

		Universitas Negeri Surabaya Fakultas Vokasi Program Studi D4 Desain Grafis										Kode Dokumen																																																																																																						
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER																																																																																																																		
MATA KULIAH (MK)		KODE		Rumpun MK		BOBOT (sks)			SEMESTER		Tgl Penyusunan																																																																																																							
Promosi Digital		9034204449				T=1	P=3	ECTS=6.36		5	29 Desember 2025																																																																																																							
OTORISASI		Pengembang RPS			Koordinator RMK			Koordinator Program Studi																																																																																																										
		Nanda Nini Anggali, S.Pd., M.Ds.			Nanda Nini Anggali, S.Pd., M.Ds.			ASIDIGISIANI SURYA PATRIA																																																																																																										
Model Pembelajaran	Project Based Learning																																																																																																																	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																																																																																																	
	CPL-2	Menunjukkan karakter tangguh, kolaboratif, adaptif, inovatif, inklusif, belajar sepanjang hayat, dan berjiwa kewirausahaan																																																																																																																
	CPL-3	Mengembangkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan kreatif dalam melakukan pekerjaan yang spesifik di bidang keahliannya serta sesuai dengan standar kompetensi kerja bidang yang bersangkutan																																																																																																																
	CPL-6	Mampu merancang, menerapkan hingga memproduksi karya desain grafis baik secara manual maupun digital.																																																																																																																
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																																																																																																	
	CPMK - 1	Memiliki moral, etika dan kepribadian yang baik di dalam mengikuti pembelajaran Promosi Digital																																																																																																																
	CPMK - 2	Mampu mengidentifikasi permasalahan dan menentukan tindakan untuk menghasilkan karya Promosi Digital sesuai pilar digital marketing																																																																																																																
	CPMK - 3	Memiliki pengetahuan tentang pengelolaan konten visual media digital untuk mendukung strategi pemasaran digital.																																																																																																																
	CPMK - 4	Memiliki kemampuan dan kepekaan dalam merancang media planning, sebagai bentuk penerapan studi kasus terhadap promosi digital.																																																																																																																
	Matrik CPL - CPMK																																																																																																																	
	<table><tr><td>CPMK</td><td>CPL-2</td><td>CPL-3</td><td>CPL-6</td></tr><tr><td>CPMK-1</td><td>✓</td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-2</td><td></td><td>✓</td><td>✓</td></tr><tr><td>CPMK-3</td><td></td><td>✓</td><td></td></tr><tr><td>CPMK-4</td><td></td><td></td><td>✓</td></tr></table>													CPMK	CPL-2	CPL-3	CPL-6	CPMK-1	✓			CPMK-2		✓	✓	CPMK-3		✓		CPMK-4			✓																																																																																	
CPMK	CPL-2	CPL-3	CPL-6																																																																																																															
CPMK-1	✓																																																																																																																	
CPMK-2		✓	✓																																																																																																															
CPMK-3		✓																																																																																																																
CPMK-4			✓																																																																																																															
Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																																																																																																		
	<table><tr><td rowspan="2">CPMK</td><td colspan="16">Minggu Ke</td></tr><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td></tr><tr><td>CPMK-1</td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-2</td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-3</td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-4</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td></tr></table>													CPMK	Minggu Ke																1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	CPMK-1	✓																CPMK-2		✓	✓		✓	✓			✓	✓							CPMK-3				✓							✓	✓	✓				CPMK-4							✓	✓						✓	✓	✓
CPMK	Minggu Ke																																																																																																																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																																																																																																		
CPMK-1	✓																																																																																																																	
CPMK-2		✓	✓		✓	✓			✓	✓																																																																																																								
CPMK-3				✓							✓	✓	✓																																																																																																					
CPMK-4							✓	✓						✓	✓	✓																																																																																																		
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini dimaksudkan untuk memberikan pengalaman dan pendalaman metode perancangan promosi digital, mencari solusi kreatif dan mengembangkan konsep pendekatan media digital sebagai wahana dengan berdasarkan pada suatu kebutuhan komunikasi dan persuasi dalam suatu perancangan komunikasi visual. Lebih jauh lagi, kuliah ini memberikan pengalaman agar mahasiswa menguasai sistem digital media yang efektif, interaktif dan taktis dalam mendukung suatu pesan melalui web design untuk kepentingan sosial atau komersial. Mata kuliah ini menekankan pada kemampuan praktis dalam perancangan perancangan promosi digital dan desain web.																																																																																																																	
Pustaka	Utama :																																																																																																																	
	1. Austin, Tracy & Doust, Richard. New Media Design. London: Laurence King Publishers. 2007. 2. Lester, Paul M. Visual Communication: Images with Messages. USA: Wadsworth. 2000. 3. Lupock, Lisa. Designing Multimedia: A Visual Guide to Multimedia and Online Graphics. California: Peachpit Press. 1996. 4. Marcotte, Ethan. Responsive Web Design. USA: Eyrolles Paperback. 2011. 5. Susanto, GM. The Power of Digital Marketing. Jakarta: Gramedia. 2017.																																																																																																																	

Deskripsi Singkat MK Mata kuliah ini dimaksudkan untuk memberikan pengalaman dan pendalaman metode perancangan promosi digital, mencari solusi kreatif dan mengembangkan konsep pendekatan media digital sebagai wahana dengan berdasarkan pada suatu kebutuhan komunikasi dan persuasi dalam suatu perancangan komunikasi visual. Lebih jauh lagi, kuliah ini memberikan pengalaman agar mahasiswa menguasai sistem digital media yang efektif, interaktif dan taktis dalam mendukung suatu pesan melalui web design untuk kepentingan sosial atau komersial. Mata kuliah ini menekankan pada kemampuan praktis dalam perancangan perancangan promosi digital dan desain web.

Pustaka

Utama :

1. Austin, Tracy & Doust, Richard. New Media Design. London: Laurence King Publishers. 2007.
2. Lester, Paul M. Visual Communication: Images with Messages. USA: Wadsworth. 2000.
3. Lupock, Lisa. Designing Multimedia: A Visual Guide to Multimedia and Online Graphics. California: Peachpit Press. 1996.
4. Marcotte, Ethan. Responsive Web Design. USA: Eyrolles Paperback. 2011.
5. Susanto, GM. The Power of Digital Marketing. Jakarta: Gramedia. 2017.

		Pendukung :					
Dosen Pengampu		Irhamna Nirbhaya Carreca, S.T., M.MT. Arievidiana Ayu Laksmi, S.T., M.B.A. Mochammad Abdul Machfud, S.I.Kom., M.B.A.					
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuan Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Pengenalan Mata Kuliah Promosi Digital	Keaktifan dalam berdiskusi	Kriteria: Keaktifan dalam berdiskusi Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Kuliah, Diskusi dalam kelompok 4X 50		Materi: E-commerce dan digital marketing Pustaka: Susanto, GM. <i>The Power of Digital Marketing</i> . Jakarta: Gramedia. 2017.	3%
2	Pemahaman E-Commerce & Digital Marketing	1.Mahasiswa dapat mendeskripsikan jenis model bisnis e-commerce 2.Mahasiswa dapat mendeskripsikan klasifikasi dan isi kerangka e-commerce 3.Mahasiswa dapat mendeskripsikan struktur industri e-commerce 4.Mahasiswa dapat mendeskripsikan rantai nilai industri e-commerce 5.Mahasiswa dapat mendeskripsikan rantai nilai perusahaan e-commerce	Kriteria: 1.Kesesuaian dengan brief 2.Originalitas 3.Kreativitas Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Kuliah: Discovery Learning, Diskusi, dan Praktik 4 X 50	Sidia 4 X 50	Materi: Model bisnis e-commerce dalam pemasaran modern Pustaka: Susanto, GM. <i>The Power of Digital Marketing</i> . Jakarta: Gramedia. 2017.	5%
3	Pemahaman E-Commerce & Digital Marketing	1.Mahasiswa dapat mendeskripsikan jenis model bisnis e-commerce 2.Mahasiswa dapat mendeskripsikan klasifikasi dan isi kerangka e-commerce 3.Mahasiswa dapat mendeskripsikan struktur industri e-commerce 4.Mahasiswa dapat mendeskripsikan rantai nilai industri e-commerce 5.Mahasiswa dapat mendeskripsikan rantai nilai perusahaan e-commerce	Kriteria: 1.Kesesuaian dengan brief 2.Originalitas 3.Kreativitas Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Kuliah: Discovery Learning, Diskusi, dan Praktik 4 X 50	Sidia 4 X 50	Materi: Model bisnis e-commerce dalam pemasaran modern Pustaka: Susanto, GM. <i>The Power of Digital Marketing</i> . Jakarta: Gramedia. 2017.	3%

4	Digital Marketing	1. Mahasiswa dapat mendeskripsikan digital marketing 2. Mahasiswa dapat mengerti keuntungan digital marketing 3. Mahasiswa dapat mempraktikkan digital marketing	Kriteria: 1. Ketepatan waktu dan kedisiplinan 2. Kejujuran dan kreativitas Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Project Based Learning, Diskusi dalam kelompok Fase2: Menyusun Perencanaan Proyek Dosen memberikan waktu mahasiswa untuk merancang konsep desain, Mahasiswa membuat desain konten visual Fase3: Menyusun Jadwal Dosen membuat kesepakatan batas akhir pengumpulan proyek. Mahasiswa menyusun timeline untuk menyelesaikan proyek Fase4: Monitoring Dosen memonitor proses mahasiswa mengumpulkan hasil proyek. Mahasiswa mengumpulkan hasil karya sesuai batas waktu yang telah disepakati 4 X 50		Materi: Market dan segmentasi digital Pustaka: Susanto, GM. <i>The Power of Digital Marketing</i>. Jakarta: Gramedia. 2017.	3%
5	Segmentation, Targeting, Positioning, & 7P	1. Mahasiswa dapat mendeskripsikan segmentasi pasar 2. Mahasiswa dapat menentukan target pasar 3. Mahasiswa dapat menentukan positioning brand/produk 4. Mahasiswa mengerti 7P	Kriteria: 1. Ketepatan waktu dan kedisiplinan 2. Kejujuran dan kreativitas 3. Originalitas Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Project Based Learning, Diskusi dalam kelompok Fase2: Menyusun Perencanaan Proyek Dosen memberikan waktu mahasiswa untuk merancang konsep desain, Mahasiswa membuat desain konten visual Fase3: Menyusun Jadwal Dosen membuat kesepakatan batas akhir pengumpulan proyek. Mahasiswa menyusun timeline untuk menyelesaikan proyek Fase4: Monitoring Dosen memonitor proses mahasiswa mengumpulkan hasil proyek. Mahasiswa mengumpulkan hasil karya sesuai batas waktu yang telah disepakati 4 X 50		Materi: Market dan segmentasi digital Pustaka: Susanto, GM. <i>The Power of Digital Marketing</i>. Jakarta: Gramedia. 2017.	5%

6	Segmentation, Targeting, Positioning, & 7P	1. Mahasiswa dapat mendeskripsikan segmetasi pasar 2. Mahasiswa dapat menentukan target pasar 3. Mahasiswa dapat menentukan positioning brand/produk 4. Mahasiswa mengerti 7P	Kriteria: 1. Ketepatan waktu dan kedisiplinan 2. Kejujuran dan kreativitas 3. Originalitas Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Project Based Learning, Diskusi dalam kelompok Fase2: Menyusun Perencanaan Proyek Dosen memberikan waktu mahasiswa untuk merancang konsep desain, Mahasiswa membuat desain konten visual Fase3: Menyusun Jadwal Dosen membuat kesepakatan batas akhir pengumpulan proyek. Mahasiswa menyusun timeline untuk menyelesaikan proyek Fase4: Monitoring Dosen memonitor proses mahasiswa mengumpulkan hasil proyek. Mahasiswa mengumpulkan hasil karya sesuai batas waktu yang telah disepakati 4 X 50		Materi: Market dan segmentasis digital Pustaka: Susanto, GM. <i>The Power of Digital Marketing.</i> Jakarta: Gramedia. 2017.	3%
---	--	---	--	---	--	--	----

7	Perencanaan Sosial Media	1. Mahasiswa dapat memanfaatkan sosial media sebagai tools promosi 2. Mahasiswa dapat merencanakan konten sosial media untuk promosi	Kriteria: 1. Ketepatan waktu dan kedisiplinan 2. Kelengkapan dan kesesuaian 3. Kejujuran dan kreativitas 4. Motivasi dan minat yang tinggi Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Project Based Learning, Diskusi dalam kelompok Fase4: Monitoring Dosen memonitor proses mahasiswa mengumpulkan hasil proyek. Mahasiswa mengumpulkan hasil karya sesuai batas waktu yang telah disepakati Fase5: Menguji Hasil Mahasiswa menjelaskan dan mepresentasikan hasil Dosen ketepatan interface pada media Fase6: Evaluasi Pengalaman Mahasiswa merevisi jika karya yang dihasilkan belum mencapai standar yang ditetapkan Dosen memberikan waktu mahasiswa untuk refleksi dan revisi proyek Dosen memberikan saran dan masukan terhadap proyek 4 X 50	Materi: online channel dan offline channel marketing Pustaka: Susanto, GM. <i>The Power of Digital Marketing</i>. Jakarta: Gramedia. 2017.	3%
---	--------------------------	--	---	--	--	----

8	UTS	Mahasiswa dapan membuat content plan	Kriteria: 1.Ketepatan waktu dan kedisiplinan 2.Kelengkapan dan kesesuaian 3.Kejujuran dan kreativitas 4.Motivasi dan minat yang tinggi Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Project Based Learning, Diskusi dalam kelompok Fase4: Monitoring Dosen memonitor proses mahasiswa mengumpulkan hasil proyek. Mahasiswa mengumpulkan hasil karya sesuai batas waktu yang telah disepakati Fase5: Menguji Hasil Mahasiswa menjelaskan dan mepresentasikan hasil Dosen ketepatan interface pada media Fase6: Evaluasi Pengalaman Mahasiswa merevisi jika karya yang dihasilkan belum mencapai standar yang ditetapkan Dosen memberikan waktu mahasiswa untuk refleksi dan revisi proyek Dosen memberikan saran dan masukan terhadap proyek 4 X 50	Materi: online channel dan offline channel marketing Pustaka: <i>Susanto, GM. The Power of Digital Marketing. Jakarta: Gramedia. 2017.</i>	20%
---	-----	--------------------------------------	---	--	--	-----

9	Pemahaman Trend Sosial Media	1. Mahasiswa dapat menerapkan konstanta dan variable desain konten media sosial pada berbagai visual 2. Mahasiswa dapat mengerti trend pada tiap sosial media 3. Mahasiswa dapat mengerti keunggulan dan ciri khas pada masing-masing sosial media	Kriteria: 1. Ketepatan waktu dan kedisiplinan 2. Kelengkapan dan kesesuaian 3. Kejujuran dan kreativitas 4. Motivasi dan minat yang tinggi Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Praktek Studio Project Based Learning, Diskusi dalam kelompok Fase1: Penentuan Pertanyaan Mendasar Dosen bertanya: Menyusun konten visual berbasis web Mahasiswa merespon pernyataan dosen. Fase2: Menyusun Perencanaan Proyek Dosen memberikan waktu mahasiswa untuk merancang konsep desain, Mahasiswa membuat desain konten visual Fase3: Menyusun Jadwal Dosen membuat kesepakatan batas akhir pengumpulan proyek. Mahasiswa menyusun timeline untuk menyelesaikan proyek Fase4: Monitoring Dosen memonitor proses mahasiswa mengumpulkan hasil proyek. Mahasiswa mengumpulkan hasil karya sesuai batas waktu yang telah disepakati 4 X 50	Materi: Konten pada Social Media Pustaka: <i>Austin, Tracy & Doust, Richard. New Media Design. London: Laurence King Publishers. 2007.</i>	3%
---	------------------------------	---	---	---	--	----

10	Pemahaman Trend Sosial Media	1. Mahasiswa dapat menerapkan konstanta dan variable desain konten media sosial pada berbagai visual 2. Mahasiswa dapat mengerti trend pada tiap sosial media 3. Mahasiswa dapat mengerti keunggulan dan ciri khas pada masing-masing sosial media	Kriteria: 1. Ketepatan waktu dan kedisiplinan 2. Kelengkapan dan kesesuaian 3. Kejujuran dan kreativitas 4. Motivasi dan minat yang tinggi Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Praktek Studio Project Based Learning, Diskusi dalam kelompok Fase1: Penentuan Pertanyaan Mendasar Dosen bertanya: Menyusun konten visual berbasis web Mahasiswa merespon pernyataan dosen. Fase2: Menyusun Perencanaan Proyek Dosen memberikan waktu mahasiswa untuk merancang konsep desain, Mahasiswa membuat desain konten visual Fase3: Menyusun Jadwal Dosen membuat kesepakatan batas akhir pengumpulan proyek. Mahasiswa menyusun timeline untuk menyelesaikan proyek Fase4: Monitoring Dosen memonitor proses mahasiswa mengumpulkan hasil proyek. Mahasiswa mengumpulkan hasil karya sesuai batas waktu yang telah disepakati 4 X 50	Materi: Konten pada Social Media Pustaka: <i>Austin, Tracy & Doust, Richard. New Media Design. London: Laurence King Publishers. 2007.</i>	5%
----	------------------------------	---	---	---	--	----

11	Perancangan Promosi pada Sosial Media	1. Mahasiswa dapat mengorganisir Unsur Visual dengan menekankan irama dengan menerapkan Variabel penyusunan, variasi tampilan menerapkan prinsip komposisi untuk menghasilkan karya Rupa Dasar yang baik 2. Mahasiswa dapat membuat media planning secara komprehensif 3. Mahasiswa dapat membuat karya visual sesuai dengan platform media sosial yang digunakan	Kriteria: 1. Ketepatan waktu dan kedisiplinan 2. Kelengkapan dan kesesuaian 3. Kejujuran dan kreativitas 4. Motivasi dan minat yang tinggi Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Project Based Learning, Diskusi dalam kelompok Fase5: Menguji Hasil Mahasiswa menjelaskan dan mepresentasikan hasil dosen ketepatan interface pada media Fase6: Evaluasi Pengalaman Mahasiswa merevisi jika karya yang dihasilkan belum mencapai standar yang ditetapkan Dosen memberikan waktu mahasiswa untuk refleksi dan revisi proyek Dosen memberikan saran dan masukan terhadap proyek 4 X 50	Materi: Trend Strategy Digital Marketing Pustaka: <i>Susanto, GM. The Power of Digital Marketing. Jakarta: Gramedia. 2017.</i>	3%
12	Perancangan Promosi pada Sosial Media	1. Mahasiswa dapat mengorganisir Unsur Visual dengan menekankan irama dengan menerapkan Variabel penyusunan, variasi tampilan menerapkan prinsip komposisi untuk menghasilkan karya Rupa Dasar yang baik 2. Mahasiswa dapat membuat media planning secara komprehensif 3. Mahasiswa dapat membuat karya visual sesuai dengan platform media sosial yang digunakan	Kriteria: 1. Ketepatan waktu dan kedisiplinan 2. Kelengkapan dan kesesuaian 3. Kejujuran dan kreativitas 4. Motivasi dan minat yang tinggi Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Project Based Learning, Diskusi dalam kelompok Fase5: Menguji Hasil Mahasiswa menjelaskan dan mepresentasikan hasil dosen ketepatan interface pada media Fase6: Evaluasi Pengalaman Mahasiswa merevisi jika karya yang dihasilkan belum mencapai standar yang ditetapkan Dosen memberikan waktu mahasiswa untuk refleksi dan revisi proyek Dosen memberikan saran dan masukan terhadap proyek 4 X 50	Materi: Trend Strategy Digital Marketing Pustaka: <i>Susanto, GM. The Power of Digital Marketing. Jakarta: Gramedia. 2017.</i>	3%

13	Perancangan Promosi pada Sosial Media	1. Mahasiswa dapat mengorganisir Unsur Visual dengan menekankan irama dengan menerapkan Variabel penyusunan, variasi tampilan menerapkan prinsip komposisi untuk menghasilkan karya Rupa Dasar yang baik 2. Mahasiswa dapat membuat media planning secara komprehensif 3. Mahasiswa dapat membuat karya visual sesuai dengan platform media sosial yang digunakan	Kriteria: 1. Ketepatan waktu dan kedisiplinan 2. Kelengkapan dan kesesuaian 3. Kejujuran dan kreativitas 4. Motivasi dan minat yang tinggi Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Project Based Learning, Diskusi dalam kelompok Fase5: Menguji Hasil Mahasiswa menjelaskan dan mepresentasikan hasil dosen ketepatan interface pada media Fase6: Evaluasi Pengalaman Mahasiswa merevisi jika karya yang dihasilkan belum mencapai standar yang ditetapkan Dosen memberikan waktu mahasiswa untuk refleksi dan revisi proyek Dosen memberikan saran dan masukan terhadap proyek 4 X 50	Materi: Trend Strategy Digital Marketing Pustaka: <i>Susanto, GM. The Power of Digital Marketing. Jakarta: Gramedia. 2017.</i>	5%
14	Media Planning, Budgeting, dan Penerapan Konten pada Promosi Digital	1. Mahasiswa dapat menyusun media planning dan penerapan desain melalui konsep promosi digital dengan pendekatan studi kasus pada Produk jasa/makanan-minuman/Project Event/ *(silakan pilih) 2. Mahasiswa dapat membuat media plan 3. Mahasiswa dapat menentukan budgeting 4. Mahasiswa dapat menerapkan hasil studi pasar terhadap konten visual yang dibuat	Kriteria: 1. Ketepatan waktu dan kedisiplinan 2. Kelengkapan dan kesesuaian 3. Kejujuran dan kreativitas 4. Motivasi dan minat yang tinggi Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Project Based Learning, Diskusi dalam kelompok Fase5: Menguji Hasil Mahasiswa menjelaskan dan mepresentasikan hasil dosen ketepatan interface pada media Fase6: Evaluasi Pengalaman Mahasiswa merevisi jika karya yang dihasilkan belum mencapai standar yang ditetapkan Dosen memberikan waktu mahasiswa untuk refleksi dan revisi proyek Dosen memberikan saran dan masukan terhadap proyek 4 X 50	Materi: Media planning Pustaka: <i>Austin, Tracy & Doust, Richard. New Media Design. London: Laurence King Publishers. 2007.</i>	3%

15	Media Planning, Budgeting, dan Penerapan Konten pada Promosi Digital	1. Mahasiswa dapat menyusun media planning dan penerapan desain melalui konsep promosi digital dengan pendekatan studi kasus pada Produk jasa/makanan-minuman/Project Event/ *(silakan pilih) 2. Mahasiswa dapat membuat media plan 3. Mahasiswa dapat menentukan budgeting 4. Mahasiswa dapat menerapkan hasil studi pasar terhadap konten visual yang dibuat	Kriteria: 1. Ketepatan waktu dan kedisiplinan 2. Kelengkapan dan kesesuaian 3. Kejujuran dan kreativitas 4. Motivasi dan minat yang tinggi Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Project Based Learning, Diskusi dalam kelompok Fase5: Menguji Hasil Mahasiswa menjelaskan dan mepresentasikan hasil dosen ketepatan interface pada media Fase6: Evaluasi Pengalaman Mahasiswa merevisi jika karya yang dihasilkan belum mencapai standar yang ditetapkan Dosen memberikan waktu mahasiswa untuk refleksi dan revisi proyek Dosen memberikan saran dan masukan terhadap proyek 4 X 50		Materi: Media planning Pustaka: <i>Austin, Tracy & Doust, Richard. New Media Design. London: Laurence King Publishers. 2007.</i>	3%
16	UAS	1. Mahasiswa dapat menyusun media planning dan penerapan desain melalui konsep promosi digital dengan pendekatan studi kasus pada Produk jasa/makanan-minuman/Project Event/ *(silakan pilih) 2. Mahasiswa dapat mengeksekusi hasil content plan 3. Mahasiswa dapat mengerti manfaat promosi digital	Kriteria: 1. Ketepatan waktu dan kedisiplinan 2. Kelengkapan dan kesesuaian dan kreativitas 4. Motivasi dan minat yang tinggi Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Project Based Learning, Diskusi dalam kelompok Fase5: Menguji Hasil Mahasiswa menjelaskan dan mepresentasikan hasil dosen ketepatan interface pada media Fase6: Evaluasi Pengalaman Mahasiswa merevisi jika karya yang dihasilkan belum mencapai standar yang ditetapkan Dosen memberikan waktu mahasiswa untuk refleksi dan revisi proyek Dosen memberikan saran dan masukan terhadap proyek 4 X 50		Materi: Media planning Pustaka: <i>Austin, Tracy & Doust, Richard. New Media Design. London: Laurence King Publishers. 2007.</i>	30%

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	27.5%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	72.5%
		100%

Catatan

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan Prodi (CPL - Prodi)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan prodi yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
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, ketrampilan umum, ketrampilan

- husus 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-CPMK Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK 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 yang disertai bukti-bukti.
 6. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
 7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
 8. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat 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 yg setara.
 10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
 11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
 12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.

RPS ini telah divalidasi pada tanggal

Koordinator Program Studi D4
Desain Grafis



ASIDIGISIANI SURYA PATRIA
NIDN 0019077703

UPM Program Studi D4 Desain
Grafis



NIDN

File PDF ini digenerate pada tanggal 29 Desember 2025 Jam 17:28 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa

