



LSPR Institute of
Communication & Business
The Leading Graduate School of Communication & Business | ASEAN Global Campus
MASTER PROGRAMME

INSTITUT KOMUNIKASI DAN BISNIS LSPR
FAKULTAS PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

KODE DOKUMEN
RPS/PGP/S2/DCMM/EVEN/DMM

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tanggal Penyusunan
Digital Media Management	MAS9341		3 sks	2	Februari 2022
Otoritas/Pengesahan	Dosen Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua PRODI
	Hersinta, PhD		Hersinta, PhD		Dr. Andika Witono, M.M.
Capaian Pembelajaran	CPL - PRODI yang dibebankan pada MK				
	CPL 1 – P5	Mahasiswa mampu mengembangkan pengetahuan dan teknologi dalam bidang media digital serta menerapkannya dalam praktik manajemen media yang inovatif dan berbasis riset.			
	CPL 2 – KU5	Mahasiswa mampu mengambil keputusan strategis dalam mengelola konten, kanal, dan ekosistem digital media berdasarkan kajian informasi dan data yang analitis.			
	CPL 3 – KK2	Mahasiswa mampu menghasilkan strategi manajemen media digital yang aplikatif dan berorientasi pada efektivitas komunikasi dalam berbagai platform.			
	CPL 4 – KK4	Mahasiswa mampu memperluas dan memperdalam ilmu pengelolaan media digital dengan pendekatan interdisipliner untuk memberikan kontribusi pada ekosistem media yang berkelanjutan.			

	CPL 5 – S7	Mahasiswa menunjukkan tanggung jawab profesional dalam proses pengelolaan media digital, mulai dari perencanaan, eksekusi, hingga evaluasi.
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)		
CPMK 1	<p>Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan konsep dasar manajemen media digital, termasuk perkembangan teknologi, perilaku audiens, dan strategi pengelolaan konten dalam berbagai platform digital.</p> <p><i>CPL Terkait: P5, KK4</i></p>	
CPMK 2	<p>Mahasiswa mampu menunjukkan sikap kritis, tanggung jawab, dan kepemimpinan dalam merancang strategi manajemen media digital berbasis data dan kebutuhan audiens.</p> <p><i>CPL Terkait: S7, KU5</i></p>	
CPMK 3	<p>Mahasiswa mampu merancang dan mengevaluasi strategi pengelolaan media digital secara praktis dan aplikatif, dengan pendekatan interdisipliner dan berbasis teknologi terkini.</p> <p><i>CPL Terkait: KK2, P5</i></p>	
Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK)		
<p>Pertemuan 1 Mahasiswa mampu menjelaskan definisi, ruang lingkup, dan pentingnya manajemen media digital dalam ekosistem komunikasi kontemporer. <i>CPL Tercapai: P5, KK4 CPMK: 1</i></p> <p>Pertemuan 2 Mahasiswa mampu menguraikan evolusi teknologi media digital serta dampaknya terhadap strategi pengelolaan media. <i>CPL Tercapai: P5, KK4 CPMK: 1</i></p>		

Pertemuan 3

Mahasiswa mampu menganalisis karakteristik dan segmentasi audiens digital berdasarkan perilaku konsumsi media.

CPL Tercapai: P5, KU5 | CPMK: 1

Pertemuan 4

Mahasiswa mampu mengidentifikasi model bisnis media digital dan implikasinya terhadap pengelolaan konten dan pendapatan.

CPL Tercapai: KK2, P5 | CPMK: 3

Pertemuan 5

Mahasiswa mampu membedakan berbagai platform media digital dan strategi distribusi konten yang sesuai dengan karakteristik audiens.

CPL Tercapai: KK2, P5 | CPMK: 3

Pertemuan 6

Mahasiswa mampu mengevaluasi efektivitas penggunaan analitik data dalam manajemen performa media digital.

CPL Tercapai: KK2, KU5 | CPMK: 3

Pertemuan 7

Mahasiswa mampu merumuskan strategi keterlibatan audiens melalui pendekatan multiplatform dan interaktif.

CPL Tercapai: KK2, S7 | CPMK: 2

Pertemuan 8

UTS – Evaluasi Konsep dan Strategi Manajemen Media Digital

CPL Tercapai: P5, KK2 | CPMK: 1, 3

Pertemuan 9

Mahasiswa mampu mengkaji praktik manajemen media digital dari studi kasus lokal dan global.

CPL Tercapai: KK4, KU5 | CPMK: 1

Pertemuan 10

Mahasiswa mampu menyusun perencanaan konten media digital berdasarkan tren, isu aktual, dan kebutuhan pasar.

CPL Tercapai: KK2, P5 | CPMK: 3

Pertemuan 11

Mahasiswa mampu menjelaskan prinsip etika dan regulasi dalam pengelolaan media digital.

CPL Tercapai: S7, P5 | CPMK: 2

Pertemuan 12

Mahasiswa mampu merancang strategi adaptif dalam menghadapi tantangan manajemen media digital (misalnya, disrupsi teknologi dan krisis reputasi).

CPL Tercapai: KU5, KK2 | CPMK: 3

Pertemuan 13

Mahasiswa mampu mengevaluasi sistem manajemen media digital berbasis platform (CMS, dashboard analytics).

CPL Tercapai: KK2, P5 | CPMK: 3

Pertemuan 14

Mahasiswa mampu mengembangkan ide proyek manajemen media digital berbasis kebutuhan klien/organisasi.

CPL Tercapai: KK2, KU5 | CPMK: 3

Pertemuan 15

Mahasiswa mampu mempresentasikan rencana manajemen media digital secara profesional dan kolaboratif.

CPL Tercapai: KU5, S7 | CPMK: 2

Pertemuan 16

UAS – Presentasi dan Evaluasi Proyek Manajemen Media Digital

CPL Tercapai: KK2, P5, S7 | CPMK: 2, 3

	<p style="text-align: center;">Korelasi CPL terhadap Sub-CPMK</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">CPL / Pertemuan</th> <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>P5</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td></td> <td>✓</td> <td>UTS</td> <td></td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td></td> <td>UAS</td> </tr> <tr> <td>KK2</td> <td></td> <td></td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td>UTS</td> <td></td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td>UAS</td> </tr> <tr> <td>KK4</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>UTS</td> <td>✓</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>UAS</td> </tr> <tr> <td>KU5</td> <td></td> <td></td> <td>✓</td> <td></td> <td></td> <td>✓</td> <td></td> <td>UTS</td> <td>✓</td> <td></td> <td>✓</td> <td></td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td>UAS</td> </tr> <tr> <td>S7</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>✓</td> <td></td> <td></td> <td>UTS</td> <td>✓</td> <td></td> <td>✓</td> <td></td> <td></td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td>UAS</td> </tr> </tbody> </table>	CPL / Pertemuan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	P5	✓	✓	✓	✓	✓		✓	UTS		✓	✓	✓	✓	✓		UAS	KK2			✓	✓	✓	✓	✓	UTS		✓	✓	✓	✓	✓	✓	UAS	KK4	✓	✓						UTS	✓							UAS	KU5			✓			✓		UTS	✓		✓		✓	✓	✓	UAS	S7					✓			UTS	✓		✓			✓	✓	UAS
CPL / Pertemuan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																																																																																							
P5	✓	✓	✓	✓	✓		✓	UTS		✓	✓	✓	✓	✓		UAS																																																																																							
KK2			✓	✓	✓	✓	✓	UTS		✓	✓	✓	✓	✓	✓	UAS																																																																																							
KK4	✓	✓						UTS	✓							UAS																																																																																							
KU5			✓			✓		UTS	✓		✓		✓	✓	✓	UAS																																																																																							
S7					✓			UTS	✓		✓			✓	✓	UAS																																																																																							
<p style="text-align: center;">Deskripsi Singkat MK</p>	<p>Mata kuliah ini membahas strategi pengelolaan media digital dalam konteks industri komunikasi kontemporer. Mahasiswa akan mempelajari dinamika platform digital, analisis performa konten, monetisasi, serta pengambilan keputusan berbasis data digital. Fokus juga diberikan pada manajemen audiens, manajemen krisis digital, hingga adaptasi terhadap perkembangan teknologi media baru. Dengan pendekatan praktikal dan teoritis, mata kuliah ini membekali mahasiswa untuk merancang dan mengelola strategi media digital yang efektif dan berkelanjutan dalam era disrupsi teknologi</p>																																																																																																						
<p style="text-align: center;">Bahan Kajian: Materi Pembelajaran</p>	<p>Topik 1: Konsep Dasar Manajemen Media Digital</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evolusi media digital dan karakteristiknya • Transformasi industri media di era digital • Fungsi manajemen dalam ekosistem media digital <p>Referensi:</p>																																																																																																						

- Buku: Küng, L. (2017). *Strategic Management in the Media: Theory to Practice* (2nd ed.), SAGE Publications, Ch. 1–2, pp. 1–32. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/strategic-management-in-the-media/book244197>
- Buku: Noam, E. M. (2019). Media and Digital Management. In Media and Digital Management. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-72000-5> Ch. 1-2
- Jurnal: Susanto, H., & Goodwin, R. (2021). “Disruption in the Digital Media Industry: A Systematic Review.” *Journal of Media and Communication Studies*, 13(3), 45–59. <https://academicjournals.org/journal/JMCS/article-full-text/3B83A6E66738>

Topik 2: Strategi Konten dan Pengelolaan Audiens

- Perencanaan konten digital yang berbasis data
- Segmentasi dan engagement audiens digital
- Manajemen komunitas dan pengalaman pengguna

Referensi:

- Buku: Ryan, D. (2020). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* (5th ed.), Kogan Page, Ch. 6–7, pp. 105–145. <https://www.koganpage.com/product/understanding-digital-marketing-9781789666031>
- Jurnal: Yuliana, T. (2019). “Strategi Manajemen Konten Digital oleh Media Online di Indonesia.” *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(1), 13–26. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/komunika/article/view/26252>

Topik 3: Analitik Digital dan Monetisasi

- Dasar-dasar analitik media sosial dan web
- KPI dan metrik performa konten digital

- Model monetisasi konten dan platform digital

Referensi:

- Buku: Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.), Pearson Education, Ch. 9–10, pp. 321–375.
<https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/digital-marketing/P200000003452>
- Jurnal: Rahayu, S. (2022). "Digital Media Performance Metrics in Indonesian News Portals." *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Media*, 23(1), 55–71.
<https://jurnal.isi-dps.ac.id/index.php/jpkm/article/view/5242>

Topik 4: Manajemen Krisis dan Reputasi Digital

- Respon terhadap krisis di ruang digital
- Reputasi merek dan kepercayaan publik
- Etika dan kebijakan dalam komunikasi digital

Referensi:

- Buku: Coombs, W. T. (2019). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding* (5th ed.), SAGE Publications, Ch. 5–6, pp. 89–122.
<https://us.sagepub.com/en-us/nam/ongoing-crisis-communication/book257274>
 - Jurnal: Nugroho, A. (2020). "Strategi Manajemen Krisis di Era Digital: Studi pada Industri E-Commerce." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(2), 101–115.
<https://jurnal.ugm.ac.id/jik/article/view/55747>
-

	<p>Topik 5: Inovasi dan Masa Depan Media Digital</p> <ul style="list-style-type: none"> • AI dan automasi dalam pengelolaan media • Teknologi baru: AR/VR, blockchain, dan personalisasi konten • Tantangan regulasi dan keberlanjutan digital <p>Referensi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buku: Pavlik, J. V. (2019). <i>Media in the Digital Age: Innovation and Impacts</i> (3rd ed.), Columbia University Press, Ch. 4–5, pp. 71–108. https://cup.columbia.edu/book/media-in-the-digital-age/9780231172594 • Buku: Noam, E. M. (2019). Media and Digital Management. In Media and Digital Management. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-72000-5 Ch. 3-4 • Jurnal: Syahputra, I. (2021). “Kecerdasan Buatan dan Masa Depan Jurnalisme.” <i>Jurnal Komunikasi UGM</i>, 5(1), 25–40. https://jurnal.ugm.ac.id/jkom/article/view/62850
Pustaka	<p>Utama</p> <p>Pustaka Utama:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Küng, L. (2017). <i>Strategic Management in the Media: Theory to Practice</i> (2nd ed.), SAGE Publications, Ch. 1–2, pp. 1–32. 2. Noam, E. M. (2019). Media and Digital Management. In Media and Digital Management. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-72000-5 Ch. 1-4 3. Ryan, D. (2020). <i>Understanding Digital Marketing</i> (5th ed.), Kogan Page, Ch. 6–7, pp. 105–145. 4. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). <i>Digital Marketing</i> (7th ed.), Pearson Education, Ch. 9–10, pp. 321–375. 5. Coombs, W. T. (2019). <i>Ongoing Crisis Communication</i> (5th ed.), SAGE Publications, Ch. 5–6, pp. 89–122.

	<p>6. Pavlik, J. V. (2019). <i>Media in the Digital Age</i> (3rd ed.), Columbia University Press, Ch. 4–5, pp. 71–108.</p> <p>Pendukung</p> <p>Pustaka Pendukung:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Susanto, H., & Goodwin, R. (2021). "Disruption in the Digital Media Industry." <i>Journal of Media and Communication Studies</i>, 13(3), 45–59. 2. Yuliana, T. (2019). "Strategi Manajemen Konten Digital oleh Media Online di Indonesia." <i>Jurnal Komunikasi ISKI</i>, 4(1), 13–26. 3. Rahayu, S. (2022). "Digital Media Performance Metrics." <i>Jurnal Penelitian Komunikasi dan Media</i>, 23(1), 55–71. 4. Nugroho, A. (2020). "Strategi Manajemen Krisis di Era Digital." <i>Jurnal Ilmu Komunikasi</i>, 18(2), 101–115. 5. Syahputra, I. (2021). "Kecerdasan Buatan dan Masa Depan Jurnalisme." <i>Jurnal Komunikasi UGM</i>, 5(1), 25–40.
Media Pembelajaran	<p>Perangkat Lunak: Power Point, Google Form.</p> <p>Perangkat Keras: Komputer, <i>Infocus</i>, <i>Whiteboard</i>, Spidol.</p> <p>Metode Pembelajaran: Case Based Learning, Project Based Learning, Research Based Learning</p>
Dosen Pengampu	<p>Dr. Rubiyanto</p> <p>Dr. Joe Harrianto Setiawan</p>
Mata Kuliah Syarat	<p>Tidak ada</p>

Minggu ke-	Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK)	Penilaian	Bentuk Pembelajaran; Metode; Penugasan Mahasiswa	Materi Pembelajaran [Referensi Lengkap]	Bobot (%)
1	Mahasiswa mampu memahami konsep dasar manajemen media digital dan konteks perubahan industri.	Kuis awal	Ceramah interaktif (120'); diskusi (30')	Küing, L. (2017). <i>Strategic Management in the Media</i> (2nd ed.), SAGE, Ch. 1–2, pp. 1–32. Noam, E. M. (2019). <i>Media and Digital Management</i> . In <i>Media and Digital Management</i> . Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-72000-5 Ch. 1-2	2.5
2	Mahasiswa mampu menjelaskan peran transformasi digital dalam organisasi media.	Tugas deskriptif	Ceramah dan tanya jawab (120')	Susanto, H., & Goodwin, R. (2021). <i>Journal of Media and Communication Studies</i> , 13(3), 45–59. Noam, E. M. (2019). <i>Media and Digital Management</i> . In <i>Media and Digital Management</i> . Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-72000-5 Ch. 3-4	2.5
3	Mahasiswa mampu mengidentifikasi strategi pengelolaan konten digital berbasis data dan segmentasi.	Diskusi kelompok	Presentasi kelompok dan studi kasus (120')	Ryan, D. (2020). <i>Understanding Digital Marketing</i> (5th ed.), Kogan Page, Ch. 6–7, pp. 105–145.	4
4	Mahasiswa mampu menganalisis keterlibatan audiens digital dan strategi community management.	Review studi	Diskusi reflektif dan praktik simulatif (120')	Yuliana, T. (2019). <i>Jurnal Komunikasi ISKI</i> , 4(1), 13–26.	4
5	Mahasiswa mampu menjelaskan metrik performa digital dan penggunaan tools analitik.	Analisis KPI	Praktikum dan review dashboard analitik (120')	Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). <i>Digital Marketing</i> (7th ed.), Pearson, Ch. 9–10, pp. 321–375.	5
6	Mahasiswa mampu mengevaluasi model monetisasi konten media digital.	Studi kasus	Diskusi kasus monetisasi (120')	Rahayu, S. (2022). <i>Jurnal Penelitian Komunikasi dan Media</i> , 23(1), 55–71.	4

Minggu ke-	Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK)	Penilaian	Bentuk Pembelajaran; Metode; Penugasan Mahasiswa	Materi Pembelajaran [Referensi Lengkap]	Bobot (%)
7	Mahasiswa mampu mengkaji strategi pengelolaan reputasi digital dan krisis komunikasi.	Tugas strategi naratif	Simulasi manajemen krisis (120')	Coombs, W. T. (2019). <i>Ongoing Crisis Communication</i> (5th ed.), SAGE, Ch. 5–6, pp. 89–122.	4
8	Ujian Tengah Semester – Evaluasi teori dan praktik manajemen media digital	Ujian tertulis	Tes di kelas (120')	Materi pertemuan 1–7	20
9	Mahasiswa mampu menyusun rencana konten digital terintegrasi lintas platform.	Desain konten	Workshop dan review strategi (120')	Ryan, D. (2020), Ch. 8–9.	4
10	Mahasiswa mampu mengevaluasi efektivitas strategi manajemen kanal digital.	Tugas evaluatif	Simulasi platform dan review metrik (120')	Chaffey, D. (2019), Ch. 11, pp. 376–405.	4
11	Mahasiswa mampu memahami prinsip etika dan privasi dalam pengelolaan media digital.	Kuis & esai	Ceramah etika media digital (120')	Nugroho, A. (2020). <i>Jurnal Ilmu Komunikasi</i> , 18(2), 101–115.	4
12	Mahasiswa mampu menganalisis tantangan regulasi media digital dan perlindungan data.	Diskusi panel	Presentasi dan review kebijakan (120')	Syahputra, I. (2021). <i>Jurnal Komunikasi UGM</i> , 5(1), 25–40.	4
13	Mahasiswa mampu mengkaji penggunaan AI dalam manajemen konten digital.	Analisis tren AI	Penugasan individu dan studi teknologi (120')	Pavlik, J. V. (2019). <i>Media in the Digital Age</i> (3rd ed.), Columbia, Ch. 4, pp. 71–90.	4
14	Mahasiswa mampu menyusun proposal strategi manajemen media digital inovatif.	Draft proposal	Workshop strategi dan mentoring (120')	Küng, L. (2017), Ch. 6, pp. 145–168.	4
15	Ujian Akhir Semester – Presentasi Proyek Strategi Media Digital	Presentasi proyek akhir	Ujian presentasi dan tanya jawab (120')	Semua referensi	20

Minggu ke-	Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK)	Penilaian	Bentuk Pembelajaran; Metode; Penugasan Mahasiswa	Materi Pembelajaran [Referensi Lengkap]	Bobot (%)
16	Mahasiswa mampu merefleksikan pembelajaran dan mengintegrasikan pengetahuan manajemen media digital secara strategis.	Refleksi akhir	Panel diskusi & peer-review (120')	Semua referensi	10

Disetujui, Tgl : Ketua PROGRAM STUDI	Diperiksa, Tgl : Koord. Matakuliah/Bidang Keahlian	Dibuat, Tgl : Dosen ybs
(.....)	(.....)	(.....)
Periksa : Unit Penjaminan Mutu		
(.....)		

Catatan:

1. Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI) adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajarannya.
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, keterampilan umum, keterampilan 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-CP Mata kuliah (Sub-CPMK) adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari SPMK 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 disertai bukti-bukti.
6. Kriteria penilaian adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolak 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. Teknik penilaian: tes dan non-tes
8. Bentuk pembelajaran: Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, 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 yang setara.
10. Materi Pembelajaran adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yang dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. Bobot penilaian adalah presentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proporsional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb, dan totalnya 100%
12. **TM**=Tatap Muka, **PT**=Penugasan Terstruktur, **BM**=Belajar Mandiri.

No	Bentuk Pembelajaran Blended Learning (On-Line/E-Learning)	EL
1	Video E-Learning	EL-1

2	<i>Discussion at Forum</i>	EL-2
3	<i>Video Conference atau Webinar (Web Seminar)</i>	EL-3
4	<i>E-simulation using software</i>	EL-4
5	<i>Vlog Presentation</i>	EL-5
6	<i>Writing Paper on-line</i>	EL-6

Komponen Penilaian:

Proses penilaian pada mata kuliah ini dibedakan dalam 4 komponen, diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Kehadiran.

Komponen ini memiliki poin sebesar **10%** dari total pertemuan tatap muka di kelas.

b. Tugas.

Selama 1 semester, mahasiswa wajib diberikan tugas minimal sejumlah 4 tugas yang terdiri dari 2 tugas mandiri dan 2 tugas kelompok. Tugas ini diberikan sebanyak 2x sebelum UTS dan 2x setelah UTS atau sebelum UAS. Komponen keseluruhan tugas memiliki poin sebesar **40%**.

c. UTS (Ujian Tengah Semester).

UTS dilakukan pada pertemuan minggu ke 8. UTS merupakan asesmen atas kemampuan akhir mahasiswa sesuai dengan rancangan materi/topik pembelajaran dari pertemuan ke-1 hingga ke-7. Bentuk UTS dapat berupa ujian tertulis atau presentasi tugas mandiri atau tugas kelompok dan lain-lain yang juga menyesuaikan dengan metode pembelajaran. Bobot nilai UTS yang diberikan adalah sebesar **20%**.

d. UAS (Ujian Akhir Semester).

UAS dilakukan pada pertemuan minggu ke 16 dari keseluruhan total pertemuan. UAS merupakan asesmen atas kemampuan akhir mahasiswa sesuai dengan rancangan materi/topik pembelajaran dari pertemuan ke-9 hingga ke-15. Bentuk UAS dapat berupa ujian tertulis atau presentasi tugas mandiri atau tugas kelompok dan lain-lain yang juga menyesuaikan dengan metode pembelajaran. Bobot nilai UAS yang diberikan adalah sebesar **30%**.

Rubrik Penilaian

Jenjang/Grade	Angka/Skor	Deskripsi/Indikator Kerja
A	90,00 – 100	Merupakan perolehan mahasiswa superior, yaitu mereka yang mengikuti perkuliahan dengan sangat baik, memahami materi dengan sangat baik bahkan tertantang untuk memahami lebih jauh, memiliki tingkat proaktif dan kreatifitas tinggi dalam mencari informasi terkait materi, mampu menyelesaikan masalah dengan akurasi sempurna bahkan mampu mengenali masalah nyata pada masyarakat/industri dan mampu mengusulkan konsep solusinya.
A-	85,00 – 89,99	Merupakan perolehan mahasiswa yang mengikuti perkuliahan dengan sangat baik, memahami materi dengan sangat baik, memiliki tingkat proaktif dan kreatifitas tinggi dalam mencari informasi terkait materi, mampu menyelesaikan masalah/tugas dengan akurasi sangat bagus.
B+	80,00 – 84,99	Merupakan perolehan mahasiswa yang mengikuti perkuliahan dengan baik, mampu memahami materi dan mampu menyelesaikan masalah/tugas dengan akurasi sangat bagus.
E	$\leq 79,99$	Merupakan perolehan mahasiswa yang tidak melaksanakan tugas dan sama sekali tidak memahami materi.