Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini memperkenalkan mahasiswa pada lanskap industri kreatif, khususnya yang terkait dengan bidang media. Mahasiswa akan mempelajari karakteristik industri ini, peran kreator, model bisnis, dan ekosistem pendukung. Pembelajaran di semester awal ini dirancang untuk membangun pemahaman konseptual sebelum masuk ke praktik yang lebih kompleks di semester berikutnya. Proyek kelompok sederhana akan menjadi media bagi mahasiswa untuk menerapkan konsep yang dipelajari						
Pustaka	Utama :						
	<ol style="list-style-type: none"> Howkins, J. (2001). <i>The creative economy: How people make money from ideas</i>. Penguin Press. Endang Sungkawati, dkk. (2021). <i>Industri dan Ekonomi Kreatif</i>. Eureka Media Aksara Vogler, C. (2007). <i>The writer's journey: Mythic structure for writers (3rd ed.)</i>. Michael Wiese Productions. 						
	Pendukung :						
<ol style="list-style-type: none"> Dhety Chusumastuti, dkk. <i>Konsep Ekonomi Kreatif</i>. Mavy Media. Solok. 2024 Kleon, A. (2012). <i>Steal like an artist: 10 things nobody told you about being creative</i>. Workman Publishing Company. Ilasco, M. M., & Cho, J. D. (2010). <i>Creative, Inc.: The ultimate guide to running a successful freelance business</i>. Chronicle Books. Quinn, M. J. (2014). <i>Ethics for the information age (6th ed.)</i>. Pearson. Kleon, A. (2012). <i>Steal like an artist: 10 things nobody told you about being creative</i>. Workman Publishing Company. Winoto, Yunus (2017). <i>STORYTELLING DALAM PERSPEKTIF NARATIVE PARADIGMA: Sebuah Kajian Teoritis</i>. Universitas Padjajaran Kristiyono, Jokhanan. (2022). <i>Konvergensi Media: Transformasi Media di Era Digital pada Masyarakat Berjejaring</i> Shimp, T. A. (2010). <i>Periklanan promosi: Aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu (Jil. 1, ed. 5)</i>. Erlangga. Nova Mardiana, dkk. (2025). <i>Pitching and Negotiation</i>. KMB Sastrabook 							
Dosen Pengampu	INDAH WULANDARI Indah Wulandari, S.I.Kom., M.Med.Kom. Indah Wulandari, S.I.Kom., M.Med.Kom.						
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuan 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 mampu memahami gambaran umum industri kreatif dan hubungannya dengan ekonomi digital.	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa dapat menjelaskan definisi dan sejarah industri kreatif. Mahasiswa dapat menganalisis peran industri kreatif dalam ekonomi digital. Mahasiswa dapat menyebutkan minimal 5 profesi di dalam industri kreatif 	Kriteria: <ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa dapat menjelaskan definisi dan sejarah industri kreatif. Mahasiswa dapat menganalisis peran industri kreatif dalam ekonomi digital. Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Diskusi Tanya Jawab 2x45		Materi: Pengantar Industri Kreatif Pustaka: <i>Howkins, J. (2001). The creative economy: How people make money from ideas. Penguin Press.</i> Materi: Profesi dalam Industri Kreatif di Indonesia Pustaka: <i>Endang Sungkawati, dkk. (2021). Industri dan Ekonomi Kreatif. Eureka Media Aksara</i>	2%
2	Mahasiswa mampu mengidentifikasi pelaku dan ekosistem di dalam industri kreatif.	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa dapat menjelaskan peran kreator, produser, distributor, platform, dan konsumen dalam ekosistem. Mahasiswa dapat membandingkan ekosistem dua subsektor yang berbeda (misalnya, film dan musik). 	Kriteria: <ol style="list-style-type: none"> Penjelasan peran kreator, produser, distributor, platform, dan konsumen dalam ekosistem. Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Ceramah 2 x 45		Materi: Ekosistem Industri Kreatif Pustaka: <i>Howkins, J. (2001). The creative economy: How people make money from ideas. Penguin Press.</i>	2%

3	Mahasiswa mampu mengenali subsektor industri kreatif yang relevan dengan D4 Produksi Media.	1. Mahasiswa dapat menyebutkan dan menjelaskan subsektor media kreatif (misalnya: film, game, musik, podcast).	Kriteria: 1. Penjelasan subsektor media kreatif (misalnya: film, game, musik, podcast). Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Tes	Diskusi 2 x 45		Materi: Mengenal Subsektor Industri Kreatif dan Media Pustaka: <i>Howkins, J. (2001). The creative economy: How people make money from ideas. Penguin Press.</i>	10%
4	Mahasiswa mampu memahami peran dan etika seorang kreator di era digital.	1.1. Mahasiswa dapat menjelaskan perbedaan antara content creator, influencer, dan digital marketer. 2.2. Mahasiswa dapat menganalisis pentingnya personal branding dan etika sebagai kreator.	Kriteria: 1.1. Perbedaan antara content creator, influencer, dan digital marketer. 2.2. Analisis pentingnya personal branding dan etika sebagai kreator. Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Ceramah Diskusi 2 x 45		Materi: Ideasi dan Pola Pikir Kreatif Pustaka: <i>Kleon, A. (2012). Steal like an artist: 10 things nobody told you about being creative. Workman Publishing Company.</i> Materi: Peran Kreator di Era Digital Pustaka: <i>Kleon, A. (2012). Steal like an artist: 10 things nobody told you about being creative. Workman Publishing Company.</i>	2%
5	Mahasiswa mampu memahami model bisnis dan cara monetisasi di industri kreatif.	1.1. Mahasiswa dapat menjelaskan perbedaan model bisnis dasar (B2C, B2B, B2G). 2.2. Mahasiswa dapat mengidentifikasi dan membandingkan metode monetisasi (iklan, langganan, sponsorship).	Kriteria: 1.1. Perbedaan model bisnis dasar (B2C, B2B, B2G). 2.2. Perbandingan metode monetisasi (iklan, langganan, sponsorship). Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Tes	Ceramah Diskusi 2 x 45		Materi: Manajemen Bisnis dan Monetisasi Sederhana Pustaka: <i>Kleon, A. (2012). Steal like an artist: 10 things nobody told you about being creative. Workman Publishing Company.</i> Materi: Model Bisnis dalam Industri Kreatif Pustaka: <i>Kleon, A. (2012). Steal like an artist: 10 things nobody told you about being creative. Workman Publishing Company.</i>	2%

6		<p>1.1. Mahasiswa dapat menjelaskan perbedaan hak cipta, merek dagang, dan paten.</p> <p>2.2. Mahasiswa dapat menjelaskan pentingnya melindungi karya dan etika penggunaan karya orang lain.</p>	<p>Kriteria:</p> <p>1.1. Diskripsi perbedaan hak cipta, merek dagang, dan paten.</p> <p>2.2. Penjelasan pentingnya melindungi karya dan etika penggunaan karya orang lain.</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	Luring 2 x 45	Ceramah Diskusi 2 x 45	<p>Materi: Kode Etik</p> <p>Pustaka: <i>Quinn, M. J. (2014). Ethics for the information age (6th ed.). Pearson.</i></p> <hr/> <p>Materi: Hak Cipta Merel Dagang Paten</p> <p>Pustaka: <i>Kleon, A. (2012). Steal like an artist: 10 things nobody told you about being creative. Workman Publishing Company.</i></p>	2%
7		<p>1.1. Mahasiswa secara individu dapat menghasilkan ide proyek yang kreatif dan orisinal.</p> <p>2.2. Mahasiswa secara berkelompok dapat menyusun proposal proyek mini yang terstruktur.</p> <p>3.3. Proposal proyek mini yang dibuat berisi judul, latar belakang, tujuan, dan target audiens yang jelas.</p>	<p>Kriteria:</p> <p>1. Ide Proyek yang kreatif dan orisinal</p> <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	Diskusi, Ceramah 2 x 45		<p>Materi: Menyusun Ide Proyek Kreatif</p> <p>Pustaka: <i>Kleon, A. (2012). Steal like an artist: 10 things nobody told you about being creative. Workman Publishing Company.</i></p>	10%
8	Mahasiswa mampu menyusun, memvalidasi, dan mempresentasikan proposal proyek media kreatif yang terstruktur.	<p>1. Mahasiswa dapat menyusun proposal proyek mini yang terstruktur dan didukung data riset audiens sederhana.</p> <p>2. Mahasiswa dapat mempresentasikan ide proyek secara jelas, logis, dan persuasif.</p> <p>3. Mahasiswa dapat menjawab pertanyaan dan mempertahankan argumen terkait proposal proyek yang diajukan.</p>	<p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	Diskusi 2 x 45			20%
9	Mahasiswa mampu memahami pentingnya storytelling dan narasi visual dalam produk media.	<p>1.1. Mahasiswa dapat menjelaskan elemen-elemen penting dalam sebuah narasi.</p> <p>2.2. Mahasiswa dapat menganalisis dan mengidentifikasi storytelling yang kuat dari sebuah konten media.</p>	<p>Kriteria:</p> <p>1.1. Penjelasan elemen elemen penting dalam sebuah narasi</p> <p>2.1. Analisis dan pengidentifikasian storytelling yang kuat dari sebuah konten media.</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	Diskusi Ceramah 2 x 45		<p>Materi: Dasar-dasar Storytelling dan Narasi Visual</p> <p>Pustaka:</p> <hr/> <p>Materi: Dasar-dasar Storytelling dan Narasi Visual</p> <p>Pustaka: <i>Vogler, C. (2007). The writer's journey: Mythic structure for writers (3rd ed.). Michael Wiese Productions.</i></p>	2%

10	Mahasiswa mampu memahami pengertian dan dampak konvergensi media.	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Mahasiswa dapat menjelaskan definisi konvergensi media. 2.2. Mahasiswa dapat memberikan contoh-contoh konvergensi media yang terjadi saat ini. 3.3. Mahasiswa dapat mengidentifikasi dampak konvergensi media pada produksi konten. 	<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Penjelasan definisi konvergensi media. 2.2. Deskripsi contoh-contoh konvergensi media yang terjadi saat ini. 3.3. Pengidentifikasian dampak konvergensi media pada produksi konten. <p>Bentuk Penilaian : Tes</p>	Diskusi Ceramah		<p>Materi: Konvergensi Media di Era Digital Pustaka: <i>Kristiyono, Jokhanan. (2022). Konvergensi Media: Transformasi Media di Era Digital pada Masyarakat Berjejaring</i></p>	10%
11		<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Mahasiswa dapat menjelaskan pentingnya memahami audiens target. 2.2. Mahasiswa dapat menyusun persona audiens untuk proyek kelompok. 	<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Mahasiswa dapat menjelaskan pentingnya memahami audiens target. 2.2. Mahasiswa dapat menyusun persona audiens untuk proyek kelompok. <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Portofolio</p>	Diskusi 2 x 45		<p>Materi: Konsep Target Audience Pustaka: <i>Howkins, J. (2001). The creative economy: How people make money from ideas. Penguin Press.</i></p>	2%
12	Mahasiswa mampu memahami konsep dasar branding dan promosi untuk proyek kreatif.	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Mahasiswa dapat menjelaskan perbedaan antara merek dan branding. 2.2. Mahasiswa dapat menganalisis strategi branding dari produk media yang sukses. 3.3. Mahasiswa dapat merumuskan ide promosi sederhana untuk proyek kelompok. 	<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Penjelasan perbedaan antara merek dan branding. 2.2. Analisis strategi branding dari produk media yang sukses. 3.3. Perumusan ide promosi sederhana untuk proyek kelompok. <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	Diskusi Ceramah 2 x 45		<p>Materi: Pengantar Promosi dan Branding 1 Pustaka: <i>Shimp, T. A. (2010). Periklanan promosi: Aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu (Jil. 1, ed. 5). Erlangga.</i></p>	2%
13	Mahasiswa mampu memahami konsep dasar branding dan promosi untuk proyek kreatif.	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Mahasiswa dapat menjelaskan perbedaan antara merek dan branding. 2.2. Mahasiswa dapat menganalisis strategi branding dari produk media yang sukses. 3.3. Mahasiswa dapat merumuskan ide promosi sederhana untuk proyek kelompok. 	<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Penjelasan perbedaan antara merek dan branding. 2.2. Analisis strategi branding dari produk media yang sukses. 3.3. Perumusan ide promosi sederhana untuk proyek kelompok. <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	Diskusi Ceramah 2 x 45		<p>Materi: Pengantar Komunikasi Pemasaran Pustaka: <i>Shimp, T. A. (2010). Periklanan promosi: Aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu (Jil. 1, ed. 5). Erlangga.</i></p>	2%
14	Mahasiswa mampu menyusun strategi pitching yang profesional dan mengomunikasikan ide proyek secara efektif.	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Mahasiswa dapat membuat salah satu elemen produk (misalnya: logo, poster, skrip, atau trailer singkat) sesuai rencana. 2.2. Produk yang dihasilkan sesuai dengan ide dan konsep yang telah dirumuskan. 	<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Produksi salah satu elemen produk (misalnya: logo, poster, skrip, atau trailer singkat) sesuai rencana. 2.2. Penyesuaian Produk yang dihasilkan dengan ide dan konsep yang telah dirumuskan. <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	Diskusi Ceramah 2 x 45		<p>Materi: Produksi Sederhana Proyek Kelompok Pustaka: <i>Endang Sungkawati, dkk. (2021). Industri dan Ekonomi Kreatif. Eureka Media Aksara</i></p>	5%

15		<p>1.1. Mahasiswa dapat menyusun pitch deck yang persuasif untuk proyek mereka.</p> <p>2.2. Mahasiswa dapat mengkomunikasikan nilai jual proyek secara efektif dalam presentasi singkat.</p> <p>3.3. Mahasiswa dapat menjelaskan konsep dasar negosiasi dan bagaimana menerapkannya dalam konteks kreatif (misalnya: negosiasi kontrak, biaya, atau hak cipta).</p> <p>4.4. Mahasiswa dapat berlatih merespons pertanyaan dan keberatan dari "klien" atau "investor" dalam simulasi pitching.</p>	<p>Kriteria:</p> <p>1.1. Penyusunan pitch deck yang persuasif untuk proyek mereka.</p> <p>2.2. Penjabaran nilai jual proyek secara efektif dalam presentasi singkat.</p> <p>3.3. Respon pertanyaan dan keberatan dari "klien" atau "investor" dalam simulasi pitching.</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	Ceramah Diskusi 2 x 45		<p>Materi: Pitching and Negotiation</p> <p>Pustaka: Nova Mardiana, dkk. (2025). <i>Pitching and Negotiation</i>. KMB Sastrabook</p>	2%
16	Mahasiswa mampu memproduksi, menyajikan, dan mendokumentasikan proyek media kreatif sederhana sesuai dengan rencana yang telah dibuat.	<p>1.1. Kelompok dapat menghasilkan produk media kreatif sederhana yang relevan dengan ide proyek.</p> <p>2.2. Kelompok dapat mempresentasikan produk dan proses pengerjaan proyek secara komprehensif.</p> <p>3.3. Kelompok dapat menyusun laporan akhir proyek yang berisi ringkasan proses, hasil, dan evaluasi.</p> <p>4.4. Mahasiswa dapat berkolaborasi secara efektif dalam tim untuk menyelesaikan proyek.</p>	<p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	Ceramah 2 x 45			25%

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	45%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	38%
3.	Penilaian Portofolio	1%
4.	Tes	16%
		100%

Catatan

- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
- 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.
- 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.

File PDF ini digenerate pada tanggal 25 Agustus 2025 Jam 06:59 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa