	Universitas Negeri Surabaya S2 Industri Kreatif	Kode Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan
Multimedia Kreatif	6013503016		3		25 Agustus 2026

OTORISASI	Pengembang RPS	Koordinator RMK	Koordinator Program Studi
		Indarti, S.Pd., M.Sn., Ph.D.	INDARTI

Deskripsi Singkat MK

Mata kuliah Multimedia Kreatif pada jenjang S2 Program Studi Industri Kreatif dirancang untuk mendalami integrasi konsep, teknologi, dan strategi kreatif dalam pengembangan konten multimedia yang inovatif dan berdampak. Mata kuliah ini mengeksplorasi pendekatan interdisipliner yang menggabungkan seni, desain, teknologi digital, dan bisnis kreatif. Tujuannya adalah untuk membekali mahasiswa dengan kemampuan konseptual dan teknis tingkat tinggi untuk merancang, mengembangkan, dan mengevaluasi solusi multimedia yang kreatif, berkelanjutan, dan relevan dengan tantangan industri kontemporer. Ruang lingkup mata kuliah meliputi eksperimen dengan teknologi mutakhir, penerapan metodologi desain thinking, kajian kritis terhadap tren media, serta pengembangan prototipe atau proyek multimedia yang berorientasi pada nilai ekonomi, sosial, dan budaya.

Capaian Pembelajaran (CP)

CPL-PRODI yang dibebankan pada MK

CPL	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	Menguasai konsep, teori, prinsip, dan perkembangan mutakhir dalam kreativitas, inovasi, budaya, teknologi, bisnis, dan ekosistem industri kreatif untuk mendukung pengembangan praktik industri kreatif yang inovatif dan berkelanjutan.
CPL	Mampu merancang, mengembangkan, mengimplementasikan, dan menghilirkan inovasi berupa produk, layanan, karya, pengalaman, proses, atau model bisnis kreatif berbasis riset, teknologi, budaya, dan kebutuhan pengguna.

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)

CPMK-1	Menerapkan pemikiran logis, kritis, dan sistematis dalam proses pengembangan produk multimedia dari konsep hingga eksekusi
CPMK-2	Menganalisis tren teknologi digital dan pasar global untuk mengidentifikasi peluang inovasi dalam multimedia kreatif
CPMK-3	Menciptakan strategi implementasi produk multimedia yang dapat bersaing di pasar global dengan pendekatan berbasis riset
CPMK-4	Mahasiswa mampu merancang desain kemasan berdasarkan data dari riset pra desain

Matrik CPL - CPMK

CPMK	CPL	CPL	CPL
CPMK-1	✔		
CPMK-2		✔	
CPMK-3			✔
CPMK-4			✔

Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)

CPMK	Minggu Ke															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
CPMK-1	✔	✔	✔													
CPMK-2				✔	✔	✔										
CPMK-3							✔	✔	✔	✔	✔					
CPMK-4												✔	✔	✔	✔	✔

Pustaka

Utama :

1. Gershon, R. A. (2017). Digital media and innovation: Management and design strategies in communication. Routledge.
2. Johansson, F. (2004). The Medici effect: Breakthrough insights at the intersection of ideas, concepts, and cultures. Harvard Business School Press.
3. Moore, G. A. (2014). Crossing the chasm: Marketing and selling disruptive products to mainstream customers (3rd ed.). HarperBusiness.
4. Sundar, S. S. (Ed.). (2015). The handbook of the psychology of communication technology. Wiley-Blackwell.
5. Towse, R., & Cunningham, S. (Eds.). (2015). Handbook of cultural economics (2nd ed.). Edward Elgar Publishing

Pendukung :

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (*offline*)	*Daring (online)*		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mampu menganalisis kesesuaian penerapan teknologi multimedia dengan tujuan produk.	1. Dapat mengidentifikasi prinsip-prinsip desain multimedia. 2. Dapat menjelaskan prinsip-prinsip desain multimedia. 3. Dapat menghubungkan prinsip-prinsip multimedia dengan produk yang ada.	Kesesuain analisis	Ceramah interaktif, diskusi kelompok, studi kasus, dan demonstrasi..			5%
2	Mampu menganalisis kesesuaian penerapan teknologi multimedia dengan tujuan produk.	1. Dapat mengidentifikasi prinsip-prinsip desain multimedia. 2. Dapat menjelaskan prinsip-prinsip desain multimedia. 3. Dapat menghubungkan prinsip-prinsip multimedia dengan produk yang ada.	Kesesuain analisis	Ceramah interaktif, diskusi kelompok, studi kasus, dan demonstrasi..			5%
3	Mampu menganalisis kesesuaian penerapan teknologi multimedia dengan tujuan produk.	1. Dapat mengidentifikasi prinsip-prinsip desain multimedia. 2. Dapat menjelaskan prinsip-prinsip desain multimedia. 3. Dapat menghubungkan prinsip-prinsip multimedia dengan produk yang ada.	Kesesuain analisis	Ceramah interaktif, diskusi kelompok, studi kasus, dan demonstrasi..			10%

4	Mampu mengidentifikasi perkembangan terkini teknologi digital (misalnya AI generatif, AR/VR, interaktif media, dan platform digital) yang berpengaruh terhadap industri multimedia kreatif.	1. Mahasiswa dapat menyebutkan dan menjelaskan teknologi digital terkini yang relevan dengan multimedia kreatif secara tepat. 2. Mahasiswa dapat menguraikan fungsi dan karakteristik utama dari masing-masing teknologi yang diidentifikasi. 3. Mahasiswa dapat menunjukkan contoh penerapan teknologi digital tersebut dalam konteks karya atau industri multimedia kreatif.	Kesesuain penjelasan	Studi Kasus, Diskusi Terpimpin, Presentasi dan Review Kritis, Pembelajaran Berbasis Proyek (Project-Based Learning).			5%
5	Mampu menganalisis tren pasar global dan perilaku pengguna dalam industri multimedia kreatif berdasarkan data, studi kasus, dan laporan industri.	1. Mahasiswa dapat menganalisis pola tren pasar global multimedia kreatif berdasarkan data atau laporan industri. 2. Mahasiswa dapat mengidentifikasi perubahan perilaku dan kebutuhan pengguna yang memengaruhi pengembangan produk multimedia. 3. Mahasiswa dapat menyajikan hasil analisis tren pasar dan pengguna secara logis dan berbasis data.	Kesesuain penjelasan	Project-Based Learning, Demonstrasi, Diskusi Kelompok, dan Tutorial Praktik..			5%
6	Mampu merumuskan peluang inovasi produk atau karya multimedia kreatif yang relevan dengan tren teknologi dan kebutuhan pasar global.	1. Mahasiswa dapat merumuskan ide inovasi multimedia kreatif yang selaras dengan tren teknologi digital terkini. 2. Mahasiswa dapat menjelaskan keterkaitan ide inovasi dengan kebutuhan pasar dan karakteristik pengguna global. 3. Mahasiswa dapat menyusun konsep awal produk/karya multimedia kreatif yang orisinal dan berpotensi dikembangkan	Kesesuain penjelasan	Ceramah interaktif, studi kasus, diskusi kelompok, dan workshop/praktikum berbasis proyek..			10%
7	Mampu menyusun strategi pengembangan produk multimedia kreatif berbasis hasil riset pasar dan pengguna.	1. Mahasiswa dapat menyusun strategi pengembangan produk multimedia berdasarkan hasil riset pasar dan analisis kebutuhan pengguna. 2. Mahasiswa dapat menjelaskan landasan riset yang digunakan dalam perumusan strategi produk secara sistematis. 3. Mahasiswa dapat menunjukkan kesesuaian strategi produk dengan karakteristik pasar global yang dituju.	Kesesuain penjelasan	Ceramah interaktif, studi kasus, diskusi kelompok, dan presentasi..			5%

8	Merancang strategi produksi dan distribusi produk multimedia kreatif yang efektif dan berdaya saing global.	1. Mahasiswa dapat merancang alur produksi produk multimedia kreatif yang efisien dan realistis. 2. Mahasiswa dapat menentukan strategi distribusi dan platform digital yang sesuai dengan target pasar global. 3. Mahasiswa dapat mengintegrasikan aspek teknologi, kualitas konten, dan efisiensi sumber daya dalam strategi produksi dan distribusi.	Kesesuain penjelasan	Studi kasus, diskusi kelompok terpandu, presentasi, dan simulasi perencanaan strategi berbasis data riset..			5%
9	Merancang strategi produksi dan distribusi produk multimedia kreatif yang efektif dan berdaya saing global.	1. Mahasiswa dapat merancang alur produksi produk multimedia kreatif yang efisien dan realistis. 2. Mahasiswa dapat menentukan strategi distribusi dan platform digital yang sesuai dengan target pasar global. 3. Mahasiswa dapat mengintegrasikan aspek teknologi, kualitas konten, dan efisiensi sumber daya dalam strategi produksi dan distribusi.	Kesesuain penjelasan	Studi kasus, diskusi kelompok terpandu, presentasi, dan simulasi perencanaan strategi berbasis data riset..			5%
10	Merumuskan strategi branding dan pemasaran produk multimedia kreatif berbasis data dan tren global.	1. Mahasiswa dapat merumuskan strategi branding produk multimedia kreatif yang unik dan relevan dengan pasar global. 2. Mahasiswa dapat menyusun strategi pemasaran digital berbasis data, tren, dan perilaku pengguna. 3. Mahasiswa dapatmenyajikan strategi implementasi produk multimedia secara terpadu dan argumentatif.	Kesesuain penjelasan	Studi kasus, diskusi kelompok terpandu, presentasi dan kritik peer-review, serta pembelajaran berbasis proyek (project-based learning)..			5%
11	Merumuskan strategi branding dan pemasaran produk multimedia kreatif berbasis data dan tren global.	1. Mahasiswa dapat merumuskan strategi branding produk multimedia kreatif yang unik dan relevan dengan pasar global. 2. Mahasiswa dapat menyusun strategi pemasaran digital berbasis data, tren, dan perilaku pengguna. 3. Mahasiswa dapatmenyajikan strategi implementasi produk multimedia secara terpadu dan argumentatif.	Kesesuain penjelasan	Studi kasus, diskusi kelompok terpandu, presentasi dan kritik peer-review, serta pembelajaran berbasis proyek (project-based learning)..			10%

12	Merancang konsep produk multimedia kreatif yang mengangkat kearifan budaya lokal berbasis riset	1. Mahasiswa dapat mengidentifikasi unsur kearifan budaya lokal yang relevan sebagai dasar perancangan produk multimedia. 2. Mahasiswa dapat merumuskan konsep produk multimedia yang inovatif dan kontekstual berdasarkan hasil riset budaya. 3. Mahasiswa dapat menjelaskan nilai budaya dan pesan yang ingin disampaikan melalui konsep produk multimedia.	Kesesuain penjelasan	Kuliah interaktif, studi kasus, diskusi kelompok, presentasi, dan workshop perancangan strategi..			5%
13	Mengintegrasikan teknologi digital dalam pengembangan produk multimedia berbasis kearifan budaya lokal.	1. Mahasiswa dapat mengidentifikasi unsur kearifan budaya lokal yang relevan sebagai dasar perancangan produk multimedia. 2. Mahasiswa dapat merumuskan konsep produk multimedia yang inovatif dan kontekstual berdasarkan hasil riset budaya. 3. Mahasiswa dapat menjelaskan nilai budaya dan pesan yang ingin disampaikan melalui konsep produk multimedia.	Kesesuain penjelasan	Studi kasus, diskusi terpimpin, demonstrasi, dan pembelajaran berbasis proyek (project-based learning) dengan pendampingan..			5%
14	Mengintegrasikan teknologi digital dalam pengembangan produk multimedia berbasis kearifan budaya lokal.	1. Mahasiswa dapat mengidentifikasi unsur kearifan budaya lokal yang relevan sebagai dasar perancangan produk multimedia. 2. Mahasiswa dapat merumuskan konsep produk multimedia yang inovatif dan kontekstual berdasarkan hasil riset budaya. 3. Mahasiswa dapat menjelaskan nilai budaya dan pesan yang ingin disampaikan melalui konsep produk multimedia.	Kesesuain penjelasan	Studi kasus, diskusi terpimpin, demonstrasi, dan pembelajaran berbasis proyek (project-based learning) dengan pendampingan..			5%
15	Menghasilkan produk multimedia kreatif yang fungsional, estetis, dan berpotensi dikembangkan secara berkelanjutan.	1. Mahasiswa dapat menghasilkan produk multimedia yang berfungsi dengan baik dan memenuhi tujuan komunikasi. 2. Mahasiswa dapat menunjukkan kualitas estetika dan orisinalitas dalam karya multimedia yang dihasilkan. 3. Mahasiswa dapat menjelaskan potensi pengembangan dan pemanfaatan produk multimedia dalam konteks edukasi, industri kreatif, atau pelestarian budaya.	Kesesuain penjelasan	Studi Kasus, Diskusi Terpandu, Presentasi Analisis, dan Tanya Jawab Interaktif..			5%

16	Menghasilkan produk multimedia kreatif yang fungsional, estetis, dan berpotensi dikembangkan secara berkelanjutan.	1. Mahasiswa dapat menghasilkan produk multimedia yang berfungsi dengan baik dan memenuhi tujuan komunikasi. 2. Mahasiswa dapat menunjukkan kualitas estetika dan orisinalitas dalam karya multimedia yang dihasilkan. 3. Mahasiswa dapat menjelaskan potensi pengembangan dan pemanfaatan produk multimedia dalam konteks edukasi, industri kreatif, atau pelestarian budaya.	Kesesuain penjelasan	Studi Kasus, Diskusi Terpandu, Presentasi Analisis, dan Tanya Jawab Interaktif..			10%

SDGS (Sustainable Development Goals)



Catatan

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi (CPL-Prodi)** adalah rumusan kemampuan yang harus dimiliki oleh lulusan program studi yang mencakup sikap, penguasaan pengetahuan, keterampilan umum, dan keterampilan khusus sesuai dengan jenjang kualifikasi, yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. **CPL-Prodi yang dibebankan pada Mata Kuliah** adalah bagian dari CPL-Prodi yang dipilih dan relevan untuk dikembangkan melalui suatu mata kuliah, sebagai dasar perumusan capaian pembelajaran mata kuliah.
3. **Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dirumuskan secara spesifik dan diturunkan dari CPL-Prodi yang dibebankan pada mata kuliah, serta menggambarkan kompetensi yang harus dicapai mahasiswa setelah menyelesaikan mata kuliah.
4. **Sub-CPMK** adalah kemampuan akhir yang direncanakan pada setiap tahap pembelajaran, sebagai penjabaran lebih rinci dari CPMK, bersifat terukur dan dapat diamati sesuai dengan materi pembelajaran.
5. **Indikator Penilaian** adalah pernyataan spesifik dan terukur yang digunakan untuk menilai ketercapaian Sub-CPMK, baik dari proses maupun hasil belajar mahasiswa, yang didukung dengan bukti penilaian.
6. **Kriteria Penilaian** adalah tolok ukur yang digunakan untuk menentukan tingkat ketercapaian hasil belajar mahasiswa berdasarkan indikator penilaian, guna menjamin penilaian yang objektif, konsisten, dan adil. Kriteria penilaian dapat bersifat kuantitatif dan/atau kualitatif.
7. **Bentuk Penilaian** meliputi penilaian tes dan non-tes sesuai dengan karakteristik capaian pembelajaran.
8. **Bentuk Pembelajaran** meliputi kuliah, responsi, tutorial, seminar atau bentuk lain yang setara, praktikum, praktik studio, praktik bengkel, praktik lapangan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.
9. **Metode Pembelajaran** merupakan cara penyampaian pembelajaran yang digunakan untuk mencapai capaian pembelajaran, antara lain Small Group Discussion, Project Based Learning, Case Based Learning, Collaborative Learning, Discovery Learning, Self-Directed Learning, serta metode lain yang relevan.
10. **Materi Pembelajaran** adalah bahan kajian yang disusun secara sistematis dalam bentuk pokok dan sub-pokok bahasan untuk mendukung pencapaian Sub-CPMK.
11. **Bobot Penilaian** adalah persentase kontribusi setiap komponen penilaian terhadap nilai akhir mata kuliah, yang ditetapkan secara proporsional sesuai tingkat kompleksitas dan ketercapaian Sub-CPMK, dengan total keseluruhan sebesar 100%.
12. TM = Tatap Muka, PT = Penugasan Terstruktur, BM = Belajar Mandiri.