

		<table><tr><td rowspan="2">CPMK</td><td colspan="16">Minggu Ke</td></tr><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td></tr><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><tr><td>CPMK-5</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></table>	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-5																
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-5																																																																																																																								
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah Branding dan Komunikasi Visual dirancang untuk mengembangkan kemampuan berpikir logis, kritis, sistematis, dan kreatif mahasiswa dalam merumuskan serta mengimplementasikan strategi branding pada industri kreatif. Mata kuliah ini membekali mahasiswa dengan penguasaan teori dan konsep inovasi branding, komunikasi visual, riset terapan, serta pemanfaatan teknologi digital untuk menghasilkan solusi merek yang adaptif, berbasis kearifan budaya lokal, dan berdaya saing global. Melalui pendekatan analitis dan berbasis proyek, mahasiswa diarahkan untuk merancang, menerapkan, dan mengevaluasi strategi branding dan komunikasi visual sebagai inovasi produk kreatif yang relevan dengan kebutuhan industri dan standar kompetensi kerja.																																																																																																																							
Pustaka	Utama :																																																																																																																							
	1. Wheeler, A. (2024). Designing Brand Identity (6th ed.). Wiley 2. Raposo, D. (Ed.). (2022). Design, Visual Communication and Branding. Cambridge Scholars. 3. Keller, K. L. (2016). Strategic Brand Management (4th ed.). Pearson. 4. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0. Wiley. 5. Kapferer, J.-N. (2020). The New Strategic Brand Management (6th ed.). Kogan Page. 6. Solomon, M. R. (2018). Consumer Behavior (12th ed.). Pearson. 7. Heller, S., & Vienne, V. (2015). 100 Ideas that Changed Graphic Design. Laurence King. 8. Landa, R. (2018). Graphic Design Solutions (6th ed.). Cengage.																																																																																																																							
	Pendukung :																																																																																																																							
		1. Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research Design (5th ed.). Sage. 2. Malhotra, N. K. (2019). Marketing Research. Pearson. 3. UNESCO. (2016). Culture: Urban Future (PDF). 4. Putra Yasa, I. W. A. et al. (2024). Desain Komunikasi Visual: Teori dan Perkembangannya. Sonpedia 5. Brown, T. (2019). Change by Design																																																																																																																						
Dosen Pengampu	Dr. Asidigisianti Surya Patria, S.T., M.Pd. Dr. Fitria, S.Pd., M.Pd.																																																																																																																							
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk 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	Mampu menjelaskan konsep dasar branding dan komunikasi visual dalam konteks industri kreatif	1.Dapat menjelaskan definisi branding. 2.Dapat menjelaskan peran komunikasi visual. 3.Dapat mengaitkan branding dengan industri kreatif.	Kriteria: Ketepatan konsep Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	3x50men	3x50men	Materi: Mendesain Identitas Visual Pustaka: Wheeler, A. (2024). Designing Brand Identity (6th ed.). Wiley Materi: Definisi Branding Pustaka: Raposo, D. (Ed.). (2022). Design, Visual Communication and Branding. Cambridge Scholars.	2%																																																																																																																	

2	Mampu mengidentifikasi peran branding dan komunikasi visual dalam membangun nilai dan daya saing merek.	1. Mengidentifikasi elemen brand value 2. Menjelaskan brand equity 3. Memberi contoh kasus industri kreatif	Kriteria: 1. Relevansi contoh 2. Kedalaman analisis Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif			Materi: Manajemen brand Pustaka: Keller, K. L. (2016). <i>Strategic Brand Management (4th ed.)</i> . Pearson. Materi: Brand Equity Pustaka: Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). <i>Marketing 4.0</i> . Wiley.	3%
3	Mampu menganalisis permasalahan branding pada produk atau jasa industri kreatif berdasarkan konteks pasar dan budaya visual.	1. Mengidentifikasi masalah branding. 2. Menganalisis penyebab masalah 3. Menyusun rumusan masalah	Kriteria: 1. Ketajaman analisis. 2. Logika berpikir. Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif			Materi: Strategi Branding Pustaka: Kapferer, J.-N. (2020). <i>The New Strategic Brand Management (6th ed.)</i> . Kogan Page. Materi: Identitas Visual Pustaka: Wheeler, A. (2024). <i>Designing Brand Identity (6th ed.)</i> . Wiley	0%
4							0%
5							0%
6							0%
7							0%
8							0%
9							0%
10							0%
11							0%
12							0%
13							0%
14							0%
15							0%
16							0%

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	5%
		5%

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 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-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.