



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

Kode  
Dokumen

## RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)		KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)			SEMESTER	Tgl Penyusunan																																																																																												
Marketing Sosial		7020703018	Mata Kuliah Wajib Program Studi	T=0	P=0	ECTS=0	3	13 Januari 2026																																																																																												
OTORISASI		Pengembang RPS		Koordinator RMK			Koordinator Program Studi																																																																																													
		Prodi Ilmu Komunikasi		Wahyu Mahesa Miarta, S.H., M.Sc.			MUHAMMAD DANU WINATA																																																																																													
Model Pembelajaran	Project Based Learning																																																																																																			
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																																																																																			
	CPL-2	Menunjukkan karakter tangguh, kolaboratif, adaptif, inovatif, inklusif, belajar sepanjang hayat, dan berjiwa kewirausahaan																																																																																																		
	CPL-3	Mengembangkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan kreatif dalam melakukan pekerjaan yang spesifik di bidang keahliannya serta sesuai dengan standar kompetensi kerja bidang yang bersangkutan																																																																																																		
	CPL-4	Mengembangkan diri secara berkelanjutan dan berkolaborasi.																																																																																																		
	CPL-5	Mahasiswa mampu memahami konsep dasar ilmu komunikasi, teori-teori komunikasi, dan prinsip-prinsip komunikasi dalam berbagai konteks, termasuk interpersonal, kelompok, organisasi, dan massa.																																																																																																		
	CPL-6	Mahasiswa mampu memanfaatkan teknologi digital untuk merancang, mengembangkan, dan mengevaluasi konten komunikasi yang efektif, termasuk media sosial, website, dan platform digital lainnya.																																																																																																		
	CPL-7	Mahasiswa mampu memproduksi dan mengelola konten digital yang kreatif dan inovatif untuk berbagai platform media, menggunakan perangkat lunak dan alat digital yang relevan																																																																																																		
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																																																																																			
	CPMK - 1	Menerapkan program marketing sosial dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam penyelesaian masalah sosial.																																																																																																		
	CPMK - 2	Menguasai konsep teoritis dan praktik strategi komunikasi pemasaran secara mendalam untuk memformulasikan penyelesaian permasalahan sosial.																																																																																																		
	CPMK - 3	Mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan data (masalah, target audiens, tujuan, analisis kebutuhan) dan menyumbangkan ide dari berbagai alternatif solusi dalam komunikasi pemasaran di bidang sosial.																																																																																																		
	Matrik CPL - CPMK																																																																																																			
		<table><tr><td>CPMK</td><td>CPL-2</td><td>CPL-3</td><td>CPL-4</td><td>CPL-5</td><td>CPL-6</td><td>CPL-7</td></tr><tr><td>CPMK-1</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td></td></tr><tr><td>CPMK-2</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td></tr><tr><td>CPMK-3</td><td></td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>							CPMK	CPL-2	CPL-3	CPL-4	CPL-5	CPL-6	CPL-7	CPMK-1					✓		CPMK-2						✓	CPMK-3		✓																																																																				
CPMK	CPL-2	CPL-3	CPL-4	CPL-5	CPL-6	CPL-7																																																																																														
CPMK-1					✓																																																																																															
CPMK-2						✓																																																																																														
CPMK-3		✓																																																																																																		
Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																																																																																				
	<table><tr><td rowspan="2">CPMK</td><td colspan="16">Minggu Ke</td></tr><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td></tr><tr><td>CPMK-1</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-2</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-3</td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td></tr></table>																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	Minggu Ke																																																																																																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																																																																																				
CPMK-1	✓	✓	✓																																																																																																	
CPMK-2																																																																																																				
CPMK-3				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓																																																																																				

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 praktek 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 Mutqiyyah, 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 (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)		
(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 Partisipasif	- 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 Partisipasif	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 Partisipasif	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	luring 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	<b>Kriteria:</b> presentasi  <b>Bentuk Penilaian :</b> Praktik / Unjuk Kerja	luring 150 menit		<b>Materi:</b> Materi: Pengklasifikasian audiens; Kriteria penilaian klasifikasi audiens; Metode pendekatan target audiens <b>Pustaka:</b>	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	<b>Kriteria:</b> mahasiswa memahami perubahan perilaku yang diinginkan  <b>Bentuk Penilaian :</b> Praktik / Unjuk Kerja	luring 150 menit		<b>Materi:</b> Materi: Konsep dasar tujuan perubahan ke perilaku yang diinginkan; Tujuan program sebagai tolak ukur penilaian program <b>Pustaka:</b>	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	<b>Kriteria:</b> mahasiswa dapat membedakan marketing sosial dan radikal  <b>Bentuk Penilaian :</b> Praktik / Unjuk Kerja	luring 150 menit		<b>Materi:</b> Materi: Strategi marketing sosial <b>Pustaka:</b>	10%
8	UTS dengan membuat Video Campaign yang berhubungan dengan SDGs poin 8,10,11 dan 12	Project UTS berupa video campaign yang berkaitan dengan SDGs poin 8,10,11, dan 12	<b>Kriteria:</b> video campaign yang berkaitan dengan SDGs  <b>Bentuk Penilaian :</b> Praktik / Unjuk Kerja	luring 150 menit		<b>Materi:</b> Materi: Materi minggu 1 - 7 <b>Pustaka:</b>	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	<b>Kriteria:</b> partisipasi  <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif	luring 150 menit		<b>Materi:</b> Materi: Hambatan dan keuntungan <b>Pustaka:</b>	5%
10	Mengaplikasikan pengelolaan promosi	1. Mengembangkan strategi promosi pesan, pemberi pesan, dan kreatif 2.Melakukan pre testing	<b>Kriteria:</b> partisipasi  <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif	luring 150 menit		<b>Materi:</b> Materi: Pre testing <b>Pustaka:</b>	5%
11	Memahami strategi pendistribusian	.Menjelaskan konsep 'franchising' sosial 2.Menjelaskan pengelolaan distribusi 3.Menjelaskan pertimbangan etis dalam pemilihan strategi pendistribusian	<b>Kriteria:</b> partisipasi  <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif	luring 150 menit		<b>Materi:</b> Materi: Konsep 'franchising' sosial; Pengelolaan distribusi <b>Pustaka:</b>	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	<b>Kriteria:</b> penilaian project  <b>Bentuk Penilaian :</b> Praktik / Unjuk Kerja	luring 150 menit		<b>Materi:</b> Materi: Penyusunan budget dan rasionalnya <b>Pustaka:</b>	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	<b>Kriteria:</b> penilaian produk  <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif	luring 150 menit		<b>Materi:</b> Materi: Penyusunan budget dan rasionalnya <b>Pustaka:</b>	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	<b>Kriteria:</b> penugasan kelompok  <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif	luring 150 menit		<b>Materi:</b> Materi: Penyusunan budget dan rasionalnya <b>Pustaka:</b>	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	<b>Kriteria:</b> penilaian projek  <b>Bentuk Penilaian :</b> Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio	luring 150 menit		<b>Materi:</b> Analisis data pemasaran sosial, Teknik pengambilan keputusan strategis, Pengembangan alternatif solusi kreatif, Evaluasi efektivitas solusi pemasaran sosial <b>Pustaka:</b> <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	<b>Kriteria:</b> Project yang berkaitan dengan SDGs  <b>Bentuk Penilaian :</b> Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	luring 150 menit		<b>Materi:</b> Materi: Materi minggu 9 - 15 <b>Pustaka:</b>	20%

#### Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

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

#### Catatan

- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
- Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
- 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.
- 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.
- Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
- Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
- 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

