



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK		BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan		
Desain Grafis Aplikatif	9034205456	Mata Kuliah Wajib Program Studi		T=2	P=2	ECTS=6.36	4	3 Agustus 2022	
OTORISASI	Pengembang RPS			Koordinator RMK			Koordinator Program Studi		
	Nova Kristiana, S.Sn., M.Sn.			Nova Kristiana, S.Sn., M.Sn.			ASIDIGISIANTI SURYA PATRIA		
Model Pembelajaran	Project Based Learning								
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK								
	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-4	Mengembangkan diri secara berkelanjutan dan berkolaborasi.							
	CPL-5	Mampu menguasai secara teoritis pengetahuan tentang sejarah desain, prinsip dasar desain grafis, prinsip dasar komunikasi pemasaran dengan memanfaatkan IPTEKS pada bidang desain grafis.							
	CPL-6	Mampu merancang, menerapkan hingga memproduksi karya desain grafis baik secara manual maupun digital.							
	CPL-7	Mampu mengkomunikasikan strategi dan konsep desain grafis berdasarkan pemecahan masalah (problem solving) kepada pihak lain yang membutuhkan secara jelas.							
	CPL-8	Mampu mengevaluasi kemudian mengkomunikasikan karya desain grafis kepada pihak lain yang membutuhkan secara jelas.							
	CPL-9	Mampu menyusun laporan hasil dan proses kerja secara akurat dan sah serta mengkomunikasikannya secara efektif kepada pihak lain yang membutuhkan.							
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)								
	CPMK - 1	Mahasiswa mampu memahami jenis-jenis metode perancangan pada perancangan promosi							
CPMK - 2	Mampu memilih metode perancangan media promosi								
CPMK - 3	Mampu menerjemahkan brief klien berupa data menjadi visual yang komunikatif								
CPMK - 4	Mampu menganalisis kebutuhan user persona dan klien								
CPMK - 5	mampu menentukan solusi grafis atas kebutuhan klien								
CPMK - 6	Mampu menyusun strategi kreatif dan strategi visual media promosi								
CPMK - 7	Mampu merancang karya desain grafis promosi								
CPMK - 8	mampu mempresentasikan karya desain grafis								
CPMK - 9	mampu mempresentasikan karya desain dan negosiasi kepada klien								
CPMK - 10	mampu menyusun laporan projek atau bigbook								
Matrik CPL - CPMK									
	CPMK	CPL-3	CPL-4	CPL-5	CPL-6	CPL-7	CPL-8	CPL-9	
	CPMK-1	✓							
	CPMK-2		✓						
	CPMK-3			✓					
	CPMK-4			✓					
	CPMK-5				✓				
	CPMK-6				✓				
	CPMK-7				✓				
	CPMK-8					✓			
	CPMK-9						✓		
CPMK-10							✓		
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		✓	✓	✓														
CPMK-3							✓											
CPMK-4								✓										
CPMK-5									✓									
CPMK-6										✓								
CPMK-7											✓	✓	✓	✓	✓			
CPMK-8																✓		
CPMK-9																	✓	
CPMK-10																	✓	
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah untuk menjelaskan bentuk kerjasama dengan rekanan kerja (klien) dalam pemecahan masalah periklanan atau promosi produk (barang dan jasa) sebagai kegiatan komunikasi pemasaran terpadu. Bahan kajian mengenai lingkup kegiatan periklanan, proses perancangan karya desain grafis periklanan dan aplikasinya dalam pemecahan masalah promosi produk dari rekanan kerja (klien). Perkuliahan disampaikan dengan strategi studi kasus dan berbasis proyek.																	
Pustaka	Utama :																	
	1. Moriarty, Sandra, dkk. 2011. Advertising . Jakarta: Kencana. 2. Palupi, Hastono D. 2006. Advertising that Sells . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 3. Santosa, Sigit. 2009. Creative Advertising . Jakarta: Elex Media Komputindo. 4. Simp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu . Jakarta: Erlangga																	
	Pendukung :																	
	1. Kristiana, Nova. 2022. Buku Ajar Mahasiswa Desain Grafis Aplikatif, Klaten : Lakeisha																	
Dosen Pengampu	Nova Kristiana, S.Sn., M.Sn.																	
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 (<i>offline</i>)	Daring (<i>online</i>)											
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)											
1	Mampu memahami perancangan desain grafis aplikasi.	1.Mahasiswa dapat menjelaskan lingkup perancangan desain grafis dan aplikasinya. 2.Mahasiswa dapat menjelaskan periklanan produk dan ILM. 3.Mahasiswa dapat menjelaskan proses perancangan karya desain grafis periklanan.	Kriteria: Pendeskripsi lengkap dan benar, dikumpulkan tepat waktu. Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Ceramah, diskusi, tanya jawab, penugasan 2 X 50				Materi: Desain grafis aplikasi Pustaka: Simp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu . Jakarta: Erlangga Materi: ruang lingkup Desain Grafis Pustaka: Kristiana, Nova. 2022. Buku Ajar Mahasiswa Desain Grafis Aplikatif, Klaten : Lakeisha	0%									

2	Mampu memahami paduan media dalam periklanan	1.Mahasiswa dapat menjelaskan media periklanan dan paduan medianya. 2.Mahasiswa dapat menjelaskan tujuan paduan media periklanan 3.Mahasiswa dapat mengidentifikasi strategi paduan media periklanan.	Kriteria: Pendeskripsiian lengkap dan benar, dikumpulkan tepat waktu. Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Ceramah, diskusi, tanya jawab, penugasan 2 X 50		Materi: paduan media dalam periklanan Pustaka: <i>Simp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu . Jakarta: Erlangga</i>	5%
3	Mampu memahami jenis-jenis metode perancangan media promosi	1.Mahasiswa dapat menjelaskan tahapan proses perancangan karya desain identitas perusahaan 2.Mahasiswa dapat menjelaskan konsep desain identitas perusahaan 3.Mahasiswa dapat merancang karya desain identitas perusahaan	Kriteria: 1.Aspek formalistik 2.Aspek ekspresifistik 3.Aspek instrumentalistik 4.Aspek organik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Ceramah, diskusi, tanya-jawab, tugas 2 X 50		Materi: Desain identitas perusahaan Pustaka: <i>Simp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu . Jakarta: Erlangga</i> Materi: metode perancangan Pustaka: <i>Kristiana, Nova. 2022. Buku Ajar Mahasiswa Desain Grafis Aplikatif, Klaten : Lakeisha</i>	5%

4	Mampu menentukan jenis metode perancangan media promosi	<p>1.Mahasiswa dapat menjelaskan metode perancangan media promosi</p> <p>2.Mahasiswa dapat menjelaskan Analisis SWOT</p> <p>3.Mahasiswa dapat menjelaskan Analisis 5W1H</p> <p>4.Mahasiswa dapat menjelaskan tahapan visualisasi desain</p>	<p>Kriteria:</p> <p>1.Aspek formalistik</p> <p>2.Aspek ekspresifistik</p> <p>3.Aspek instrumentalistik</p> <p>4.Aspek originalitas</p> <p>Bentuk Penilaian :</p> <p>Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	Ceramah, diskusi, tanya-jawab, tugas 2 X 50		<p>Materi: Desain identitas perusahaan</p> <p>Pustaka: Simp, Terence A. 2003. <i>Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu</i>. Jakarta: Erlangga</p> <p>Materi: metode perancangan</p> <p>Pustaka: Kristiana, Nova. 2022. <i>Buku Ajar Mahasiswa Desain Grafis Aplikatif</i>, Klaten : Lakeisha</p>	5%
5	<p>1.Mampu mengobservasi ke mitra UMKM</p> <p>2.Mampu mengumpulkan data</p>	<p>1.Mahasiswa dapat menjelaskan tahapan proses pengumpulan data</p> <p>2.Mahasiswa dapat melaksanakan tahapan observasi</p> <p>3.Mahasiswa dapat melaksanakan tahapan pengumpulan data observasi, dokumentasi, wawancara</p>	<p>Kriteria:</p> <p>1.Aspek formalistik</p> <p>2.Aspek ekspresifistik</p> <p>3.Aspek instrumentalistik</p> <p>4.Aspek originalitas.</p> <p>Bentuk Penilaian :</p> <p>Aktifitas Partisipatif</p>	Ceramah, diskusi, tanya-jawab, tugas 2 X 50		<p>Materi: Desain identitas produk</p> <p>Pustaka: Moriarty, Sandra, dkk. 2011. <i>Advertising</i>. Jakarta: Kencana.</p> <p>Materi: Desain identitas produk</p> <p>Pustaka: Kristiana, Nova. 2022. <i>Buku Ajar Mahasiswa Desain Grafis Aplikatif</i>, Klaten : Lakeisha</p>	5%
6	Mampu menganalisis kebutuhan user persona dan klien	<p>1.Mahasiswa dapat menjelaskan tahapan proses pengumpulan data</p> <p>2.Mahasiswa dapat melaksanakan tahapan observasi</p> <p>3.Mahasiswa dapat melaksanakan tahapan pengumpulan data observasi, dokumentasi, wawancara</p>	<p>Kriteria:</p> <p>1.Aspek formalistik</p> <p>2.Aspek ekspresifistik</p> <p>3.Aspek instrumentalistik</p> <p>4.Aspek originalitas.</p> <p>Bentuk Penilaian :</p> <p>Aktifitas Partisipatif</p>	Ceramah, diskusi, tanya-jawab, tugas 2 X 50		<p>Materi: Desain identitas produk</p> <p>Pustaka: Moriarty, Sandra, dkk. 2011. <i>Advertising</i>. Jakarta: Kencana.</p> <p>Materi: Desain identitas produk</p> <p>Pustaka: Kristiana, Nova. 2022. <i>Buku Ajar Mahasiswa Desain Grafis Aplikatif</i>, Klaten : Lakeisha</p>	5%

7	<p>1. Mampu menentukan solusi grafis atas kebutuhan klien merancang karya desain grafis iklan media cetak.</p> <p>2. Mampu menentukan solusi grafis atas kebutuhan klien merancang karya desain grafis iklan media cetak.</p>	<p>1. Mahasiswa dapat menjelaskan karakteristik iklan media cetak</p> <p>2. Mahasiswa dapat mengidentifikasi peranan iklan media cetak</p> <p>3. Mahasiswa dapat merancang karya desain grafis iklan media cetak</p>	<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aspek formalistik 2. Aspek ekspresifistik 3. Aspek instrumentalistik 4. Aspek originalitas. <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	<p>Ceramah, diskusi, tanya-jawab, penugasan. 2 X 50</p>		<p>Materi: Desain grafis iklan media cetak.</p> <p>Pustaka: Santosa, Sigit. 2009. <i>Creative Advertising</i>. Jakarta: Elex Media Komputindo.</p> <p>Materi: media periklanan</p> <p>Pustaka: Kristiana, Nova. 2022. <i>Buku Ajar Mahasiswa Desain Grafis Aplikatif</i>, Klaten : Lakeisha</p>	10%
8	<p>1. Mampu menyusun konsep kreatif merancang karya desain grafis</p> <p>2. Mampu menyusun konsep Media merancang karya desain grafis</p>	<p>1. Mahasiswa dapat menjelaskan karakteristik iklan media cetak</p> <p>2. Mahasiswa dapat mengidentifikasi peranan iklan media cetak</p> <p>3. Mahasiswa dapat merancang karya desain grafis iklan media cetak</p>	<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aspek formalistik 2. Aspek ekspresifistik 3. Aspek instrumentalistik 4. Aspek originalitas. <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	<p>Ceramah, diskusi, tanya-jawab, penugasan. 2 X 50</p>		<p>Materi: Desain grafis iklan media cetak.</p> <p>Pustaka: Santosa, Sigit. 2009. <i>Creative Advertising</i>. Jakarta: Elex Media Komputindo.</p> <p>Materi: media periklanan</p> <p>Pustaka: Kristiana, Nova. 2022. <i>Buku Ajar Mahasiswa Desain Grafis Aplikatif</i>, Klaten : Lakeisha</p>	10%
9	Mampu merancang karya desain grafis iklan media POP.	<p>1. Mahasiswa dapat menjelaskan pengertian dan peranan iklan media POP</p> <p>2. Mahasiswa dapat mengidentifikasi proses perancangan iklan media POP</p> <p>3. Mahasiswa dapat merancang karya desain grafis iklan media POP.</p> <p>4. Mahasiswa dapat merancang karya desain grafis iklan media Cetak</p>	<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aspek formalistik 2. Aspek ekspresifistik 3. Aspek instrumentalistik 4. Aspek originalitas. <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	<p>Ceramah, diskusi, tanya-jawab, penugasan. 2 X 50</p>		<p>Materi: Desain grafis iklan media POP</p> <p>Pustaka: Santosa, Sigit. 2009. <i>Creative Advertising</i>. Jakarta: Elex Media Komputindo.</p> <p>Materi: Desain grafis iklan media POP</p> <p>Pustaka: Kristiana, Nova. 2022. <i>Buku Ajar Mahasiswa Desain Grafis Aplikatif</i>, Klaten : Lakeisha</p>	5%

10	Mampu merancang konsep karya desain grafis iklan media poster.	<p>1.Mahasiswa dapat menjelaskan pengertian dan peranan iklan media poster</p> <p>2.Mahasiswa dapat mengidentifikasi karakteristik iklan media poster</p> <p>3.Mahasiswa dapat merumuskan konsep rancangan karya desain iklan media poster.</p>	<p>Kriteria:</p> <p>1.Aspek formalistik</p> <p>2.Aspek ekspresifistik</p> <p>3.Aspek instrumentalistik</p> <p>4.Aspek originalitas</p> <p>Bentuk Penilaian :</p> <p>Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	Ceramah, diskusi, tanya-jawab, penugasan 2 X 50		<p>Materi: Desain grafis iklan media poster</p> <p>Pustaka: Palupi, Hastono D. 2006. Advertising that Sells . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.</p> <p>Materi: media periklanan</p> <p>Pustaka: Kristiana, Nova. 2022. Buku Ajar Mahasiswa Desain Grafis Aplikatif, Klaten : Lakeisha</p>	5%
11	Mampu merancang konsep karya desain grafis iklan media poster.	<p>1.Mahasiswa dapat menjelaskan pengertian dan peranan iklan media poster</p> <p>2.Mahasiswa dapat mengidentifikasi karakteristik iklan media poster</p> <p>3.Mahasiswa dapat merumuskan konsep rancangan karya desain iklan media poster.</p>	<p>Kriteria:</p> <p>1.Aspek formalistik</p> <p>2.Aspek ekspresifistik</p> <p>3.Aspek instrumentalistik</p> <p>4.Aspek originalitas</p> <p>Bentuk Penilaian :</p> <p>Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	Ceramah, diskusi, tanya-jawab, penugasan 2 X 50		<p>Materi: Desain grafis iklan media poster</p> <p>Pustaka: Palupi, Hastono D. 2006. Advertising that Sells . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.</p> <p>Materi: media periklanan</p> <p>Pustaka: Kristiana, Nova. 2022. Buku Ajar Mahasiswa Desain Grafis Aplikatif, Klaten : Lakeisha</p>	5%
12	Mampu merancang konsep karya desain grafis iklan media selebaran.	<p>1.Mahasiswa dapat menjelaskan pengertian dan ragam iklan media selebaran</p> <p>2.Mahasiswa dapat mengidentifikasi karakteristik iklan media selebaran</p> <p>3.Mahasiswa dapat mengidentifikasi peranan iklan media selebaran</p> <p>4.Mahasiswa dapat merancang konsep karya desain grafis iklan media selebaran.</p>	<p>Kriteria:</p> <p>1.Aspek formalistik</p> <p>2.Aspek ekspresifistik</p> <p>3.Aspek instrumentalistik</p> <p>4.Aspek originalitas</p> <p>Bentuk Penilaian :</p> <p>Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	Ceramah, diskusi, tanya-jawab, penugasan. 2 X 50		<p>Materi: Desain grafis iklan media selebaran</p> <p>Pustaka: Santosa, Sigit. 2009. Creative Advertising . Jakarta: Elex Media Komputindo.</p> <p>Materi: media periklanan</p> <p>Pustaka: Kristiana, Nova. 2022. Buku Ajar Mahasiswa Desain Grafis Aplikatif, Klaten : Lakeisha</p>	5%

13	Mampu merancang konsep karya desain grafis iklan media selebaran.	<p>1.Mahasiswa dapat menjelaskan pengertian dan ragam iklan media selebaran</p> <p>2.Mahasiswa dapat mengidentifikasi karakteristik iklan media selebaran</p> <p>3.Mahasiswa dapat mengidentifikasi peranan iklan media selebaran</p> <p>4.Mahasiswa dapat merancang konsep karya desain grafis iklan media selebaran.</p>	<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Aspek formalistik 2.Aspek ekspresifistik 3.Aspek instrumentalistik 4.Aspek originalitas <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	<p>Ceramah, diskusi, tanya-jawab, penugasan. 2 X 50</p>		<p>Materi: Desain grafis iklan media selebaran</p> <p>Pustaka: Santosa, Sigit. 2009. <i>Creative Advertising</i>. Jakarta: Elex Media Komputindo.</p> <p>Materi: media periklanan</p> <p>Pustaka: Kristiana, Nova. 2022. <i>Buku Ajar Mahasiswa Desain Grafis Aplikatif</i>, Klaten : Lakeisha</p>	5%
14	Mampu merancang materi presentasi pprojek ke tim	<p>1.Mahasiswa dapat menyusun presentasi</p> <p>2.Mahasiswa dapat mengidentifikasi konsep dan visualisasi kepada tim</p>	<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Aspek formalistik 2.Aspek ekspresifistik 3.Aspek instrumentalistik 4.Aspek originalitas. <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	<p>Praktek Studio Project Based Learning, Diskusi dalam kelompok</p> <p>Fase1: Penentuan Pertanyaan Mendasar Dosen bertanya: Menyusun konsep perancangan Mahasiswa merespon pernyataan dosen. Dosen bertanya: Merancang desain iklan media billboard Mahasiswa membuat desain iklan media billboard</p> <p>Fase2: Menyusun Perencanaan Proyek Menyusun Jadwal Dosen membuat kesepakatan batas akhir pengumpulan proyek. Mahasiswa menyusun timeline untuk menyelesaikan proyek</p> <p>Fase3: Menyusun Jadwal Dosen membuat kesepakatan batas akhir pengumpulan proyek. Mahasiswa menyusun timeline untuk menyelesaikan proyek 5 X 50</p>		<p>Materi: Desain grafis iklan media billboard.</p> <p>Pustaka: Palupi, Hastono D. 2006. <i>Advertising that Sells</i>. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.</p> <p>Materi: media periklanan</p> <p>Pustaka: Kristiana, Nova. 2022. <i>Buku Ajar Mahasiswa Desain Grafis Aplikatif</i>, Klaten : Lakeisha</p>	10%

15	Mampu merancang konsep karya desain grafis iklan media billboard.	<p>1.Mahasiswa dapat berkomunikasi verbal dan visual</p> <p>2.Mahasiswa dapat mempresentasikan hasil riset kepada mitra/klien</p> <p>3.Mahasiswa dapat mempresentasikan konsep kepada klien/mitra</p> <p>4.Mahasiswa dapat mempertahankan konsep dan menjelaskan visualisasinya secara utuh kepada klien/klien</p> <p>5.Mahasiswa dapat menerima umpan balik atau saran dari mitra/klien</p>	<p>Kriteria:</p> <p>1.Aspek formalistik</p> <p>2.Aspek ekspresifistik</p> <p>3.Aspek instrumentalistik</p> <p>4.Aspek originalitas.</p> <p>Bentuk Penilaian :</p> <p>Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Praktik / Unjuk Kerja</p>	<p>Praktek Studio Project Based Learning, Diskusi dalam kelompok</p> <p>Fase4: Monitoring Dosen memonitor proses mahasiswa mengumpulkan hasil proyek. Mahasiswa mengumpulkan hasil karya sesuai batas waktu yang telah disepakat 5 X 50</p>		<p>Materi: Desain grafis iklan media billboard.</p> <p>Pustaka: Palupi, Hastono D. 2006. Advertising that Sells . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.</p> <p>Materi: media periklanan</p> <p>Pustaka: Kristiana, Nova. 2022. Buku Ajar Mahasiswa Desain Grafis Aplikatif, Klaten : Lakeisha</p>	10%
16	Mampu menyusun laporan dalam bentuk bigbook Project book	<p>1.Mahasiswa dapat menyusun tahapan laporan</p> <p>2.Mahasiswa dapat mengidentifikasi tahapan laporan</p> <p>3.Mahasiswa dapat merancang laporan projek yang komunikatif</p>	<p>Kriteria:</p> <p>1.Aspek formalistik</p> <p>2.Aspek ekspresifistik</p> <p>3.Aspek instrumentalistik</p> <p>4.Aspek originalitas.</p> <p>Bentuk Penilaian :</p> <p>Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Praktik / Unjuk Kerja</p>	<p>Praktek Studio Project Based Learning, Diskusi dalam kelompok</p> <p>Fase5: Menguji Hasil Mahasiswa menjelaskan dan mempresentasikan hasil dosen ketepatan desain iklan media bilboard</p> <p>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. 5 X 50</p>		<p>Materi: Desain grafis iklan media billboard.</p> <p>Pustaka: Palupi, Hastono D. 2006. Advertising that Sells . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.</p> <p>Materi: media periklanan</p> <p>Pustaka: Kristiana, Nova. 2022. Buku Ajar Mahasiswa Desain Grafis Aplikatif, Klaten : Lakeisha</p>	10%

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	25%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	65%
3.	Praktik / Unjuk Kerja	10%
		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 proposisional 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

UPM Program Studi D4 Desain
Grafis



ASIDIGISIANTI SURYA PATRIA
NIDN 0019077703



NIDN

File PDF ini digenerate pada tanggal 6 Desember 2025 Jam 15:42 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa

