



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/SIM

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tanggal Penyusunan
Strategic Issues Management	MGT7021		3 sks		Februari 2022
Otoritas/Pengesahan	Dosen Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua PRODI
	Rudi Sukandar, Ph.D		Dr. Andika Witono, MM		Dr. Andika Witono, MM
Capaian Pembelajaran	CPL - PRODI yang dibebankan pada MK				
	CPL 1 – P3	CPL 1 – P3 Memahami bagaimana menggunakan teori komunikasi untuk memecahkan permasalahan di masyarakat dan menerapkannya dalam kehidupan profesional dan individu. <i>Alasan:</i> Mata kuliah ini menuntut pemahaman teori komunikasi strategis untuk mengelola isu-isu publik dan organisasi.			
	CPL 2 – P5	CPL 2 – P5 Mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang komunikasi serta praktik profesional melalui penelitian sehingga menghasilkan karya yang inovatif dan teruji. <i>Alasan:</i> Mahasiswa akan menganalisis isu-isu strategis dan mengembangkan strategi komunikasi berbasis data dan penelitian.			

	CPL 3 – KU3	<p>CPL 3 – KU3 Mampu menyusun gagasan, pemikiran, dan argumentasi ilmiah secara bertanggung jawab dan berdasarkan etika akademik, serta mengkomunikasikannya kepada masyarakat. <i>Alasan:</i> Mahasiswa perlu menyampaikan dan mempertahankan analisis isu secara ilmiah dan komunikatif.</p>
	CPL 4 – KK2	<p>CPL 4 – KK2 Menghasilkan karya yang inovatif dan aplikatif di bidang manajemen komunikasi dan strategi hubungan publik. <i>Alasan:</i> Mahasiswa akan menyusun strategi komunikasi sebagai respons terhadap isu organisasi atau publik.</p>
	CPL 5 – S7	<p>CPL 5 – S7 Menunjukkan sikap bertanggung jawab terhadap pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri dan profesional. <i>Alasan:</i> Mahasiswa akan dilatih untuk berpikir reflektif dan bertanggung jawab dalam merumuskan strategi komunikasi yang etis dan tepat guna.</p>
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)		
	CPMK 1	<p>1. Kognitif (Pengetahuan)</p> <p>Mahasiswa mampu:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Menganalisis teori dan konsep manajemen isu strategis dalam konteks komunikasi organisasi dan publik. ● Mengidentifikasi tahapan dan model-model manajemen isu berdasarkan dinamika sosial, politik, dan media. ● Menilai secara kritis peran komunikasi dalam mencegah dan merespons isu yang berpotensi menjadi krisis organisasi. <p>CPL Terkait: CPL 1 (P3), CPL 2 (P5)</p>

	<p>CPMK 2</p>	<p>2. Afektif (Sikap dan Etika)</p> <p>Mahasiswa menunjukkan sikap:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bertanggung jawab dalam mengembangkan strategi komunikasi yang berorientasi pada solusi isu sosial dan organisasi secara etis. • Responsif terhadap isu-isu publik dengan mempertimbangkan kepentingan masyarakat, nilai-nilai keberlanjutan, dan prinsip transparansi komunikasi. <p>CPL Terkait: CPL 5 (S7), CPL 3 (KU3)</p>
	<p>CPMK 3</p>	<p>3. Psikomotorik (Keterampilan)</p> <p>Mahasiswa mampu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Merancang dan mempresentasikan strategi komunikasi untuk mengelola isu strategis melalui pendekatan berbasis riset. • Melakukan simulasi manajemen isu dengan menggunakan media komunikasi digital dan teknik presentasi profesional. <p>CPL Terkait: CPL 2 (P5), CPL 4 (KK2), CPL 3 (KU3)</p>
<p>Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK)</p>		
<p>Pertemuan 1 Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar manajemen isu strategis dan peranannya dalam komunikasi organisasi. (CPL: P3, P5)</p>		

Pertemuan 2

Mahasiswa mampu mengidentifikasi tipe-tipe isu publik serta tahapan kemunculannya dalam dinamika sosial dan media.
(CPL: P3, KK2)

Pertemuan 3

Mahasiswa mampu menganalisis lingkungan strategis organisasi yang dapat memicu isu, termasuk aktor dan stakeholder yang terlibat.
(CPL: P3, KU3)

Pertemuan 4

Mahasiswa mampu membedakan pendekatan reaktif dan proaktif dalam pengelolaan isu, serta strategi komunikasi yang relevan.
(CPL: P5, P3)

Pertemuan 5

Mahasiswa mampu mengevaluasi praktik manajemen isu dari studi kasus organisasi lokal maupun global.
(CPL: P5, KK2)

Pertemuan 6

Mahasiswa mampu merancang analisis stakeholder dan pemetaan isu menggunakan kerangka kerja berbasis data.
(CPL: P5, KU3)

Pertemuan 7

Mahasiswa mampu menyusun strategi komunikasi organisasi yang responsif terhadap isu yang sedang berkembang.
(CPL: KK2, KU3)

Pertemuan 8 – UTS

Mahasiswa dievaluasi dalam pemahaman konsep, analisis lingkungan isu, dan strategi komunikasi berbasis studi kasus.
(CPL: P3, P5)

Pertemuan 9

Mahasiswa mampu menilai dampak media sosial dan digital dalam mempercepat eskalasi isu organisasi.
(CPL: P3, KK2)

Pertemuan 10

Mahasiswa mampu menerapkan prinsip etika dan tanggung jawab sosial dalam merespons isu strategis.
(CPL: S7, KU3)

Pertemuan 11

Mahasiswa mampu melakukan simulasi manajemen isu berbasis krisis komunikasi secara profesional.
(CPL: KK2, KU3, S7)

Pertemuan 12

Mahasiswa mampu merancang pesan komunikasi publik yang sensitif terhadap konteks isu dan kebutuhan pemangku kepentingan.
(CPL: KK2, P5)

Pertemuan 13

Mahasiswa mampu mengevaluasi efektivitas strategi manajemen isu melalui presentasi studi lapangan atau studi kasus aktual.
(CPL: KU3, S7)

Pertemuan 14

Mahasiswa mampu menyusun laporan manajemen isu strategis berbasis hasil analisis dan simulasi komunikasi.
(CPL: P5, KU3, KK2)

Pertemuan 15 – UAS

Mahasiswa dievaluasi dalam penyusunan dan presentasi strategi manajemen isu strategis berbasis etika, data, dan argumentasi akademik.
(CPL: P3, P5, KU3, S7)

Korelasi CPL terhadap Sub-CPMK					
Sub-CPMK / CPL	CPL 1 (P3)	CPL 2 (P5)	CPL 3 (KU3)	CPL 4 (KK2)	CPL 5 (S7)
Pertemuan 1	✓	✓			
Pertemuan 2	✓			✓	
Pertemuan 3	✓		✓		
Pertemuan 4	✓	✓			
Pertemuan 5		✓		✓	
Pertemuan 6		✓	✓		
Pertemuan 7			✓	✓	
Pertemuan 8 (UTS)	✓	✓			
Pertemuan 9	✓			✓	
Pertemuan 10			✓		✓
Pertemuan 11			✓	✓	✓
Pertemuan 12		✓		✓	
Pertemuan 13			✓		✓
Pertemuan 14		✓	✓	✓	
Pertemuan 15 (UAS)	✓	✓	✓		✓

Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini membahas secara mendalam konsep, teori, dan praktik manajemen isu strategis dalam konteks komunikasi korporat dan publik. Mahasiswa akan mempelajari bagaimana organisasi mengenali, menganalisis, dan merespons isu-isu yang berdampak pada reputasi, operasional, dan keberlanjutan organisasi. Fokus utama mencakup pemetaan pemangku kepentingan, perumusan strategi komunikasi isu, serta pengelolaan risiko komunikasi di era digital. Melalui pendekatan
-----------------------------	---

	<p>analitis dan berbasis studi kasus, mahasiswa diharapkan mampu mengembangkan kemampuan berpikir strategis dan tanggap terhadap dinamika isu di lingkungan bisnis dan masyarakat.</p>
<p>Bahan Kajian: Materi Pembelajaran</p>	<p>Bahan Kajian:</p> <p>Materi Pembelajaran 1. Dasar-Dasar Manajemen Isu Strategis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pengertian dan ruang lingkup manajemen isu • Hubungan antara isu, krisis, dan strategi komunikasi • Peran manajemen isu dalam membangun reputasi organisasi <p>Referensi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buku: Jaques, T. (2014). <i>Issue and Crisis Management: Exploring Issues, Crises, Risk and Reputation</i>. Oxford University Press. • Jurnal: Rachmawati, I. (2021). "Manajemen Isu dalam Komunikasi Publik." <i>Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia</i>, 6(2), 115-128. (Jurnal Indonesia) • Jurnal: Heath, R. L., & Palenchar, M. J. (2016). "Issues Management Integration." <i>Journal of Communication Management</i>, 20(3), 215–229. <p>Materi Pembelajaran 2. Analisis dan Pemetaan Isu</p> <ul style="list-style-type: none"> • Metodologi analisis isu strategis • Identifikasi aktor dan pemangku kepentingan • Analisis kekuatan dan kepentingan stakeholders <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. • Jurnal: Aryani, Y. (2022). "Stakeholder Mapping dalam Manajemen Isu Lingkungan." <i>Jurnal Kajian Komunikasi</i>, 10(1), 33-47. (Jurnal Indonesia) • Jurnal: Luoma-aho, V., & Vos, M. (2017). "Stakeholder Relationships in Reputation Management." <i>Corporate Communications: An International Journal</i>, 22(2), 158–170. <p>Materi Pembelajaran 3. Strategi Komunikasi dalam Mengelola Isu</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perumusan strategi komunikasi isu

- Agenda setting dan framing isu
- Manajemen informasi dan transparansi

Referensi:

- Buku: Argenti, P. A. (2021). *Corporate Communication* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- Jurnal: Nurjaman, T. (2021). “Strategi Komunikasi Krisis di Era Digital.” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 56-67. (Jurnal Indonesia)
- Jurnal: Kim, J. N., & Krishna, A. (2017). “The Effects of Reputation and Crisis History on Crisis Communication Strategy.” *Public Relations Review*, 43(1), 183–192.

Materi Pembelajaran 4. Manajemen Krisis dan Isu di Era Digital

- Peran media sosial dalam penyebaran dan penanggulangan isu
- Teknologi digital dan monitoring isu
- Etika komunikasi digital dalam manajemen isu

Referensi:

- Buku: Kent, M. L. (2022). *The Future of Strategic Communication*. Routledge.
- Jurnal: Jin, Y., Liu, B. F., & Austin, L. (2021). “Social Media and Crisis Communication: Expanding Horizons.” *Journal of Public Relations Research*, 33(3), 157–173.
- Jurnal: Adiyarta, K. (2020). “Etika dan Tantangan Media Sosial dalam Komunikasi Publik.” *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya*, 12(2), 90-104. (Jurnal Indonesia)

Materi Pembelajaran 5. Studi Kasus dan Evaluasi Strategi Manajemen Isu

- Evaluasi efektivitas strategi manajemen isu
- Praktik terbaik (best practices) dalam menghadapi isu strategis
- Refleksi dan simulasi kasus nyata

Referensi:

- Buku: Fearn-Banks, K. (2016). *Crisis Communications: A Casebook Approach* (5th ed.). Routledge.
- Jurnal: Verčič, D., & Zerfass, A. (2021). “Strategic Communication and Issue Management.” *Public Relations Review*, 47(2), 102-118.
- Jurnal: Hamid, M. F. (2021). “Evaluasi Strategi Komunikasi Krisis dalam Organisasi.” *Jurnal Komunikasi UIN Jakarta*, 15(1), 77–89. (Jurnal Indonesia)

Pustaka	Utama
	<ul style="list-style-type: none"> - Rachmawati, I. (2021). "Manajemen Isu dalam Komunikasi Publik." <i>Jurnal Komunikasi ISKI</i>. (Jurnal) - Aryani, Y. (2022). "Stakeholder Mapping dalam Manajemen Isu Lingkungan." <i>Jurnal Kajian Komunikasi</i>. (Jurnal) - Nurjaman, T. (2021). "Strategi Komunikasi Krisis di Era Digital." <i>Jurnal Ilmu Komunikasi</i>. (Jurnal) - Kim, J. N., & Krishna, A. (2017). "Reputation and Crisis History." <i>Public Relations Review</i>. (Jurnal) - Jin, Y., Liu, B. F., & Austin, L. (2021). "Social Media and Crisis Communication." <i>Journal of Public Relations Research</i>. (Jurnal) - Adiyarta, K. (2020). "Etika dan Tantangan Media Sosial." <i>Jurnal Ilmu Komunikasi UB</i>. (Jurnal) - Hamid, M. F. (2021). "Evaluasi Strategi Komunikasi Krisis." <i>Jurnal Komunikasi UIN Jakarta</i>. (Jurnal)
	Pendukung
	<p>Pustaka Pendukung:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kriyantono, R. (2017). "Strategi Komunikasi Public Relations dalam Membangun Reputasi Organisasi." <i>Jurnal Ilmu Komunikasi</i>, 14(1), 1–12. (Jurnal) 2. Rosyidi, C. N. (2019). "Digital PR dalam Strategi Komunikasi Korporat." <i>Jurnal Komunikasi Indonesia</i>, 8(2), 103–114. (Jurnal) 3. Jin, Y., & Austin, L. (2020). "Examining Publics' Crisis Responses on Social Media." <i>Public Relations Review</i>, 46(1), 101–116. (Jurnal) 4. Putri, D. W. (2021). "Manajemen Krisis Reputasi Melalui Media Sosial." <i>Jurnal Kajian Komunikasi</i>, 9(1), 47–56. (Jurnal) 5. Yuliana, D., & Fadillah, N. (2022). "Efektivitas Digital Media dalam Meningkatkan Citra Perusahaan." <i>Jurnal Komunikasi Profesional</i>, 6(1), 25–37. (Jurnal) 6. Solis, B. (2018). <i>Lifescape: How to Live a More Creative, Productive, and Happy Life</i>. Wiley. (Buku)

	7. Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2015). <i>Effective Public Relations</i> (11th ed.). Pearson. (Buku)
Media Pembelajaran	Perangkat Lunak: Power Point, Google Form. Perangkat Keras: Komputer, <i>Infocus</i> , <i>Whiteboard</i> , Spidol.
Dosen Pengampu	
Mata Kuliah Syarat	

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 manajemen isu strategis dan perannya dalam komunikasi organisasi.	Mampu memahami prinsip dasar manajemen isu.		Penjelasan materi (120'), diskusi dan tanya jawab (30')		Buku: Jaques, T. (2014). <i>Issue and Crisis Management</i> . Oxford University Press. (Buku)	5%
2	Mahasiswa mampu mengidentifikasi isu-isu strategis dan melakukan pemetaan stakeholder.	Mampu menganalisis pemangku kepentingan dan isu komunikasi.		Penjelasan materi (120'), diskusi dan studi kasus (30')		Jurnal: Aryani, Y. (2022). <i>Stakeholder Mapping</i> . Jurnal Kajian Komunikasi. (Jurnal)	5%
3	Mahasiswa mampu menyusun strategi komunikasi dalam menghadapi isu organisasi.	Mampu merumuskan pendekatan komunikasi isu.		Penjelasan materi (120'), simulasi strategi komunikasi (30')		Buku: Cornelissen, J. (2020). <i>Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice</i> . SAGE. (Buku)	5%
4	Mahasiswa mampu mengevaluasi respons organisasi terhadap isu yang	Mampu menilai efektivitas penanganan isu.		Studi kasus (120'), diskusi		Jurnal: Coombs, W. T. (2021). <i>Crisis Communication</i>	5%

	berkembang di masyarakat.			panel (30')		<i>Theory and Practice. Public Relations Review. (Jurnal)</i>	
5	Mahasiswa mampu merancang sistem monitoring isu dan strategi mitigasi komunikasi.	Mampu menyusun rencana sistem manajemen isu.		Penjelasan materi (120'), diskusi kelompok (30')		Buku: Regester, M. & Larkin, J. (2015). <i>Risk Issues and Crisis Management.</i> Kogan Page. (Buku)	5%
6	Mahasiswa mampu menganalisis media framing dalam isu-isu strategis.	Mampu mengevaluasi pengaruh media terhadap pembentukan opini publik.		Penjelasan materi (120'), analisis konten media (30')		Jurnal: Eriyanto. (2015). <i>Framing dalam Analisis Wacana Media.</i> Jurnal Komunikasi. (Jurnal)	5%
7	Mahasiswa mampu mengembangkan strategi komunikasi proaktif dalam isu potensial.	Mampu menyusun perencanaan komunikasi antisipatif.		Simulasi strategi komunikasi (120'), diskusi per kelompok (30')		Jurnal: Zeffass, A. et al. (2020). <i>Strategic Communication and Issue Management.</i> Journal of Communication Management. (Jurnal)	5%
8	Ujian Tengah Semester (UTS)	Evaluasi pemahaman dan penerapan strategi komunikasi isu.		Ujian studi kasus atau tes tertulis		Referensi materi sebelumnya	10%

9	Mahasiswa mampu menilai relevansi teori komunikasi krisis dalam menghadapi isu strategis.	Mampu mengaplikasikan teori komunikasi dalam konteks isu.		Penjelasan materi (120'), studi literatur (30')		Buku: Coombs, W. T. (2019). <i>Ongoing Crisis Communication</i> . SAGE. (Buku)	5%
10	Mahasiswa mampu menjelaskan prinsip-prinsip etika dalam manajemen isu strategis.	Mampu menyusun kebijakan komunikasi yang etis.		Penjelasan materi (120'), diskusi kode etik (30')		Jurnal: Bowen, S. A. (2016). <i>Ethics in Strategic Communication Management</i> . Public Relations Review. (Jurnal)	5%
11	Mahasiswa mampu mempresentasikan analisis isu strategis berdasarkan riset lapangan.	Mampu menyajikan data dan interpretasi secara akademik.		Presentasi kelompok (120'), diskusi reflektif (30')		Buku: Neuman, W. L. (2013). <i>Social Research Methods</i> . Pearson. (Buku)	10%
12	Mahasiswa mampu menerapkan pendekatan interdisipliner dalam mengelola isu strategis.	Mampu mengintegrasikan perspektif sosial, politik, dan budaya.		Penjelasan materi (120'), diskusi studi kasus lintas sektor (30')		Jurnal: Tjahjono, H. K. (2020). <i>Pendekatan Interdisipliner dalam Manajemen Isu Publik</i> . Jurnal Komunika. (Jurnal)	5%
13	Mahasiswa mampu menganalisis peran media sosial dalam	Mampu mengidentifikasi strategi komunikasi digital yang relevan.		Penjelasan materi (120'), studi tren		Jurnal: Jin, Y. et al. (2021). <i>Social Media in Crisis and Issue</i>	5%

	eskalasi atau de-eskalasi isu.			media sosial (30')		<i>Communication. Journal of Public Relations Research. (Jurnal)</i>	
14	Mahasiswa mampu menyusun rekomendasi strategi komunikasi organisasi berbasis analisis isu.	Mampu menghasilkan laporan analisis isu yang strategis.		Presentasi laporan akhir (120'), review bersama (30')		Buku: Kent, M. L. (2022). <i>The Future of Strategic Communication</i> . Routledge. (Buku)	5%
15	Ujian Akhir Semester (UAS)	Evaluasi akhir kemampuan menyusun manajemen isu strategis organisasi.		Ujian berbasis studi kasus atau presentasi proyek akhir		Referensi materi sebelumnya	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, 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.

No	<i>Bentuk Pembelajaran Blended Learning (On-Line/E-Learning)</i>	EL
1	<i>Video E-Learning</i>	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.
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	$\leq 79,99$	Merupakan perolehan mahasiswa yang tidak melaksanakan tugas dan sama sekali tidak memahami materi.