



**Universitas Negeri Surabaya
Fakultas PSDKU**
**Program Studi S1 Ilmu Komunikasi (Kampus Kabupaten
Magetan)**

Kode Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Deskripsi Singkat MK		Mengkaji substansi teori model perubahan perilaku, perencanaan pemasaran yang meliputi: segmentasi dan target, kompetisi dan posisi, serta komunikasi dan media baru dalam marketing sosial, dan praktik marketing sosial dengan menggunakan metode ceramah, diskusi, analisis studi kasus, dan simulasi.						
Pustaka	Utama :							
	1. Lee, N.R., and Kotler, P. 2016. Social Marketing: Changing Behaviors for Good . London: Sage Publication Ltd. 2. McKenzie-Mohr, D. 2011. Fostering Sustainable Behavior: An Introduction to Community-Based Social Marketing 3rd ed. Gabriola Island: New Society Publishers. 3. Hastings, G., Angus, K., and Bryant, C. 2012. The Sage Handbook of Social Marketing . London: Sage Publication Ltd. 4. Donovan, R. 2010. Principles and Practice of Social Marketing: An International Perspective							
	Pendukung :							
Dosen Pengampu		Wahyu Mahesa Miarta, S.H., M.Sc. Gilang Gusti Aji, S.I.P., M.Si. Rizqi Mutqiyah, S.I.Kom., M.Sc.						
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]			Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	
1	1.Memahami konsep dasar marketing sosial 2.Memahami perbedaan marketing sosial dengan marketing bisnis, teori perubahan perilaku, dan strategi promosi	1.Menjelaskan pengertian, asal, dan keunikan marketing sosial 2.Menjelaskan pelaku dan manfaat marketing sosial 3.Menjelaskan perbedaan marketing sosial dengan marketing bisnis, teori perubahan perilaku, dan strategi promosi	Kriteria: Lembar penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	- Ceramah - Diskusi - Tanya jawab 3 X 50			Materi: Materi: Pengertian, asal, dan keunikan marketing sosial; Pelaku dan manfaat marketing sosial; Perbedaan marketing sosial dengan marketing bisnis, teori perubahan perilaku, dan strategi promosi Pustaka:	2%
2	Mahasiswa mampu Menganalisis perilaku masyarakat	mahasiswa memahami teori yang diajarkan	Kriteria: mahasiswa mampu menganalisa masalah dengan mengambil project real Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Luring: ceramah 150 menit			Materi: Konsep perilaku yang diinginkan; Hambatan dan keuntungan dari perilaku yang diinginkan Pustaka:	5%
3	Memahami tahapan proses perencanaan marketing sosial	1.Menjelaskan perencanaan marketing yang mencakup proses dan pengaruhnya 2.Menjelaskan tahapan perencanaan marketing sosial 3.Mengidentifikasi perbedaan fokus pada marketing dan sosial	Kriteria: Menganalisa project real dengan menyesuaikan dengan teori yang sudah diberikan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Luring 150 menit			Materi: Perencanaan marketing yang mencakup proses dan pengaruhnya; Tahapan perencanaan marketing sosial; Perbedaan fokus pada marketing dan sosial Pustaka:	5%
4	Menganalisis lingkungan marketing sosial	1.Mengidentifikasi alternatif dan kebutuhan penelitian 2.Menentukan isu sosial dan tujuan 3.Melakukan analisis situasi	Kriteria: penilaian project dari analisa project Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	Iuring 150 menit			Materi: Alternatif dan kebutuhan penelitian; Isu sosial dan tujuan; Analisis situasi Pustaka:	5%

5	mahasiswa mampu menganalisa sesuai tugas yang diberikan	Memahami metode penentuan audiens	Kriteria: presentasi Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	luring 150 menit		Materi: Materi: Pengklasifikasi audiens; Kriteria penilaian klasifikasi audiens; Metode pendekatan target audiens Pustaka:	5%
6	Menentukan tujuan perubahan perilaku dan program	.Memahami konsep dasar tujuan perubahan ke perilaku yang diinginkan 2.Memahami tujuan program sebagai tolak ukur penilaian program	Kriteria: mahasiswa memahami perubahan perilaku yang diinginkan Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	luring 150 menit		Materi: Materi: Konsep dasar tujuan perubahan ke perilaku yang diinginkan; Tujuan program sebagai tolak ukur penilaian program Pustaka:	5%
7	mahasiswa Memahami strategi marketing sosial Memahami kelebihan konsep visual dan menganalisis marketing radikal	1.Menjelaskan strategi marketing sosial 2.Menjelaskan kelebihan Konsep visual dan menganalisis marketing radikal	Kriteria: mahasiswa dapat membedakan marketing sosial dan radikal Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	luring 150 menit		Materi: Materi: Strategi marketing sosial Pustaka:	10%
8	UTS dengan membuat Video Campaign yang berhubungan dengan SGD's poin 8,10,11 dan 12	Project UTS berupa video campaign yang berkaitan dengan SDGs poin 8,10,11, dan 12	Kriteria: video campaign yang berkaitan dengan SDGs Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	luring 150 menit		Materi: Materi: Materi minggu 1 - 7 Pustaka:	10%
9	Mengidentifikasi hambatan, keuntungan, motivator dan kompetisi, serta entitas berpengaruh lainnya	1.Menjelaskan hambatan dan keuntungan 2.Menjelaskan konsep motivator dan kompetisi 3.Menjelaskan entitas lain yang berpengaruh	Kriteria: partisipasi Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	luring 150 menit		Materi: Materi: Hambatan dan keuntungan Pustaka:	5%
10	Mengaplikasikan pengelolaan promosi	1. Mengembangkan strategi promosi pesan, pemberi pesan, dan kreatif 2.Melakukan pre testing	Kriteria: partisipasi Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	luring 150 menit		Materi: Materi: Pre testing Pustaka:	5%
11	Memahami strategi pendistribusian	.Menjelaskan konsep 'franchising' sosial 2.Menjelaskan pengelolaan distribusi 3.Menjelaskan pertimbangan etis dalam pemilihan strategi pendistribusian	Kriteria: partisipasi Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	luring 150 menit		Materi: Materi: Konsep 'franchising' sosial; Pengelolaan distribusi Pustaka:	4%
12	Merencanakan dan melaksanakan program marketing sosial	.Menyusun rencana marketing sosial 2.Melakukan marketing sosial 3.Mengidentifikasi faktor yang menentukan kesinambungan perubahan perilaku yang diinginkan	Kriteria: penilaian project Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	luring 150 menit		Materi: Materi: Penyusunan budget dan rasionalnya Pustaka:	10%
13	Merencanakan dan melaksanakan program marketing sosial	1.Menyusun rencana marketing sosial 2.Melakukan marketing sosial 3.Mengidentifikasi faktor yang menentukan kesinambungan perubahan perilaku yang diinginkan	Kriteria: penilaian produk Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	luring 150 menit		Materi: Materi: Penyusunan budget dan rasionalnya Pustaka:	5%

14	Merencanakan dan melaksanakan program marketing sosial	Menyusun rencana marketing sosial 2.Melakukan marketing sosial 3.Mengidentifikasi faktor yang menentukan kesinambungan perubahan perilaku yang diinginkan	Kriteria: penugasan kelompok Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	luring 150 menit		Materi: Materi: Penyusunan budget dan rasionalnya Pustaka:	2%
15	Memahami konsep monitoring dan evaluasi	1.Kemampuan menganalisis data dan informasi pemasaran sosial 2.Ketepatan dalam pengambilan keputusan strategis 3.Kreativitas dalam menyusun alternatif solusi 4.Relevansi solusi dengan analisis kebutuhan target audiens	Kriteria: penilaian projek Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio	luring 150 menit		Materi: Analisis data pemasaran sosial, Teknik pengambilan keputusan strategis, Pengembangan alternatif solusi kreatif, Evaluasi efektivitas solusi pemasaran sosial Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	2%
16	project marketing sosial berdasarkan dengan masalah nyata yang dibuat solusinya, dan ini berkaitan dengan SDGs	Project based berkaitan dengan SDGs	Kriteria: Project yang berkaitan dengan SDGs Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	luring 150 menit		Materi: Materi: Materi minggu 9 - 15 Pustaka:	20%

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	33%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	21%
3.	Penilaian Portofolio	1%
4.	Praktik / Unjuk Kerja	45%
		100%

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 dibuktikan 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 dibuktikan 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.

RPS ini telah divalidasi pada tanggal 19 Oktober 2025

Koordinator Program Studi S1
Ilmu Komunikasi (Kampus
Kabupaten Magetan)



MUHAMMAD DANU WINATA
NIDN 0023109303

UPM Program Studi S1 Ilmu
Komunikasi (Kampus
Kabupaten Magetan)



NIDN 0004028804

File PDF ini digenerate pada tanggal 13 Januari 2026 Jam 16:15 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa

