

2	Memahami teori dan konsep tentang Branding	Menjelaskan teori dan konsep tentang Branding	Kriteria: nilai maks 10 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	ceramah diskusi 3 X 50		Materi: Memahami teori dan konsep tentang Branding Pustaka: Diehl, Gregory V. 2017. <i>Brand Identity Breakthrough: How to Craft Your Companys Unique Story to Make Your Products Irresistible.</i> by Identity Publications.	2%
3	Memahami Strategi Segmentasi, Targeting, Diferensiasi, dan Positioning	Menjelaskan Strategi Segmentasi, Targeting, Diferensiasi, dan Positioning	Kriteria: nilai maks 10 Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Praktik / Unjuk Kerja	ceramah diskusi 3 X 50		Materi: Memahami Strategi Segmentasi, Targeting, Diferensiasi, dan Positioning Pustaka: Neumeier, Marty.2005. <i>The Brand Gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design.</i> Publisher by Neutron LLC. San Francisco.	5%
4	Memahami Strategi Segmentasi, Targeting, Diferensiasi, dan Positioning	Menjelaskan Strategi Segmentasi, Targeting, Diferensiasi, dan Positioning	Kriteria: nilai maks 10 Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	ceramah diskusi 3 X 50		Materi: Memahami Strategi Segmentasi, Targeting, Diferensiasi, dan Positioning Pustaka: A.B. Susanto dkk. 2004. <i>Value Marketing, Paradigma Baru Pemasaran,</i> Penerbit Quantum Bisnis & Manajemen (PT. Mizan Publikasi): Jakarta Selatan.	5%

5	Memahami konsep brand equity	Menjelaskan konsep brand equity	Kriteria: nilai maks 20 Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio	ceramah diskusi 3 X 50		Materi: Memahami Konsep brand equity Pustaka: <i>Neumeier, Marty.2005. The Brand Gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design. Publisher by Neutron LLC. San Francisco.</i>	5%
6	Memahami konsep membangun brand	Menjelaskan konsep strategi membangun brand	Kriteria: nilai maks 20 Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	ceramah diskusi 3 X 50		Materi: Memahami konsep membangun brand Pustaka: <i>Neumeier, Marty.2005. The Brand Gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design. Publisher by Neutron LLC. San Francisco.</i>	5%
7	memahami cyber branding	Menjelaskan cyber branding	Kriteria: nilai maks 20 Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	ceramah diskusi kerja kelompok 3 X 50		Materi: memahami cyber branding Pustaka: <i>A.B. Susanto & Himawan Wijanarko. 2004. Power Branding: Membangun Merek Unggul dari Organisasi Pendukungnya. Mizan Media Utama: Bandung.</i>	3%
8	USS	Mengerjakan USS	Kriteria: nilai maks 100 Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	tes tulis 3 X 50		Materi: UTS Pustaka: <i>Keller, Kevin Lane. 2005. Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Manging Brand Equity. Pearson Prentice Hall.</i>	15%

9	Mahasiswa memahami identitas visual merek	Mahasiswa menjelaskan identitas visual merek	Kriteria: 100 Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	diskusi 3 X 50		Materi: Mahasiswa memahami identitas visual merek Pustaka: <i>Aaker, David. 1997. Building Strong Brand. The Free Press: New York.</i> <hr/> Materi: Branding wisata Pustaka: <i>Huda, Anam Miftakhul., Sukardani, Puspita Sari., Tandyonomanu, Danang., & Dharmawan, Awang. (2023, March). Improvement of Tourism Branding in Jember Regency. In International Joint Conference on Arts and Humanities 2022 (IJCAH 2022) (pp. 286-292). Atlantis Press.</i>	10%
10	Mahasiswa memahami positioning brand, diferensiasi brand	Mahasiswa membuat rancangan positioning brand, diferensiasi brand	Kriteria: 100 Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	diskusi kerja kelompok 3 X 50		Materi: Mahasiswa memahami positioning brand, diferensiasi brand Pustaka: <i>Weeler, Alina. 2013. Designing Brand Identity (four edition). Published by John Wiley & Sons, Inc. New Jersey.</i>	5%
11	Mahasiswa merancang identitas brand	Mahasiswa memahami branding destinasi wisata, produk, lembaga	Kriteria: 100 Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	diskusi kelompok 3 X 50		Materi: Mahasiswa merancang identitas brand Pustaka: <i>A.B. Susanto & Himawan Wijanarko. 2004. Power Branding: Membangun Merek Unggul dari Organisasi Pendukungnya. Mizan Media Utama: Bandung.</i>	2%

12	Mahasiswa memahami strategi brand	Mahasiswa memahami branding destinasi wisata, produk, lembaga	Kriteria: 100 Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	diskusi presentasi 3 X 50		Materi: Mahasiswa memahami strategi brand Pustaka: <i>Aaker, David. 1997. Building Strong Brand. The Free Press: New York.</i>	5%
13	Mahasiswa memahami strategi brand	Mahasiswa memahami branding destinasi wisata, produk, lembaga	Kriteria: 100 Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	diskusi presentasi 3 X 50		Materi: Mahasiswa memahami strategi brand Pustaka: <i>Aaker, David. 1997. Building Strong Brand. The Free Press: New York.</i>	2%
14	Mahasiswa memahami branding destinasi wisata, produk, lembaga	Mahasiswa memahami branding destinasi wisata, produk, lembaga	Kriteria: 100 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	diskusi 3 X 50		Materi: Mahasiswa memahami branding destinasi wisata, produk, lembaga Pustaka: <i>Keller, Kevin Lane. 2005. Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Manging Brand Equity. Pearson Prentice Hall.</i>	2%
15	Mahasiswa memahami branding destinasi wisata, produk, lembaga	Mahasiswa memahami branding destinasi wisata, produk, lembaga	Kriteria: 100 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	diskusi 3 X 50		Materi: Mahasiswa memahami branding destinasi wisata, produk, lembaga Pustaka: <i>Keller, Kevin Lane. 2005. Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Manging Brand Equity. Pearson Prentice Hall.</i>	2%
16	US	US	Kriteria: 100 Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio, Tes	3 X 50		Materi: UAS Pustaka: <i>Aaker, David. 1997. Building Strong Brand. The Free Press: New York.</i>	30%

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipasif	8%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	50%
3.	Penilaian Portofolio	17.5%
4.	Praktik / Unjuk Kerja	9.5%
5.	Tes	15%
		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 studinya 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 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-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 14 Januari 2025

Koordinator Program Studi
S1 Ilmu Komunikasi



Dr. Anam Miftakhul Huda,
S.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0731038602

UPM Program Studi S1 Ilmu
Komunikasi



Dr. Danang Tandyonomanu,
S.Sos., M.Si.
NIDN 0006087109

File PDF ini digenerate pada tanggal 18 Januari 2025 Jam 14:56 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa

