



**Universitas Negeri Surabaya
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi S1 Sosiologi**

Kode Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan																																																																																				
Budaya Konsumen	6920102327		T=0 P=2 ECTS=3.18	4	23 Januari 2026																																																																																				
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK		Koordinator Program Studi																																																																																				
	Diyah Utami, S.Sos., M.M. Nur'aini Inayah, S.Pd., M.Sos. Febriandita Tedjomurti, S.Sosio., M.Sosio		Diyah Utami, S.Sos., M.M.		AGUS MACHFUD FAUZI																																																																																				
Model Pembelajaran	Project Based Learning																																																																																								
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																																																																								
	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-5	Menguasai konsep-konsep dasar filosofi, paradigma, pendekatan dan teori-teori Sosiologi, berikut cabang-cabang keilmuannya, dan metode penelitian Sosiologi;																																																																																							
	CPL-9	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya berdasarkan hasil analisis informasi dan data;																																																																																							
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																																																																								
	CPMK - 1	Menganalisis perkembangan historis dan konsep-konsep kunci budaya konsumen, termasuk konsumerisme, globalisasi, dan konsumsi simbolik.																																																																																							
	CPMK - 2	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam memecahkan masalah terkait budaya konsumen dan mengambil keputusan yang tepat.																																																																																							
	CPMK - 3	mampu menganalisis perilaku konsumsi dalam masyarakat lokal dan global dengan menggunakan teori dan metode sosiologi																																																																																							
	Matrik CPL - CPMK																																																																																								
		<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>CPMK</th> <th>CPL-3</th> <th>CPL-5</th> <th>CPL-9</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CPMK-1</td> <td></td> <td style="text-align: center;">✓</td> <td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-2</td> <td style="text-align: center;">✓</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-3</td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;">✓</td> </tr> </tbody> </table>					CPMK	CPL-3	CPL-5	CPL-9	CPMK-1		✓		CPMK-2	✓			CPMK-3			✓																																																																			
CPMK	CPL-3	CPL-5	CPL-9																																																																																						
CPMK-1		✓																																																																																							
CPMK-2	✓																																																																																								
CPMK-3			✓																																																																																						
Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																																																																									
	<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">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> </thead> <tbody> <tr> <td>CPMK-1</td> <td style="text-align: center;">✓</td><td style="text-align: center;">✓</td><td style="text-align: center;">✓</td><td style="text-align: center;">✓</td><td style="text-align: center;">✓</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 style="text-align: center;">✓</td><td style="text-align: center;">✓</td><td style="text-align: center;">✓</td><td></td><td style="text-align: center;">✓</td><td></td><td></td><td style="text-align: center;">✓</td><td></td><td></td><td style="text-align: center;">✓</td> </tr> <tr> <td>CPMK-3</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td style="text-align: center;">✓</td><td></td><td style="text-align: center;">✓</td><td style="text-align: center;">✓</td><td></td><td style="text-align: center;">✓</td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </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	Matakuliah Budaya Konsumen pada program studi Sosiologi membahas tentang perilaku konsumen dalam konteks budaya. Mata kuliah ini bertujuan untuk memahami pola-pola konsumsi yang terjadi dalam masyarakat, serta faktor-faktor yang memengaruhi pilihan konsumen. Ruang lingkup mata kuliah mencakup analisis terhadap budaya konsumen, perubahan tren konsumsi, dampak globalisasi terhadap pola konsumsi, serta strategi pemasaran yang berbasis pada pemahaman budaya konsumen. Dengan mempelajari Budaya Konsumen, diharapkan mahasiswa dapat mengembangkan pemahaman yang lebih dalam mengenai hubungan antara budaya dan konsumsi dalam masyarakat.																																																																																								
Pustaka	Utama :																																																																																								

1. Venkatesh. A, et.al. 2018. The SAGE Handbook of Consumer Culture. SAGE Publication : London
2. Ng, Sharon and Lee, Angela Y. 2015. Handbook of Culture and Consumer Behavior. Oxford University Press : New York
3. Baudrillard, Jean. 2017. The Consumer Society Myths and Structures Revised Edition. Sage Publication

Pendukung :

1. Campbell, C. (2021). Consumption and Consumer Society: The Craft Consumer and Other Essays. Palgrave Macmillan.
2. Ekklesia, J. M. (2024). Understanding digital consumer culture in Indonesia: A case study on youth community in Jakarta using an actor-network theory approach. Young Consumers.
3. Putra, Y. N., Dewantara, N., & Noer, L. R. (2025). Global Consumer Culture and Halal Consumption: Insights from Indonesian Youth. Halal Research Journal, 5(1), 14-36.

Dosen Pengampu

Diyah Utami, S.Sos., M.M.
Febriandita Tedjomurti, S.Sosio., M.Sosio.
Nur'aini Inayah, S.Pd., M.Sos.

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuan 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	- Menguraikan teori konsumsi (Veblen, Bourdieu, Baudrillard)	Mahasiswa mampu menganalisis teori-teori budaya konsumen secara kritis dalam proses diskusi	Kriteria: Keaktifan, ketepatan konsep (≥70% benar) Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Ceramah interaktif, diskusi 2 X 50		Materi: Pengantar Budaya Konsumen Pustaka:	5%
2	- Menguraikan teori konsumsi (Veblen, Bourdieu, Baudrillard)	Mahasiswa mampu menjelaskan dan menganalisis secara kritis teori-teori dalam diskusi	Kriteria: Argumen logis, referensi sesuai Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Diskusi kelompok, studi literatur 100		Materi: Pengantar Budaya Konsumen Pustaka:	5%
3	Mahasiswa dapat mengidentifikasi, membandingkan, dan menerapkan teori sosiologi dalam menganalisis pola konsumsi di berbagai konteks sosial.	Analisis tertulis ringkas	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Studi kasus, presentasi kelompok 2 X 50			5%
4	Mengevaluasi teori konsumsi	Mahasiswa mengidentifikasi faktor-faktor sosial dan psikologis yang mempengaruhi budaya konsumen	Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Ceramah interaktif, debat kelas 100			5%
5	Menganalisis peran media dan iklan	Tugas analisis iklan	Kriteria: Kedalaman analisis, kreativitas Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Analisis iklan, diskusi 2 X 50			5%
6	Mengevaluasi identitas & gaya hidup dalam konsumsi		Kriteria: Ketepatan metode, kejelasan temuan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	studi etnografi ringan			5%
7	Menganalisis isu etika & keberlanjutan dalam konsumsi	Esai analitis	Kriteria: Ketepatan argumen, solusi realistis Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	Problem-based learning 2 X 50			5%
8	UTS (Proyek mini)	Laporan dan presentasi	Kriteria: Keterpaduan teori, data, & analisis Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Project-based learning 100			15%

9	Menganalisis konsumerisme digital	Analisis tren digital	Kriteria: Ketepatan konsep, relevansi contoh Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	Diskusi kasus, simulasi 100			5%
10	Mengevaluasi strategi pemasaran digital	Kritik strategi pemasaran	Kriteria: Bukti data, rekomendasi berbasis teori Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	Studi kasus, role play 100			5%
11	Menganalisis strategi keterlibatan konsumen	Mahasiswa mampu memahami teori budaya populer berkaitan dengan budaya konsumen	Kriteria: Kedalaman analisis, kejelasan rekomendasi Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	Diskusi, evaluasi kampanye 100			5%
12	Membuat proyek penelitian berbasis konsumsi	Mahasiswa mampu mengidentifikasi studi kasus berkaitan budaya konsumen dalam media dan budaya populer	Kriteria: Ketepatan metodologi, orisinalitas Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Workshop metodologi 100			5%
13	Menerapkan teori pada kampanye kreatif	Mahasiswa mampu mengidentifikasi studi kasus berkaitan budaya konsumen dalam media dan budaya populer	Kriteria: Kreativitas, relevansi teori Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Project-based learning 100			5%
14	Mengembangkan inovasi berbasis teori konsumsi	Produk prototype	Kriteria: Integrasi teori & aplikasi Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Simulasi, design thinking 100			5%
15	Presentasi proyek akhir	Mahasiswa mampu mengidentifikasi hubungan budaya konsumen dengan politik ekonomi global	Kriteria: Argumentasi, kualitas visualisasi Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Project-based learning 100			5%
16	UAS (Proyek Final)	UAS	Kriteria: Orisinalitas, integrasi teori & data Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Project showcase 100			15%

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipasif	30%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	50%
3.	Penilaian Portofolio	20%
		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 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 proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
 12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.