

		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																																																																																																																															
Branding			7020103095				T=3 P=0 ECTS=4.77			7		1 Juli 2025																																																																																																																															
OTORISASI			Pengembang RPS			Koordinator RMK			Koordinator Program Studi																																																																																																																																		
			Fitri Norhabiba, S.I.Kom, M.I.Kom Jauhar Wahyuni, M.I.Kom, Dr.Herma Retno Prabayanti, M.Med.Kom			Dr.Vinda Maya Setianingrum, S.Sos.,M.A.			ANAM MIFTAKHUL HUDA																																																																																																																																		
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 mengembangkan dan mengelola program media informasi, perusahaan dan agensi media, pengembangan media pemasaran, yang berperspektif inklusi CPL-8 Mampu mengelola bisnis di bidang komunikasi dan media Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK) CPMK - 1 Mahasiswa mampu memahami teori dan konsep tentang Branding CPMK - 2 Mahasiswa mampu memahami Strategi Segmentasi, Targeting, Diferensiasi, dan Positioning CPMK - 3 Mahasiswa mampu memahami konsep brand equity CPMK - 4 Mahasiswa mampu memahami cyber branding Matrik CPL - CPMK <table border="1"> <thead> <tr> <th>CPMK</th> <th>CPL-2</th> <th>CPL-3</th> <th>CPL-5</th> <th>CPL-8</th> </tr> </thead> <tbody> <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> </tbody> </table> Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK) <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">CPMK</th> <th colspan="16">Minggu Ke</th> </tr> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> <th>6</th> <th>7</th> <th>8</th> <th>9</th> <th>10</th> <th>11</th> <th>12</th> <th>13</th> <th>14</th> <th>15</th> <th>16</th> </tr> </thead> <tbody> <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> </tbody> </table>												CPMK	CPL-2	CPL-3	CPL-5	CPL-8	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														✓	✓	✓
CPMK	CPL-2	CPL-3	CPL-5	CPL-8																																																																																																																																							
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	Pada mata kuliah ini mahasiswa belajar tentang bagaimana peran komunikasi dalam membangun citra (branding). Baik Branding institusi maupun branding yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran yakni identitas merek (brand identity). Mahasiswa diharapkan dapat mengembangkan strategi antar media terpadu dan pesan dan konsep kreatif untuk mencapai khalayak target, dan mengantarkan janji merek (promise brand) melalui program komunikasi. Mahasiswa memiliki kemampuan untuk menyusun struktur rencana program branding berdasarkan pada penerapan konsep, prinsip dan praktik dalam organisasi dan mampu untuk mengukur secara kritis mengevaluasi dampak dan hasil komunikasi dari sebuah program atau aktivitas branding.				
Pustaka	Utama :	1. Diehl, Gregory V. 2017. Brand Identity Breakthrough: How to Craft Your Companys Unique Story to Make Your Products Irresistible. by Identity Publications. 2. Neumeier, Marty. 2005. The Brand Gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design. Publisher by Neutron LLC. San Francisco. 3. Weeler, Alina. 2013. Designing Brand Identity (four edition). Published by John Wiley & Sons, Inc. New Jersey. 4. Aaker, David. 1997. Building Strong Brand. The Free Press: New York. 5. Aaker, David. 1999. Management Brand. The Free Press: New York. 6. A.B. Susanto dkk. 2004. Value Marketing, Paradigma Baru Pemasaran, Penerbit Quantum Bisnis & Manajemen (PT. Mizan Publikasi): Jakarta Selatan. 7. A.B. Susanto & Himawan Wijanarko. 2004. Power Branding: Membangun Merek Unggul dari Organisasi Pendukungnya. Mizan Media Utama: Bandung. 8. Darmadi Durianto: Sugiarto. Tony Simanjuntak. 2001. Strategi Menaklukan Pasar. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta. 9. Fandy Tjiptono. 2005. Strategi Manajemen Brand. Andy: Yogyakarta. 10. Keller, Kevin Lane. 2005. Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Pearson Prentice Hall. 11. Simmons, Jhon & Clifton, Rita. 2003. Brands and Branding. Profile Books Ltd. London 12. Kapferer, Jean-Noël. The New Strategic Brand Management, 5th edition, KoganPage, London			
	Pendukung :	1. 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. 2. Huda, Anam Miftakhul; Sukardani, Puspita Sari; Tandyonomanu, Danang; & Dharmawan, Awang. 2023. Improvement of Tourism Branding in Jember Regency. Materi Perkuliahan Mata Kuliah Komunikasi Pemasaran: Branding Pariwisata. Penelitian 3. Mutiah, Dewi, P. A. R., Aji, G. G., & Setianingrum, V. M. (2022). Pelatihan pembuatan video profil sebagai sarana promosi produk di Mal UMKM Kecamatan Taman Sidoarjo. Branding dan Komunikasi Pemasaran, Universitas Negeri Surabaya. Pengabdian 4. Sukardani, P. S., Aji, G. G., & Setianingrum, V. M. (2022). Pengembangan pemasaran digital dan perluasan akses pasar batik ciprat pada Yayasan Disabilitas Rumah Kinasih di Kecamatan Kesamben, Kabupaten Blitar. Branding dan Komunikasi Pemasaran, Universitas Negeri Surabaya. 5. Tandyonomanu, D., Huda, A. M., Sukardani, P. S., Aji, G. G., Hardiyanti, M. F., Sartika, S., & Laili, N. (2022). Branding dan komunikasi pemasaran: Pengembangan video dokumenter role model perkembangan perekonomian Desa Sidomulyo, Kecamatan Silo, Kabupaten Jember (Laporan penelitian). 6. Setyaningrum, V. M., Aji, G. G., Herawati, A., Sutrisno, S., & Susanti, A. (2022). Videografi dan branding: Training in making promotional videos as MSME product marketing media (Laporan penelitian). 7. Setyaningrum, V. M., Oktavictory, A., Nafiah, N., & Oktavianti, I. (2022). Branding dan komunikasi pemasaran: Video profile cinematic as media branding and promotion of Batik Ciprat Rumah Kinasih (Laporan penelitian). 8. Prabayanti, H. R., Syahputra, M., Wahab, S. Z., & Anggita, L. D. (2022). Branding dan komunikasi pemasaran: Pelatihan social media marketing pada pelaku UKM di Desa Semanding (Laporan Pengabdian). 9. Aji, G. G., Setianingrum, V. M., & Dewi, P. A. R., Safira, V. K., Sutrisno, S., & Suhada, R. R. A. (2023). Komunikasi pemasaran dan branding: Training in making promotional videos as MSME product marketing media (Laporan Pengabdian). 10. Setyowati, R. R. N. (2021). Branding dan komunikasi pemasaran: Pendampingan penyusunan blue print alur destinasi Wisata Pantai Pangi, Kabupaten Blitar (Laporan Pengabdian). 11. Tsurroya, T., Latief, D. N. O., Alfari, H. B., & Auliya, F. A. M. (2022). Komunikasi pendidikan dan metodologi penelitian sosial: Workshop penulisan artikel publikasi ilmiah bagi guru SMP Kabupaten Nganjuk untuk peningkatan kualitas publikasi guru (Laporan Pengabdian). 12. Tandyonomanu, D., Sukardani, P. S., Dharmawan, A., & Huda, A. M., Hartono, A. M., Febriananda, M. S., & Farabiyah, S. A. (2022). Branding dan komunikasi pemasaran: Branding wisata sebagai upaya peningkatan kunjungan wisata Desa Sidomulyo, Kecamatan Selo, Kabupaten Jember (Laporan Pengabdian). 13. Mutiah, M., Dewi, P. A. R., Aji, G. G., & Setianingrum, V. M., Purnamasari, I., Widiatanti, W., & Wulandari, B. I. (2022). Branding dan komunikasi pemasaran: Pelatihan pembuatan video profil sebagai sarana promosi produk di Mal UMKM Kecamatan Taman Sidoarjo (Laporan Pengabdian). 14. Sukardani, P. S., Aji, G. G., & Setianingrum, V. M., Widiatanti, W., Hidayah, A. R., & Putra, M. W. F. (2022). Branding dan komunikasi pemasaran: Pengembangan pemasaran digital dan perluasan akses pasar Batik Ciprat pada Yayasan Disabilitas Rumah Kinasih di Kecamatan Kesamben, Kabupaten Blitar (Laporan Pengabdian). 15. Dharmawan, A., Dewi, P. A. R., & Aji, G. G. (2021). Branding dan komunikasi pemasaran: Pembuatan brand identity dan pelatihan promosi digital Sentra Wisata Kuliner Semolowaru sebagai bagian dari program aktivasi kawasan Surabaya Timur (Laporan Pengabdian). 16. Aji, G. G., Huda, A. M., Setianingrum, V. M., Indrajayani, G. G., Andriyanto, A., & Napitupulu, P. A. (2024). Pengembangan Inovasi Teknologi Berbentuk Website Direktori sebagai Upaya Branding Desa Wisata di Jawa Timur. Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan dan IPTEK, 20(1), 13-30. (Publikasi)			
	Dosen Pengampu	Oni Dwi Arianto, S.S., M.I.Kom. Gilang Gusti Aji, S.I.P., M.Si.			
	Kemampuan akhir tiap tahapan	Penilaian	Bantuan Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Bobot

Mg Ke-	belajar (Sub-CPMK)	Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Memahami gambaran mata kuliah	Menjelaskan RPS dan gambaran mata kuliah	Kriteria: nilai 10 Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	ceramah 3 X 50		Materi: Kontrak Pembelajaran Pustaka: <i>Keller, Kevin Lane. 2005. Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Manging Brand Equity. Pearson Prentice Hall.</i> Materi: Mahasiswa memahami salah satu contoh branding (dalam hal ini pariwisata) Pustaka: <i>Huda, Anam Miftakhul; Sukardani, Puspita Sari; Tandyonomanu, Danang; & Dharmawan, Awang. 2023. Improvement of Tourism Branding in Jember Regency. Materi Perkuliahan Mata Kuliah Komunikasi Pemasaran: Branding Pariwisata. Penelitian</i> Materi: contoh implementasi branding Pustaka: <i>Tandyonomanu, D., Huda, A. M., Sukardani, P. S., Aji, G. G., Hardiyanti, M. F., Sartika, S., & Laili, N. (2022). Branding dan komunikasi pemasaran: Pengembangan video dokumenter role model perkembangan perekonomian Desa Sidomulyo, Kecamatan Silo, Kabupaten Jember (Laporan penelitian).</i>	5%

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. Materi: contoh implementasi branding Pustaka: Setyaningrum, V. M., Aji, G. G., Herawati, A., Sutrisno, S., & Susanti, A. (2022). <i>Videografi dan branding: Training in making promotional videos as MSME product marketing media (Laporan penelitian).</i>	5%
---	--	---	---	------------------------------	--	--	----

3	Memahami Strategi Segmentasi, Targeting, Diferensiasi, dan Positioning	Menjelaskan Strategi Segmentasi, Targeting, Diferensiasi, dan Positioning	Kriteria: nilai maks 10 Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	ceramah diskusi 3 X 50		Materi: Memahami Strategi Segmentasi, Targeting, Diferensiasi, dan Positioning 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> Materi: Materi Implementasi Branding Pustaka: <i>Sukardani, P. S., Aji, G. G., & Setianingrum, V. M. (2022). Pengembangan pemasaran digital dan perluasan akses pasar batik ciprat pada Yayasan Disabilitas Rumah Kinasih di Kecamatan Kesamben, Kabupaten Blitar. Branding dan Komunikasi Pemasaran, Universitas Negeri Surabaya.</i> Materi: contoh implementasi branding Pustaka: <i>Setyaningrum, V. M., Oktavictory, A., Naflah, N., & Oktavianti, I. (2022). Branding dan komunikasi pemasaran: Video profile cinematic as media branding and promotion of Batik Ciprat Rumah Kinasih (Laporan penelitian).</i>	5%
---	--	---	---	------------------------------	--	---	----

4	Memahami Strategi Segmentasi, Targeting, Diferensiasi, dan Positioning	Menjelaskan Strategi Segmentasi, Targeting, Diferensiasi, dan Positioning	Kriteria: nilai maks 10 Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	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. Materi: contoh implementasi branding Pustaka: Prabayanti, H. R., Syahputra, M., Wahab, S. Z., & Anggita, L. D. (2022). <i>Branding dan komunikasi pemasaran: Pelatihan social media marketing pada pelaku UKM di Desa Semanding (Laporan Pengabdian)</i> .	5%
---	--	---	---	------------------------------	--	---	----

5	Memahami konsep brand equity	Menjelaskan konsep brand equity	Kriteria: nilai maks 20 Bentuk Penilaian : 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> Materi: contoh implementasi branding Pustaka: <i>Aji, G. G., Setianingrum, V. M., & Dewi, P. A. R., Safira, V. K., Sutrisno, S., & Suhada, R. R. A. (2023). Komunikasi pemasaran dan branding: Training in making promotional videos as MSME product marketing media (Laporan Pengabdian).</i>	5%
---	------------------------------	---------------------------------	---	---------------------------	--	---	----

6	Memahami konsep membangun brand	Menjelaskan konsep strategi membangun brand	Kriteria: nilai maks 20 Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	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> Materi: Implementasi branding di satu kawasan Pustaka: <i>Mutiah, Dewi, P. A. R., Aji, G. G., & Setianingrum, V. M. (2022). Pelatihan pembuatan video profil sebagai sarana promosi produk di Mal UMKM Kecamatan Taman Sidoarjo. Branding dan Komunikasi Pemasaran, Universitas Negeri Surabaya. Pengabdian</i> Materi: contoh implementasi branding Pustaka: <i>Setyowati, R. R. N. (2021). Branding dan komunikasi pemasaran: Pendampingan penyusunan blue print alur destinasi Wisata Pantai Pangi, Kabupaten Blitar (Laporan Pengabdian).</i>	5%
---	---------------------------------	---	--	---------------------------	--	--	----

7	memahami cyber branding	Menjelaskan cyber branding	Kriteria: nilai maks 20 Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	ceramah diskusi kerja kelompok 3 X 50		Materi: memahami cyber branding Pustaka: A.B. Susanto & Himawan Wijanarko. 2004. <i>Power Branding: Membangun Merek Unggul dari Organisasi Pendukungnya</i> . Mizan Media Utama: Bandung. Materi: contoh implementasi branding Pustaka: Tsuroyya, T., Latief, D. N. O., Alfarisi, H. B., & Auliya, F. A. M. (2022). <i>Komunikasi pendidikan dan metodologi penelitian sosial: Workshop penulisan artikel publikasi ilmiah bagi guru SMP Kabupaten Nganjuk untuk peningkatan kualitas publikasi guru (Laporan Pengabdian)</i> . Materi: Implementasi Branding Pustaka: Aji, G. G., Huda, A. M., Setianingrum, V. M., Indrajayani, G. G., Andriyanto, A., & Napitupulu, P. A. (2024). <i>Pengembangan Inovasi Teknologi Berbentuk Website Direktori sebagai Upaya Branding Desa Wisata di Jawa Timur</i> . <i>Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan dan IPTEK</i> , 20(1), 13-30. (Publikasi)	5%
---	-------------------------	----------------------------	--	---------------------------------------	--	---	----

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>	10%
---	-----	--------------------	--	---------------------	--	---	-----

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> 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> Materi: contoh implementasi branding Pustaka: <i>Tandyonomanu, D., Sukardani, P. S., Dharmawan, A., & Huda, A. M., Hartono, A. M., Febriananda, M. S., & Farabiyah, S. A. (2022). Branding dan komunikasi pemasaran: Branding wisata sebagai upaya peningkatan kunjungan wisata Desa Sidomulyo, Kecamatan Selo, Kabupaten Jember (Laporan Pengabdian).</i>	5%
---	---	--	--	-------------------	--	---	----

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> Materi: contoh implementasi branding Pustaka: <i>Mutiah, M., Dewi, P. A. R., Aji, G. G., & Setianingrum, V. M., Purnamasari, I., Widiatanti, W., & Wulandari, B. I. (2022). Branding dan komunikasi pemasaran: Pelatihan pembuatan video profil sebagai sarana promosi produk di Mal UMKM Kecamatan Taman Sidoarjo (Laporan Pengabdian).</i>	5%
----	--	---	--	----------------------------------	--	--	----

11	Mahasiswa merancang identitas brand	Mahasiswa memahami branding destinasi wisata, produk, lembaga	Kriteria: 100 Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	diskusi kerja kelompok 3 X 50		Materi: Mahasiswa merancang identitas brand Pustaka: A.B. Susanto & Himawan Wijanarko. 2004. <i>Power Branding: Membangun Merek Unggul dari Organisasi Pendukungnya</i> . Mizan Media Utama: Bandung. Materi: contoh implementasi branding Pustaka: Sukardani, P. S., Aji, G. G., & Setianingrum, V. M., Widiatanti, W., Hidayah, A. R., & Putra, M. W. F. (2022). <i>Branding dan komunikasi pemasaran: Pengembangan pemasaran digital dan perluasan akses pasar Batik Ciprat pada Yayasan Disabilitas Rumah Kinasih di Kecamatan Kesamben, Kabupaten Blitar (Laporan Pengabdian)</i> .	5%
----	-------------------------------------	---	--	----------------------------------	--	--	----

12	Mahasiswa memahami strategi brand	Mahasiswa memahami branding destinasi wisata, produk, lembaga	Kriteria: 100 Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	diskusi presentasi 3 X 50		Materi: Mahasiswa memahami strategi brand Pustaka: Aaker, David. 1997. <i>Building Strong Brand</i> . The Free Press: New York. Materi: contoh implementasi branding Pustaka: Dharmawan, A., Dewi, P. A. R., & Aji, G. G. (2021). <i>Branding dan komunikasi pemasaran: Pembuatan brand identity dan pelatihan promosi digital</i> . Sentra Wisata Kuliner Semolowaru sebagai bagian dari program aktivasi kawasan Surabaya Timur (Laporan Pengabdian).	5%
13	Mahasiswa memahami strategi brand	Mahasiswa memahami branding destinasi wisata, produk, lembaga	Kriteria: 100 Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	diskusi presentasi 3 X 50		Materi: Mahasiswa memahami strategi brand Pustaka: Aaker, David. 1997. <i>Building Strong Brand</i> . The Free Press: New York.	5%
14	Mahasiswa memahami branding destinasi wisata, produk, lembaga	Mahasiswa memahami branding destinasi wisata, produk, lembaga	Kriteria: 100 Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	diskusi 3 X 50		Materi: Mahasiswa memahami branding destinasi wisata, produk, lembaga Pustaka: Keller, Kevin Lane. 2005. <i>Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity</i> . Pearson Prentice Hall.	5%

15	Mahasiswa memahami branding destinasi wisata, produk, lembaga	Mahasiswa memahami branding destinasi wisata, produk, lembaga	Kriteria: 100 Bentuk Penilaian : Penilaian Portofolio	diskusi 3 X 50		Materi: Mahasiswa memahami branding destinasi wisata, produk, lembaga Pustaka: <i>Keller, Kevin Lane. 2005. Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Pearson Prentice Hall.</i>	5%
16	US	US	Kriteria: 100 Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	3 X 50		Materi: UAS Pustaka: <i>Aaker, David. 1997. Building Strong Brand. The Free Press: New York.</i>	20%

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	10%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	50%
3.	Penilaian Portofolio	40%
		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.

Koordinator Program Studi
S1 Ilmu Komunikasi



ANAM MIFTAKHUL HUDA
NIDN 0731038602

UPM Program Studi S1 Ilmu
Komunikasi



NIDN 0006087109

File PDF ini digenerate pada tanggal 9 Desember 2025 Jam 09:20 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa

