




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/EVEN/IR

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tanggal Penyusunan
Global Investor Relations Strategies	PR8101		3 sks		Februari 2022
Otoritas/Pengesahan	Dosen Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua PRODI
	Dr. Abdul Latief		Dr. Andika Witono, M.M.		Dr. Andika Witono, M.M.
Capaian Pembelajaran	CPL - PRODI yang dibebankan pada MK				
	CPL 1 – P2	CPL 1 (P2) – <i>Memiliki pengetahuan tentang penelitian dan publikasi nasional dan internasional, serta kebijakan komunikasi dan yang berkaitan dengan komunikasi.</i> <ul style="list-style-type: none">● Alasan: Investor Relations erat kaitannya dengan kebijakan komunikasi korporat, regulasi pasar modal, dan standar komunikasi keuangan yang berlaku secara nasional maupun internasional.			

	CPL 2 – KU 3	<p>CPL 2 (KU3) – Mampu menyusun gagasan, pemikiran, dan argumentasi ilmiah secara bertanggung jawab dan berdasarkan etika akademik, serta mengkomunikasikannya melalui media kepada civitas akademika dan masyarakat luas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Alasan: Mahasiswa harus mampu menyusun laporan, komunikasi strategis dengan investor, serta memahami bagaimana mengkomunikasikan informasi keuangan dengan etika akademik dan profesional.
	CPL 3 – KK2	<p>CPL 3 (KK2) – 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"> ● Alasan: Mata kuliah ini melatih mahasiswa untuk mengembangkan strategi komunikasi yang inovatif dalam hubungan investor, termasuk memanfaatkan teknologi dalam transparansi keuangan.
	CPL 4 – KU5	<p> CPL 4 (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"> ● Alasan: Dalam Investor Relations, pengambilan keputusan berdasarkan analisis data dan tren ekonomi menjadi keterampilan kunci untuk membangun kepercayaan investor.
	CPL 5 – S7	<p>CPL 5 (S7) – Menunjukkan sikap bertanggung jawab terhadap pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Alasan: Seorang profesional di bidang Investor Relations harus memiliki sikap profesionalisme, transparansi, dan tanggung jawab dalam mengelola komunikasi keuangan dan menjaga kepercayaan pemegang saham.
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	

	CPMK 1	<p>1. CPMK Kognitif (Pengetahuan - Knowledge)</p> <p>CPMK 1:</p> <p><i>Mahasiswa mampu menganalisis konsep dasar Investor Relations, mengevaluasi kebijakan dan regulasi komunikasi keuangan di tingkat nasional dan internasional, serta mengintegrasikan strategi komunikasi keuangan dalam pengelolaan hubungan investor yang transparan dan etis.</i></p> <p>Kode CPL yang terkait:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> CPL 1 (P2) – Memiliki pengetahuan tentang penelitian dan publikasi nasional dan internasional, serta kebijakan komunikasi dan yang berkaitan dengan komunikasi. <input checked="" type="checkbox"/> CPL 2 (KU3) – Mampu menyusun gagasan, pemikiran, dan argumentasi ilmiah secara bertanggung jawab dan berdasarkan etika akademik, serta mengkomunikasikannya melalui media kepada civitas akademika dan masyarakat luas.
	CPMK 2	<p>2. CPMK Psikomotorik (Keterampilan - Skill)</p> <p>CPMK 2:</p> <p><i>Mahasiswa mampu menerapkan strategi komunikasi dalam hubungan investor, menyusun laporan keuangan berbasis transparansi informasi, serta melakukan simulasi presentasi komunikasi korporat kepada pemegang saham dan investor.</i></p> <p>Kode CPL yang terkait:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> CPL 3 (KK2) – Menghasilkan karya yang inovatif, aplikatif, dan produktif dalam bentuk teknologi sosial, manajemen di bidang komunikasi dan yang berkaitan dengan komunikasi. <input checked="" type="checkbox"/> CPL 4 (KU5) – Mampu mengambil keputusan dalam rangka pemecahan masalah pengembangan ilmu

		<p>pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai-nilai humaniora berdasarkan kajian analitis atau eksperimental terhadap informasi dan data.</p>
	<p>CPMK 3</p>	<p>CPMK Afektif (Sikap - Attitude) CPMK 3: <i>Mahasiswa mampu menunjukkan sikap profesionalisme dalam mengelola komunikasi dengan investor, berpartisipasi aktif dalam diskusi dan simulasi komunikasi keuangan, serta menginternalisasi prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan hubungan investor.</i></p> <p>Kode CPL yang terkait:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> CPL 5 (S7) – Menunjukkan sikap bertanggung jawab terhadap pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri. <input checked="" type="checkbox"/> CPL 4 (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>Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK)</p>		

Pertemuan 1

Mahasiswa mampu **menjelaskan** konsep dasar **Investor Relations**, termasuk definisi, fungsi, dan peranannya dalam menjaga hubungan yang transparan antara perusahaan dan pemegang saham. Pembahasan akan mencakup tujuan utama Investor Relations serta dampaknya terhadap nilai perusahaan. (CPL 1: P2)

Pertemuan 2

Mahasiswa mampu **mengidentifikasi** prinsip-prinsip dasar komunikasi korporat dalam hubungan investor, termasuk **standar transparansi keuangan, regulasi pasar modal**, serta peran komunikasi strategis dalam membangun kepercayaan investor. (CPL 1, CPL 2: P2, KU3)

Pertemuan 3

Mahasiswa mampu **menganalisis** berbagai strategi komunikasi dalam Investor Relations, termasuk komunikasi finansial dalam laporan tahunan, strategi publikasi informasi kepada investor, serta teknik komunikasi krisis dalam perusahaan terbuka. (CPL 1, CPL 2: P2, KU3)

Pertemuan 4

Mahasiswa mampu **membandingkan** berbagai pendekatan komunikasi dalam Investor Relations berdasarkan studi kasus dari perusahaan-perusahaan global dan nasional. Mereka juga akan **mengevaluasi** efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan dalam berbagai situasi. (CPL 1, CPL 4: P2, KU5)

Pertemuan 5

Mahasiswa mampu **menerapkan** prinsip-prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam menyusun laporan keuangan yang mudah dipahami oleh investor. Mahasiswa akan melakukan simulasi penyampaian laporan kepada stakeholder. (CPL 1, CPL 3: P2, KK2)

Pertemuan 6

Mahasiswa mampu **merancang** strategi komunikasi yang dapat digunakan dalam mengelola hubungan dengan investor institusional dan ritel. Mahasiswa juga akan **mengidentifikasi** bagaimana media dan teknologi digital dapat dimanfaatkan dalam hubungan investor. (CPL 2, CPL 3: KU3, KK2)

Pertemuan 7

Mahasiswa mampu **mengembangkan** komunikasi krisis dalam Investor Relations, termasuk teknik mitigasi risiko reputasi akibat informasi keuangan yang salah atau manipulasi pasar modal. (CPL 3, CPL 4: KK2, KU5)

Pertemuan 8 – Ujian Tengah Semester (UTS)

Mahasiswa akan diuji dalam **memahami teori dasar dan strategi komunikasi Investor Relations** melalui studi kasus atau ujian tertulis. (CPL 1, CPL 2: P2, KU3)

Pertemuan 9

Mahasiswa mampu **menganalisis** peran Investor Relations dalam **perubahan strategi bisnis perusahaan** dan dampaknya terhadap keputusan investasi. Mahasiswa juga akan membahas keterlibatan pemegang saham dalam pengambilan keputusan strategis. (CPL 4, CPL 3: KU5, KK2)

Pertemuan 10

Mahasiswa mampu **menyusun** dokumen komunikasi investor yang berisi **laporan keuangan, strategi bisnis, dan kebijakan manajemen risiko** untuk membangun kepercayaan investor. (CPL 3, CPL 4: KK2, KU5)

Pertemuan 11

Mahasiswa mampu **melakukan simulasi** penyampaian presentasi kepada investor, termasuk menjawab pertanyaan kritis terkait strategi bisnis perusahaan. (CPL 3, CPL 5: KK2, S7)

Pertemuan 12

Mahasiswa mampu **mengelola hubungan komunikasi dengan investor** melalui strategi engagement digital, termasuk pemanfaatan media sosial dan teknologi big data untuk meningkatkan partisipasi pemegang saham. (CPL 4, CPL 5: KU5, S7)

Pertemuan 13

Mahasiswa mampu **menganalisis tren terbaru dalam komunikasi investor**, termasuk dampak kecerdasan buatan dan big data dalam analisis pasar modal serta komunikasi dengan stakeholder. *(CPL 1, CPL 2: P2, KU3)*

Pertemuan 14

Mahasiswa mampu **menghasilkan laporan strategi komunikasi Investor Relations berbasis riset**, yang dapat diterapkan dalam perusahaan terbuka. *(CPL 3, CPL 4: KK2, KU5)*

Pertemuan 15 – Ujian Akhir Semester (UAS)

Mahasiswa akan diuji dalam **merancang dan menyajikan strategi komunikasi Investor Relations**, baik dalam bentuk laporan maupun presentasi simulasi kepada investor. *(CPL 3, CPL 5: KK2, S7)*

Korelasi CPL terhadap Sub-CPMK**Tabel Korelasi Sub-CPMK dengan CPL – Investor Relations**

Sub-CPMK	1	2	3	4	5	6	7	9	10	11	12	13	14
CPL1 (P2)	√	√	√	√									
CPL2 (KU3)		√	√	√	√	√						√	√
CPL3 (KK2)					√	√	√	√	√	√	√	√	√
CPL4 (KU5)				√	√	√	√		√	√	√		√
CPL5 (S7)								√	√	√	√		

	<p>Penjelasan Distribusi CPL</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ CPL1 (P2) ditekankan di awal untuk membangun pemahaman tentang teori dan regulasi Investor Relations. ✓ CPL2 (KU3) tersebar luas karena penting dalam penyusunan komunikasi keuangan dan argumentasi ilmiah. ✓ CPL3 (KK2) lebih dominan di pertengahan hingga akhir karena mahasiswa mulai menghasilkan strategi komunikasi inovatif. ✓ CPL4 (KU5) digunakan pada sesi analisis, pengambilan keputusan, dan penerapan strategi berbasis data. ✓ CPL5 (S7) lebih banyak muncul di bagian akhir karena berhubungan dengan praktik profesionalisme dan transparansi dalam komunikasi investor.
<p>Deskripsi Singkat MK</p>	<p>Mata kuliah Investor Relations dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam tentang strategi komunikasi perusahaan dengan investor, pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya. Mata kuliah ini mengajarkan bagaimana membangun kepercayaan dan transparansi keuangan dalam dunia bisnis melalui komunikasi yang efektif, berbasis data, serta berorientasi pada regulasi pasar modal nasional dan internasional.</p> <p>Mahasiswa akan mempelajari peran Investor Relations dalam strategi bisnis perusahaan, termasuk penyusunan laporan keuangan yang jelas dan akurat, strategi komunikasi keuangan, mitigasi risiko reputasi, serta penggunaan media digital dalam hubungan investor. Selain itu, mahasiswa akan dibekali keterampilan dalam analisis laporan keuangan, strategi komunikasi krisis, dan praktik terbaik dalam membangun engagement dengan pemegang saham.</p> <p>Melalui studi kasus, simulasi presentasi investor, serta analisis kebijakan pasar modal, mahasiswa akan memiliki keterampilan praktis dalam merancang strategi komunikasi keuangan yang efektif dan profesional. Mata kuliah ini menekankan pada keseimbangan antara teori komunikasi korporat, regulasi keuangan, serta implementasi strategi komunikasi berbasis data dalam mengelola hubungan investor secara etis dan berkelanjutan.</p>

Bahan Kajian:
Materi Pembelajaran

Bahan Kajian dan Materi Pembelajaran

1. Pengantar Investor Relations

- o Definisi dan peran Investor Relations dalam perusahaan
- o Sejarah dan perkembangan Investor Relations
- o Hubungan antara Investor Relations, komunikasi korporat, dan keuangan

Referensi:

- o Kretarto, A. (2020). *Investor Relations: Pemasaran dan Komunikasi Keuangan Perusahaan Berbasis Kepatuhan*. Grafiti. (Buku)

2. Struktur Pasar Modal dan Regulasi

- o Struktur dan fungsi pasar modal
- o Regulasi dan kepatuhan dalam pasar modal
- o Peran otoritas pasar modal dan badan pengawas

Referensi:

- o Royda, D. R. (2022). *Investasi dan Pasar Modal*. Deepublish. (Buku)

3. Strategi Komunikasi dalam Investor Relations

- o Perencanaan dan pelaksanaan strategi komunikasi
- o Pengelolaan hubungan dengan investor dan pemangku kepentingan
- o Penggunaan media digital dalam komunikasi investor

Referensi:

- o Guimard, A. (2014). *Investor Relations: Principles and International Best Practices in Financial Communications*. Springer. (Buku)

4. Analisis Laporan Keuangan untuk Investor Relations

- o Komponen utama laporan keuangan
- o Teknik analisis laporan keuangan
- o Interpretasi data keuangan untuk pengambilan keputusan

Referensi:

- o Universitas Perbanas. (2024). *Buku Ajar Analisis Laporan Keuangan*. (Buku)

5. Manajemen Krisis dan Komunikasi Risiko

- o Identifikasi dan mitigasi risiko
- o Strategi komunikasi dalam situasi krisis
- o Studi kasus manajemen krisis dalam Investor Relations

Referensi:





- o Coombs, W. T. (2019). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding* (6th ed.). SAGE Publications. (Buku)

6. Etika dan Profesionalisme dalam Investor Relations

- o Kode etik profesional
- o Isu-isu etis dalam praktik Investor Relations
- o Tanggung jawab sosial perusahaan dan keberlanjutan

Referensi:

- o Argenti, P. A. (2021). *Corporate Communication* (8th ed.). McGraw-Hill Education. (Buku)

	<p>7. Tren dan Inovasi dalam Investor Relations</p> <ul style="list-style-type: none"> o Pengaruh teknologi terhadap praktik Investor Relations o Inovasi dalam komunikasi dengan investor o Masa depan profesi Investor Relations <p>Referensi:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Kent, M. L. (2022). <i>The Future of Strategic Communication: Technology and Engagement in a Digital World</i>. Routledge. (Buku)
Pustaka	Utama
	<p> Kretarto, A. (2020). <i>Investor Relations: Pemasaran dan Komunikasi Keuangan Perusahaan Berbasis Kepatuhan</i>. Grafiti. (Buku)</p>
	<p> Guimard, A. (2014). <i>Investor Relations: Principles and International Best Practices in Financial Communications</i>. Springer. (Buku)</p>
	<p> Royda, D. R. (2022). <i>Investasi dan Pasar Modal</i>. Deepublish. (Buku)</p>
Pendukung	
<p> Coombs, W. T. (2019). <i>Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding</i> (6th ed.). SAGE Publications. (Buku)</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> 📖 Argenti, P. A. (2021). <i>Corporate Communication</i> (8th ed.). McGraw-Hill Education. (Buku) 📖 Kent, M. L. (2022). <i>The Future of Strategic Communication: Technology and Engagement in a Digital World</i>. Routledge. (Buku) 📖 Universitas Perbanas. (2024). <i>Buku Ajar Analisis Laporan Keuangan</i>. (Buku) 📖 Miller, J. C. (2016). <i>Warren Buffett's Ground Rules: Words of Wisdom from the Partnership Letters of the World's Greatest Investor</i>. HarperCollins. (Buku) 📖 Bodie, Z., Kane, A., & Marcus, A. J. (2014). <i>Investments</i> (10th ed.). McGraw-Hill Education. (Buku) 📖 Bogle, J. C. (2012). <i>The Clash of the Cultures: Investment vs. Speculation</i>. Wiley. (Buku)
Media Pembelajaran	Perangkat Lunak: Power Point, Google Form. Perangkat Keras: Komputer, Infocus, Whiteboard, Spidol.
Dosen Pengampu	Dr. Abdul Altief
Mata Kuliah Syarat	Tidak

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)

1	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar Investor Relations dan peranannya dalam komunikasi keuangan.	Mampu memahami fungsi utama Investor Relations dalam komunikasi bisnis.		Penjelasan materi (120'), diskusi dan tanya jawab (30')		Buku: Kretarto, A. (2020). <i>Investor Relations: Pemasaran dan Komunikasi Keuangan Perusahaan Berbasis Kepatuhan</i> . Grafiti.	5%
2	Mahasiswa mampu mengidentifikasi teori dan prinsip Investor Relations dalam konteks bisnis global.	Mampu membandingkan berbagai teori dan praktik komunikasi keuangan.		Penjelasan materi (120'), diskusi dan tanya jawab (30')		Buku: Argenti, P. A. (2021). <i>Corporate Communication</i> . McGraw-Hill Education.	5%
3	Mahasiswa mampu menganalisis kebijakan dan regulasi Investor Relations di tingkat nasional dan internasional.	Mampu menghubungkan kebijakan regulasi dengan strategi komunikasi investor.	Tugas 1: Paper tugas kelompok (studi kasus rangkuman materi sesi 1,2,3 secara kualitatif)	Penjelasan materi (120'), diskusi dan studi kasus (30')		Jurnal: Royda, D. R. (2022). <i>Investasi dan Pasar Modal</i> . Deepublish.	5%

4	Mahasiswa mampu membandingkan berbagai strategi komunikasi dalam membangun hubungan dengan investor berdasarkan studi kasus.	Mampu mengevaluasi strategi komunikasi yang digunakan dalam berbagai perusahaan.		Penjelasan materi (120'), analisis studi kasus (30')		Jurnal: Guimard, A. (2014). <i>Investor Relations: Principles and International Best Practices in Financial Communications</i> . Springer.	5%
5	Mahasiswa mampu menerapkan strategi komunikasi dalam hubungan investor dan menyusun laporan komunikasi keuangan berbasis transparansi.	Mampu menyusun strategi komunikasi berbasis etika dan regulasi.		Penjelasan materi (120'), diskusi kelompok (30')		Buku: Universitas Perbanas. (2024). <i>Buku Ajar Analisis Laporan Keuangan</i> .	5%
6	Mahasiswa mampu menganalisis laporan keuangan	Mampu menginterpretasikan laporan keuangan sebagai alat komunikasi bisnis.	Tugas 2: Paper (studi kasus rangkuman materi sesi 4,5,6 secara kualitatif)	Penjelasan materi (120'), diskusi		Jurnal: Bodie, Z., Kane, A., & Marcus, A. J. (2014).	5%

	sebagai bagian dari komunikasi investor.			dan review jurnal (30')		<i>Investments</i> (10th ed.). McGraw-Hill Education.	
7	Mahasiswa mampu mengembangkan strategi komunikasi investor berbasis data dan tren keuangan.	Mampu mengaplikasikan data dalam menyusun strategi komunikasi keuangan.		Penjelasan materi (120'), analisis studi kasus (30')		Jurnal: Coombs, W. T. (2019). <i>Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding</i> . SAGE Publications.	5%
8	Ujian Tengah Semester (UTS)	Evaluasi pemahaman teori dan penerapan komunikasi investor.		Ujian berbasis studi kasus atau tes tertulis.		Referensi materi sebelumnya.	10%
9	Mahasiswa mampu menganalisis strategi komunikasi dalam mengelola	Mampu mengevaluasi efektivitas komunikasi dalam menjaga hubungan dengan investor.		Penjelasan materi (120'), diskusi dan tanya		Buku: Argenti, P. A. (2021). <i>Corporate Communication</i> . McGraw-Hill Education.	5%

	hubungan investor dan pemegang saham.			jawab (30')			
10	Mahasiswa mampu menyusun strategi komunikasi krisis untuk menjaga kepercayaan investor.	Mampu merancang strategi komunikasi krisis dalam dunia keuangan.		Penjelasan materi (120'), simulasi komunikasi krisis (30')		Buku: Kent, M. L. (2022). <i>The Future of Strategic Communication</i> . Routledge.	5%
11	Mahasiswa mampu melakukan simulasi komunikasi investor dalam presentasi laporan keuangan.	Mampu menerapkan keterampilan komunikasi dalam hubungan investor.	Tugas 3: Paper dalam kelompok (studi kasus rangkuman materi sesi 9,10,11 secara kualitatif)	Simulasi komunikasi bisnis (120'), diskusi reflektif (30')		Jurnal: Claeys, A. S., et al. (2020). "How Organizations Can Use Social Media to Manage a Crisis." <i>Public Relations Review</i> .	10%
12	Mahasiswa mampu mengelola komunikasi dengan investor melalui media digital dan strategi	Mampu menganalisis efektivitas media digital dalam komunikasi investor.		Penjelasan materi (120'), studi kasus (30')		Jurnal: Verčič, D., & Zerfass, A. (2021). "Digital Communication Management."	5%

	branding perusahaan.					<i>Public Relations Review.</i>	
13	Mahasiswa mampu menganalisis tren komunikasi investor di era digital serta memahami implikasinya terhadap strategi hubungan investor.	Mampu menerapkan konsep digital communication management dalam Investor Relations.		Penjelasan materi (120'), diskusi tren digital (30')		Jurnal: Heide, M., & Simonsson, C. (2018). "Developing Internal Crisis Communication." <i>Corporate Communications.</i>	5%
14	Mahasiswa mampu menghasilkan laporan strategi komunikasi investor berbasis riset dan analisis data.	Mampu menyusun laporan komunikasi keuangan berbasis transparansi.	Tugas 4: Paper (studi kasus rangkuman materi sesi 12,13,14 secara kualitatif)	Penjelasan materi (120'), presentasi laporan (30')		Buku: Kent, M. L. (2022). <i>The Future of Strategic Communication.</i> Routledge.	5%
15	Ujian Akhir Semester (UAS)	Evaluasi akhir mengenai strategi komunikasi investor.		Presentasi proyek komunikasi investor		Referensi materi sebelumnya.	10%

				atau ujian berbasis studi kasus.			
--	--	--	--	----------------------------------	--	--	--

Catatan

Disetujui, Tgl : 25 April 2022 Ketua PROGRAM STUDI	Diperiksa, Tgl : 25 April 2022 Koord. Matakuliah/Bidang Keahlian	Dibuat, Tgl :22 Februari 2022 Dosen ybs
(.....Dr. Andika Witono.....)	(.....Dr. Andika Witono.....)	Dr. Abdul Latief (.....)
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 (On-Line/E-Learning)	Learning	EL
1	Video E-Learning		EL-1
2	Discussion at Forum		EL-2
3	Video Conference atau Webinar (Web Seminar)		EL-3
4	E-simulation using software		EL-4
5	Vlog Presentation		EL-5
6	Writing Paper on-line		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.
B	75,00 – 79,99	Merupakan perolehan mahasiswa yang mengikuti perkuliahan dengan baik, mampu memahami materi dan mampu

		menyelesaikan masalah/tugas dengan bagus.
B-	70,00 – 74,99	Merupakan perolehan mahasiswa yang mengikuti perkuliahan dengan baik, mampu memahami materi dan mampu menyelesaikan masalah/tugas dengan cukup bagus.
E	≤79,99	Merupakan perolehan mahasiswa yang tidak melaksanakan tugas dan sama sekali tidak memahami materi.