



**Universitas Negeri Surabaya
Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Program Studi S1 Ilmu Komunikasi**

**Kode
Dokumen**

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan
Social Media Life	7020103103	Mata Kuliah Wajib Program Studi	T=3 P=0 ECTS=4.77	5	28 April 2023

OTORISASI	Pengembang RPS	Koordinator RMK	Koordinator Program Studi
	Tatak Setiadi, M.A.	Mutiah, M.I.Kom.	Dr. Anam Miftakhul Huda, S.Kom., M.I.Kom.

Model Pembelajaran	Case Study
---------------------------	------------

Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)
CPMK - 1	Mampu mengaplikasikan bidang keahliannya dan memanfaatkan IPTEKS untuk menyelesaikan masalah serta mampu beradaptasi dengan perkembangan media sosial
CPMK - 2	Menguasai konsep teoritis bidang teknologi-teknologi media digital secara umum dan konsep teoritis bagian khusus dalam bidang perkembangan teknologi media sosial, serta mampu memformulasikan penyelesaian masalah prosedural
CPMK - 3	Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis perkembangan teknologi media baru, dan mampu memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternatif media sosial baik mandiri dan kelompok
CPMK - 4	Bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri dan dapat diberi tanggung jawab atas pencapaian hasil kerja organisasi

Matrik CPL - CPMK

	<table border="1" style="margin: auto;"> <tr><td style="width: 100px; height: 20px;">CPMK</td></tr> <tr><td style="width: 100px; height: 20px;">CPMK-1</td></tr> <tr><td style="width: 100px; height: 20px;">CPMK-2</td></tr> <tr><td style="width: 100px; height: 20px;">CPMK-3</td></tr> <tr><td style="width: 100px; height: 20px;">CPMK-4</td></tr> </table>	CPMK	CPMK-1	CPMK-2	CPMK-3	CPMK-4
CPMK						
CPMK-1						
CPMK-2						
CPMK-3						
CPMK-4						

Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)

	<table border="1" style="margin: auto;"> <tr> <th rowspan="2" style="width: 100px;">CPMK</th> <th colspan="16">Minggu Ke</th> </tr> <tr> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th><th>13</th><th>14</th><th>15</th><th>16</th> </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> <tr> <td>CPMK-4</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-4																
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																																																																																																						

Deskripsi Singkat MK	Mata Kuliah ini membahas tentang definisi media sosial, fenomena perkembangan media sosial, perubahan kebiasaan akibat media sosial, dan gaya hidup virtual di media sosial yang membawa pengaruh terhadap perubahan sosial di masyarakat. Termasuk di dalamnya pembahasan mengenai media digital, cyberspace dan cyberculture, hingga virtual community dalam kasus sehari-hari di masyarakat.
-----------------------------	---

Pustaka	Utama :
----------------	----------------

1. Quesenberry, K. A. (2020). Social media strategy: Marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution. Rowman & Littlefield Publishers
2. Lincoln, Susan Rice. (2009). Mastering Web 2.0 : transform your business using key website and social media tools. London: Kogan Page
3. van Dijk, Jan A. G. M. (2006). The Network Society Social Aspects of New Media Second edition. London: Sage Publication
4. Flew, Terry. (2014). New Media. Victoria: Oxford University Press
5. Gidding, Seth. (2011). The New Media and Technocultures Readers. New York: Routledge
6. Gane, Nicholas. (2008). New Media: The Key Concepts. The UK: Bloomsbury Academic
7. Rogers, Everett M. (1996). Communication Technologies. London: The Free Press Collier McMillan Publishing
8. Castells, Manuel. (2010). The Rise of Network Society. London: Blackwell Publishing

Pendukung :

Dosen Pengampu
Herma Retno Prabayanti, S.E., M.Med.Kom.
Puspita Sari Sukardani, S.T., M.Med.Kom.
Mutiah, S.Sos., M.I.Kom.

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	Menjelaskan rencana perkuliahan, dan perkembangan Teknologi Komunikasi, Media Baru, dan Media Sosial	Mahasiswa mampu mendeskripsikan perkembangan teknologi komunikasi dan media baru.	Kriteria: Mind Mapping Perkembangan Media Baru dan Media Sosial. Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Diskusi Kasus 3 X 50		Materi: Media Baru Pustaka: <i>Flew, Terry. (2014). New Media. Victoria: Oxford University Press.</i> Materi: Media Baru Pustaka: <i>Gane, Nicholas. (2008). New Media: The Key Concepts. The UK: Bloomsbury Academic</i>	0%
2	Menjelaskan definisi dan ruang lingkup Media Baru, Social Media Virtual Life, and Second Identity	Mahasiswa mampu mendefinisikan "Media Baru," menjelaskan ciri-cirinya, menguraikan konsep "Social Media Virtual Life" serta merinci pengaruh media sosial dalam menciptakan kehidupan virtual, dan memahami serta menguraikan konsep "Second Identity" dalam konteks media sosial beserta dampaknya pada identitas individu.	Kriteria: Menjelaskan karakteristik dan ruang lingkup Media Baru serta studi kasus mengenai Virtual atau Second Identity Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Diskusi Kasus 3 X 50		Materi: Digital Village Pustaka: <i>van Dijk, Jan A. G. M. (2006). The Network Society Social Aspects of New Media Second edition. London: Sage Publication</i> Materi: Network Society Pustaka: <i>Castells, Manuel. (2010). The Rise of Network Society. London: Blackwell Publishing</i>	5%

3	Mahasiswa dapat memahami konsep interaktivitas dalam media baru, konsep Social Media for Conversation, hingga konsep dialog to monolog.	Mahasiswa mampu mengidentifikasi dan merinci konsep interaktivitas dalam media baru, memahami peran Social Media for Conversation, serta menganalisis pergeseran dari konsep dialog ke monolog dalam konteks media sosial.	Kriteria: Mahasiswa dapat menjelaskan konsep dan contoh kasus interaktivitas pada media baru, media sosial, dan pada praktik dialog to monolog Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Diskusi Kasus dan Ceramah 3 X 50		Materi: Technoculture Pustaka: Gidding, Seth. (2011). <i>The New Media and Technocultures Readers</i> . New York: Routledge Materi: Perkembangan Teknologi Pustaka: Rogers, Everett M. (1996). <i>Communication Technologies</i> . London: The Free Press Collier McMillan Publishing	2%
4	Mampu memahami konsep Communication Ethics in Social Media	Mahasiswa mampu mengaplikasikan konsep Etika Komunikasi dalam Media Sosial dengan memahami prinsip-prinsip etika yang relevan dan merinci penerapannya dalam konteks penggunaan media sosial.	Kriteria: Mahasiswa mampu mengaplikasikan konsep Etika Komunikasi dalam Media Sosial dengan memahami prinsip-prinsip etika yang relevan dan merinci penerapannya dalam konteks penggunaan media sosial. Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Diskusi Kasus dan Ceramah 3 X 50		Materi: Konsep Etika Media Sosial Pustaka: Gane, Nicholas. (2008). <i>New Media: The Key Concepts</i> . The UK: Bloomsbury Academic Materi: Aspek Sosial Media Sosial Pustaka: van Dijk, Jan A. G. M. (2006). <i>The Network Society Social Aspects of New Media Second edition</i> . London: Sage Publication	5%
5	Mampu memahami konsep dan perjalanan Netizen Psychology	Mahasiswa mampu menganalisis konsep dan perjalanan Psikologi Netizen dengan memahami pola perilaku dan dinamika psikologis yang melibatkan pengguna internet dalam interaksi sosial dan media daring.	Kriteria: Mahasiswa mampu menganalisis konsep dan perjalanan Psikologi Netizen dengan memahami pola perilaku dan dinamika psikologis yang melibatkan pengguna internet dalam interaksi sosial dan media daring. Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Diskusi Kasus dan Ceramah 3 X 50		Materi: Aspek Sosial Media Sosial Pustaka: van Dijk, Jan A. G. M. (2006). <i>The Network Society Social Aspects of New Media Second edition</i> . London: Sage Publication Materi: Karakter Media Sosial Pustaka: Gane, Nicholas. (2008). <i>New Media: The Key Concepts</i> . The UK: Bloomsbury Academic	5%

6	Mampu memahami definisi Cyber Community akibat kehadiran media baru	Mahasiswa mampu mengartikulasikan definisi Cyber Community dan mengidentifikasi dampak kehadiran media baru terhadap dinamika, struktur, serta interaksi di dalamnya.	Kriteria: Menjelaskan proses terbentuknya Cyber Community akibat kehadiran media baru Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Diskusi Kasus dan Ceramah 3 X 50		Materi: Komunitas Sosial Digital Pustaka: <i>Castells, Manuel. (2010). The Rise of Network Society. London: Blackwell Publishing</i>	5%
7	Mampu memahami konsep Social Media Ads. dan Social Media Campaign	Mahasiswa mampu merinci konsep Social Media Ads dan Social Media Campaign dengan memahami strategi, tujuan, dan dampaknya dalam konteks pemasaran dan kampanye media sosial.	Kriteria: Menejelaskan proses dan karakter Social Media Ads. dan Social Media Campaign digital Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Diskusi Kasus dan Ceramah 3 X 50		Materi: Social Campaign Pustaka: <i>Gane, Nicholas. (2008). New Media: The Key Concepts. The UK: Bloomsbury Academic</i> Materi: Advertising in Social Media Pustaka: <i>Quesenberry, K. A. (2020). Social media strategy: Marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution. Rowman & Littlefield Publishers</i>	2%
8	Ujian Tengah Semester	Ujian Tengah Semester	Kriteria: Ujian Tengah Semester Bentuk Penilaian : Tes	Ujian Tengah Semester 3 X 50		Materi: UTS Pustaka: <i>Quesenberry, K. A. (2020). Social media strategy: Marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution. Rowman & Littlefield Publishers</i>	15%

9	Mampu memahami konsep Social Bookmarking, Social Knowledge, Social Media Insights, dan Crowdsourcing	Mahasiswa dapat menilai dan mengaplikasikan konsep Social Bookmarking, Social Knowledge, Social Media Insights, dan Crowdsourcing dalam konteks media sosial dengan memahami cara penggunaan, manfaat, dan implikasinya dalam berbagai aspek komunikasi dan pengetahuan.	Kriteria: Menjelaskan jenis dan karakter Social Bookmarking, Social Knowledge, Social Media Insights, dan Crowdsourcing Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Diskusi Kasus dan Ceramah		Materi: Network Society Pustaka: Castells, Manuel. (2010). <i>The Rise of Network Society</i> . London: Blackwell Publishing Materi: Crowdsourcing Pustaka: Quesenberry, K. A. (2020). <i>Social media strategy: Marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution</i> . Rowman & Littlefield Publishers	5%
10	Memahami konsep Geosocial, Live Video, Ratings, dan Reviews	Mahasiswa dapat menilai dan merinci konsep Geosocial, Live Video, Ratings, dan Reviews dalam konteks media sosial dengan memahami signifikansi, fungsi, serta dampaknya terhadap interaksi pengguna dan informasi yang disampaikan.	Kriteria: Memaparkan contoh penggunaan Geosocial, Live Video, Ratings, dan Reviews Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Diskusi Kasus, Ceramah, dan Presentasi		Materi: Reviews and Ratings Pustaka: Quesenberry, K. A. (2020). <i>Social media strategy: Marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution</i> . Rowman & Littlefield Publishers	2%
11	Memahami konsep Geosocial, Live Video, Ratings, dan Reviews	Mahasiswa dapat menilai dan merinci konsep Geosocial, Live Video, Ratings, dan Reviews dalam konteks media sosial dengan memahami signifikansi, fungsi, serta dampaknya terhadap interaksi pengguna dan informasi yang disampaikan.	Kriteria: Memaparkan contoh penggunaan Geosocial, Live Video, Ratings, dan Reviews Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Diskusi Kasus, Ceramah, dan Presentasi		Materi: Reviews and Ratings Pustaka: Quesenberry, K. A. (2020). <i>Social media strategy: Marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution</i> . Rowman & Littlefield Publishers	15%

12	Memahami konsep Content Marketing, Influencer Marketing, Social Care, dan Social Selling	Mahasiswa dapat menilai dan menguraikan konsep Content Marketing, Influencer Marketing, Social Care, dan Social Selling dalam media sosial dengan kemampuan memahami strategi, tujuan, dan dampaknya dalam konteks pemasaran dan interaksi online.	<p>Kriteria: Memaparkan contoh kasus dan analisis tentang Content Marketing, Influencer Marketing, Social Care, dan Social Selling</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	Diskusi Kasus, Ceramah, dan Presentasi		<p>Materi: Content in Social Media Pustaka: <i>Quesenberry, K. A. (2020). Social media strategy: Marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution. Rowman & Littlefield Publishers</i></p> <hr/> <p>Materi: Technoculture Pustaka: <i>Gidding, Seth. (2011). The New Media and Technocultures Readers. New York: Routledge</i></p>	0%
13	Memahami konsep Content Marketing, Influencer Marketing, Social Care, dan Social Selling	Mahasiswa dapat menilai dan menguraikan konsep Content Marketing, Influencer Marketing, Social Care, dan Social Selling dalam media sosial dengan kemampuan memahami strategi, tujuan, dan dampaknya dalam konteks pemasaran dan interaksi online.	<p>Kriteria: Memaparkan contoh kasus dan analisis tentang Content Marketing, Influencer Marketing, Social Care, dan Social Selling</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	Diskusi Kasus, Ceramah, dan Presentasi		<p>Materi: Content in Social Media Pustaka: <i>Quesenberry, K. A. (2020). Social media strategy: Marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution. Rowman & Littlefield Publishers</i></p> <hr/> <p>Materi: Technoculture Pustaka: <i>Gidding, Seth. (2011). The New Media and Technocultures Readers. New York: Routledge</i></p>	10%

14	Mampu menjelaskan konsep Integrating Social Media across Organizations dengan memahami dan merinci contoh-contoh implementasi integrasi media sosial di berbagai organisasi, termasuk strategi, manfaat, dan tantangan yang terkait.	Mahasiswa dapat menunjukkan pemahaman terhadap konsep Integrating Social Media across Organizations dengan merinci contoh implementasi, strategi, manfaat, dan tantangan yang terkait dalam berbagai jenis organisasi.	Kriteria: Menjelaskan contoh Integrating Social Media across Organizations Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Diskusi Kasus dan Ceramah		Materi: Communication through website Pustaka: <i>Lincoln, Susan Rice. (2009). Mastering Web 2.0 : transform your business using key website and social media tools. London: Kogan Page</i> <hr/> Materi: Communication Technologies Pustaka: <i>Rogers, Everett M. (1996). Communication Technologies. London: The Free Press Collier McMillan Publishing</i>	2%
15	Mampu menjelaskan konsep Integrating Social Media across Organizations dengan memahami dan merinci contoh-contoh implementasi integrasi media sosial di berbagai organisasi, termasuk strategi, manfaat, dan tantangan yang terkait.	Mahasiswa dapat menunjukkan pemahaman terhadap konsep Integrating Social Media across Organizations dengan merinci contoh implementasi, strategi, manfaat, dan tantangan yang terkait dalam berbagai jenis organisasi.	Kriteria: Menjelaskan contoh Integrating Social Media across Organizations Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Diskusi Kasus dan Ceramah		Materi: Communication through website Pustaka: <i>Lincoln, Susan Rice. (2009). Mastering Web 2.0 : transform your business using key website and social media tools. London: Kogan Page</i> <hr/> Materi: Communication Technologies Pustaka: <i>Rogers, Everett M. (1996). Communication Technologies. London: The Free Press Collier McMillan Publishing</i>	2%

16	Ujian Akhir Semester	Ujian Akhir Semester	Kriteria: Ujian Akhir Semester Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Ujian Akhir Semester	Materi: Communication through website Pustaka: <i>Rogers, Everett M. (1996). Communication Technologies. London: The Free Press Collier McMillan Publishing</i> Materi: Technoculture Pustaka: <i>Gidding, Seth. (2011). The New Media and Technocultures Readers. New York: Routledge</i>	25%
----	----------------------	----------------------	---	----------------------	---	-----

Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipasif	71.5%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	13.5%
3.	Tes	15%
		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.