



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS BAHASA, SENI, DAN BUDAYA
PROGRAM STUDI LINGUISTIK TERAPAN - S2

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

Program Studi	:	LINGUISTIK TERAPAN - S2
Mata Kuliah/Kode	:	Transkreasi/LTP80222
Jumlah SKS	:	2
Tahun Akademik	:	2025
Semester	:	1
Mata Kuliah Prasyarat	:	-
Dosen Pengampu	:	Dr. Yeni Artanti S.Pd., M.Hum.
Bahasa Pengantar	:	1. Bahasa Indonesia 2. Bahasa Inggris

A. DESKRIPSI MATA KULIAH

Mata kuliah ini membekali mahasiswa dengan kompetensi transkreasi sebagai keterampilan strategis dalam industri kreatif dan kewirausahaan. Transkreasi diartikan sebagai penerjemahan kreatif yang menyesuaikan pesan dengan latar budaya, bahasa, dan emosi target audiens untuk menciptakan nilai tambah komersial. Mahasiswa akan mempelajari perbedaan antara penerjemahan dan transkreasi, menguasai teknik serta strategi adaptasi kreatif, dan menerapkannya pada proyek nyata di bidang pemasaran, periklanan, dan media digital. Melalui analisis studi kasus, praktik kreatif, dan simulasi bisnis, mahasiswa dilatih untuk merancang, memproduksi, dan memasarkan produk transkreasi secara mandiri, sehingga siap menjadi wirausahawan kreatif yang mampu bersaing di pasar global.

B. CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN (CPL) DAN CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH (CPMK)

Nomor	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)
-------	---	------------------------------------

1	Mahasiswa mendefinisikan transkreasi dan membedakannya dari penerjemahan dan pelokalan dengan memahami fokus utamanya dalam menjaga dampak emosional dan maksud sebuah pesan.	Lulusan memiliki kemampuan untuk mengelola usaha mandiri (pendidikan atau non-kependidikan) tentang kebahasaan secara profesional, inovatif, dan adaptif serta berdaya saing global dengan memanfaatkan teknologi untuk mencapai usaha yang berkelanjutan.
2	Mahasiswa mengembangkan dan menerapkan keterampilan menulis kreatif dan adaptasi budaya untuk secara strategis membentuk kembali konten, citra, dan konsep agar sesuai dengan target audiens yang baru.	Lulusan memiliki kemampuan untuk mengelola usaha mandiri (pendidikan atau non-kependidikan) tentang kebahasaan secara profesional, inovatif, dan adaptif serta berdaya saing global dengan memanfaatkan teknologi untuk mencapai usaha yang berkelanjutan.
3	Mahasiswa mampu berkomunikasi secara efektif dengan klien, mengelola proyek, dan memberikan justifikasi atas pilihan kreatif mereka berdasarkan pemahaman yang jelas tentang ringkasan dan hasil yang diinginkan.	Lulusan memiliki kemampuan untuk mengelola usaha mandiri (pendidikan atau non-kependidikan) tentang kebahasaan secara profesional, inovatif, dan adaptif serta berdaya saing global dengan memanfaatkan teknologi untuk mencapai usaha yang berkelanjutan.

C. KEGIATAN PERKULIAHAN:

Minggu Ke-	CPMK	Bahan Kajian	Bentuk/ Metode Pembelajaran	Pengalaman Belajar	Indikator Penilaian	Teknik Penilaian	Waktu	Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	1	Pendahuluan & Kontrak Kuliah	1. Diskusi 2. Tugas/Kerja Mandiri 3. Membaca Referensi	Membedakan dan mendefinisikan terjemahan, transkreasi dan kaitannya dengan budaya.		Kehadiran/Keaktifan	2 x 50 menit	1, 3, 6

2	1	Konsep Dasar Transkreasi: Definisi, prinsip, ruang lingkup. Case study, diskusi kelompok	1. Ceramah 2. Diskusi 3. Membaca Referensi		Mahasiswa mendefinisikan transkreasi dengan benar. - Menguraikan minimal 3 perbedaan dengan penerjemahan biasa. - Memberikan contoh nyata penerapan transkreasi. - Menganalisis faktor linguistik, budaya, dan emosional yang memengaruhi hasil.	Kehadiran/Keaktifan	2 x 50 menit	1, 2, 4, 6
3	1	Perbedaan Transkreasi & Penerjemahan Aspek linguistik, budaya, emosional. Diskusi studi kasus.	1. Diskusi 2. Demonstrasi 3. Tugas/Kerja Mandiri			1. Kehadiran/Keaktifan 2. Studi Kasus	2 x 50 menit	3, 4, 6
4	2	Adaptasi Budaya & Komunikasi Lintas Budaya. Nilai, norma, simbol, konteks budaya Diskusi, studi kasus iklan. Laporan analisis.	1. Diskusi 2. Demonstrasi 3. Eksperimen/Praktek 4. Membaca Referensi			Studi Kasus	2 x 50 menit	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
5	2, 3	Analisis Target Audiens. Segmentasi pasar, psikologi audiens. Latihan analisis audiens. Laporan audiens.	1. Diskusi 2. Demonstrasi 3. Membaca Referensi			Proyek	2 x 50 menit	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
6	2, 3	Teknik & Strategi Transkreasi. Cultural adaptation, emotional appeal, creative rewriting. Latihan kreatif. Produk mini 1	Eksperimen/Praktek			Proyek	2 x 50 menit	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

7	3	Media, Platform dan Pemasaran (Media cetak, digital, sosial, pemasaran). Simulasi pemilihan media. Pemilihan media untuk proyek.	1. Diskusi 2. Eksperimen/Praktek			Presentasi	2 x 50 menit	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
8	1, 2, 3	Perencanaan Proyek. Deskripsi, timeline, pembagian peran, etika. Workshop pembuatan proposal proyek kelompok.	Diskusi			Proyek	2 x 50 menit	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
9	1, 2, 3	Produksi Konten Transkreasi. Eksekusi kreatif . Studio/Lapangan session. Progres 1 proyek	Eksperimen/Praktek			Proyek	2 x 50 menit	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
10	3	Kreativitas & Storytelling (Narasi persuasif, pengemasan pesan). Latihan storytelling. Mini proyek storytelling	1. Demonstrasi 2. Resitasi 3. Tugas/Kerja Mandiri			1. Kehadiran/Keaktifan 2. Presentasi 3. Proyek	2 x 50 menit	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
11	3	Branding & Nilai Jual. Identitas merek, diferensiasi pasar. Diskusi & analisis. Draft brand identity.	1. Diskusi 2. Demonstrasi			Presentasi	2 x 50 menit	3, 4, 5, 7
12	2, 3	Strategi Pemasaran. Digital marketing/ kampanye konvensional. Simulasi kampanye	Demonstrasi			Presentasi	2 x 50 menit	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
13	2, 3	Evaluasi Kualitas Transkreasi. Instrumen evaluasi, uji audiens (Peer review & feedback) -Laporan evaluasi	Diskusi			Presentasi	2 x 50 menit	2, 5, 6, 7
14	2, 3	Revisi & Penyempurnaan (Perbaikan karya). Studio / Lapangan session. Progres final proyek.	Tugas/Kerja Mandiri			1. Kehadiran/Keaktifan 2. Tugas	2 x 50 menit	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
15	2, 3	Presentasi Proyek. Penyajian karya siap pasar. Presentasi. Penilaian presentasi.	Demonstrasi			Presentasi	2 x 50 menit	4, 5, 6, 7, 8
16	1, 2, 3	Refleksi & Evaluasi Akhir Pembelajaran & rencana karir Diskusi reflektif Laporan refleksi	Tugas/Kerja Mandiri			UAS	2 x 50 menit	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

D. KOMPONEN PENILAIAN:

Nomor	Teknik Penilaian	Persentase Bobot Penilaian
1.	Kognitif	
	a. Kehadiran	5
	b. Kuis	0
	c. Tugas	10
	d. UTS	0
	e. UAS	35
2.	Partisipatif	
	a. Studi Kasus	0
	b. Team Based Project	50
TOTAL		100

E. BEBAN KERJA MAHASISWA

Beban kerja ideal untuk 1 sks = 2,8 jam per minggu, atau 44,8 jam per semester.

Beban kerja ideal untuk MK LTP80222-Transkreasi (2 sks) = 89.6 jam per semester.

No	Metode Pembelajaran	Jumlah (frekuensi)	Workload (dalam menit)
1	Eksperimen/Praktek	4	375
2	Tugas/Kerja Mandiri	5	2460
3	Demonstrasi	7	755
4	Membaca Referensi	4	285
5	Term Paper	0	0
6	Ceramah	1	45
7	Diskusi	9	1050
8	Resitasi	1	360
9	Kerja Lapangan	0	0
10	Kuis/Evaluasi	0	0
TOTAL Beban Kerja Mahasiswa (16 pertemuan)			5330 menit
Total dalam Jam			88.83 jam

Keterangan: **Beban kerja mahasiswa memenuhi.**

F. REFERENSI

1. Díaz-Millón, M., & Olvera-Lobo, M. D. (2021). Towards a definition of transcreation: a systematic literature review. *Perspectives*, 31(2), 347–364. <https://doi.org/10.1080/0907676X.2021.2004177>

2. Katan, D. (2015). Translation at the cross-roads: Time for the transcreational turn? *Perspectives*, 24(3), 365–381. <https://doi.org/10.1080/0907676X.2015.1016049>

3. Spinzi, C., Rizzo, A., & Lya Zummo, M. (2018). *Translation or Transcreation? Discourses, Texts and Visuals*. UK: Cambridge Scholars Publishing.

4. Carreira, O. (2024). Transcreation: Beyond translation and advertising. In G. Massey, M. Ehrensberger-Dow, & E. Angelone (Eds.), *Handbook of the language industry: Contexts, resources and profiles* (pp. 251-270). Walter de Gruyter GmbH & Co KG. <https://doi.org/10.1515/9783110716047-012>

5. Carreira, O. (2021). Quality Evaluation and Workflows in Transcreation: A Social Study. In M. D. Olvera-Lobo, J. Gutiérrez-Artacho, I. Rivera-Trigueros, & M. Díaz-Millón (Eds.), *Innovative perspectives on corporate communication in the global world* (pp. 177-194). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-6799-9.ch010>

6. Malmkjær, K., & Windle, K. eds. (2018). *The Oxford Handbook of Translation Studies*. Oxford Handbooks in Linguistics.

7. Massey, G., Ehrensberger-Dow, M., & Angelone, E. (2024). *Handbook of the language industry : contexts, resources and profiles*. De Gruyter Mouton. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=3910331>

8. Aksoy, R. (2024). Transcreation of advertisements as narratives. *Journal of Narrative and Language Studies*, 12(26), pp. 415-425. <https://doi.org/10.59045/nalans.2024.67>

Mengetahui,
Ketua Jurusan/Koorprodi

[dokumen disahkan secara elektronik melalui Sistem RPS UNY]

PROGRAM STUDI LINGUISTIK TERAPAN - S2
KODE PRODI: 20625

Yogyakarta, 1 September 2025
Dosen Pengampu,

[dokumen disahkan secara elektronik melalui Sistem RPS UNY]

Dr. Yeni Artanti S.Pd., M.Hum.
NIP: 197606252003122001

Dokumen Elektronik Sistem RPS Universitas Negeri Yogyakarta

Dokumen ini diterbitkan secara elektronik melalui Sistem RPS Universitas Negeri Yogyakarta. Dokumen dinyatakan **VALID** selama data pada sistem belum mengalami perubahan.

Nomor Dokumen	:	RPS-20625-LTP80222-2025-1-P_RPL
Status	:	VALID
Tanggal Cetak	:	29 July 2026 14:50 WIB