

	Universitas Negeri Surabaya Fakultas Ekonomika dan Bisnis Program Studi S1 Bisnis Digital					Kode Dokumen																																																																																																																																
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER																																																																																																																																						
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)			SEMESTER	Tgl Penyusunan																																																																																																																															
DIGITAL CONTENT CREATIVE	6120903078	Mata Kuliah Pilihan Program Studi	T=3	P=0	ECTS=4.77	7	2 September 2025																																																																																																																															
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK			Koordinator Program Studi																																																																																																																																
	Muhammad Fachmi		Ika Diyah Candra Arifah			HUJJATULLAH FAZLURRAHMAN																																																																																																																																
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-5	Mampu menguasai teori bidang bisnis digital secara menyeluruh																																																																																																																																				
	CPL-11	Mampu mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi dalam pengelolaan bisnis dengan tepat																																																																																																																																				
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																																																																																																																					
	CPMK - 1	Mahasiswa mampu menerapkan konsep dasar, prinsip desain visual, copywriting, dan storytelling digital dalam perancangan konten kreatif sesuai karakter audiens dan platform digital.																																																																																																																																				
	CPMK - 2	Mahasiswa mampu menganalisis tren pasar digital, perilaku audiens, serta karakteristik platform media sosial sebagai dasar perumusan strategi konten digital.																																																																																																																																				
	CPMK - 3	Mahasiswa mampu menggunakan tools digital dan teknologi berbasis AI untuk mendukung proses ideasi, produksi, dan optimasi konten digital secara efektif dan etis																																																																																																																																				
	CPMK - 4	Mahasiswa mampu mengevaluasi kualitas, etika, dan performa konten digital berdasarkan standar industri, regulasi, serta data analytics media sosial.																																																																																																																																				
	CPMK - 5	Mahasiswa mampu merancang, memproduksi, dan mempresentasikan project konten media sosial terintegrasi yang bernilai kreatif, aplikatif, dan berorientasi pada tujuan bisnis digital.																																																																																																																																				
	Matrik CPL - CPMK																																																																																																																																					
		<table><tr><td>CPMK</td><td>CPL-2</td><td>CPL-3</td><td>CPL-5</td><td>CPL-11</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><tr><td>CPMK-5</td><td></td><td>✓</td><td></td><td></td></tr></table>					CPMK	CPL-2	CPL-3	CPL-5	CPL-11	CPMK-1		✓			CPMK-2			✓		CPMK-3		✓		✓	CPMK-4	✓				CPMK-5		✓																																																																																																				
	CPMK	CPL-2	CPL-3	CPL-5	CPL-11																																																																																																																																	
	CPMK-1		✓																																																																																																																																			
CPMK-2			✓																																																																																																																																			
CPMK-3		✓		✓																																																																																																																																		
CPMK-4	✓																																																																																																																																					
CPMK-5		✓																																																																																																																																				
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><tr><td>CPMK-5</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-5															✓	✓
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															✓	✓																																																																																																																						
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah Digital Content Creative membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam menciptakan serta memasarkan konten digital kreatif, baik untuk personal branding maupun kebutuhan bisnis. Mahasiswa akan mengembangkan portofolio, mengaplikasikan tools digital & AI. Melalui pendekatan project-based, mahasiswa diharapkan mampu menghasilkan karya digital yang relevan dengan kebutuhan industri dan memiliki nilai jual di pasar global.																																																																																																																																					
Pustaka	Utama :																																																																																																																																					

		1. Pulizzi, J., & Barrett, B. (2023). Epic Content Marketing (2nd ed.). McGraw-Hill 2. Handley, A. (2022). Everybody Writes (2nd ed.). Wiley. 3. Bly, R. W. (2020). The Copywriter's Handbook (4th ed.). St. Martin's Griffin 4. Gothelf, J., & Seiden, J. (2021). Lean UX (3rd ed.). O'Reilly Media. 5. Hughes, S. (2022). The Digital Video Editing Handbook. Routledge. 6. Meinzer, K. (2022). So You Want to Start a Podcast. William Morrow. 7. elsey, T. (2023). Generative AI for Business. Apress. 8. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for humanity. John Wiley & Sons. 9. Lessig, L. (2021). Free Culture: The Nature and Future of Creativity. Penguin 10. Moon, J. (2019). Learning Journals: A Handbook for Reflective Practice and Professional 11. Kharisma, F. , Amalia, R. , Candra Arifah, I.D. , Thahirrah, N.N. (2024). Live Streaming on Marketplace: User Experience, Credibility, Parasocial Interaction Toward Purchase Intention. 2th International Conference on Cyber and IT Service Management Citsm 2024 Open source preview.					
Pendukung :							
		1. Meinzer, K. (2022). So You Want to Start a Podcast. William Morrow.					
Dosen Pengampu		Dr. Ratih Amelia, S.E., M.M. Dr Muhammad Fachmi, S.E., M.M. Nadia Nur Thahirrah, S.E., M.SM.					
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 dapat mengidentifikasi, menganalisis, dan menerapkan elemen desain visual serta strategi konten untuk menghasilkan materi pemasaran digital yang menarik dan berdampak.	1.Ketepatan dalam menjelaskan konsep dasar konten digital kreatif 2.Kemampuan mengidentifikasi tren industri global dan lokal 3.Kemampuan memberikan contoh peluang bisnis konten digital	Kriteria: Partisipasi, diskusi aktif, kritis Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Ceramah interaktif, studi kasus, diskusi kelompok, dan praktik langsung menggunakan tools desain. 150	Ceramah interaktif, studi kasus, diskusi kelompok, dan praktik langsung menggunakan tools desain. 150	Materi: Defining Your Content Niche and Strategy Pustaka: Pulizzi, J., & Barrett, B. (2023). Epic Content Marketing (2nd ed.). McGraw-Hill	4%
2	Mahasiswa dapat mengidentifikasi, menganalisis, dan menerapkan elemen desain visual serta strategi konten untuk menghasilkan materi pemasaran digital yang menarik dan berdampak.	1.Kemampuan menerapkan prinsip desain visual (seperti kontras, alignment, repetition, proximity) dalam materi 2.Kemampuan merancang strategi konten yang sesuai dengan audiens dan platform digital 3.Kualitas hasil akhir materi pemasaran dalam hal efektivitas komunikasi dan estetika	Kriteria: Kuis, analisis,relevansi Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Praktik / Unjuk Kerja	Ceramah interaktif, studi kasus, diskusi kelompok, dan praktik langsung menggunakan tools desain. 150	Pembuatan konten pemasaran digital berdasarkan studi kasus yang diberikan 150	Materi: Managing the Content Process, CHAPTER 14. Content Types Pustaka: Pulizzi, J., & Barrett, B. (2023). Epic Content Marketing (2nd ed.). McGraw-Hill	4%
3	1.Mahasiswa dapat mengidentifikasi tren pasar terkini 2.Mahasiswa dapat menganalisis data perilaku konsumen digital 3.Mahasiswa dapat merumuskan strategi konten yang sesuai dengan kebutuhan pasar	1.Kemampuan mengidentifikasi audience 2.Kemampuan menganalisis data perilaku audience 3.Kemampuan merumuskan strategi konten berdasarkan identifikasi dan data perilaku audience 4.Kemampuan merancang copywriting yang efektif untuk berbagai konten	Kriteria: Brief tertulis, kreativitas, sistematis Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Praktikum	Ceramah interaktif, studi kasus, diskusi kelompok, dan praktik langsung menggunakan tools desain.	Ceramah interaktif, studi kasus, diskusi kelompok, dan praktik langsung menggunakan tools desain.	Materi: Chapter 15. Writing For Social Media, Chapter 16. Writing For Video, 1Chapter 17. Writing For Content Marketing Pustaka: Bly, R. W. (2020). The Copywriter's Handbook (4th ed.). St. Martin's Griffin	4%

4	Mahasiswa dapat membuat konten visual/grafis menggunakan tools digital	1.Mampu membuat konten visual/grafis 2.Mampu menggunakan tools digital 3.Mampu merancang strategi konten yang relevan dan terukur	Kriteria: Produk grafis, orisinal, teknis Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio, Praktik / Unjuk Kerja	Kuliah interaktif, studi kasus, diskusi kelompok, dan presentasi. 150 menit	Kuliah interaktif, studi kasus, diskusi kelompok, dan presentasi. 150 menit	Materi: Membuat konten visual/grafis menggunakan tools digital Pustaka: <i>Hughes, S. (2022). The Digital Video Editing Handbook. Routledge.</i>	6%
5	Mahasiswa mampu membuat konten video pendek dengan tools editing	1.Relevansi ide video dengan tujuan komunikasi 2.Keterampilan teknis (alur cerita, transisi, kualitas audio-visual) 3.Kreativitas storytelling dalam video	Kriteria: Produk video, storytelling, teknis Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Portofolio	Praktikum, Workshop 3 x 50	Praktikum, Workshop 3 x 50	Materi: Membuat konten video pendek dengan tools editing Pustaka: <i>Moon, J. (2019). Learning Journals: A Handbook for Reflective Practice and Professional</i>	7%
6	Mahasiswa mampu membuat audio/podcast kreatif menggunakan audacity/anchor	1.Pembukaan (Opening Narasi) – 25 poin 2.Isi / Pengembangan Narasi – 30 poin 3.Teknik Audio & Editing – 25 poin 4.Penutup (Closing Narasi) – 20 poin	Kriteria: 1 .Penutup (Closing Narasi) – 20 poin 2.Isi / Pengembangan Narasi – 30 poin 3.Teknik Audio & Editing – 25 poin 4.Penutup (Closing Narasi) – 20 poin Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	Praktikum, workshop 150	Praktikum, workshop 150	Materi: Membuat audio/podcast kreatif menggunakan Audacity/Anchor Pustaka: <i>Kharisma, F. , Amalia, R. , Candra Arifah, I.D. , Thahirrah, N.N. (2024). Live Streaming on Marketplace: User Experience, Credibility, Parasocial Interaction Toward Purchase Intention. 2th International Conference on Cyber and IT Service Management Citsm 2024 Open source preview.</i>	7%
7	Mahasiswa dapat merancang, mengembangkan, dan mengevaluasi kampanye konten digital yang efektif dan sesuai dengan tujuan bisnis.	1.Kemampuan merancang strategi kampanye yang inovatif 2.Keterampilan mengintegrasikan berbagai platform digital 3.Kemampuan menyesuaikan konten dengan tujuan bisnis 4.Kreativitas dalam penyajian visual dan naratif	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Praktik / Unjuk Kerja	Project-based learning, studi kasus, diskusi kelompok, dan presentasi.		Materi: Prinsip kampanye konten digital, Analisis audiens dan platform, Integrasi konten multi-platform, Evaluasi efektivitas kampanye Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	6%

8	Setelah mengikuti pertemuan ini, mahasiswa diharapkan mampu: 1) Menganalisis karakteristik dan kebutuhan konten dari berbagai platform digital; 2) Merancang konsep konten multimedia yang kreatif dan sesuai dengan platform target; 3) Membuat konten multimedia (minimal satu jenis, seperti video pendek atau infografis interaktif) yang dapat diadaptasi untuk setidaknya dua platform berbeda; 4) Mengevaluasi keefektifan adaptasi konten tersebut.	1. Kemampuan menganalisis perbedaan kebutuhan konten antar platform digital 2. Kreativitas dan orisinalitas dalam konsep konten multimedia 3. Kesesuaian teknis dan desain konten dengan karakteristik platform target 4. Kemampuan mengadaptasi satu konten inti untuk beberapa platform dengan modifikasi yang tepat 5. Kualitas hasil akhir konten multimedia (visual, audio, pesan)	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Praktik / Unjuk Kerja	Ujian Tengah Semester.		Materi: Prinsip konten multimedia kreatif (visual storytelling, branding konsisten), Analisis platform: Karakteristik, format, dan best practices konten untuk Instagram, TikTok, YouTube, website, LinkedIn, Teknik adaptasi konten: Repurposing & resizing untuk multi-platform, Tools pembuatan & editing konten multimedia (Canva, CapCut, Adobe Express, dll.), Optimisasi konten untuk engagement dan tujuan bisnis di setiap platform Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	10%
9	Mahasiswa mampu menggunakan AI untuk ideasi dan storytelling konten digital.	1. Digital storytelling 2. Prompt engineering untuk konten 3. AI tools: ChatGPT, Grammarly, Jasper	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Praktikum	Ceramah interaktif, studi kasus, diskusi 150 menit	Ceramah interaktif, studi kasus, diskusi 150 menit	Materi: Prinsip perancangan kampanye konten digital, Teknik integrasi konten multi-platform, Analisis tujuan bisnis dan alignment konten, Evaluasi efektivitas kampanye digital Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	5%
10	Mahasiswa mampu menganalisis performa konten media sosial.	1. Social media metrics 2. Dasar evaluasi performa konten	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Praktikum	Ceramah interaktif, studi kasus, diskusi 150 menit	Ceramah interaktif, studi kasus, diskusi 150 menit	Materi: Prinsip perancangan kampanye konten digital, Teknik integrasi konten multi-platform, Analisis tujuan bisnis dan alignment konten, Evaluasi efektivitas kampanye digital Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	5%

11	Mahasiswa mampu mengevaluasi kualitas konten digital.	1. Standar kualitas konten digital 2. Best practices konten industri	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Praktik / Unjuk Kerja	Ceramah interaktif, studi kasus, diskusi 150 menit	Ceramah interaktif, studi kasus, diskusi 150 menit	Materi: Prinsip perancangan kampanye konten digital, Teknik integrasi konten multi-platform, Analisis tujuan bisnis dan alignment konten, Evaluasi efektivitas kampanye digital Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	5%
12	Mahasiswa mampu memahami etika dan regulasi konten digital.	1. Etika konten digital 2. Hak cipta & lisensi konten 3. Regulasi media digital & AI	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Tes	Ceramah interaktif, studi kasus, diskusi 150 menit	Ceramah interaktif, studi kasus, diskusi 150 menit	Materi: Prinsip perancangan kampanye konten digital, Teknik integrasi konten multi-platform, Analisis tujuan bisnis dan alignment konten, Evaluasi efektivitas kampanye digital Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	5%
13	Mahasiswa mampu menyusun proposal kampanye konten digital.	1. Perancangan kampanye konten digital 2. Content calendar & content funnel	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Ceramah interaktif, studi kasus, diskusi 150 menit	Ceramah interaktif, studi kasus, diskusi 150 menit	Materi: Prinsip perancangan kampanye konten digital, Teknik integrasi konten multi-platform, Analisis tujuan bisnis dan alignment konten, Evaluasi efektivitas kampanye digital Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	5%
14	Mahasiswa mampu memproduksi konten multimedia sesuai proposal.	1. Editing dasar (Canva, CapCut, dsb.) 2. Branding & konsistensi visual	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Penilaian Praktikum, Praktik / Unjuk Kerja	Ceramah interaktif, studi kasus, diskusi 150 menit	Ceramah interaktif, studi kasus, diskusi 150 menit	Materi: Prinsip perancangan kampanye konten digital, Teknik integrasi konten multi-platform, Analisis tujuan bisnis dan alignment konten, Evaluasi efektivitas kampanye digital Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	5%

15	Mahasiswa mampu melakukan evaluasi dan optimasi konten.	1.Content optimization 2.Evaluasi kesiapan publikasi	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Praktik / Unjuk Kerja	Ceramah interaktif, studi kasus, diskusi 150 menit	Ceramah interaktif, studi kasus, diskusi 150 menit	Materi: Prinsip perancangan kampanye konten digital, Teknik integrasi konten multi-platform, Analisis tujuan bisnis dan alignment konten, Evaluasi efektivitas kampanye digital Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	7%
16	Mahasiswa mampu membuat dan mempresentasikan konten media sosial.	1.Publikasi konten media sosial 2.Presentasi hasil project	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	Presentasi & Evaluasi Project 150 menit	Presentasi & Evaluasi Project 150 menit	Materi: Prinsip perancangan kampanye konten digital, Teknik integrasi konten multi-platform, Analisis tujuan bisnis dan alignment konten, Evaluasi efektivitas kampanye digital Pustaka: <i>Handbook Perkuliahan</i>	15%

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	29.5%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	11.5%
3.	Penilaian Portofolio	20%
4.	Penilaian Praktikum	9.5%
5.	Praktik / Unjuk Kerja	27%
6.	Tes	2.5%
		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 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.

