

 LSPR Institute of Communication & Business <small>The Leading Graduate School of Communication & Business ASEAN Global Campus</small> MASTER PROGRAMME		INSTITUT KOMUNIKASI DAN BISNIS LSPR FAKULTAS PASCASARJANA PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI			KODE DOKUMEN RPS/PGP/S2/ODD/FCM	
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER						
MATA KULIAH	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tanggal Penyusunan	
Global Strategic Communication	MGT7062		3 sks	1	Februari 2022	
Otoritas/Pengesahan	Dosen Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua PRODI	
	Dr. Andre Ikhsano, M. Si		Dr. Andika Witono, M.M.		Dr. Andika Witono, M.M.	
Capaian Pembelajaran	CPL - PRODI yang dibebankan pada MK					
	CPL 1 – P2	P2 – Menganalisis berbagai teori, konsep dan model, di bidang komunikasi untuk melakukan analisis kritis atau mendiskusikan berbagai teori komunikasi. <ul style="list-style-type: none"> Sesuai dengan dasar manajemen komunikasi, mahasiswa harus memahami teori komunikasi dan cara menerapkannya dalam pengelolaan komunikasi organisasi atau institusi. 				
	CPL 2 – KU 2	KU2 – Mampu melakukan validasi akademik atau kajian sesuai bidang keahliannya dalam menyelesaikan masalah di masyarakat atau industri yang relevan melalui pengembangan pengetahuan dan keahliannya ; <ul style="list-style-type: none"> Mata kuliah ini membutuhkan keterampilan argumentasi akademik dalam bidang komunikasi manajerial yang harus dapat disampaikan secara efektif. 				

	CPL 3 – KK2	<p>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"> • Mahasiswa harus mampu menerapkan prinsip-prinsip dasar komunikasi dalam strategi komunikasi organisasi, kepemimpinan secara produktif.
	CPL 4 – KU5	<p>KU5 – Mampu mengambil keputusan dalam konteks 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 5 – S3	<p>S3 – Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila ;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sikap profesionalisme dalam komunikasi didasari oleh kontribusi dalam meningkatkan mutu kehidupan bermasyarakat yang berlandaskan Pancasila.
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)		
	CPMK 1	<p>Mahasiswa mampu menganalisis konsep-konsep dasar manajemen komunikasi, mengevaluasi teori komunikasi yang relevan dengan pengelolaan organisasi, serta mengintegrasikan prinsip komunikasi dalam strategi komunikasi organisasi secara kritis dan sistematis.</p> <p>Kode CPL yang terkait:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ P2 – Memahami bagaimana menggunakan teori komunikasi untuk memecahkan permasalahan di masyarakat dan menerapkannya dalam kehidupan profesional dan individu. ✓ KU2 – 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>CPMK 2: Mahasiswa mampu menerapkan strategi komunikasi dalam pengelolaan organisasi, menyusun dokumen perencanaan</p>

		<p><i>komunikasi yang berbasis data, serta melakukan simulasi praktik komunikasi manajemen yang efektif dalam berbagai konteks profesional.</i></p> <p>Kode CPL yang terkait: <input checked="" type="checkbox"/> 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"/> 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>
	<p>CPMK 3</p>	<p>CPMK 3: <i>Mahasiswa mampu menunjukkan sikap profesionalisme dalam mengelola komunikasi organisasi, berpartisipasi aktif dalam diskusi dan simulasi manajemen komunikasi, serta menginternalisasi etika dan tanggung jawab sosial dalam setiap strategi komunikasi yang dikembangkan.</i></p> <p>Kode CPL yang terkait: <input checked="" type="checkbox"/> S3 – Menunjukkan sikap bertanggung jawab terhadap pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri dengan berlandaskan Pancasila. <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.</p>
<p>Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK)</p>		

	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 Fundamental of Communication Management dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam tentang prinsip, teori, dan praktik dalam manajemen komunikasi organisasi. Mahasiswa akan mempelajari bagaimana strategi komunikasi diterapkan dalam berbagai konteks profesional, termasuk dalam kepemimpinan, hubungan masyarakat, dan pengambilan keputusan berbasis data.</p> <p>Mata kuliah ini menekankan pada pendekatan teoritis dan praktis, sehingga mahasiswa tidak hanya memahami konsep dasar, tetapi juga mampu menyusun dan menerapkan strategi komunikasi dalam lingkungan bisnis dan organisasi. Melalui studi kasus, diskusi, dan simulasi, mahasiswa akan dibekali keterampilan untuk mengelola komunikasi yang efektif, membangun reputasi organisasi, dan menangani komunikasi dalam situasi krisis.</p>																																																																																																
<p>Bahan Kajian: Materi Pembelajaran</p>	<p>1. Teori dan Konsep Dasar dalam Manajemen Komunikasi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prinsip dasar manajemen komunikasi organisasi • Model komunikasi dalam organisasi • Peran komunikasi dalam kepemimpinan dan pengambilan keputusan <p>Referensi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buku: Cornelissen, J. (2020). <i>Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice</i> (6th ed.). SAGE Publications. • Buku: Tourish, D. (2019). <i>Management Communication: A Critical Perspective</i>. Routledge. 																																																																																																

- **Jurnal:** Clampitt, P. G. (2018). "Effective Managerial Communication: Applying Theory to Practice." *Journal of Business Communication*, 55(3), 310-328.

2. Strategi Komunikasi dalam Organisasi

- Perencanaan strategi komunikasi
- Branding dan reputasi organisasi
- Media relations dan public affairs

Referensi:

- **Buku:** Argenti, P. A. (2021). *Corporate Communication* (8th ed.). McGraw-Hill Education.
- **Jurnal:** Zeffass, A., & Viertmann, C. (2022). "Managing Organizational Communication: Insights from Strategic Communication Research." *Journal of Communication Management*, 26(1), 23-41.
- **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.

3. Komunikasi dalam Perubahan Organisasi

- Komunikasi dalam manajemen perubahan
- Pengelolaan resistensi organisasi terhadap perubahan
- Studi kasus strategi komunikasi dalam perubahan perusahaan

Referensi:

- **Buku:** Clampitt, P. G. (2016). *Communicating for Managerial Effectiveness* (6th ed.). SAGE Publications.
- **Jurnal:** Lewis, L. K. (2019). "Organizational Change Communication: Examining the Role of Leadership and Media Influence." *Journal of Business Communication*, 56(2), 215-239.
- **Jurnal:** Heide, M., & Simonsson, C. (2018). "Developing Internal Crisis Communication: New Roles and Practices of Communication Professionals." *Corporate Communications: An International Journal*, 23(2), 20-35.

4. Komunikasi Krisis dan Mitigasi Risiko

- Strategi komunikasi dalam situasi krisis
- Manajemen reputasi dan pemulihan citra organisasi
- Peran media sosial dalam komunikasi krisis

Referensi:

- **Buku:** Coombs, W. T. (2019). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding* (6th ed.). SAGE Publications.
- **Jurnal:** Jin, Y., Liu, B. F., & Austin, L. (2021). "Social Media and Crisis Communication: Expanding the Horizons of Crisis Communication Research and Practice." *Journal of Public Relations Research*, 33(3), 157-173.
- **Jurnal:** Claeys, A. S., Cauberghe, V., & Pandelaere, M. (2020). "How Organizations Can Use Social Media to Manage a Crisis: The Role of Media Credibility and Crisis Type." *Public Relations Review*, 46(4), 101-112.

5. Tren Komunikasi Organisasi di Era Digital

- Digitalisasi dan dampaknya pada komunikasi organisasi
- Media sosial sebagai alat komunikasi strategis
- Penggunaan data dan analitik dalam manajemen komunikasi

Referensi:

- **Jurnal:** Verčič, D., & Zerfass, A. (2021). "Digital Communication Management: The Evolution of New Media and Strategic Organizational Communication." *Public Relations Review*, 47(2), 102-118.
- **Buku:** Kent, M. L. (2022). *The Future of Strategic Communication: Technology and Engagement in a Digital World*. Routledge.

	<ul style="list-style-type: none"> • Jurnal: DiStaso, M. W., & Bortree, D. S. (2019). "Ethics and Social Media: Exploring Public Relations Practitioners' Use of Digital Platforms." <i>Journal of Media Ethics</i>, 34(3), 129-142.
Pustaka	<p>Utama</p>
	<ul style="list-style-type: none"> 📖 Cornelissen, J. (2020). <i>Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice</i> (6th ed.). SAGE Publications. (Buku) 📖 Argenti, P. A. (2021). <i>Corporate Communication</i> (8th ed.). McGraw-Hill Education. (Buku) 📖 Tourish, D. (2019). <i>Management Communication: A Critical Perspective</i>. Routledge. (Buku) 📖 Coombs, W. T. (2019). <i>Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding</i> (6th ed.). SAGE Publications. (Buku) 📖 Clampitt, P. G. (2016). <i>Communicating for Managerial Effectiveness</i> (6th ed.). SAGE Publications. (Buku) 📖 Verčič, D., & Zerfass, A. (2021). "Digital Communication Management: The Evolution of New Media and Strategic Organizational Communication." <i>Public Relations Review</i>, 47(2), 102-118. (Jurnal) 📖 Lewis, L. K. (2019). "Organizational Change Communication: Examining the Role of Leadership and Media Influence." <i>Journal of Business Communication</i>, 56(2), 215-239. (Jurnal)
	<p>Pendukung</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Zerfass, A., & Viertmann, C. (2022). "Managing Organizational Communication: Insights from Strategic Communication Research." <i>Journal of Communication Management</i>, 26(1), 23-41. (Jurnal) 2. Jin, Y., Liu, B. F., & Austin, L. (2021). "Social Media and Crisis Communication: Expanding the Horizons of Crisis Communication Research and Practice." <i>Journal of Public Relations Research</i>, 33(3), 157-173. (Jurnal) 3. Kim, J. N., & Krishna, A. (2017). "The Effects of Reputation and Crisis History on Crisis Communication Strategy." <i>Public Relations Review</i>, 43(1), 183-192. (Jurnal) 4. Claeys, A. S., Cauberghe, V., & Pandelaere, M. (2020). "How Organizations Can Use Social Media to Manage a Crisis: The Role of Media Credibility and Crisis Type." <i>Public Relations Review</i>, 46(4), 101-112. (Jurnal) 5. Kent, M. L. (2022). <i>The Future of Strategic Communication: Technology and Engagement in a Digital World</i>. Routledge. (Buku)

	<p>6. DiStaso, M. W., & Bortree, D. S. (2019). "Ethics and Social Media: Exploring Public Relations Practitioners' Use of Digital Platforms." <i>Journal of Media Ethics</i>, 34(3), 129-142. (Jurnal)</p> <p>7. Heide, M., & Simonsson, C. (2018). "Developing Internal Crisis Communication: New Roles and Practices of Communication Professionals." <i>Corporate Communications: An International Journal</i>, 23(2), 20-35. (Jurnal)</p>
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 base Learning, Project Based Learning, dan Research base Learning</p>
Dosen Pengampu	<p>1. Dr. Anita Rosana,BA., MA.</p>
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)
1	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar komunikasi serta memahami peran komunikasi dalam pengelolaan organisasi dan manajemen.	Mampu menjelaskan dan memahami prinsip komunikasi organisasi.		Penjelasan materi (60'), diskusi dan tanya jawab (90')		Buku: Cornelissen, J. (2020). Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice. SAGE Publications. Chapter: 1	4%
2	Mahasiswa mampu mengidentifikasi teori-teori komunikasi yang relevan dalam manajemen organisasi serta mengevaluasi kelebihan dan kekurangannya.	Mampu membandingkan berbagai teori komunikasi dan mengaplikasikannya dalam studi kasus.		Penjelasan materi (60'), diskusi dan tanya jawab (90')		Buku: Argenti, P. A. (2021). Corporate Communication. McGraw-Hill Education. Chapter: 3	4%
3	Mahasiswa mampu menganalisis model-model komunikasi organisasi.	Mampu menghubungkan teori dengan model komunikasi organisasi.	Tugas 1: Paper tugas kelompok (studi kasus rangkuman materi sesi 1,2,3 secara kualitatif)	Penjelasan materi (60'), diskusi dan studi kasus (90')		Jurnal: Clampitt, P. G. (2018). "Effective Managerial Communication." Journal of Business Communication.	4%

4	Mahasiswa mampu membandingkan berbagai strategi komunikasi dalam pengelolaan organisasi berdasarkan studi kasus.	Mampu mengevaluasi strategi komunikasi yang digunakan dalam berbagai organisasi.		Penjelasan materi (60'), analisis studi kasus (30')		Jurnal: Zerfass, A., & Viertmann, C. (2022). "Managing Organizational Communication." <i>Journal of Communication Management</i> .	4%
5	Mahasiswa mampu menerapkan teori komunikasi dalam strategi komunikasi manajemen dan kepemimpinan organisasi.	Mampu menyusun strategi komunikasi berbasis teori.		Penjelasan materi (60'), diskusi kelompok (30')		Buku: Tourish, D. (2019). <i>Management Communication: A Critical Perspective</i> . Routledge. Chapter5	4%
6	Mahasiswa mampu menyusun strategi komunikasi berbasis riset dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal organisasi.	Mampu merancang strategi komunikasi berbasis data.	Tugas 2: Paper (studi kasus rangkuman materi sesi 4,5,6 secara kualitatif)	Penjelasan materi (60'), diskusi dan review jurnal (90')		Jurnal: Kim, J. N., & Krishna, A. (2017). "The Effects of Reputation and Crisis History on Crisis Communication Strategy." <i>Public Relations Review</i> .	2.5%
7	Mahasiswa mampu mengembangkan rencana komunikasi manajemen	Mampu mengaplikasikan praktik komunikasi organisasi yang inovatif.		Penjelasan materi (60'), analisis studi		Jurnal: Jin, Y., Liu, B. F., & Austin, L. (2021). "Social Media and Crisis	5%

	berdasarkan analisis data dan praktik terbaik.			kasus (90')		Communication." Journal of Public Relations Research.	
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 menganalisis peran komunikasi dalam perubahan organisasi serta memahami bagaimana komunikasi mendukung pengambilan keputusan strategis.	Mampu mengidentifikasi peran komunikasi dalam perubahan organisasi.		Penjelasan materi (60'), diskusi dan tanya jawab, presentasi (90')		Buku: Clampitt, P. G. (2016). Communicating for Managerial Effectiveness. SAGE Publications. Chapter 7	4%
10	Mahasiswa mampu menyusun dokumen komunikasi krisis dalam organisasi dan mengidentifikasi strategi mitigasi.	Mampu merancang strategi komunikasi dalam situasi krisis.		Penjelasan materi (60'), simulasi komunikasi krisis, presentasi (90')		Buku: Coombs, W. T. (2019). Ongoing Crisis Communication. SAGE Publications. Chapter 8	4%

11	Mahasiswa mampu melakukan simulasi komunikasi manajemen dalam studi kasus nyata.	Mampu menerapkan keterampilan komunikasi dalam organisasi.	Tugas 3: Paper dalam kelompok (studi kasus rangkuman materi sesi 9,10,11 secara kualitatif)	Simulasi komunikasi organisasi (120'), diskusi reflektif (30')		Jurnal: Claeys, A. S., et al. (2020). "How Organizations Can Use Social Media to Manage a Crisis." Public Relations Review.	4%
12	Mahasiswa mampu mengelola hubungan komunikasi internal dan eksternal dalam organisasi melalui strategi media relations dan komunikasi digital.	Mampu menganalisis efektivitas media relations dalam organisasi.		Penjelasan materi (60'), studi kasus (90')		Jurnal: Heide, M., & Simonsson, C. (2018). "Developing Internal Crisis Communication." Corporate Communications.	4%
13	Mahasiswa mampu menganalisis tren komunikasi organisasi di era digital serta memahami implikasinya dalam pengelolaan komunikasi organisasi.	Mampu menerapkan konsep digital communication management.		Penjelasan materi (60'), diskusi tren digital (90')		Jurnal: Verčič, D., & Zerfass, A. (2021). "Digital Communication Management." Public Relations Review.	2.5%
14	Mahasiswa mampu menghasilkan laporan strategi	Mampu menyusun laporan komunikasi organisasi berbasis data.	Tugas 4: Paper (studi kasus rangkuman)	Penjelasan materi (60'),		Buku: Kent, M. L. (2022). The Future of Strategic	2.5%

	komunikasi berbasis riset.		materi sesi 12,13,14 secara kualitatif)	presentasi laporan (90')		Communication. Routledge. Chapter 10	
15	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 2022	Diperiksa, Koord. Matakuliah/Bidang Keahlian	Tgl : 25 Maret 2022	Dibuat, Dosen ybs	Tgl :22 februari 2022
(Dr. Andika Witono, M.M.)		(Dr. Andika Witono, M.M)		(..... Dewi Widowati, M.Si.....)	
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.

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 akurasi sangat bagus.
B-	70,00 – 74,99	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.