



UNIVERSITAS ISKANDAR MUDA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PRODI ILMU KOMUNIKASI



MATA KULIAH	KODE	RUMPUN MATA	BOBOT (SKS)		SEMESTER	TANGGAL PENGESAHAN
Komunikasi Antar Pribadi	SPK 207	MK Wajib Prodi	T=3	P=0	3	15/09/2024
Pengesahan Ketua Program Studi		Dosen Pengampu Mata Kuliah	Kordinator Mata kuliah		Direview Ketua Badan Penjamin Mutu (BPM)	
Ttd Dr. Alwi Ibrahim, M.Si NIDN: 0127107002		 Dr. Hamdani AG., MA. NIDN. 2003046202	Ttd M. Nur, S.I.Kom., M.I.Kom NIDN: 1313108901		Ttd Budi Rizka, M.Hum NIDN: 1309089101	
Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)	CPL-PRODI yang Dibebankan pada MK					
	CPL-S9	Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahlian dalam lingkup Ilmu Komunikasi secara mandiri				
	CPL-P2	Konsep, kaidah, dan proses pengembangan isi pesan untuk mencapai berbagai tujuan komunikasi menggunakan beragam jenis saluran komunikasi				
	CPL-P5	Pengetahuan tentang regulasi dan etika terkait bidang komunikasi				
	CPL-KK1	Mampu merencanakan, memproduksi dan mendistribusikan pesan komunikasi untuk berbagai tujuan menggunakan beragam platform media sesuai norma hukum, norma				
	CPL-KK6	Menguasai keterampilan komunikasi yang mendasar yaitu public speaking dan produksi multimedia				
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)					
	CPMK 1	Mahasiswa mampu menunjukkan tanggung jawab pribadi dalam mengelola personal branding.				
	CPMK 2	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dan proses pengembangan pesan untuk personal branding.				
	CPMK 3	Mahasiswa mampu menerapkan prinsip etika dan regulasi dalam praktik personal branding.				
	CPMK 4	Mahasiswa mampu merancang dan menyebarkan pesan personal branding melalui berbagai media.				
	CPMK 5	Mahasiswa mampu menyampaikan personal branding melalui public speaking dan multimedia.				
Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (Sub-CPMK)	Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK)					
	Sub-CPMK 1	Mahasiswa menunjukkan komitmen pribadi dalam menyelesaikan proyek pengembangan personal branding secara mandiri dan konsisten. (Menunjukkan)				
	Sub-CPMK 2	Mahasiswa merefleksikan proses penyusunan personal branding serta mengambil keputusan strategis secara mandiri berdasarkan evaluasi diri. (Merefleksikan)				
	Sub-CPMK 3	Mahasiswa mengidentifikasi unsur-unsur penting dalam penyusunan pesan personal branding yang efektif untuk berbagai media. (Mengidentifikasi)				

	Sub-CPMK 4	Mahasiswa menjelaskan proses pengembangan pesan komunikasi dalam konteks membangun citra diri yang konsisten. (Menjelaskan)										
	Sub-CPMK 5	Mahasiswa mengidentifikasi prinsip-prinsip regulasi dan etika komunikasi yang berlaku dalam konteks personal branding digital. (Mengidentifikasi)										
	Sub-CPMK 6	Mahasiswa menerapkan prinsip etika dalam merancang pesan dan konten personal branding yang dipublikasikan melalui media sosial. (Menerapkan)										
	Sub-CPMK 7	Mahasiswa merancang konten personal branding sesuai dengan target audiens dan media yang dipilih. (Merancang)										
	Sub-CPMK 8	Mahasiswa mempublikasikan pesan personal branding melalui platform media digital dengan memperhatikan norma sosial dan etika. (Mempublikasikan)										
	Sub-CPMK 9	Mahasiswa mempraktikkan keterampilan public speaking untuk mempresentasikan personal branding secara profesional. (Mempraktikkan)										
	Sub-CPMK 10	Mahasiswa memproduksi konten multimedia sebagai media representasi personal branding secara kreatif dan komunikatif. (Memproduksi)										
	Korelasi CPMK Terhadap Sub-CPMK: Berisi pemetaan korelasi setiap Sub-CPMK dengan CPL dan CPMK.											
	KODE CPL	KODE CPMK	Sub CPMK 1	Sub CPMK 2	Sub CPMK 3	Sub CPMK 4	Sub CPMK 5	Sub CPMK 6	Sub CPMK 7	Sub CPMK 8	Sub CPMK 9	Sub CPMK 10
	CPL-S9	CPMK 1	√	√								
	CPL-P2	CPMK 2			√	√						
	CPL-P5	CPMK 3					√	√				
	CPL-KK1	CPMK 4							√	√		
	CPL-KK6	CPMK 5									√	√
Deskripsi Mata Kuliah	Mata kuliah ini membahas konsep dan strategi membangun citra diri secara profesional melalui komunikasi yang efektif. Mahasiswa akan mempelajari elemen personal branding, peran media (terutama media sosial), serta teknik komunikasi diri yang mencakup identitas visual, pesan personal, dan storytelling. Melalui analisis diri dan praktik komunikasi digital, mahasiswa akan mampu merancang personal brand yang autentik, konsisten, dan relevan dengan tujuan karier maupun kehidupan sosial.											
Integrasi Penelitian dan PKM	<p>Hasil Penelitian yang telah dihasilkan oleh Dosen pengampu MK yang dijadikan sebagai bagian dari materi mata kuliah yang disampaikan pada perkuliahan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi Komunikasi Penjualan Brand Oppo pada Toko Felicia Cell Banda Aceh 2. Simbol-Symbol Komunikasi pada Kapal Motor Penyeberangan (KMP) BRR <p>Hasil P K M yang telah dihasilkan oleh Dosen pengampu MK yang dijadikan sebagai bagian dari materi mata kuliah yang disampaikan pada perkuliahan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sosialisasi Qanun Gampong Cucum 2. Sosialisasi Qanun Gampong Lambro Bileu 											

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Sosialisasi Qanun Gampong Krueng Anoi 4. Sosialisasi Qanun Gampong Lamnga 5. Local Wisdom for Disaster Resilience: Strengthening Disaster Preparedness and Community Resilience through Local Wisdom and International Community Engagement 6. Sosialisasi Literasi Politik dan Partisipasi Warga dalam Pemilihan Kepala Daerah di Gampong Krueng Anoi Kabupaten Aceh Besar Tahun 2024
Bahan Kajian/Materi Pembelajaran	Pengantar Personal BrandingDefinisi, urgensi, dan perbedaan dengan pencitraan
	Mengenal Diri (Self-Awareness)Nilai pribadi, keunikan, dan kekuatan diri
	Identitas Personal dan Persepsi PublikHubungan antara identitas, reputasi, dan persepsi
	Nilai, Visi, dan Misi PribadiMembangun fondasi personal brand yang kuat
	Elemen-Elemen Personal BrandingGaya komunikasi, penampilan, suara, dan bahasa visual
	Storytelling untuk Personal BrandingTeknik menyampaikan cerita pribadi secara strategis
	Personal Branding dan Media SosialPlatform digital sebagai alat membangun brand diri
	Audit Personal BrandMenilai citra diri yang sudah terbentuk dan kesesuaian dengan tujuan pribadi
	Strategi Komunikasi PersonalMenentukan audiens, pesan utama, dan media yang digunakan
	Manajemen Reputasi dan Etika Personal BrandingMenjaga kredibilitas dan menghindari manipulasi citra
	Branding dalam Dunia ProfesionalPortofolio, CV, personal pitch, dan jejaring
	Brand Positioning dan DiferensiasiBagaimana membedakan diri dari orang lain
	Simulasi dan Praktik Personal BrandingPresentasi diri dan latihan komunikasi personal
Evaluasi dan Pengembangan Personal BrandRencana jangka panjang dan pengelolaan perubahan citra	
Media Pembelajaran	Perangkat Keras: Infocus, Laptop, White Board, Spidol, Penghapus. Perangkat Lunak: Power Point Presentation, E-book.
Daftar Pustaka	Utama
	Arruda, W., & Dixson, K. (2007). <i>Career Distinction: Stand Out by Building Your Brand</i> . New Jersey: Wiley.
	Montoya, P., & Vandehey, T. (2008). <i>The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded Marketplace</i> . New York: McGraw-Hill.
	Peter, I. (2016). <i>Digital Personal Branding: Menjadi Terkenal dan Profesional di Era Digital</i> . Jakarta: Elex Media Komputindo.
	Shepherd, I. D. H. (2005). From Cattle and Coke to Charlie: Meeting the Challenge of Self Marketing and Personal Branding. <i>Journal of Marketing Management</i> , 21(5-6), 589–606.
	Lair, D. J., Sullivan, K., & Cheney, G. (2005). Marketization and the Recasting of the Professional Self: The Rhetoric and Ethics of Personal Branding. <i>Management Communication Quarterly</i> , 18(3), 307–343.
	Rangkuti, F. (2009). <i>Strategi Personal Branding: Membangun Citra Diri yang Unggul</i> . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
	Hearn, A. (2008). ‘Meat, Mask, Burden’: Probing the Contours of the Branded ‘Self’. <i>Journal of Consumer Culture</i> , 8(2), 197–217.

	Keller, K. L. (2013). Strategic Brand Management (4th ed.). Boston: Pearson Education.
	Haroen, Y. (2020). Komunikasi di Era Digital: Strategi Personal Branding di Media Sosial. Bandung: Remaja Rosdakarya.
	Kaputa, C. (2012). You Are a Brand!: In Person and Online, How Smart People Brand Themselves for Business Success. Boston: Nicholas Brealey Publishing.
Dosen Pengampu/ Team Teaching	Dr. Hamdani AG., MA
Mata Kuliah Prasyarat	-

Pertemuan Ke-	Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Pengalaman Belajar Mahasiswa, Penugasan Mahasiswa, dan Alokasi Waktu	Materi Pembelajaran	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria dan Teknik			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Sub-CPMK 3: Mahasiswa mengidentifikasi unsur-unsur penting dalam penyusunan pesan personal branding yang efektif untuk berbagai media. (Mengidentifikasi)	Mahasiswa dapat menyebutkan unsur-unsur personal branding.	Jawaban mencakup $\geq 70\%$ unsur yang benar – Tes tulis, diskusi kelas	Tatap Muka dengan ceramah dan diskusi interaktif. Mahasiswa mengidentifikasi unsur personal branding. Durasi: 3 x 50 menit	Pengantar Personal Branding: Definisi, urgensi, dan perbedaan dengan pencitraan	5% (Tugas & Tes)
2	Sub-CPMK 4: Mahasiswa menjelaskan proses pengembangan pesan komunikasi dalam konteks membangun citra diri yang konsisten. (Menjelaskan)	Mahasiswa menjelaskan alur pengembangan pesan personal.	Penjelasan logis, urut, dan relevan – Tes lisan dan diskusi kelompok	Tatap Muka dengan studi kasus dan diskusi kelompok. Mahasiswa menjelaskan alur pengembangan pesan personal. Durasi: 3 x 50 menit	Mengenali Diri (Self-Awareness): Nilai pribadi, keunikan, dan kekuatan diri	5% (Tugas)
3	Sub-CPMK 5: Mahasiswa mengidentifikasi prinsip-prinsip regulasi dan etika komunikasi yang berlaku dalam konteks personal branding digital. (Mengidentifikasi)	Mahasiswa menguraikan prinsip-prinsip etika dalam komunikasi digital.	Minimal 3 prinsip disebutkan dan dijelaskan – Tugas individu, studi pustaka	Tatap Muka dan Mandiri dengan studi pustaka dan diskusi. Mahasiswa menguraikan prinsip etika komunikasi digital. Durasi: 3 x 50 menit	Identitas Personal dan Persepsi Publik: Hubungan antara identitas, reputasi, dan persepsi	5% (Tugas Individu)

4	Sub-CPMK 6: Mahasiswa menerapkan prinsip etika dalam merancang pesan dan konten personal branding untuk media sosial. (Menerapkan)	Mahasiswa menyusun konten personal sesuai prinsip etika.	Tidak mengandung hoaks, SARA, dan provokasi – Studi kasus dan diskusi	Tatap Muka menggunakan studi kasus dan analisis konten. Mahasiswa menerapkan prinsip etika dalam konten personal branding. Durasi: 3 x 50 menit	Nilai, Visi, dan Misi Pribadi: Membangun fondasi personal brand yang kuat	5% (Tugas)
5	Sub-CPMK 7: Mahasiswa merancang konten personal branding sesuai dengan target audiens dan media yang dipilih. (Merancang)	Mahasiswa menyusun draf konten personal branding sesuai segmen audiens.	Relevansi konten dan media – Tugas desain konten, presentasi singkat	Tatap Muka dan Mandiri melalui praktik desain dan review kelas. Mahasiswa mendesain konten personal branding sesuai audiens. Durasi: 3 x 50 menit	Elemen-Elemen Personal Branding: Gaya komunikasi, penampilan, suara, dan bahasa visual	5% (Tugas & Presentasi)
6	Sub-CPMK 2: Mahasiswa merefleksikan proses penyusunan personal branding serta mengambil keputusan strategis secara mandiri. (Merefleksikan)	Mahasiswa menulis refleksi berdasarkan pengalaman dan evaluasi diri.	Refleksi mendalam, kritis, dan solutif – Tugas tertulis (refleksi pribadi)	Mandiri dengan penulisan refleksi individu. Mahasiswa menulis refleksi strategi personal branding. Durasi: 3 x 50 menit	Storytelling untuk Personal Branding: Teknik menyampaikan cerita pribadi secara strategis	3% (Refleksi)
7	Sub-CPMK 1: Mahasiswa menunjukkan komitmen pribadi dalam menyelesaikan proyek pengembangan personal branding secara mandiri dan konsisten. (Menunjukkan)	Mahasiswa aktif dan konsisten dalam mengikuti dan menyelesaikan proyek branding.	Konsistensi, inisiatif, dan progres kerja – Observasi, log kerja, laporan proyek	Tatap Muka dan Mandiri dengan proyek individu dan observasi. Mahasiswa menunjukkan komitmen dan konsistensi dalam proyek branding. Durasi: 3 x 50 menit	Personal Branding dan Media Sosial: Platform digital sebagai alat membangun brand diri	4% (Proyek & Observasi)
8	UTS – Evaluasi pemahaman terhadap konsep, strategi, dan nilai personal branding.	Mahasiswa menyelesaikan soal dan studi kasus.	Pemahaman $\geq 70\%$ konsep utama – Ujian esai dan studi kasus tertulis	Tatap Muka dengan ujian tertulis. Mahasiswa mengaplikasikan pemahaman konsep melalui soal dan studi kasus. Durasi: 3 x 50 menit	Audit Personal Brand: Menilai citra diri yang sudah terbentuk dan kesesuaian dengan tujuan pribadi	15% (UTS)

9	<p>Sub-CPMK 10: Mahasiswa memproduksi konten multimedia sebagai media representasi personal branding secara kreatif dan komunikatif. (Memproduksi)</p>	Mahasiswa menghasilkan video, audio, atau grafis personal branding.	Kreativitas, kesesuaian pesan, dan teknis produksi – Penilaian produk multimedia	Mandiri dengan produksi multimedia. Mahasiswa membuat konten multimedia personal branding. Durasi: 3 x 50 menit	Strategi Komunikasi Personal: Menentukan audiens, pesan utama, dan media yang digunakan	5% (Proyek Multimedia)
10	<p>Sub-CPMK 8: Mahasiswa mempublikasikan pesan personal branding melalui platform media digital dengan memperhatikan norma sosial dan etika. (Mempublikasikan)</p>	Mahasiswa membagikan konten melalui media digital.	Publikasi sesuai etika dan format media – Tangkapan layar, tautan publikasi, log aktivitas	Tatap Muka dan Mandiri melalui praktik publikasi dan evaluasi. Mahasiswa mempublikasikan pesan personal branding secara etis. Durasi: 3 x 50 menit	Manajemen Reputasi dan Etika Personal Branding: Menjaga kredibilitas dan menghindari manipulasi citra	4% (Publikasi & Evaluasi)
11	<p>Sub-CPMK 7: Mahasiswa merancang pesan personal dengan pendekatan storytelling yang konsisten. (Merancang)</p>	Mahasiswa menyusun narasi personal branding.	Cerita personal logis, inspiratif, dan sesuai target – Tugas menulis narasi dan revisi	Tatap Muka dengan workshop dan peer review. Mahasiswa menyusun narasi storytelling personal branding. Durasi: 3 x 50 menit	Branding dalam Dunia Profesional: Portofolio, CV, personal pitch, dan jejaring	3% (Workshop & Peer Review)
12	<p>Sub-CPMK 7: Mahasiswa menyesuaikan pesan personal branding dengan identitas visual yang konsisten. (Merancang)</p>	Mahasiswa menyusun elemen visual branding (logo, warna, font, dll).	Konsistensi desain dan kesesuaian brand – Penilaian desain visual dan aplikasi konten	Tatap Muka dan Mandiri dengan praktik desain visual. Mahasiswa mendesain identitas visual personal branding. Durasi: 3 x 50 menit	Brand Positioning dan Diferensiasi: Bagaimana membedakan diri dari orang lain	4% (Desain Visual)
13	<p>Sub-CPMK 9: Mahasiswa mempersiapkan presentasi profesional untuk menyampaikan personal branding. (Mempraktikkan)</p>	Mahasiswa menyusun materi, alat bantu, dan menyusun naskah presentasi.	Struktur presentasi lengkap dan komunikatif – Penilaian materi presentasi & latihan	Tatap Muka melalui simulasi presentasi. Mahasiswa menyiapkan materi dan alat bantu presentasi. Durasi: 3 x 50 menit	Simulasi dan Praktik Personal Branding: Presentasi diri dan latihan komunikasi personal	3% (Simulasi Presentasi)

14	Sub-CPMK 9: Mahasiswa mempraktikkan keterampilan public speaking untuk mempresentasikan personal branding secara profesional. (Mempraktikkan)	Mahasiswa tampil menyampaikan personal branding di depan kelas.	Intonasi, ekspresi, kepercayaan diri – Observasi performa, rubrik presentasi	Tatap Muka dengan praktik presentasi. Mahasiswa mempraktikkan public speaking personal branding. Durasi: 3 x 50 menit	Evaluasi dan Pengembangan Personal Brand: Rencana jangka panjang dan pengelolaan perubahan citra	3% (Praktik Presentasi)
15	Sub-CPMK 2: Mahasiswa mengevaluasi umpan balik atas personal branding yang telah disusun. (Merefleksikan)	Mahasiswa menganalisis kritik/saran dan memperbaiki kontennya.	Perbaikan berdasarkan masukan dan refleksi – Laporan evaluasi dan diskusi kelas	Tatap Muka dengan diskusi evaluasi dan revisi konten. Mahasiswa mengevaluasi dan memperbaiki konten personal branding. Durasi: 3 x 50 menit	Evaluasi dan Pengembangan Personal Brand (lanjutan): Analisis umpan balik dan revisi	3% (Revisi & Diskusi)
16	UAS – Sub-CPMK 10: Mahasiswa menyajikan hasil akhir proyek personal branding secara profesional dan kreatif. (Memproduksi & Mempresentasikan)	Mahasiswa mempresentasikan proyek branding akhir secara lengkap.	Aspek isi, media, performa, dan etika – Presentasi akhir dan portofolio proyek	Tatap Muka dengan presentasi proyek dan evaluasi. Mahasiswa menyajikan proyek personal branding secara profesional. Durasi: 3 x 50 menit	Presentasi Akhir Proyek Personal Branding	20% (UAS)

RANCANGAN PENUGASAN

Minggu ke-	Nama Tugas	Sub-CPMK	Penugasan	Ruang Lingkup	Cara Pengerjaan	Batas Waktu	Luaran Tugas yang Dihasilkan	Bobot Penilaian
1	Identifikasi Unsur Personal Branding	Sub-CPMK 3 (Mengidentifikasi)	Menyebutkan unsur-unsur personal branding yang efektif	Unsur-unsur personal branding	Individu, tulis dan diskusi	Akhir pertemuan 1	Daftar unsur personal branding minimal 70% benar	5%
2	Penjelasan Proses Pengembangan Pesan	Sub-CPMK 4 (Menjelaskan)	Menjelaskan proses pengembangan pesan personal branding	Alur pengembangan pesan personal	Kelompok, diskusi dan presentasi	Akhir pertemuan 2	Laporan penjelasan proses	5%

Minggu ke-	Nama Tugas	Sub-CPMK	Penugasan	Ruang Lingkup	Cara Pengerjaan	Batas Waktu	Luaran Tugas yang Dihasilkan	Bobot Penilaian
							pengembangan pesan personal	
3	Tugas Prinsip Etika Komunikasi Digital	Sub-CPMK 5 (Mengidentifikasi)	Menguraikan minimal 3 prinsip etika komunikasi digital	Prinsip regulasi dan etika komunikasi digital	Individu, studi pustaka	Akhir pertemuan 3	Laporan tertulis prinsip-prinsip etika komunikasi	5%
4	Penerapan Etika pada Konten	Sub-CPMK 6 (Menerapkan)	Merancang konten personal branding yang sesuai dengan prinsip etika	Etika dalam konten personal branding	Studi kasus dan diskusi	Akhir pertemuan 4	Draft konten personal branding bebas hoaks, SARA, provokasi	5%
5	Desain Konten Personal Branding	Sub-CPMK 7 (Merancang)	Merancang draf konten personal branding sesuai target audiens dan media	Relevansi konten dan media	Mandiri dan diskusi kelas	Akhir pertemuan 5	Draf konten personal branding dan presentasi singkat	5%
6	Refleksi Strategi Personal Branding	Sub-CPMK 2 (Merefleksikan)	Menulis refleksi kritis dan solutif tentang pengalaman penyusunan personal branding	Refleksi proses dan pengambilan keputusan strategis	Individu, tertulis	Akhir pertemuan 6	Refleksi tertulis mendalam	3%
7	Proyek Pengembangan Personal Branding	Sub-CPMK 1 (Menunjukkan)	Mengikuti dan menyelesaikan proyek personal branding secara mandiri	Komitmen dan konsistensi dalam proyek branding	Mandiri, observasi log kerja	Akhir pertemuan 7	Laporan progres kerja dan log aktivitas	4%
9	Produksi Konten Multimedia	Sub-CPMK 10 (Memproduksi)	Membuat video, audio, atau grafis personal branding	Kreativitas dan teknis produksi multimedia	Mandiri, produksi multimedia	Akhir pertemuan 9	Produk multimedia personal branding	5%
10	Publikasi Konten Personal Branding	Sub-CPMK 8 (Mempublikasikan)	Mempublikasikan konten melalui platform digital dengan memperhatikan etika	Publikasi sesuai norma sosial dan format media	Mandiri, upload dan dokumentasi	Akhir pertemuan 10	Bukti publikasi (tangkapan layar, link, log aktivitas)	4%
11	Penulisan Narasi Storytelling	Sub-CPMK 7 (Merancang)	Menyusun narasi personal branding yang inspiratif dan sesuai target	Pendekatan storytelling dalam personal branding	Mandiri dan peer review	Akhir pertemuan 11	Naskah narasi personal branding	3%

Minggu ke-	Nama Tugas	Sub-CPMK	Penugasan	Ruang Lingkup	Cara Pengerjaan	Batas Waktu	Luaran Tugas yang Dihasilkan	Bobot Penilaian
12	Desain Identitas Visual Personal Branding	Sub-CPMK 7 (Merancang)	Merancang elemen visual branding (logo, warna, font) yang konsisten	Identitas visual personal branding	Mandiri dan evaluasi kelas	Akhir pertemuan 12	Desain visual personal branding	4%
13	Penyusunan Materi Presentasi	Sub-CPMK 9 (Mempraktikkan)	Menyiapkan materi dan alat bantu presentasi personal branding	Struktur dan kelengkapan materi presentasi	Mandiri dan simulasi presentasi	Akhir pertemuan 13	Materi dan alat bantu presentasi	3%
14	Praktik Public Speaking	Sub-CPMK 9 (Mempraktikkan)	Menampilkan presentasi personal branding secara profesional	Intonasi, ekspresi, kepercayaan diri	Tatap muka, observasi kelas	Akhir pertemuan 14	Penampilan presentasi di depan kelas	3%
15	Evaluasi dan Revisi Konten	Sub-CPMK 2 (Merefleksikan)	Menganalisis umpan balik dan memperbaiki konten personal branding	Evaluasi kritik dan saran	Diskusi kelas dan revisi tugas	Akhir pertemuan 15	Laporan evaluasi dan konten revisi	3%

FORMAT PENILAIAN

SIKAP

Predikat	Skor	Deskripsi
Sangat Baik	5	Menunjukkan sikap religius, jujur, disiplin, bertanggung jawab dalam proses perkuliahan yang sangat baik
Baik	4	Menunjukkan sikap religius, jujur, disiplin, bertanggung jawab dalam proses perkuliahan yang baik
Cukup Baik	3	Menunjukkan sikap religius, jujur, disiplin, bertanggung jawab dalam proses perkuliahan yang cukup baik
Kurang Baik	2	Menunjukkan sikap religius, jujur, disiplin, bertanggung jawab dalam proses perkuliahan yang kurang baik
Tidak Baik	1	Menunjukkan sikap religius, jujur, disiplin, bertanggung jawab dalam proses perkuliahan yang tidak baik

PENGETAHUAN DAN KETERAMPILAN

Nilai Huruf	Nilai Bobot	Nilai Angka	Predikat
A	4.00	87-100	Istimewa
AB	3.67	79-86	Sangat Baik
B	3.00	69-78	Baik
BC	2.67	63-68	Cukup Baik

Nilai Huruf	Nilai Bobot	Nilai Angka	Predikat
C	2.00	54-62	Cukup
D	1.00	41-53	Kurang
E	0	00-40	Sangat Kurang

RUBRIK PENILAIAN

1. Tugas Tertulis & Refleksi

Grade	Skor	Kriteria Penilaian
A	85 – 100	Jawaban sangat lengkap, akurat, kritis, dan mendalam; menunjukkan pemahaman konsep secara menyeluruh
B	70 – 84	Jawaban lengkap dan akurat dengan beberapa kurang mendalam; pemahaman konsep cukup baik
C	55 – 69	Jawaban kurang lengkap, masih ada kesalahan minor, kurang mendalam
D	40 – 54	Jawaban sangat terbatas, banyak kesalahan, kurang menunjukkan pemahaman konsep
E	<40	Tidak memenuhi kriteria minimum, jawaban tidak relevan atau tidak lengkap

2. Tugas Desain & Produksi Konten

Grade	Skor	Kriteria Penilaian
A	85 – 100	Konten sangat kreatif, relevan, etis, teknis produksi sempurna, dan sesuai dengan target audiens
B	70 – 84	Konten kreatif dan relevan dengan beberapa kekurangan teknis atau kesesuaian
C	55 – 69	Konten kurang kreatif, beberapa ketidaksesuaian atau kesalahan teknis
D	40 – 54	Konten kurang relevan, teknis buruk, ada pelanggaran etika
E	<40	Konten tidak sesuai, mengandung hoaks/SARA/provokasi, atau tidak memenuhi standar produksi

3. Tugas Presentasi & Praktik

Grade	Skor	Kriteria Penilaian
A	85 – 100	Presentasi sangat komunikatif, percaya diri, ekspresif, dan materi sangat terstruktur

B	70 – 84	Presentasi jelas dan terstruktur dengan sedikit kekurangan dalam ekspresi atau kepercayaan diri
C	55 – 69	Presentasi kurang lancar, materi kurang terstruktur, ekspresi terbatas
D	40 – 54	Presentasi sangat terbatas, kurang percaya diri, kurang komunikasi efektif
E	<40	Tidak tampil atau presentasi tidak sesuai dengan kriteria

4. Proyek & Observasi

Grade	Skor	Kriteria Penilaian
A	85 – 100	Proyek selesai dengan sangat baik, inisiatif tinggi, konsisten, progres lengkap dan terdokumentasi rapi
B	70 – 84	Proyek selesai baik dengan sedikit kekurangan konsistensi atau dokumentasi
C	55 – 69	Proyek selesai dengan progres terbatas, kurang inisiatif atau dokumentasi kurang
D	40 – 54	Proyek kurang selesai, minim inisiatif dan dokumentasi
E	<40	Proyek tidak selesai atau tidak sesuai persyaratan

CATATAN

1. Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi (CPL-Prodi) adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan keterampilan 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-CP Mata Kuliah (Sub-CPMK) adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan 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. Kriteria Penilaian adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolak ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kriteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kriteria dapat berupa kuantitatif maupun kualitatif.
7. Teknik 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 lainnya
9. Luring (offline) Pembelajaran tatap muka, juga dikenal sebagai pembelajaran luring, adalah konsep pembelajaran yang mengambil bentuk model pembelajaran konvensional dan mengumpulkan dosen dan mahasiswa dalam satu ruang untuk belajar.
10. Daring (online) adalah Proses pembelajaran daring dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu belajar mandiri dan belajar terbimbing. Proses pembelajaran bisa secara synchronous (serentak) atau asynchronous (tidak serentak) dan maksimum 35% dari jumlah total pertemuan (5 kali pertemuan).

11. Metode Pembelajaran: Small Grup Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lain yang setara.
12. Materi Pembelajaran adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yang dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
13. Bobot Penilaian adalah persentase penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tersebut dan totalnya 100%.
14. PB=Proses Belajar, Png = Penugasan, PT=Penugasan Terstruktur, KM=Kegiatan Mandiri.