

	Universitas Negeri Surabaya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi S1 Ilmu Komunikasi										Kode Dokumen																																																																																																				
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER																																																																																																															
MATA KULIAH (MK)		KODE		Rumpun MK		BOBOT (sks)			SEMESTER	Tgl Penyusunan																																																																																																					
Creative Writing		7020103102		Mata Kuliah Pilihan Program Studi		T=3	P=0	ECTS=4.77	5	3 Juli 2025																																																																																																					
OTORISASI		Pengembang RPS				Koordinator RMK			Koordinator Program Studi																																																																																																						
		Oni Dwi Arianto, S.S., M.I.Kom.				Putri Aisyah, M. MedKom.			ANAM MIFTAKHUL HUDA																																																																																																						
Model Pembelajaran	Project Based Learning																																																																																																														
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																																																																																														
	CPL-1	Mampu menunjukkan nilai-nilai agama, kebangsaan dan budaya nasional, serta etika akademik dalam melaksanakan tugasnya																																																																																																													
	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-5	Mampu mengembangkan dan mengelola program media informasi, perusahaan dan agensi media, pengembangan media pemasaran, yang berperspektif inklusi																																																																																																													
	CPL-6	Memiliki kemampuan manajemen media massa pada era disrupsi digital yang memiliki perspektif global dan inklusif																																																																																																													
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																																																																																														
	CPMK - 1	Mahasiswa mampu menganalisis dan menghasilkan teks copywriting yang kreatif, persuasif, serta sesuai dengan tujuan komunikasi pemasaran.																																																																																																													
	CPMK - 2	Mahasiswa mampu merancang konsep iklan (advertising) berbasis ide kreatif dan strategi komunikasi, serta menyajikannya dalam bentuk kampanye iklan yang inovatif.																																																																																																													
	CPMK - 3	Mahasiswa mampu menyusun naskah company profile yang informatif, menarik, dan mencerminkan identitas serta nilai organisasi/perusahaan, dengan memanfaatkan prinsip penulisan kreatif.																																																																																																													
	CPMK - 4	Mahasiswa mampu mengembangkan konten naratif kreatif untuk berbagai platform digital (seperti media sosial, blog, atau video script), dengan mempertimbangkan karakteristik audiens, tujuan komunikasi, dan tren media digital.																																																																																																													
	Matrik CPL - CPMK																																																																																																														
		<table><tr><td>CPMK</td><td>CPL-1</td><td>CPL-3</td><td>CPL-5</td><td>CPL-6</td></tr><tr><td>CPMK-1</td><td></td><td>✓</td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-2</td><td></td><td></td><td>✓</td><td></td></tr><tr><td>CPMK-3</td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td></tr><tr><td>CPMK-4</td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td></tr></table>										CPMK	CPL-1	CPL-3	CPL-5	CPL-6	CPMK-1		✓			CPMK-2			✓		CPMK-3				✓	CPMK-4				✓																																																																											
	CPMK	CPL-1	CPL-3	CPL-5	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 Creative Writing membekali mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan keterampilan menulis kreatif untuk kebutuhan copywriting, advertising, dan company profile. Dengan pendekatan Project-Based Learning (PjBL), mahasiswa menghasilkan karya nyata berupa naskah iklan persuasif, konsep kampanye, dan profil perusahaan. Pembelajaran menekankan kreativitas, kolaborasi, serta kemampuan berpikir kritis agar mahasiswa mampu merancang pesan komunikasi yang efektif, inovatif, dan relevan dengan kebutuhan industri media dan pemasaran.																																																																																																														
Pustaka	Utama :																																																																																																														

<ol style="list-style-type: none"> Roberts, J. (2019). Writing for strategic communication industries. The Ohio State University. https://openlibrary-repo.ecampusontario.ca/jspui/bitstream/123456789/449/1/Writing-for-Strategic-Communication-Industries-1474040746.pdf Ferrier, M., & Mays, E. (Eds.). (2017). Media innovation and entrepreneurship. Rebus Community. https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/507 Gomez Albrecht, M., Green, M., & Hoffman, L. (2022). Principles of marketing. OpenStax. https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/1325 Musi, S. (2022). Penulisan kreatif public relations. Nas Media Pustaka. https://repository.uin-alauddin.ac.id/22685/ Nurtiar, H. (2020). Copywriting: Modul diklat promosi perpustakaan berbasis digital. Perpustakaan Nasional RI. https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/105353 Auliya, R. N., Furqan, M., Sudarmin, M., Nur Falah, M., Hukmiah, A., & Maghvira, P. (2022). Penulisan Kreatif Public Relations. Nas Media Pustaka. Diunduh dari https://repository.uin-alauddin.ac.id/22685/1/SOFT%20Buku%20A5%20-%20penulisan%20kreatif%20publik%20relation.pdf Fakultas Sastra, Universitas Makassar. (2023). Penulisan Kreatif Modul: Teknik Menulis Artikel Populer dan Sastra Populer. Makassar: Universitas Makassar. Diunduh dari https://media.neliti.com/media/publications/559571-penulisan-sastra-kreatif-10f378a4.pdf Agusdi, Y., et al. (2023). Digital Marketing: Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0. Ulbi Press. Diunduh dari https://eprints.ulbi.ac.id/2461/1/BookChapter_Digital_Marketing.pdf Widina, Penerbit. (2023). Strategi Komunikasi Digital. Widina. Diunduh dari https://repository.penerbiteureka.com/media/publications/579249-strategi-komunikasi-digital-6c6100b8.pdf 							
Pendukung :							
Dosen Pengampu		Dr. Eko Pamuji, M.I.Kom. Oni Dwi Arianto, S.S., M.I.Kom. Putri Aisyiyah Rachma Dewi, S.Sos., M.Med.Kom.					
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk 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	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar creative writing dan peran copywriting	<ol style="list-style-type: none"> Dapat mendefinisikan copywriting secara tepat. Menyebutkan perbedaan copywriting dengan bentuk tulisan lain (artikel/jurnalistik). Menjelaskan fungsi copywriting dalam kampanye pemasaran. 	<p>Kriteria: Skor 4: Menjelaskan konsep dengan sangat tepat, membedakan copywriting dengan bentuk tulisan lain secara kritis, serta memberi contoh relevan. Skor 3: Menjelaskan konsep dengan baik, ada contoh meskipun kurang mendalam. Skor 2: Menjelaskan konsep secara umum tetapi tidak sistematis dan minim contoh. Skor 1: Tidak mampu menjelaskan konsep dengan benar.</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	ceramah, tanya jawab, diskusi 3 X 50	Menggunakan LMS untuk kuliah Asynchronous	<p>Materi: Pada pertemuan 1, dosen menjelaskan tentang pengertian creative writing, latar belakang tentang pentingnya matakuliah, serta memberi beberapa contoh produk creative writing yang memberi impact pada kehidupan di masyarakat.</p> <p>Pustaka: <i>The Routledge Creative Writing Coursebook</i></p> <p>Materi: Definisi penulisan kreatif</p> <p>Pustaka:</p> <p>Materi: Mahasiswa mampu menganalisis maksud, tujuan, dan ruang lingkup penulisan kreatif</p> <p>Pustaka: <i>The Routledge Creative Writing Coursebook</i></p>	5%
2	Mahasiswa mampu menganalisis unsur-unsur pesan persuasif dalam copywriting (headline, tagline, body copy, call to action) serta mengidentifikasi contoh penerapannya di media cetak, digital, dan sosial.	<ol style="list-style-type: none"> Mampu menyusun minimal 3 contoh headline/tagline untuk produk tertentu. Kesesuaian bahasa dengan target audiens. Kejelasan call-to-action dalam teks. 	<p>Kriteria: 1.Tes: penugasan pengembangan ide kreatif 2.Baik secara tatabahasa</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	ceramah, tanya jawab, dan praktik menulis 3 X 50	Menggunakan LMS untuk kuliah Asynchronous	<p>Materi: Mahasiswa mampu mengembangkan ide kreatif dan dituangkan dalam berbagai bentuk, seperti skrip film pendek, skrip iklan, puisi, dan cerpen</p> <p>Pustaka: <i>The Routledge Creative Writing Coursebook</i></p>	5%

3	Mahasiswa mampu membuat draft copywriting sederhana untuk media sosial/iklan singkat.	<ol style="list-style-type: none"> 1.Kreativitas dalam penyusunan pesan singkat. 2.Relevansi pesan dengan brand/produk. 3.Kekuatan persuasi (dilihat dari diksi, gaya bahasa). 	<p>Kriteria: Skor 4: Membuat draft copywriting kreatif, persuasif, sesuai brand, serta menunjukkan kekuatan diksi. Skor 3: Membuat draft cukup baik, sesuai konteks brand namun kurang kuat dalam persuasi. Skor 2: Membuat draft sederhana tetapi kurang relevan atau monoton. Skor 1: Tidak menyelesaikan atau hasil tidak sesuai tujuan.</p> <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio</p>	ceramah, diskusi, praktik menulis 3 X 50	Menggunakan LMS untuk kuliah Asynchronous	<p>Materi: Mahasiswa mulai membuat skrip iklan dalam berbagai kebutuhannya. Dosen memberi penjelasan tentang berbagai contoh iklan sesuai bentuk dan kegunaannya.</p> <p>Pustaka: <i>Smith, Hazel. 2020. The Writing Experiment: Strategies for innovative creative writing. New York: Routledge.</i></p>	5%
4	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar advertising (target audience, positioning, ide kreatif).	<ol style="list-style-type: none"> 1.Menjelaskan perbedaan antara iklan, promosi, dan PR. 2.Menguraikan target audiens secara spesifik. 3.Memberikan contoh positioning iklan dari kasus nyata 	<p>Kriteria: Skor 4: Menjelaskan konsep advertising dengan sangat baik, mampu menguraikan target audiens dan positioning secara jelas dengan contoh kasus nyata. Skor 3: Menjelaskan konsep dengan baik, menyebutkan target audiens meskipun kurang detail. Skor 2: Penjelasan masih umum dan contoh tidak relevan. Skor 1: Tidak dapat menjelaskan konsep advertising dengan benar.</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	ceramah, diskusi, praktik menulis 3 X 50	Menggunakan LMS untuk kuliah Asynchronous	<p>Materi: Mahasiswa dilatih untuk mampu menganalisis tentang cara yang bisa dilakukan untuk pengembangan personal narative (pengalaman pribadi, pendidikan, pekerjaan, dll.)</p> <p>Pustaka: <i>The Routledge Creative Writing Coursebook</i></p>	5%
5	Mahasiswa mampu menyusun draft konsep kampanye iklan (print/visual/video pendek).	<ol style="list-style-type: none"> 1.Keselarasan ide kreatif dengan tujuan komunikasi. 2.Kesesuaian format iklan dengan media yang dipilih. 3.Orisinalitas dan inovasi dalam konsep kampanye. 	<p>Kriteria: Skor 4: Menyusun konsep kampanye iklan inovatif, selaras dengan strategi komunikasi, dan sesuai media yang dipilih. Skor 3: Menyusun konsep kampanye dengan baik tetapi kurang inovatif atau kurang detail. Skor 2: Konsep masih umum, elemen kampanye tidak lengkap. Skor 1: Tidak mampu menyusun draft kampanye iklan.</p> <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio</p>	ceramah, diskusi, praktik menulis 3 X 50	Menggunakan LMS untuk kuliah Asynchronous	<p>Materi: Mahasiswa diarahkan agar mampu menganalisis perbedaan dan persamaan puisi, prosa, dan drama dalam konteks penulisan kreatif dan hakikat karya sastra</p> <p>Pustaka: <i>The Routledge Creative Writing Coursebook</i></p>	5%
6	Mahasiswa mampu mengidentifikasi struktur dan elemen company profile (visi-misi, sejarah, produk/jasa, narasi branding).	<ol style="list-style-type: none"> 1.Kelengkapan elemen company profile. 2.Kejelasan narasi yang mencerminkan identitas perusahaan. 3.Relevansi isi dengan target audiens (klien, investor, publik). 	<p>Kriteria: Skor 4: Mengidentifikasi semua elemen company profile secara lengkap, narasi jelas, dan sesuai audiens. Skor 3: Mengidentifikasi sebagian besar elemen, namun ada yang belum lengkap atau narasi kurang kuat. Skor 2: Mengidentifikasi elemen secara terbatas dan deskripsi tidak jelas. Skor 1: Tidak mampu mengidentifikasi struktur company profile</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	ceramah, diskusi, praktik menulis 3 X 50	LMS	<p>Materi: Mahasiswa dilatih agar mampu membuat cerita pendek dengan berbagai kriteria penulisan kreatif dan hakikat karya sastra</p> <p>Pustaka: <i>The Routledge Creative Writing Coursebook</i></p>	5%

7	Mahasiswa mampu menyusun draft naskah company profile berbasis studi kasus organisasi/perusahaan.	1.Penyusunan narasi yang sistematis (alur visi-misi-produk–profil tim). 2.Kekuatan storytelling dalam menggambarkan identitas perusahaan. 3.Kreativitas dalam menyesuaikan gaya bahasa dengan media publikasi (booklet, website, video).	Kriteria: Skor 4: Menyusun naskah lengkap, sistematis, dengan storytelling yang kuat dan gaya bahasa sesuai media publikasi. Skor 3: Menyusun naskah cukup baik, struktur jelas, namun storytelling kurang kuat. Skor 2: Naskah sederhana, kurang sistematis, dan narasi lemah. Skor 1: Tidak mampu menyusun draft naskah company profile. Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	ceramah, penugasan, dan diskusi 3 X 50	LMS	Materi: UTS Pustaka: <i>The Routledge Creative Writing Coursebook</i>	5%
8	UTS	UTS	Kriteria: Mahasiswa mampu menjawab soal-soal yang diujikan dalam UTS Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	UTS 3 X 50	LMS Sinau Digital	Materi: Reviu ulang materi yang sudah diberikan mulai pertemuan 1 hingga 7 Pustaka: <i>The Routledge Creative Writing Coursebook</i>	10%
9	Mahasiswa mampu menerapkan teknik copywriting dalam bentuk iklan cetak/visual (poster, flyer).	1.Kesesuaian headline dengan identitas produk. 2.Diksi menarik & persuasif. 3.Tata letak teks & visual saling mendukung.	Kriteria: Skor 4: Headline kreatif, relevan, persuasif, tata letak harmonis dengan visual. Skor 3: Headline cukup menarik, ada relevansi, tata letak standar. Skor 2: Headline biasa, pesan kurang persuasif, tata letak kurang serasi. Skor 1: Headline tidak sesuai, tata letak tidak mendukung. Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Ceramah, diskusi, dan praktik menulis	LMS Sinau Digital	Materi: Mahasiswa dilatih agar mampu membuat produk penulisan kreatif di web perusahaan Pustaka: <i>The Routledge Creative Writing Coursebook</i>	5%
10	Mahasiswa mampu menyusun copywriting untuk iklan digital (video singkat/ads sosial media).	1.Narasi ringkas & efektif. 2.Storytelling sesuai target audiens. 3.Kreativitas dalam mengintegrasikan teks & audio-visual.	Kriteria: Skor 4: Narasi ringkas, storytelling kuat, integrasi teks & audiovisual inovatif. Skor 3: Narasi cukup efektif, storytelling sederhana. Skor 2: Narasi bertele-tele, storytelling lemah. Skor 1: Narasi tidak sesuai konteks, tidak menarik. Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Ceramah, Diskusi, penugasan penulisan	LMS Sinau Digital	Materi: Mahasiswa diminta membuat flyer yang tersusun editing yang tuntas, layout yang bagus, pemanfaatan gambar, simbol, dan bahasa yang sesuai Pustaka: <i>The Routledge Creative Writing Coursebook</i>	5%
11	Mahasiswa mampu merancang draft kampanye iklan terpadu (integrasi media digital & cetak).	1.Konsistensi pesan lintas media. 2.Kejelasan strategi komunikasi. 3.Orisinalitas ide kampanye.	Kriteria: 1.Tes: penulisan biografi 2.Skor 4: Pesan konsisten lintas media, strategi jelas, ide orisinal. Skor 3: Pesan cukup konsisten, strategi umum, ide kurang baru. Skor 2: Pesan kurang jelas, strategi lemah. Skor 1: Tidak ada konsistensi pesan, strategi tidak tepat. Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	ceramah, diskusi, penugasan membuat biografi	LMS Sinau Digital	Materi: Mahasiswa dilatih agar mampu menganalisis berbagai bentuk dan keunikan hasil karya penulisan kreatif dalam bentuk biografi tokoh Pustaka: <i>The Routledge Creative Writing Coursebook</i>	5%

12	Mahasiswa mampu menyusun proposal kampanye iklan lengkap (konsep kreatif, media plan, target audiens, evaluasi).	1.Struktur proposal sistematis. 2.Relevansi dengan brand/produk nyata. 3.Ketajaman analisis target audiens.	Kriteria: 1.Skor 4: Proposal sistematis, relevan dengan brand, analisis audiens tajam. Skor 3: Proposal cukup rapi, relevansi ada tapi analisis audiens dangkal. Skor 2: Proposal kurang lengkap, analisis terbatas. Skor 1: Proposal tidak sesuai format & tujuan. 2. Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	ceramah, diskusi, dan penugasan penulisan paragraf	LMS Sinau Digital	Materi: Mahasiswa dilatih agar mampu membuat kreativitas dari kata untuk menjadi kalimat dan dilanjutkan untuk menjadi paragraf yang kreatif Pustaka: <i>The Routledge Creative Writing Coursebook</i>	5%
13	: Mahasiswa mampu menyusun draft naskah company profile berbasis riset organisasi/perusahaan nyata/simulasi	1.Kelengkapan data (visi-misi, sejarah, produk, tim). 2.Kekuatan narasi identitas perusahaan. 3.Relevansi konten dengan publik sasaran.	Kriteria: Skor 4: Data lengkap, narasi kuat, konten relevan. Skor 3: Data cukup lengkap, narasi standar. Skor 2: Data terbatas, narasi lemah. Skor 1: Draft tidak sistematis & tidak relevan. Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	ceramah, diskusi, dan penugasan penulisan skrip film	LMS Sinau Digital	Materi: Mahasiswa dilatih agar mampu menganalisis dan menghasilkan berbagai bentuk skrip film yang menunjukkan daya imajinasi dan kreativitas yang tinggi Pustaka: Materi: Mahasiswa dilatih agar mampu menganalisis berbagai bentuk film yang menunjukkan daya imajinasi dan kreativitas yang tinggi Pustaka: <i>The Routledge Creative Writing Coursebook</i>	5%
14	Mahasiswa mampu mengembangkan company profile menjadi produk akhir (booklet, website, atau video presentasi).	1.Kesesuaian format media dengan tujuan komunikasi. 2.Kreativitas dalam desain & narasi. 3.Kejelasan pesan perusahaan.	Kriteria: Skor 4: Produk kreatif, media sesuai, pesan jelas. Skor 3: Produk cukup baik, media relevan, pesan standar. Skor 2: Produk kurang rapi, pesan tidak konsisten. Skor 1: Produk tidak selesai atau tidak sesuai tujuan. Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	ceramah, diskusi, dan penugasan	LMS Sinau Digital	Materi: Mahasiswa mampu menganalisis berbagai produk kreatif dari perusahaan, lembaga pendidikan, dan partai politik Pustaka: <i>The Routledge Creative Writing Coursebook</i>	5%
15	Mahasiswa mampu mempresentasikan company profile yang telah dibuat secara meyakinkan di depan audiens.	1.Kemampuan presentasi verbal & nonverbal. 2.Ketepatan menyampaikan ide utama perusahaan. 3.Koherensi antara naskah & produk akhir.	Kriteria: Skor 4: Presentasi meyakinkan, isi sistematis, komunikatif. Skor 3: Presentasi cukup baik, isi jelas tapi penyampaian kurang menarik. Skor 2: Presentasi tidak runtut, penyampaian lemah. Skor 1: Tidak mampu mempresentasikan dengan baik. Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	ceramah, tanya jawab, penugasan	LMS Sinau Digital	Materi: Mahasiswa dilatih agar mampu menghasilkan elektronik cerpen yang sudah lolos dari tim editor Pustaka:	5%

16	UAS	Mahasiswa mampu mengerjakan UAS terkait materi yang sudah disampaikan	Kriteria: UAS Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Tes		Materi: Seluruh materi yang sudah disampaikan selama 1 semester terkait penulisan kreatif Pustaka: <i>The Routledge Creative Writing Coursebook</i>	20%
----	-----	---	--	-----	--	--	-----

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	20%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	60%
3.	Penilaian Portofolio	20%
		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 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



ANAM MIFTAKHUL HUDA
NIDN 0731038602

UPM Program Studi S1 Ilmu
Komunikasi



NIDN 0006087109

