

**LEMBAR  
HASIL PENILAIAN SEJAWAT SEBIDANG ATAU PEER REVIEW  
KARYA ILMIAH : BUKU ( ..... )**

<b>Judul Buku / Paper</b>	:	Media Sosial Sebagai Tools Personal Branding Era 4.0
<b>Jumlah Penulis</b>	:	2 penulis
<b>Status Pengusul</b>	:	Penulis 2 dari 2 penulis
<b>Penulis Makalah</b>	:	Riski Aprilianti, Yeni Rosilawati
<b>Identitas Buku Ilmiah</b>	:	c. Nama Buku : Komunikasi Dan Multikulturalisme Di Era Disrupsi
	:	b. Nomor ISBN : 978-602-5681-32-5
	:	c. Terbit Bulan, Tahun : 2019
	:	d. Penerbit : Buku Litera Yogyakarta & Ilmu Komunikasi UMY
	:	e. Alamat Web Buku :
	:	f. Alamat URL :

*Hasil Penilaian Peer Reviewer*

Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal			Nilai Akhir Yang Diperoleh
	Buku Referensi □	Buku Monograf □	Buku Chapter □	
a. Kelengkapan unsur isi buku ( 10 % )			1,00	1,00
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan 30 %			3,00	2,00
c. Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi ( 30 % )			3,00	2,00
d. Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)			3,00	3,00
<b>Total = 100 %</b>			<b>10,00</b>	<b>8,00</b>
<b>Kontribusi Pengusul (Penulis 2 dari 2 penulis)</b>			<b>4,00 (40 % X 10)</b>	<b>3,20 (40%x8)</b>

**Komentar Peer Review**

1. Tentang kelengkapan unsur isi buku :  Buku berjudul “Komunikasi dan Multikulturalisme di Era Disrupsi : Tantangan dan peluang” telah memenuhi kriteria Pedoman Publikasi Ilmiah yang diterbitkan Ristekdikti tahun 2017 yaitu sesuai dengan bidang keilmuan Komunikasi, memiliki ISBN, secara teknis memiliki ketebalan lebih dari 40 halaman (sesuai format UNESCO).
2. Tentang ruang lingkup dan kedalaman pembahasan :  Karya ilmiah ini memiliki judul yang menarik yaitu media sosial sebagai <i>tools personal branding</i> era 4.0. Tulisan diawali dengan menjelaskan era disrupsi dan perlunya membangun <i>softskill</i> bagi setiap orang untuk mengkonstruksi <i>personal branding</i> sehingga konsep personal branding menjadi landasan utama pemikiran. Bagian pendahuluan ini kurang mengeksplorasi konsep media sosial padahal hal ini menjadi acuan di pembahasan. Pada pembahasan penulis mendeskripsikan contoh akun Instagram dan Linked-in dengan detail tetapi belum mengkaitkan dengan konsep <i>personal branding</i> .
3. Tentang kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan teknologi :  Tulisan ini masih sangat minim referensi terutama jurnal
4. Tentang kelengkapan unsur dan kualitas penerbit :  Kualitas penerbitan dan kelengkapan unsur buku ini dilihat dari ISBN : 978-602-5681-32-5 yang sudah dimiliki dan editor, diterbitkan oleh Buku Litera Yogyakarta dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penerbit Litera kredibel karena sudah menerbitkan buku dengan berbagai tema.
5. Indikasi plagiasi : Penulis telah mencantumkan sumber yang dikutip baik pada teks tertulis maupun foto tetapi masih ada yang belum disertakan ketika mengutip pakar Rhenald Khasali
6. Kesesuaian bidang ilmu : Sudah sesuai dengan bidang Ilmu Komunikasi

Yogyakarta, 1 November 2019

Reviewer



(Dr. Rajiyem, SIP, M.Si)

Unit kerja: Universitas Gadjah Mada

Jab. Akd. Lektor Kepala (400 AK)

**LEMBAR  
HASIL PENILAIAN SEJAWAT SEBIDANG ATAU PEER REVIEW  
KARYA ILMIAH : BUKU ( .../... )**

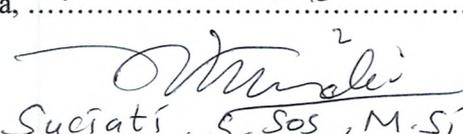
<b>Judul Buku / Paper</b>	: Media Sosial Sebagai Tools Personal Branding Era 4.0
<b>Jumlah Penulis</b>	: 2 penulis
<b>Status Pengusul</b>	: Penulis 2 dari 2 penulis
<b>Penulis Makalah</b>	: Riski Aprianti, Yeni Rosilawati
<b>Identitas Buku Ilmiah</b>	a. Nama Buku : Komunikasi Dan Multikulturalisme Di Era Disrupsi
	b. Nomor ISBN : 978-602-5681-32-5
	c. Terbit Bulan, Tahun : 2019
	d. Penerbit : Buku Litera Yogyakarta & Ilmu Komunikasi UMY
	e. Alamat Web Buku :
	f. Alamat URL :

**Hasil Penilaian Peer Reviewer**

Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal			Nilai Akhir Yang Diperoleh
	Buku Referensi □	Buku Monograf □	Buku Chapter □	
a. Kelengkapan unsur isi buku ( 10 % )			1,00	0,7
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan 30 %			3,00	2,1
c. Kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan metodologi ( 30 % )			3,00	2,2
d. Kelengkapan unsur dan kualitas penerbit (30%)			3,00	2,5
<b>Total = 100 %</b>			<b>10,00</b>	<b>7,5</b>
<b>Kontribusi Pengusul (Penulis 2 dari 2 penulis)</b>			<b>4,00 (40 % X 10)</b>	<b>3,0</b>

**Komentar Peer Review**

1. Tentang kelengkapan unsur isi buku : lengkap, meliputi halaman judul, kata pengantar, daftar isi, dan tulisan sesuai di tema
2. Tentang ruang lingkup dan kedalaman pembahasan : Pembahasan mendeskripsikan tentang upaya perusahaan swasta melakukan branding melalui media sosial
3. Tentang kecukupan dan kemutakhiran data/informasi dan teknologi : Data /informasi dihalukan dengan mendeskripsikan media sosial dan analisis dengan tool branding
4. Tentang kelengkapan unsur dan kualitas penerbit : Penerbit ( Litera ) adalah lembaga penerbit yg kredibel untuk wilayah Yogyakarta
5. Indikasi plagiasi : -
6. Kesesuaian bidang ilmu : sesuai

Yogyakarta, 12 - 0 - 2019  
Reviewer  
  
Dr. Suciati, S.Sos, M.Si  
Unit Kerja : Isipol / IK  
Jab. Akad. : LK ( 400 AK ).