

(versi revisi)

ICT & Cyber Communication (Teknologi Informasi & Komunikasi)

Nama Mata Kuliah : **Teknologi Informasi & Komunikasi**
Jumlah SKS : **2 (dua) SKS**
Dosen Pengampu : **Ayu Amalia, M.Si.**
Deskripsi Mata Kuliah :

Mata kuliah ini ditujukan untuk mengenalkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta penerapannya dalam kehidupan secara luas, termasuk implikasi ataupun konsekuensi sosialnya. Mata kuliah ini juga ditujukan untuk memberikan pemahaman kepada peserta kuliah akan ruang lingkup Cyber Communication dan ruang lingkup kerja yang dapat dilakukan oleh lulusan Sarjana strata 1 Ilmu Komunikasi terkait dengan Cyber Communication itu sendiri, termasuk pengetahuan dan kecakapan literasi digital.

No.	Pertemuan ke-	Materi/Pokok Bahasan
1	Pertemuan ke-1	Pengantar
2	Pertemuan ke-2	<i>ICT & Cyber Communication 101</i>
3	Pertemuan ke-3	<i>Historical Perspective of ICT</i>
4	Pertemuan ke-4	<i>New Media</i>
5	Pertemuan ke-5	Uji Kompetensi 1
6	Pertemuan ke-6	<i>Big Data</i>
7	Pertemuan ke-7	<i>Mobile Journalism</i>
8	Pertemuan ke-8	<i>Social Media</i>
9	Pertemuan ke-9	<i>Blog & Vlog Culture (Web-Based Platform)</i>
10	Pertemuan ke-10	Lanskap Media Digital
11	Pertemuan ke-11	Perspektif Kritis Teknologi Informasi & Komputasi untuk Manusia
12	Pertemuan ke-12	Regulasi & Etika Berinternet
13	Pertemuan ke-13	Manajemen Konten Platform Digital
14	Pertemuan ke-14	Membuat Penugasan Konten Dijital #1
15	Pertemuan ke-15	Membuat Penugasan Konten Dijital #2
16	Pertemuan ke-16	Ujian Kompetensi 2

Daftar Literatur:

- Martin Lister, et al. "New Media and New Technologies". New Media: A Critical Introduction (2003).
- Everett M. Rogers, "What Are The New Communication Technologies?", Communication Technology: The New Media in Society, The Free Press, London(1986).
- Rob Kitchin, "Theoretical Perspectives Approaching Cyberspace", Cyberspace (1998)
- Trevor Barr, "Electronic Nomad : Internet as Paradigm Paradoxes of The New Media", newmedia.com.au (2000)

- **Nicholas Jankowski, and Lucien Hanssen**—eds, “Interactivity from Perspective of Communication Studies,” *The Contour of Multimedia* (1996)
- **Lance Strate**, et al.-ed., “Surveying The Electronics Landscape : An Introduction to Communication and Communication and Cyberspace,” *Communication and Cyberspace* (1996).
- **Steve Jones**, ed., “There is a There There : Notes Toward a Definition of cybercommunity” – Jan Fernback, *Doing Internet Research : Critical Issues and Methods of Examining The Net.* (1999).
- **Chandler, D.** (1998). *Personal Home Pages and the Construction of Identities on the Web*; from <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/webident.html>
- **Chandler, D. and Roberts-Young, D.** (1998). *The Construction of Identity in the Personal Homepages of Adolescents*; from <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/strasbourg.html>
- **Boyd, d. m., & Ellison, N. B.** (2007). *Social network sites: Definition, history, and scholarship.* *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11. <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- **Eskelinen, Markku**, *The Gaming Situation* <http://www.gamestudies.org/0101/eskelinen/>
- **Manninen, Tony**, *Interaction Forms and Communicative Actions in Multiplayer Games*, <http://www.gamestudies.org/0301/manninen/>
- **Friedman, Ted**, **Making Sense of Software: Computer Games and Interactive**, <http://www.fas.org/main/content.jsp?formAction=297&contentId=475>
- **John Pavlik dan Everette E. Dennis**, “The Legal and Regulatory Environment” *New Media Technology : Cultural and Commercial Perspective*, Allyn and Bacon, United States (1996)
- UU ITE No. 19 Tahun 2016
- ICT Watch (://internetsehat.id & ://literasidigital.id)
- S. Kemp, “Digital 2021: Indonesia — DataReportal — Global Digital Insights.” <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- N. Choudhury. (2014). “World Wide Web and Its Journey from Web 1.0 to Web 4.0.” *International Journal of Computer Science and Information Technologies vol 5 (6)*. 8096 – 8100.
- B. Cova & T. White. (2010). “Counter-brand and Alter-brand Communities: the impact of Web 2.0 on Tribal Marketing Approaches.” *Journal of Marketing Management* 26: 3 – 4, 256 – 270. DOI: [10.1080/02672570903566276](https://doi.org/10.1080/02672570903566276)
- Chatfield, A. T., Scholl, H. J. J., & Brajawidagda, U. (2013). Tsunami early warnings via Twitter in government: Net-savvy citizens’ co-production of time-critical public information services. *Government Information Quarterly*, 30(4).
- De Mauro, A., Greco, M., & Grimaldi, M. (2016). A formal definition of Big Data based on its essential features. *Library Review*.