|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Issue/Revisi | : A0 | | Tanggal | | : |
| Mata Kuliah | : Komunikasi dan Media Baru | | Kode MK | | : COM-210 |
| Rumpun MK | : Mata Kuliah Wajib | | Semester | | : 4 |
| Dosen Pengampu | : Nani Kurniasari, M.Si | | Bobot (SKS) | | : 3 SKS |
| Dosen Pengampu  ttd | | Kaprodi  ttd | | Dekan  ttd | |

| **RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER** | | | |
| --- | --- | --- | --- |
| **Capaian Pembelajaran (CP)** | **CPL - PRODI** | | |
|  |  | |
| **CP-MK** | | |
|  | Mata kuliah ini akan mempelajari bagaimana interaksi manusia yang termediasi oleh media baru. Termasuk di dalamnya kajian komunikasi interpersonal, media permainan interaktif, media pencarian informasi, media partisipasi politik, dan penggunaan media baru sebagai pengganti media penyiaran. | |
| **Deskripsi Singkat MK** | Mata kuliah ini menjelaskan pemahaman konsep dan teori tentang komunikasi dalam media baru serta implementasi dan aplikasi dari penggunaan media baru sebagai media komunikasi dalam kehidupan social bermasyarakat | | |
| **Materi Pemebelajaran/Pokok Bahasan** | 1. Penggunaan media baru dan teknologi baru dalam kegiatan komunikasi sehari-hari 2. Media baru dan budaya visual 3. *Mobile communication* dalam kehidupan sehari-hari 4. Ruang publik dan ruang privat dalam media baru 5. Keterkaitan antara waktu dan penggunaan ICT dalam media baru 6. Konsep-konsep tentang jaringan sosial dan penggunaannya 7. Implementasi platform digital dalam media baru 8. Implementasi media baru dalam kehidupan sehari-hari 9. Budaya siber | | |
| **Pustaka** | **Utama** | | |
| * Lister, Martin, dkk. 2009. *New Media: A Critical Introduction, econd Edition*. Routledge: USA * Green, Nicola & Haddon, Leslie. 2009. *Mobile Communication: An Introduction To New Media*. Berg: New York. | | |
| **Pendukung** | | |
| Lievrouw, Leah & Livingstone, Sonia. 2004. *The Handbook of New Media*. Sage Publication: London. | | |
| **Media Pembelajaran** | **Perangkat Lunak:** | | **Perangkat Keras:** |
| Aplikasi Media Sosial | | LCD Projector |
| **Team Teaching** | - | | |
| **Mata Kuliah Prasyarat** |  | | |

| **RANCANGAN PEMBELAJARAN SEMESTER** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Minggu ke-** | **Sub CP-MK**  **(Kemampuan Akhir yang Diharapkan)** | **Indikator** | **Kriteria & Bentuk Penilaian** | **Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)** | **Materi Pembelajaran (Pustaka)** | **Bobot Penilaian (%)** |
| ***(1)*** | ***(2)*** | ***(3)*** | ***(4)*** | ***(5)*** | ***(6)*** | ***(7)*** |
| 1 | Mahasiswa memahami dan mengimplementasikan penggunan Media Baru dan Teknologi baru dalam kegiatan komunikasi sehari-hari | Mahasiswa mampu menjelaskan dan mampu menganalisis kasus-kasus di sekitarnya dengan menggunakan konsep-konsep dasar tentang Media Baru | Kriteria:  Ketepatan dan Penguasaan  Bentuk Penilaian:   * Tulisan makalah * Presentasi | 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Studi Kasus | 1. Perkembangan media baru 2. Definisi dan ilustrasi Media Baru 3. Sejarah media baru 4. Perbedaan media konvensional dengan media baru 5. Karakteristik media baru | 10 |
| 2-3 | Mahasiswa memahami Media Baru dan Budaya Visual | Mahasiswa mampu menjelaskan dan mengimplementasikan tren terbaru yaitu budaya virtual dan penciptaan realitas virtual |  | 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Studi Kasus | 1. Definisi Realitas Virtual 2. Budaya Virtual dan Budaya Visual 3. Virtual Digital 4. Sejarah Budaya Virtual 5. Perspektif, kamera dan *software* dalam penciptaan realitas virtual 6. Sinema Digital |  |
| 4 | Mahasiswa memahami *Mobile Communication* dan mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari | Mahasiswa mampu menjelaskan sejarah Teknologi Komunikasi Mobile dan mampu menggunakan ICT dalam komunikasi sehari-hari |  | 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Studi Kasus | 1. Sejarah Teknologi Komunikasi Mobile 2. Sejarah Konsumsi Teknologi Komunikasi Mobile dalam kegiatan komunikasi sehari-hari 3. *Use ICT: Evolution or Revolution?* 4. Penggunaan Teknologi Mobile dalam Komunikasi sehari-hari |  |
| 5-6 | * Mahasiswa memahami Ruang Publik dan Ruang Privat dalam Media Baru. * Mahasiswa memahami tentang kaitan antara waktu dan penggunaan ICT dalam *New Media* | Mahasiswa mampu menjelaskan dan menganalisis kasus-kasus berdasarkan konsep ruang public dan ruang privat serta hubungan antara waktu dan penggunaan ICT dalam New Media |  | 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Studi Kasus | 1. Mobilisasi dan transformasi ruang publik dan privat dalam media baru 2. Penggunaan *mobile public* dan *mobile private* 3. Norma-norma antarbudaya dan ruang personal 4. Regulasi dalam penggunaan *mobile phone* yang efektif 5. Hubungan antara waktu dan penggunaan ICT dalam *new media* |  |
| 7 | **QUIZ & REVIEW** | | | | | |
| **8** | **Evaluasi Tengah Semester : Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya** | | | | | |
| 9 | Mahasiswa mampu memahami konsep konsep tentang Jaringan Sosial dan Penggunanya | Mahasiswa mampu menjelaskan, menganalisis kasus berdasarkan konsep-konsep tentang Jaringan Sosial dan penggunaannya |  | 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Studi Kasus | 1. Pengenalan tentang Internet 2. Sejarah Net Studies 3. Social Form dalam Media Baru 4. Penggunaan Media Sosial 5. Penggunaan komersial platform dalam dunia digital |  |
| 10-11 | Mahasiswa mampu memahami penggunaan dan implementasi dari platform digital dalam *New Media* | Mahasiswa mampu menjelaskan dan menggunakan platform digital dalam kehidupan sehari-hari |  | 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Studi Kasus | 1. Hak cipta dalam New Media 2. Music dalam new Media 3. E-WOM atau Konsep Viral dalam New Media 4. Fragmentasi dan Konvergensi 5. Wiki Worlds dan Web 2.0 6. Identitas dan Komunitas Online 7. *Living in the interface* 8. Internet dan Ruang Publik 9. *User-generated content* 10. Youtube dan TV Masa Depan |  |
| 12 | Mahasiswa mampu memahami dan mengimplementasikan *New Media* dalam kehidupan sehari-hari | Mahasiswa mampu menjelaskan dan menganalisis kasus dengan menggunakan konsep-konsep dalam New Media dan mampu mengaplikasikan New Media dalam kehidupan sehari-hari |  | 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Studi Kasus | 1. Penggunaan cyberspace dalam kehidupan sehari-hari 2. Penggunaan media home dalam kehidupan sehari-hari 3. New Media dan Identitas 4. Gameplay 5. Budaya Cyber dalam kehidupan sehari-hari |  |
| 13 | Mahasiswa mampu memahami budaya siber | Mahasiswa mampu menjelaskan dan menganalisis kasus dengan menggunakan konsep dan teori dalam budaya siber |  | 1. Ceramah 2. Diskusi 3. Studi Kasus | 1. Budaya Siber dan Sibernetics 2. Teori-teori dalam Budaya Siber |  |
| 14-15 | **PRAKTIK PEMBUATAN VIDEO KAMPANYE DAN PENYEBAR LUASAN DI MEDIA DIGITAL** | | | | | |
| **16** | **Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa** | | | | | |

| **RANCANGAN TUGAS MAHASISWA** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Mata Kuliah | Komunikasi dan Media Baru | | | | | |
| Kode MK | COM-210 | | sks: 3 |  | Semester: 4 |  |
| Dosen Pengampu | Nani Kurniasari, M.Si | | | | | |
| **BENTUK TUGAS** | | | | | | |
| Video Kampanye | | | | | | |
| **JUDUL TUGAS** | | | | | | |
| Tugas 1 & 2 – Video Kampanye: Membuat video kampanye positif dan menyebarluaskannya melalui media sosial. | | | | | | |
| **SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH** | | | | | | |
| Mahasiswa mampu membuat video kampanye positif dan mampu memanfaatkan media digital sebagai sarana penyebarluasan video kampanye | | | | | | |
| **DESKRIPSI TUGAS** | | | | | | |
| Obyek Video Kampanye | | | | | | |
| **METODE PENGERJAAN TUGAS** | | | | | | |
| 1. Membuat video kampanye kemudian menyebarluaskan ke dalam berbagai platform media digital 2. Dikerjakan oleh kelompok kecil (3-5 orang) diskusi kelompok masing-masing, setelah selesai dibuat video kampanye, kemudian mahasiswa diminta untuk menggunakan berbagai aplikasi dalam media digital untuk menyebarluaskan video tersebut. | | | | | | |
| **BENTUK DAN FORMAT LUARAN** | | | | | | |
| 1. Obyek Garapan: Pembuatan Video Kampanye 2. Bentuk luaran: Video kampanye yang disebarluaskan dalam media digital oleh masing-masing kelompok | | | | | | |
| **INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN** | | | | | | |
| 1. Kreatitivitas Video Kampanye 2. Kemampuan menyebarluaskan video kampanye ke seluruh platform media digital 3. Kemampuan memviralkan Video Kampanye dalam media sosial | | | | | | |
| **JADWAL PELAKSANAAN** | | | | | | |
| Membuat video kampanye | | Minggu ke 7 dan 15 | | | | |
| **LAIN-LAIN** | | | | | | |
| - | | | | | | |
| **DAFTAR RUJUKAN** | | | | | | |
| Lister, Martin, dkk. 2009. *New Media: A Critical Introduction, econd Edition*. Routledge: USA | | | | | | |