



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



MATA KULIAH	KODE	RUMPUN MATA	BOBOT (SKS)		SEMESTER	TANGGAL PENGESAHAN
Praktikum Desain Identitas Korporasi	SPK 314	MK Pilihan	T=0	P=3	6	15/02/2025
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		Ttd M. Nur, S.I.Kom., M.I.Kom NIDN: 1313108901		Ttd M. Nur, S.I.Kom., M.I.Kom NIDN: 1313108901		Ttd Budi Lizza, M.Hum NIDN: 1309089101
Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)	CPL-PRODI yang Dibebankan pada MK					
	CPL-KU1	Mampu menciptakan karya kreatif dalam upaya mengembangkan inovasi dan teknologi di bidang komunikasi..				
	CPL-KK1	Mampu mempresentasikan ilmu komunikasi yang persuasif, informatif, serta transformatif dalam berbagai media komunikasi untuk mendukung profesi pada bidang komunikasi..				
	CPL-KK3	Mampu mengaplikasikan strategi komunikasi bisnis, jurnalistik, dan praktik komunikasi yang dilandasi dengan kode etik..				
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)					
	CPMK 1	Mahasiswa mampu menciptakan desain identitas korporasi yang kreatif dan inovatif sesuai dengan karakter serta kebutuhan organisasi.				
	CPMK 2	Mahasiswa mampu menyajikan dan mempresentasikan desain identitas korporasi secara persuasif, informatif, dan profesional melalui berbagai media komunikasi..				
	CPMK 3	Mahasiswa mampu mengaplikasikan strategi komunikasi bisnis dan etika profesi dalam proses perancangan identitas korporasi.				
Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (Sub-CPMK)	Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK)					
	Sub-CPMK 1	Menjelaskan konsep dasar desain identitas korporasi dan unsur-unsurnya (Memahami)				
	Sub-CPMK 2	Menganalisis karakter organisasi sebagai dasar perancangan identitas korporasi (Menganalisis)				
	Sub-CPMK 3	Merancang logo dan elemen visual identitas korporasi sesuai kebutuhan organisasi (Mencipta)				
	Sub-CPMK 4	Membuat media pendukung identitas korporasi seperti kartu nama, kop surat, dan company profile sederhana (Mencipta)				
	Sub-CPMK 5	Menyajikan hasil desain identitas korporasi secara persuasif dan profesional (Menerapkan)				
	Sub-CPMK 6	Mengevaluasi kesesuaian desain identitas korporasi berdasarkan strategi komunikasi bisnis dan etika profesi (Mengevaluasi)				
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
	CPL-KU1	CPMK 1	✓	✓	✓	✓		
	CPL-KK1	CPMK 2				✓	✓	
	CPL-KK3	CPMK 3		✓				✓
Deskripsi Mata Kuliah	<p>Mata kuliah ini membekali mahasiswa dengan keterampilan praktis dalam merancang, memproduksi, dan menyajikan identitas korporasi yang efektif dan profesional. Melalui serangkaian praktik langsung, mahasiswa belajar mengaplikasikan prinsip desain komunikasi visual dan verbal untuk menciptakan citra merek yang sesuai dengan nilai dan budaya organisasi. Pembelajaran mencakup pengembangan konsep, produksi media cetak dan digital, penggunaan multimedia, serta evaluasi dan presentasi hasil rancangan. Mata kuliah ini menekankan sikap profesional, kolaborasi tim, dan kepatuhan terhadap norma hukum, etika, dan standar komunikasi.</p>							
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. Simbol-Symbol Komunikasi Pada Kapal Motor Penyeberangan (KMP) BRR 2. Strategi Komunikasi Penjualan Brand Oppo Pada Toko Felicia Cell Banda Aceh 3. Iklim Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Pada Badan Kepegawaian Aceh (BKA) <p>Hasil PKM 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. Aceh–Malaysia United: Community Service & Cross-Border Communication Research 2. Sosialisasi Literasi Politik dan Partisipasi Warga dalam Pemilihan Kepala Daerah di Gampong Krueng Anoi Tahun 2024 3. Sosialisasi Qanun Gampong (Cucum, Lambro Bileu, Krueng Anoi, Lamnga) 							
Bahan Kajian/Materi Pembelajaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengantar Identitas Korporasi 2. Analisis Organisasi dan Kebutuhan Komunikasi 3. Konsep dan Strategi Identitas Korporasi 4. Prinsip Dasar Desain Identitas Visual 5. Perancangan Logo Korporasi 6. Sistem Identitas Visual (Visual Identity System) 7. Aplikasi Identitas Korporasi 8. Penyusunan Panduan Identitas Visual (Brand Guideline) 9. Produksi dan Manajemen Karya Desain 10. Presentasi dan Komunikasi Karya 11. Evaluasi dan Refleksi Karya Identitas Korporasi 							

	12. Proyek Akhir Praktikum
Media Pembelajaran	<p>Perangkat Keras: Komputer desktop atau laptop untuk desain grafis, tablet grafis untuk sketsa dan ilustrasi, proyektor/layar untuk presentasi, printer warna dan scanner untuk proofing, kamera/smartphone untuk dokumentasi, koneksi internet/Wi-Fi, serta media penyimpanan eksternal untuk backup dan transfer file.</p> <p>Perangkat Lunak: Adobe Illustrator dan CorelDRAW untuk desain vektor, Adobe Photoshop untuk editing gambar, Canva/Figma untuk prototyping dan kolaborasi, Adobe InDesign untuk layout brand guideline, PowerPoint/Google Slides untuk presentasi, Dropbox/Google Drive untuk penyimpanan cloud, Trello/Asana untuk manajemen proyek, serta Adobe Color/ColorZilla untuk eksplorasi skema warna.</p>
Daftar Pustaka	Utama
	Airey, D. (2014). Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities (2nd Edition). Peachpit Press.
	Olins, W. (2008). The Brand Handbook. Thames & Hudson.
	Wheeler, A. (2017). Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team (5th Edition). Wiley.
	Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th Edition). Pearson.
	Samara, T. (2014). Designing Type. Princeton Architectural Press.
	Meggs, P., & Purvis, A. (2016). Meggs' History of Graphic Design (6th Edition). Wiley.
	Munari, B. (2015). Design as Art. Penguin Modern Classics.
	Lupton, E. (2014). Graphic Design and Visual Communication: Critical Perspectives. Princeton Architectural Press.
	Heller, S., & Fernandes, G. (2017). Becoming a Graphic Designer: A Guide to Careers in Design. Wiley.
	Santosa, D. (2019). Branding dan Identitas Visual: Panduan Praktis bagi Desainer (Edisi 2). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
	Pambudi, A. (2020). Komunikasi Korporasi: Strategi, Citra, dan Identitas Perusahaan. Yogyakarta: Andi Offset.
	Rahmawati, S., & Wibowo, A. (2021). Desain Grafis dan Tipografi dalam Branding (Edisi Revisi). Bandung: Informatika.
	Nugroho, A. (2018). Panduan Praktis Logo dan Identitas Perusahaan. Jakarta: Kencana.
Kurniawan, H. (2020). Strategi Visual Branding untuk Media Digital. Surabaya: Airlangga University Press.	
Dosen Pengampu/ Team Teaching	M. Nur, S.I.Kom.,M.I.Kom
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	Menjelaskan konsep dasar desain identitas korporasi dan unsur-unsurnya (Memahami)	Mahasiswa mampu memahami konsep dasar identitas korporasi	Ketepatan pemahaman; diskusi dan tugas individu	Kuliah praktik, diskusi, studi kasus (2x50 menit)	Pengantar desain identitas korporasi	2,5
2	Menjelaskan konsep dasar desain identitas korporasi dan unsur-unsurnya (Memahami)	Mahasiswa mampu mengidentifikasi unsur-unsur identitas korporasi	Ketepatan identifikasi; presentasi	Diskusi, observasi contoh corporate identity (2x50 menit)	Unsur-unsur corporate identity	2,5
3	Menganalisis karakter organisasi sebagai dasar perancangan identitas korporasi (Menganalisis)	Mahasiswa mampu menganalisis visi, misi, dan karakter organisasi	Ketepatan analisis; studi kasus	Case method, diskusi kelompok (2x50 menit)	Analisis karakter organisasi	5
4	Menganalisis karakter organisasi sebagai dasar perancangan identitas korporasi (Menganalisis)	Mahasiswa mampu menentukan konsep desain yang sesuai	Ketepatan konsep; presentasi kelompok	Diskusi, brainstorming, presentasi (2x50 menit)	Konsep desain identitas korporasi	5
5	Merancang logo dan elemen visual identitas korporasi sesuai kebutuhan organisasi (Mencipta)	Mahasiswa mampu membuat sketsa logo	Kreativitas dan relevansi desain; praktik	Studio design practice (2x50 menit)	Perancangan logo korporasi	5
6	Merancang logo dan elemen visual identitas korporasi sesuai kebutuhan organisasi (Mencipta)	Mahasiswa mampu membuat logo digital	Kualitas visual; penilaian praktik	Praktik laboratorium desain (2x50 menit)	Digitalisasi logo korporasi	5
7	Membuat media pendukung identitas korporasi seperti kartu nama, kop surat, dan company profile sederhana (Mencipta)	Mahasiswa mampu membuat stationery set perusahaan	Kelengkapan desain; proyek individu	Praktik desain grafis (2x50 menit)	Kartu nama, kop surat, amplop	5

8	Ujian Tengah Semester	Mahasiswa mampu menghasilkan proyek identitas korporasi tahap awal	Kualitas proyek; ujian praktik	Presentasi proyek UTS (2x50 menit)	Proyek awal corporate identity	15
9	Membuat media pendukung identitas korporasi seperti kartu nama, kop surat, dan company profile sederhana (Mencipta)	Mahasiswa mampu membuat company profile sederhana	Kesesuaian isi dan desain; proyek	Project based learning (2x50 menit)	Company profile sederhana	5
10	Menyajikan hasil desain identitas korporasi secara persuasif dan profesional (Menerapkan)	Mahasiswa mampu mempresentasikan hasil desain secara profesional	Kualitas presentasi; presentasi individu	Presentasi dan simulasi pitching (2x50 menit)	Teknik presentasi desain	5
11	Menyajikan hasil desain identitas korporasi secara persuasif dan profesional (Menerapkan)	Mahasiswa mampu menyusun argumentasi desain	Ketepatan argumentasi; diskusi	Simulasi client presentation (2x50 menit)	Presentasi persuasif desain	5
12	Mengevaluasi kesesuaian desain identitas korporasi berdasarkan strategi komunikasi bisnis dan etika profesi (Mengevaluasi)	Mahasiswa mampu menilai kesesuaian desain dengan strategi bisnis	Ketepatan evaluasi; studi kasus	Diskusi evaluatif dan review karya (2x50 menit)	Evaluasi desain korporasi	5
13	Mengevaluasi kesesuaian desain identitas korporasi berdasarkan strategi komunikasi bisnis dan etika profesi (Mengevaluasi)	Mahasiswa mampu menilai aspek etika profesi dalam desain	Ketepatan analisis; presentasi	Presentasi evaluasi desain (2x50 menit)	Etika profesi dalam desain komunikasi	5
14	Revisi dan Penyempurnaan Desain	Mahasiswa mampu memperbaiki hasil desain berdasarkan evaluasi	Ketepatan revisi; portofolio	Studio revisi karya (2x50 menit)	Penyempurnaan corporate identity	5

15	Review dan Penguatan Portofolio	Mahasiswa mampu menyusun portofolio desain identitas korporasi	Kelengkapan portofolio; review dosen	Review portofolio dan refleksi pembelajaran (2x50 menit)	Portofolio corporate identity	5
16	Ujian Akhir Semester	Mahasiswa mampu menghasilkan desain identitas korporasi final secara profesional	Kualitas produk akhir; ujian praktik/proyek akhir	Presentasi proyek akhir/UAS (2x50 menit)	Proyek akhir corporate identity	20

RANCANGAN PENUGASAN

Minggu ke-	Nama Tugas	Sub-CPMK	Penugasan	Ruang Lingkup	Cara Pengerjaan	Batas Waktu	Luaran Tugas yang Dihasilkan	Bobot Penilaian
1	Analisis Identitas Korporasi	Menjelaskan konsep dasar desain identitas korporasi dan unsur-unsurnya	Mengidentifikasi contoh identitas korporasi dari perusahaan/instansi	Konsep dasar corporate identity	Individu	Minggu ke-2	Laporan analisis identitas korporasi	5%
2	Observasi Unsur Corporate Identity	Menjelaskan konsep dasar desain identitas korporasi dan unsur-unsurnya	Mengamati unsur visual identitas korporasi	Logo, warna, tipografi, slogan	Individu	Minggu ke-3	Hasil observasi dan presentasi	5%
3	Analisis Karakter Organisasi	Menganalisis karakter organisasi sebagai dasar perancangan identitas korporasi	Menganalisis visi, misi, dan karakter organisasi	Profil organisasi	Kelompok	Minggu ke-4	Laporan analisis organisasi	5%
4	Konsep Desain Korporasi	Menganalisis karakter organisasi sebagai dasar perancangan identitas korporasi	Menentukan konsep desain yang sesuai	Konsep visual corporate identity	Kelompok	Minggu ke-5	Presentasi konsep desain	5%

Minggu ke-	Nama Tugas	Sub-CPMK	Penugasan	Ruang Lingkup	Cara Pengerjaan	Batas Waktu	Luaran Tugas yang Dihasilkan	Bobot Penilaian
5	Sketsa Logo	Merancang logo dan elemen visual identitas korporasi sesuai kebutuhan organisasi	Membuat sketsa awal logo perusahaan	Perancangan logo manual	Individu	Minggu ke-6	Sketsa logo	5%
6	Digitalisasi Logo	Merancang logo dan elemen visual identitas korporasi sesuai kebutuhan organisasi	Membuat logo digital menggunakan software desain	Produksi logo digital	Individu	Minggu ke-7	File logo digital	5%
7	Desain Stationery Set	Membuat media pendukung identitas korporasi	Mendesain kartu nama, kop surat, dan amplop	Stationery perusahaan	Individu	Minggu ke-8	Desain stationery set	5%
8	Proyek UTS Corporate Identity	Sub-CPMK 1–4	Membuat proyek identitas korporasi tahap awal	Implementasi corporate identity	Kelompok	Minggu ke-8	Presentasi proyek UTS	15%
9	Company Profile Sederhana	Membuat media pendukung identitas korporasi	Menyusun desain company profile sederhana	Profil perusahaan	Kelompok	Minggu ke-10	Company profile sederhana	5%
10	Presentasi Desain	Menyajikan hasil desain identitas korporasi secara persuasif dan profesional	Mempresentasikan hasil desain kepada audiens	Presentasi profesional desain	Individu	Minggu ke-11	Presentasi desain	5%
11	Argumentasi Desain	Menyajikan hasil desain identitas	Menyusun argumentasi visual dan konsep desain	Pitching desain korporasi	Individu	Minggu ke-12	Naskah presentasi desain	5%

Minggu ke-	Nama Tugas	Sub-CPMK	Penugasan	Ruang Lingkup	Cara Pengerjaan	Batas Waktu	Luaran Tugas yang Dihasilkan	Bobot Penilaian
		korporasi secara persuasif dan profesional						
12	Evaluasi Strategi Bisnis	Mengevaluasi kesesuaian desain identitas korporasi berdasarkan strategi komunikasi bisnis dan etika profesi	Menilai kesesuaian desain dengan strategi bisnis	Corporate branding strategy	Kelompok	Minggu ke-13	Laporan evaluasi strategi	5%
13	Evaluasi Etika Profesi	Mengevaluasi kesesuaian desain identitas korporasi berdasarkan strategi komunikasi bisnis dan etika profesi	Menilai aspek etika profesi dalam desain	Etika desain komunikasi visual	Individu	Minggu ke-14	Laporan evaluasi etika	5%
14	Revisi Desain Final	Revisi dan penyempurnaan desain	Memperbaiki hasil desain berdasarkan evaluasi	Penyempurnaan desain korporasi	Individu	Minggu ke-15	Desain final revisi	5%

FORMAT PENILAIAN

SIKAP

Predikat	Skor	Deskripsi
Sangat Baik	5	Menunjukkan sikap religius, jujur, disiplin, bertanggung jawab dalam proses perkuliahan yang sangat baik

Predikat	Skor	Deskripsi
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
C	2.00	54-62	Cukup
D	1.00	41-53	Kurang
E	0	00-40	Sangat Kurang

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 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-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.