	Universitas Negeri Surabaya **S1 Desain Komunikasi Visual**	**Kode Dokumen**

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)			SEMESTER	Tgl Penyusunan
Design Brand Identity	9024104012		**4**				25 Agustus 2026

OTORISASI	Pengembang RPS	Koordinator RMK	Koordinator Program Studi
		Hendro Aryanto, S.Sn., M.Si.	MARSUDI

Deskripsi Singkat MK

Pada mata kuliah ini mahasiswa belajar tentang bagaimana peran komunikasi dalam membangun citra (branding). Baik Branding institusi maupun branding yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran yakni identitas merek (brand identity). Mahasiswa diharapkan dapat mengembangkan strategi antar media terpadu dan pesan dan konsep kreatif untuk mencapai khalayak target, dan mengantarkan janji merek (promise brand) melalui program komunikasi. Mahasiswa memiliki kemampuan untuk menyusun struktur rencana program branding berdasarkan pada penerapan konsep, prinsip dan praktik dalam organisasi dan mampu untuk mengukur secara kritis mengevaluasi dampak dan hasil komunikasi dari sebuah program atau aktivitas branding.

Capaian Pembelajaran (CP)

CPL-PRODI yang dibebankan pada MK

CPL	Menguasai teori dan metodologi perancangan Desain Komunikasi Visual dengan berbagai pendekatan fungsional dan pemecahan masalah.

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)

CPMK-1	Mampu menjelaskan konsep branding dan menganalisis masalah serta mampu beradaptasi terhadap situasi dunia komunikasi pemasaran dan public relations.
CPMK-2	Mampu menjelaskan konsep branding dan menganalisis masalah serta mampu beradaptasi terhadap situasi dunia komunikasi pemasaran dan public relations.

Matrik CPL - CPMK

CPMK	CPL
CPMK-1	✔
CPMK-2	✔

Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)

CPMK	Minggu Ke															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
CPMK-1																
CPMK-2																

Pustaka

Utama :	

1. Diehl, Gregory V. 2017. Brand Identity Breakthrough: How to Craft Your Companys Unique Story to Make Your Products Irresistible. by Identity Publications.
2. Neumeier, Marty.2005. The Brand Gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design. Publisher by Neutron LLC. San Francisco.
3. Weeler, Alina. 2013. Designing Brand Identity (four edition). Published by John Wiley & Sons, Inc. New Jersey.
4. Aaker, David. 1997. Building Strong Brand. The Free Press: New York.
5. Aaker, David. 1999. Management Brand. The Free Press: New York.
6. A.B. Susanto dkk. 2004. Value Marketing, Paradigma Baru Pemasaran, Penerbit Quantum Bisnis & Manajemen (PT. Mizan Publikasi): Jakarta Selatan.
7. A.B. Susanto & Himawan Wijanarko. 2004. Power Branding: Membangun Merek Unggul dari Organisasi Pendukungnya. Mizan Media Utama: Bandung.
8. Darmadi Durianto: Sugiarto. Tony Simanjuntak. 2001. Strategi Menaklukan Pasar. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
9. Fandy Tjiptono. 2005. Strategi Manajemen Brand. Andy: Yogyakarta.
10. Keller, Kevin Lane. 2005. Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Manging Brand Equity. Pearson Prentice Hall.
11. STRATEGI MEDIA PROMOSI PRODUK ECOPRINT UMKM SEKAR WIDURI DI MOJOSARI

Pendukung :	

Mg Ke-	**Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)**	**Penilaian**		**Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]**		**Materi Pembelajaran**	**Bobot Penilaian (%)**
		Indikator	**Kriteria & Bentuk**	**Luring (*offline*)**	***Daring (online*)**		
(1)	**(2)**	**(3)**	**(4)**	**(5)**	**(6)**	**(7)**	**(8)**
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							

SDGS (Sustainable Development Goals)



Catatan

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi (CPL-Prodi)** adalah rumusan kemampuan yang harus dimiliki oleh lulusan program studi yang mencakup sikap, penguasaan pengetahuan, keterampilan umum, dan keterampilan khusus sesuai dengan jenjang kualifikasi, yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. **CPL-Prodi yang dibebankan pada Mata Kuliah** adalah bagian dari CPL-Prodi yang dipilih dan relevan untuk dikembangkan melalui suatu mata kuliah, sebagai dasar perumusan capaian pembelajaran mata kuliah.
3. **Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dirumuskan secara spesifik dan diturunkan dari CPL-Prodi yang dibebankan pada mata kuliah, serta menggambarkan kompetensi yang harus dicapai mahasiswa setelah menyelesaikan mata kuliah.
4. **Sub-CPMK** adalah kemampuan akhir yang direncanakan pada setiap tahap pembelajaran, sebagai penjabaran lebih rinci dari CPMK, bersifat terukur dan dapat diamati sesuai dengan materi pembelajaran.
5. **Indikator Penilaian** adalah pernyataan spesifik dan terukur yang digunakan untuk menilai ketercapaian Sub-CPMK, baik dari proses maupun hasil belajar mahasiswa, yang didukung dengan bukti penilaian.
6. **Kriteria Penilaian** adalah tolok ukur yang digunakan untuk menentukan tingkat ketercapaian hasil belajar mahasiswa berdasarkan indikator penilaian, guna menjamin penilaian yang objektif, konsisten, dan adil. Kriteria penilaian dapat bersifat kuantitatif dan/atau kualitatif.
7. **Bentuk Penilaian** meliputi penilaian tes dan non-tes sesuai dengan karakteristik capaian pembelajaran.

8. **Bentuk Pembelajaran** meliputi kuliah, responsi, tutorial, seminar atau bentuk lain yang setara, praktikum, praktik studio, praktik bengkel, praktik lapangan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.
9. **Metode Pembelajaran** merupakan cara penyampaian pembelajaran yang digunakan untuk mencapai capaian pembelajaran, antara lain Small Group Discussion, Project Based Learning, Case Based Learning, Collaborative Learning, Discovery Learning, Self-Directed Learning, serta metode lain yang relevan.
10. **Materi Pembelajaran** adalah bahan kajian yang disusun secara sistematis dalam bentuk pokok dan sub-pokok bahasan untuk mendukung pencapaian Sub-CPMK.
11. **Bobot Penilaian** adalah persentase kontribusi setiap komponen penilaian terhadap nilai akhir mata kuliah, yang ditetapkan secara proporsional sesuai tingkat kompleksitas dan ketercapaian Sub-CPMK, dengan total keseluruhan sebesar 100%.
12. TM = Tatap Muka, PT = Penugasan Terstruktur, BM = Belajar Mandiri.