi: Teori evaluasi kampanye PR dan iklan olahraga, Studi kasus kampanye PR dan iklan olahraga, Kriteria evaluasi efektivitas kampanye PR dan iklan olahraga Pustaka: Handbook Perkuliahan	10%

8	Mahasiswa diharapkan mampu mengaplikasikan teori dan prinsip manajemen dalam merancang dan melaksanakan kegiatan public relations dan iklan di sektor olahraga.	1.Penerapan teori manajemen dalam kegiatan public relations olahraga 2.Penerapan prinsip manajemen dalam kegiatan iklan olahraga	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Tes	Pembelajaran Berbasis Proyek.		Materi: Teori Manajemen dalam Public Relations Olahraga, Prinsip Manajemen dalam Iklan Olahraga, Studi Kasus Kegiatan Public Relations dan Iklan di Sektor Olahraga Pustaka: Handbook Perkuliahan	5%
9	Mahasiswa diharapkan mampu mengaplikasikan teori dan prinsip manajemen dalam konteks public relations dan iklan di sektor olahraga.	1.Kemampuan menerapkan teori manajemen dalam kegiatan public relations olahraga 2.Kemampuan menerapkan prinsip manajemen dalam kegiatan iklan olahraga	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio, Praktik / Unjuk Kerja	Pembelajaran aktif melalui diskusi, studi kasus, dan simulasi.	Penugasan online memungkinkan, Pembuatan proposal kampanye public relations olahraga	Materi: Teori manajemen dalam public relations olahraga, Prinsip manajemen dalam iklan olahraga, Studi kasus public relations dan iklan di sektor olahraga Pustaka: Handbook Perkuliahan	10%
10	Mahasiswa diharapkan mampu mengaplikasikan teori dan prinsip manajemen dalam konteks public relations dan iklan di sektor olahraga.	1.Kemampuan menerapkan teori manajemen dalam kegiatan public relations olahraga 2.Kemampuan menerapkan prinsip manajemen dalam kegiatan iklan olahraga	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio, Praktik / Unjuk Kerja	Pembelajaran aktif melalui diskusi, studi kasus, dan simulasi.	Penugasan online memungkinkan, Pembuatan proposal kampanye public relations olahraga	Materi: Teori manajemen dalam public relations olahraga, Prinsip manajemen dalam iklan olahraga, Studi kasus public relations dan iklan di sektor olahraga Pustaka: Handbook Perkuliahan	10%
11	Mahasiswa diharapkan mampu mengaplikasikan teori dan prinsip manajemen dalam konteks public relations dan iklan di sektor olahraga.	1.Kemampuan menerapkan teori manajemen dalam kegiatan public relations olahraga 2.Kemampuan menerapkan prinsip manajemen dalam kegiatan iklan olahraga	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio, Praktik / Unjuk Kerja	Pembelajaran aktif melalui diskusi, studi kasus, dan simulasi.	Penugasan online memungkinkan, Pembuatan proposal kampanye public relations olahraga	Materi: Teori manajemen dalam public relations olahraga, Prinsip manajemen dalam iklan olahraga, Studi kasus public relations dan iklan di sektor olahraga Pustaka: Handbook Perkuliahan	5%
12	Mahasiswa diharapkan mampu menciptakan konten promosi yang kreatif dan menarik untuk berbagai platform media yang digunakan dalam olahraga.	1.Kemampuan merancang konten promosi yang inovatif 2.Kemampuan memilih platform media yang tepat untuk konten promosi 3.Kemampuan menarik perhatian target audiens	Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Pembelajaran berbasis proyek.	Pembuatan video promosi olahraga	Materi: Strategi konten promosi dalam olahraga, Pemilihan platform media yang efektif, Teknik menarik perhatian audiens Pustaka: Handbook Perkuliahan	5%

13	Mahasiswa diharapkan mampu menerapkan metode penelitian yang tepat untuk mengumpulkan dan menganalisis data terkait efektivitas strategi public relations dan iklan dalam olahraga.	1.Kemampuan menerapkan metode penelitian 2.Kemampuan mengumpulkan data 3.Kemampuan menganalisis data	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio	Pembelajaran aktif melalui diskusi, studi kasus, dan praktik langsung.	Diskusi daring tentang penerapan metode penelitian dalam kasus nyata public relations dan iklan olahraga	Materi: Pengenalan metode penelitian, Tahapan penelitian, Teknik pengumpulan data, Analisis data dalam konteks public relations dan iklan olahraga Pustaka: Handbook Perkuliahan	5%
14	Mahasiswa diharapkan mampu menerapkan metode penelitian yang tepat untuk mengumpulkan dan menganalisis data terkait efektivitas strategi public relations dan iklan dalam olahraga.	1.Kemampuan menerapkan metode penelitian 2.Kemampuan mengumpulkan data 3.Kemampuan menganalisis data	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio	Pembelajaran aktif melalui diskusi, studi kasus, dan praktik langsung.	Diskusi daring tentang penerapan metode penelitian dalam kasus nyata public relations dan iklan olahraga	Materi: Pengenalan metode penelitian, Tahapan penelitian, Teknik pengumpulan data, Analisis data dalam konteks public relations dan iklan olahraga Pustaka: Handbook Perkuliahan	4%
15	Mahasiswa diharapkan mampu menerapkan metode penelitian yang tepat untuk mengumpulkan dan menganalisis data terkait efektivitas strategi public relations dan iklan dalam olahraga.	1.Kemampuan menerapkan metode penelitian 2.Kemampuan mengumpulkan data 3.Kemampuan menganalisis data	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio	Pembelajaran aktif melalui diskusi, studi kasus, dan praktik langsung.	Diskusi daring tentang penerapan metode penelitian dalam kasus nyata public relations dan iklan olahraga	Materi: Pengenalan metode penelitian, Tahapan penelitian, Teknik pengumpulan data, Analisis data dalam konteks public relations dan iklan olahraga Pustaka: Handbook Perkuliahan	1%
16							0%

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Percentase
1.	Aktifitas Partisipatif	39.58%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	29.58%
3.	Penilaian Portofolio	22.91%
4.	Praktik / Unjuk Kerja	6.25%
5.	Tes	1.67%
		99.99%

Catatan

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan Prodi (CPL - Prodi)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan prodi yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
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, ketrampilan umum, ketrampilan 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-CPMK Mata Kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK 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 yang disertai bukti-bukti.
6. **Kriteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok 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. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.

8. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat 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 yg setara.
10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposisional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.

File PDF ini digenerate pada tanggal 6 Desember 2025 Jam 16:58 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa