



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/BCM/EVEN/FCB

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tanggal Penyusunan
Financial Communication in Business	MGT7071		3 sks	2	Februari 2022
Otoritas/Pengesahan	Dosen Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua PRODI
	Dr. Abdul Latief		Dr. Anita Rosana		Dr. Andika Witono, M.M.
Capaian Pembelajaran	CPL - PRODI yang dibebankan pada MK				
	CPL 1 – P4	P4 – Menganalisis berbagai teori komunikasi korporat dan bagaimana strategi komunikasi dapat disesuaikan dalam konteks pelaporan dan transparansi keuangan perusahaan. <ul style="list-style-type: none">• Mahasiswa harus memahami teori komunikasi korporat dan cara menerapkannya dalam konteks pelaporan dan transparansi keuangan perusahaan.			
	CPL 2 – P5	P5 – Mampu mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang komunikasi dan praktik profesional melalui penelitian sehingga menghasilkan karya yang inovatif dan teruji. <ul style="list-style-type: none">• Mahasiswa mampu untuk menggunakan teori-teori dan teknologi bidang komunikasi dan mengaplikasikannya ke dalam penelitian.			

	CPL 3 – KU5	<p>KU5 – Mampu mengambil keputusan dalam rangka pemecahan masalah pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai-nilai humaniora berdasarkan kajian analitis atau eksperimental terhadap informasi dan data.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pengelolaan komunikasi memerlukan kemampuan analisis data dan pengambilan keputusan berbasis riset.
	CPL 4 – KK2	<p>KK2 – Mampu menghasilkan karya yang inovatif, aplikatif, dan produktif dalam bentuk teknologi sosial, manajemen di bidang komunikasi dan yang berkaitan dengan komunikasi.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menciptakan karya penelitian yang dapat berkontribusi terhadap permasalahan pada bidang teknologi sosial dan manajemen dalam konteks komunikasi.
	CPL 5 – S7	<p>S7 – Menunjukkan sikap bertanggung jawab terhadap pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sikap profesionalisme dan mandiri dalam bidang pekerjaan yang dilakukan secara bertanggung jawab.
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)		
	CPMK 1	<p><i>Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dan prinsip dasar komunikasi keuangan dalam konteks organisasi bisnis, termasuk pemahaman atas transparansi, etika pelaporan, serta peran komunikasi dalam membentuk persepsi pemangku kepentingan terhadap informasi keuangan perusahaan.</i></p> <p>Kode CPL yang terkait:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ P4 – Menganalisis berbagai teori komunikasi korporat dan bagaimana strategi komunikasi dapat disesuaikan dalam konteks pelaporan dan transparansi keuangan perusahaan. ✓ P5 – Mampu mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang komunikasi dan praktik profesional melalui penelitian sehingga menghasilkan karya yang inovatif dan teruji.

	CPMK 2	<p>CPMK 2: <i>Mahasiswa mampu menunjukkan sikap kritis dan bertanggung jawab dalam mengelola dan menyampaikan informasi keuangan, termasuk kesadaran terhadap dampak sosial dan reputasi organisasi akibat komunikasi keuangan yang tidak akurat atau manipulatif.</i></p> <p>Kode CPL yang terkait: <input checked="" type="checkbox"/> KU5 – Mampu mengambil keputusan dalam rangka pemecahan masalah pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai-nilai humaniora berdasarkan kajian analitis atau eksperimental terhadap informasi dan data. <input checked="" type="checkbox"/> S7 – Menunjukkan sikap bertanggung jawab terhadap pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri.</p>
	CPMK 3	<p>CPMK 3: <i>Mahasiswa mampu menyusun strategi komunikasi keuangan berbasis data yang sesuai dengan kebutuhan organisasi, serta mengembangkan produk komunikasi seperti laporan keuangan yang dapat diakses publik, presentasi kepada investor, atau konten komunikasi korporat berbasis angka secara inovatif.</i></p> <p>Kode CPL yang terkait: <input checked="" type="checkbox"/> KK2 – Mampu menghasilkan karya yang inovatif, aplikatif, dan produktif dalam bentuk teknologi sosial, manajemen di bidang komunikasi dan yang berkaitan dengan komunikasi. <input checked="" type="checkbox"/> P5 – Mampu mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang komunikasi dan praktik profesional melalui penelitian sehingga menghasilkan karya yang inovatif dan teruji.</p>
Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK)		

	Korelasi CPL terhadap Sub-CPMK

	<table border="1" data-bbox="555 245 1585 520"> <thead> <tr> <th>Sub-CPMK</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> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CPL1</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>UAS</td> </tr> <tr> <td>CPL2</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>UAS</td> </tr> <tr> <td>CPL3</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>UAS</td> </tr> <tr> <td>CPL4</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>UAS</td> </tr> <tr> <td>CPL5</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>UAS</td> </tr> </tbody> </table>	Sub-CPMK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	CPL1	√	√	√	√	√	√	√	UTS							UAS	CPL2		√	√	√	√	√	√	UTS	√	√	√	√	√	√	UAS	CPL3				√	√	√	√	UTS	√	√	√	√	√	√	UAS	CPL4								UTS	√	√	√	√	√	√	UAS	CPL5								UTS	√	√	√	√	√	√	UAS
Sub-CPMK	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15																																																																																		
CPL1	√	√	√	√	√	√	√	UTS							UAS																																																																																		
CPL2		√	√	√	√	√	√	UTS	√	√	√	√	√	√	UAS																																																																																		
CPL3				√	√	√	√	UTS	√	√	√	√	√	√	UAS																																																																																		
CPL4								UTS	√	√	√	√	√	√	UAS																																																																																		
CPL5								UTS	√	√	√	√	√	√	UAS																																																																																		
<p>Deskripsi Singkat MK</p>	<p>Mata kuliah <i>Financial Communication in Business</i> membahas peran strategis komunikasi dalam pengelolaan informasi keuangan perusahaan kepada berbagai pemangku kepentingan. Mahasiswa akan mempelajari prinsip-prinsip dasar komunikasi keuangan, termasuk transparansi, akuntabilitas, dan kepatuhan regulasi, serta bagaimana menyusun narasi keuangan yang efektif untuk investor, media, regulator, dan publik. Pembelajaran mencakup strategi komunikasi dalam laporan tahunan, earnings calls, krisis finansial, serta pemanfaatan media digital dalam membangun kepercayaan dan reputasi keuangan perusahaan. Mata kuliah ini dirancang untuk mengembangkan kemampuan analitis dan komunikasi strategis mahasiswa dalam menghadapi dinamika ekonomi dan tantangan komunikasi korporat berbasis data keuangan.</p>																																																																																																
<p>Bahan Kajian: Materi Pembelajaran</p>	<p>1. Konsep Dasar Komunikasi Keuangan dan Peranannya dalam Dunia Bisnis</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Definisi dan lingkup komunikasi keuangan ● Peran komunikasi dalam meningkatkan transparansi dan kepercayaan publik ● Hubungan antara komunikasi, manajemen, dan performa keuangan <p>Referensi:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Buku: Argenti, P. A. (2021). <i>Corporate Communication</i> (8th ed.), McGraw-Hill Education, Ch. 7, pp. 142–165. 																																																																																																

- Jurnal: Sutrisno, E. (2019). “Transparansi Laporan Keuangan sebagai Wujud Akuntabilitas Perusahaan.” *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(1), 45–56.

2. Laporan Keuangan sebagai Media Komunikasi Strategis

- Elemen kunci laporan keuangan dan bagaimana mengkomunikasikannya secara publik
- Komunikasi visual dan naratif dalam laporan tahunan
- Strategi storytelling berbasis data keuangan

Referensi:

- Buku: Hooks, J., Coy, D., & Davey, H. (2019). *Interpreting Financial Statements* (3rd ed.), Pearson Education, Ch. 2–3, pp. 23–66.
- Jurnal: Lestari, H., & Putra, A. (2020). “Visualisasi Laporan Keuangan dan Pengaruhnya terhadap Persepsi Publik.” *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(2), 112–124.

3. Hubungan Investor dan Praktik Komunikasi Keuangan Korporat

- Prinsip investor relations dan komunikasi dua arah
- Strategi komunikasi dengan pemegang saham dan analisis pasar
- Public exposure, media keuangan, dan pengelolaan persepsi

Referensi:

- Buku: Guimard, A. (2020). *Investor Relations: Principles and International Best Practices* (2nd ed.), Palgrave Macmillan, Ch. 4–5, pp. 77–114.
- Jurnal: Prabowo, R., & Winarto, A. (2021). “Hubungan Media dan Investor dalam Komunikasi Keuangan.” *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Airlangga*, 13(1), 30–41.

4. Isu Etika, Krisis, dan Manajemen Risiko dalam Komunikasi Keuangan

- Etika dalam pelaporan dan pengungkapan keuangan
- Komunikasi krisis keuangan dan dampaknya terhadap reputasi bisnis

	<ul style="list-style-type: none"> ● Kasus greenwashing dan pelanggaran etika finansial <p>Referensi:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Buku: Coombs, W. T. (2019). <i>Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding</i> (5th ed.), SAGE Publications, Ch. 6, pp. 123–140. ● Jurnal: Prasetyo, B., & Mayangsari, S. (2020). “Etika Komunikasi dalam Laporan Keuangan: Analisis Studi Kasus.” <i>Jurnal Komunikasi Profetik</i>, 12(2), 201–213. <p>5. Media Digital, Teknologi, dan Masa Depan Komunikasi Keuangan</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Peran media sosial dan platform digital dalam komunikasi keuangan ● Fintech, transparansi digital, dan keterlibatan publik ● Prospek AI dan big data dalam membentuk narasi keuangan <p>Referensi:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Buku: Kent, M. L. (2022). <i>The Future of Strategic Communication: Technology and Engagement in a Digital World</i>, Routledge, Ch. 8, pp. 165–186. ● Jurnal: Wirawan, A., & Astuti, D. (2022). “Digitalisasi dan Komunikasi Keuangan: Studi Strategi Perusahaan di Era Industri 4.0.” <i>Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia</i>, 5(1), 66–78.
Pustaka	<p>Utama</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Argenti, P. A. (2021). <i>Corporate Communication</i> (8th ed.), McGraw-Hill Education, Ch. 7, pp. 142–165. (Buku) ● Hooks, J., Coy, D., & Davey, H. (2019). <i>Interpreting Financial Statements</i> (3rd ed.), Pearson Education, Ch. 2–3, pp. 23–66. (Buku) ● Guimard, A. (2020). <i>Investor Relations: Principles and International Best Practices</i> (2nd ed.), Palgrave Macmillan, Ch. 4–5, pp. 77–114. (Buku) ● Coombs, W. T. (2019). <i>Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding</i> (5th ed.), SAGE Publications, Ch. 6, pp. 123–140. (Buku)

	<ul style="list-style-type: none"> • Kent, M. L. (2022). <i>The Future of Strategic Communication: Technology and Engagement in a Digital World</i>, Routledge, Ch. 8, pp. 165–186. (Buku)
	Pendukung
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sutrisno, E. (2019). “Transparansi Laporan Keuangan sebagai Wujud Akuntabilitas Perusahaan.” <i>Jurnal Komunikasi ISKI</i>, 4(1), 45–56. (Jurnal) 2. Lestari, H., & Putra, A. (2020). “Visualisasi Laporan Keuangan dan Pengaruhnya terhadap Persepsi Publik.” <i>Jurnal Riset Komunikasi</i>, 7(2), 112–124. (Jurnal) 3. Prabowo, R., & Winarto, A. (2021). “Hubungan Media dan Investor dalam Komunikasi Keuangan.” <i>Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Airlangga</i>, 13(1), 30–41. (Jurnal) 4. Prasetyo, B., & Mayangsari, S. (2020). “Etika Komunikasi dalam Laporan Keuangan: Analisis Studi Kasus.” <i>Jurnal Komunikasi Profetik</i>, 12(2), 201–213. (Jurnal) 5. Wirawan, A., & Astuti, D. (2022). “Digitalisasi dan Komunikasi Keuangan: Studi Strategi Perusahaan di Era Industri 4.0.” <i>Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia</i>, 5(1), 66–78. (Jurnal)
Media Pembelajaran	Perangkat Lunak: Power Point, Google Form. Perangkat Keras: Komputer, Infocus, Whiteboard, Spidol. Metode Pembelajaran: Case base Learning, Project Based Learning, dan Research base Learning
Dosen Pengampu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gatot Subagio, S.H., M.B.A. 2. Sitta Rosdaniah, PH.D.
Mata Kuliah Syarat	Tidak ada

Minggu ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring	Daring		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)

Minggu ke-	Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK)	Penilaian	Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa [Estimasi Waktu]	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
1	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar komunikasi keuangan dan memahami relevansinya dalam praktik bisnis.	Mampu menjelaskan dan memahami konsep dasar komunikasi keuangan.	Penjelasan materi (60'), diskusi dan tanya jawab (90')	Argenti, P. A. (2021). <i>Corporate Communication</i> (8th ed.), McGraw-Hill Education, Ch. 7, pp. 142–165.	4%
2	Mahasiswa mampu menguraikan elemen-elemen penting dalam laporan keuangan dan fungsi komunikatifnya.	Mampu menjelaskan laporan keuangan dalam konteks komunikasi.	Penjelasan materi (60'), diskusi dan tanya jawab (90')	Hooks, J., Coy, D., & Davey, H. (2019). <i>Interpreting Financial Statements</i> (3rd ed.), Pearson, Ch. 2–3, pp. 23–66.	4%
3	Mahasiswa mampu mengkaji pendekatan naratif dan visual dalam komunikasi laporan tahunan.	Mampu menganalisis laporan tahunan dalam konteks komunikasi.	Penjelasan materi (60'), diskusi dan studi kasus (90')	Lestari, H., & Putra, A. (2020). "Komunikasi Visual dalam Laporan Tahunan." <i>Jurnal Riset Komunikasi</i> , 7(2), 112–124.	4%
4	Mahasiswa mampu menjelaskan prinsip dasar investor relations dan	Mampu menjelaskan investor relation dan komunikasi strategis.	Penjelasan materi (60'), analisis studi kasus (30')	Guimard, A. (2020). <i>Investor Relations</i> (2nd ed.), Palgrave, Ch. 4–5, pp. 77–114.	4%

	komunikasi strategis kepada pemegang saham.				
5	Mahasiswa mampu membedakan saluran komunikasi keuangan dan mengevaluasi efektivitasnya.	Mampu menganalisis dan mengevaluasi saluran komunikasi keuangan.	Penjelasan materi (60'), diskusi kelompok (30')	Prabowo, R., & Winarto, A. (2021). "Efektivitas Media Komunikasi Keuangan." <i>Jurnal Ilmu Komunikasi UNAIR</i> , 13(1), 30–41.	4%
6	Mahasiswa mampu mengidentifikasi prinsip etika komunikasi dalam konteks pelaporan keuangan.	Mampu menjelaskan prinsip etika pelaporan keuangan dalam konteks komunikasi.	Penjelasan materi (60'), diskusi dan review jurnal (90')	Prasetyo, B., & Mayangsari, S. (2020). "Etika Pelaporan Keuangan Korporasi." <i>Jurnal Komunikasi Profetik</i> , 12(2), 201–213.	2.5%
7	Mahasiswa mampu menjelaskan strategi komunikasi dalam menghadapi krisis keuangan.	Mampu menjelaskan langkah strategis dalam menghadapi krisis keuangan.	Penjelasan materi (60'), analisis studi kasus (90')	Coombs, W. T. (2019). <i>Ongoing Crisis Communication</i> (5th ed.), SAGE, Ch. 6, pp. 123–140.	5%
8	Ujian Tengah Semester (UTS)	Evaluasi pemahaman teori dan penerapan komunikasi organisasi.	Ujian berbasis studi kasus atau tes tertulis.	Referensi materi sebelumnya.	20%
9	Mahasiswa mampu merancang laporan komunikasi keuangan yang komunikatif dan strategis.	Mampu merancang strategi komunikasi dalam situasi krisis.	Penjelasan materi (60'), diskusi dan tanya jawab, presentasi (90')	Hooks, J., Coy, D., & Davey, H. (2019). <i>Interpreting Financial Statements</i> , Ch. 5, pp. 95–122.	4%
10	Mahasiswa mampu mengintegrasikan pendekatan storytelling dalam pelaporan keuangan.	Mampu merancang storytelling komunikasi dalam pelaporan keuangan.	Penjelasan materi (60'), simulasi komunikasi krisis, praktik storytelling data (90')	Lestari, H., & Putra, A. (2020); Guimard, A. (2020), Ch. 6, pp. 115–134.	4%
11	Mahasiswa mampu menganalisis keterlibatan investor melalui media digital dan sosial.	Mampu menerapkan keterampilan penggunaan media digital dan refleksi.	Diskusi media sosial korporat (120')	Wirawan, A., & Astuti, D. (2022). "Engagement Investor di Era Digital." <i>Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia</i> , 5(1), 66–78.	4%

12	Mahasiswa mampu mengevaluasi tantangan komunikasi keuangan berbasis digital.	Mampu menganalisis komunikasi keuangan digital.	Penjelasan materi (60'), studi kasus (90')	Argenti, P. A. (2021). <i>Corporate Communication</i> , Ch. 10, pp. 198–215.	4%
13	Mahasiswa mampu memahami penggunaan AI dan otomatisasi dalam analisis komunikasi keuangan.	Mampu menerapkan konsep penggunaan AI dan otomatisasi dalam komunikasi keuangan.	Penjelasan tren dan simulasi teknologi (120')	Daniel, R. (2021). “AI for Financial Analysts.” <i>Journal of Financial Innovation</i> , 3(2), 55–70.	2.5%
14	Mahasiswa mampu menyusun strategi komunikasi keuangan lintas budaya.	Mampu menjelaskan studi lintas negara dalam konteks laporan komunikasi keuangan.	Presentasi proyek akhir, presentasi laporan (120')	Referensi minggu 8–14	2.5%
15	Mahasiswa mampu merefleksikan pembelajaran dan merancang pengembangan komunikasi keuangan masa depan.	Refleksi akhir dan diskusi panel	Refleksi pembelajaran dan peer feedback (120')	Semua referensi sebelumnya	
16	Ujian Akhir Semester (UAS)	Evaluasi akhir mengenai strategi komunikasi organisasi.	Presentasi proyek komunikasi atau ujian berbasis studi kasus.	Referensi materi sebelumnya.	30%

Disetujui, Ketua PROGRAM STUDI	Tgl : 25 April 2025	Diperiksa, Koord. Matakuliah/Bidang Keahlian	Tgl :	Dibuat, Dosen ybs	Tgl :
---	----------------------------	---	--------------	------------------------------------	--------------

(Dr. Andika Witono, M.M.)	(Gatot Subagio, S.H., M.B.A.)	(.....)
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*, can 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.

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	≤79,99	Merupakan perolehan mahasiswa yang tidak melaksanakan tugas dan sama sekali tidak memahami materi.