

KEPUTUSAN

KETUA SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA

No. 328/STSRDIVISI.D2/X/2025

Tentang

PENGANGKATAN TENAGA PENGAJAR SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2025/ 2026 SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA

- Menimbang** : Bahwa untuk menjamin kelancaran kegiatan proses belajar mengajar pada Semester Ganjil tahun akademik 2025 /2026 di lingkungan Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia, dipandang perlu untuk mengangkat tenaga pengajar dan penguji mata kuliah.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi
2. Peraturan Pemerintah No.4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi.
3. SK Ketua Yayasan Pendidikan Visi Yogyakarta No. 008/YPVY/Sek/VIII/2019
4. SK Ketua Yayasan Pendidikan Visi Yogyakarta No. 008/YPVY/Sek/XI/2022
5. SK Ketua Yayasan Pendidikan Visi Yogyakarta No. 001/YPVY/Sek/ I /2023
6. Kalender Akademik STSRD VISI Tahun Akademik 2025/2026
- Memperhatikan** : Surat Ketua Program Studi DKV STSRD VISI No. 159/STSRD VISI.B1/X/2025 tanggal 8 Oktober 2025 tentang Usulan Pengangkatan Tenaga Pengajar dan Penguji STSRD VISI Semester Ganjil Tahun Akademik 2025 /2026.

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Mengangkat dosen tersebut dibawah ini :

Nama : Dian Prajarini, ST., M.Eng.

Jabatan Fungsional : Lektor

sebagai Tenaga Pengajar dan Penguji di lingkungan Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia Semester Ganjil Tahun Akademik 2025/2026 untuk :

Mata Kuliah :	Prodi / Sem/ Kelas :	SKS :	Jumlah Mhs :
1. Media Sosial Periklanan	DKV/S1/V/A, B	3	56
2. Deskomvis 5	DKV/S1/VII/B	4	47

Kedua : KEPADANYA diberikan honorarium sebagai berikut :

Honor Mengajar : Rp. 40.000,- / sks/ pertemuan

Honor Soal UAS : Rp. 100.000,-/ mata kuliah

Honor Koreksi UAS : Rp. 10.000,- / mahasiswa peserta ujian

Honor Jaga UAS : Rp. 25.000,- / sks mata kuliah per pertemuan

Ketiga : Honorarium tersebut dalam butir dua belum dipotong pajak penghasilan (Pph 21) sesuai ketentuan yang berlaku.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan ditinjau kembali dan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Kelima : Keputusan ini berlaku dari tanggal 1 Oktober 2025 sampai dengan tanggal 31 Januari 2026.

Ditetapkan di : Yogyakarta

Pada tanggal : 10 Oktober 2025

Ketua

Wahju Tri Widadijo, M.Sn

NIK 98093052

STSRD VISI

INDONESIA

**ISIAN RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER & RENCANA EVALUASI
UNTUK FEEDER DIKTI 4.0**

NAMA MATA KULIAH	: MEDIA SOSIAL PERIKLANAN
PROGRAM STUDI	: D3 / S1*
NAMA DOSEN PENGAMPU	: Dian Prajarini
SEMESTER	: GANJIL / GENAP *

Learning Outcome

A. Primer

Mampu mengoptimalkan potensi media sosial untuk kebutuhan DKV. (KK12)

B. Sekunder

Mampu mengidentifikasi, menganalisis, dan merumuskan permasalahan serta mampu memberikan solusi kreatif sesuai bidang DKV dan merealisasikannya guna meningkatkan/ mengembangkan potensi UMKM dan pariwisata. (PP7)

Mampu menguasai pengetahuan teoritis dan praktika tata cara penulisan teks (*copywritting*) sehingga mampu membuat kalimat iklan yang unik, efektif, artistik, dan komunikatif yang digunakan dalam sebuah iklan. (PP9)

Menunjukkan sikap dan perilaku yang sesuai dengan etika profesi. (S7)

*Sumber: CPL STSRD VISI, bisa dilihat di bit.ly/rps-visi



SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
PROGRAM STUDI S1

Mata Kuliah	Kode	Rumpun MK	SKS	Semester	Tanggal Penyusunan
Media Sosial Periklanan	SK512	Mata Kuliah Ketrampilan Khusus	3	5	01 September 2025
Otorisasi		Dosen Pengembang RPS		Ketua Jurusan	
		 Dian Prajarini, S.T., M.Eng.		 Dwisanto Sayogo, M.Ds.	
Capaian Pembelajaran	Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)				
	KK12 PP7	1. Mampu mengoptimalkan potensi media sosial untuk kebutuhan DKV.			
	PP9	2. Mampu mengidentifikasi, menganalisis, dan merumuskan permasalahan serta mampu memberikan solusi kreatif sesuai bidang DKV dan merealisasikannya guna meningkatkan/ mengembangkan potensi UMKM dan pariwisata.			
	S7	3. Mampu menguasai pengetahuan teoritis dan praktika tata cara penulisan teks (<i>copywriting</i>) sehingga mampu membuat kalimat iklan yang unik. efektif, artistik, dan komunikatif yang digunakan dalam sebuah iklan.			
		4. Menunjukkan sikap dan perilaku yang sesuai dengan etika profesi.			
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)				
	KK12, PP7, PP9, S7	Mahasiswa mengidentifikasi, menganalisis, dan menyelesaikan permasalahan UMKM dengan menyusun strategi pesan, strategi konten, dan <i>copywriting</i> yang unik, serta merealisasikan dan mengoptimalkan potensi media sosial untuk kebutuhan DKV, sambil menunjukkan sikap profesional dan beretika.			
Deskripsi Singkat Mata Kuliah	Mata kuliah ini membekali mahasiswa dengan wawasan dan praktik untuk mengoptimalkan media sosial sebagai sarana periklanan. Mahasiswa akan belajar mengidentifikasi dan menganalisis permasalahan UMKM untuk kemudian menyusun strategi pesan dan strategi konten iklan yang tepat. Output utama mata kuliah ini adalah mampu mendesain iklan media sosial				

	(baik visual statis, karosel, maupun video pendek) dengan menggunakan <i>caption</i> dan kata kunci yang unik dan efektif (<i>copywriting</i>) dan melaksanakan proses <i>post</i> iklan secara optimal pada <i>platform</i> yang sesuai
Materi Pembelajaran/ Pokok Bahasan	1. Pendahuluan & Ekosistem Medsos. 2. Etika, Kaidah, & Legalitas. 3. Targeting & Segmentasi. 4. Strategi Konten (Awareness) 5. Strategi Iklan (Action) 6. Copywriting Inovatif & Penjadwalan 7. Merancang Konsep Iklan Media Sosial 8. Produksi Konten I (Statis & Karosel) 9. Produksi Konten II (Video Pendek) 10. Finalisasi & Integrasi 11. Implementasi & Analisis
Pustaka	1. Social Media Certification Workbook A Beginner's Guide to Applying Social Media to Your Business. (HubSpot Academy) 2. Instagram Advertising The Essential Guide (HubSpot Academy) 3. Instagram for Business 2021 Guide (HubSpot Academy) 4. How to Grow Engagement & Create Demand on Facebook (HubSpot Academy) 5. Science-Successful-Twitter-Ads (AdsEspresso Hootsuite) 6. Tune Up your Social Media Marketing : The Do's & Don'ts for Success (Dave SotoIotto) 7. Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practice. Pearson Education Limited, England. (Chaffey, Dave et al. (2000).) 8. Global Changemakers Social Media Toolkit (Mariel Garcia, Gabriela Jaeger) 9. Community Engagement and Social Media Best Practices: Virtual Social Media Working Group (Homeland Security) 10. The Ultimate Online Business Promotion Guide: Step-by-step Guide on What You Can Do To Promote Your Business On The Internet Right Now (Jomer Gregorio) 11. Media Sosial Periklanan – Instagram. (Prajarini, Dian. 2020. Yogyakarta: Deepublish.)
Media Pembelajaran	1. Perangkat Lunak : Microsoft Word, Power Point, WhatsApp 2. Perangkat Keras : Laptop 3. Media Sosial
Team Teaching	-
Mata Kuliah Syarat	-

MINGGU	SUB CP-MK SEBAGAI KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN	INDIKATOR	KRITERIA DAN BENTUK PENILAIAN	METODE PEMBELAJARAN	MATERI PEMBELAJARAN (PUSTAKA)
1	Mahasiswa mampu memahami kontrak perkuliahan (C2) dan menjelaskan konsep dasar serta ekosistem berbagai <i>platform</i> media sosial (C2).	Mampu menjelaskan dasar tentang media sosial dan lingkup DKV	Kriteria: Ketepatan dalam menjelaskan Bentuk Penilaian: Melalui diskusi umum seluruh kelas di akhir perkuliahan.	Ceramah & diskusi Waktu Perkuliahan: 50 Menit x 3 (SKS)	Pendahuluan & Ekosistem Medsos: Kontrak perkuliahan, Pengertian Media Sosial, dan Ekosistem Platform Medsos
2	Mahasiswa mampu menerapkan etika, kaidah periklanan (C3) dan memahami isu privasi data dalam merencanakan <i>campaign</i> iklan (C2).	Kemampuan mengidentifikasi dan menghindari pelanggaran etika/hukum	Kriteria: Ketepatan dalam penerapan etika dan pemahaman isu legal. Bentuk Penilaian: Diskusi kasus	Pemaparan Studi Kasus (<i>Case Study</i>), Diskusi Waktu Perkuliahan: 50 menit x 3 (SKS)	Etika, Kaidah, & Legalitas: Penerapan Etika dan Kaidah Periklanan, serta isu-isu Privasi Data dan Tracking dalam <i>campaign</i> .
3	Mahasiswa mampu mengidentifikasi <i>target market</i> dan <i>target audience</i> (C4) serta menerapkan teknik segmentasi audiens (C3).	Kemampuan untuk analisis data dan penerapan segmentasi yang relevan.	Kriteria: Ketepatan analisis data dan penerapan segmentasi yang relevan. Bentuk penilaian: Kuis dan Tugas analisa	Pemaparan praktik analisis data, diskusi Waktu Perkuliahan: 50 Menit x 3 (SKS)	Targeting & Segmentasi: Target Market, Target Audien, dan Teknik Audience Segmentation
4	Mahasiswa mampu menjelaskan jenis konten	Kemampuan menyusun <i>content</i>	Kriteria:	Pemaparan contoh <i>content pillar</i> strategi	Strategi Konten & Iklan: Jenis-jenis Konten Iklan Video Pendek

	<i>awareness</i> dan strategi iklan (C2), menyusun strategi <i>content pillar</i> (C6), dan memahami dasar <i>Paid Ads</i> (C2).	<i>pillar</i> dan logisnya pemilihan strategi iklan.	Kreativitas penyusunan <i>content pillar</i> dan logisnya pemilihan strategi iklan. Bentuk Penilaian: Diskusi kasus UMKM yang diangkat per kelompok	yang dipilih, presentasi kelompok Waktu Perkuliahan: 50 menit x 3 (SKS)	(<i>UGC-Style</i>), Strategi <i>Content Pillar</i> (Pilar Konten), Jenis-jenis Strategi Iklan (<i>Campaign Funnel</i> , AIDA), dan Pengenalan Dasar <i>Paid Ads</i> (<i>Boost Post</i>)
5	Mahasiswa mampu menyusun <i>copywriting</i> yang inovatif untuk <i>caption</i> dan <i>call to action</i> (C6), serta merencanakan penjadwalan konten (C3).	Kemampuan untuk menyusun <i>copywriting</i> berkualitas (unik, efektif, komunikatif) dan penjadwalan.	Kriteria Kemampuan menyusun <i>copywriting</i> yang unik, efektivitas CTA dan penetapan penjadwalan Bentuk penilaian Melalui praktik	Praktik dan pendampingan Waktu Perkuliahan: 50 Menit x 3 (SKS)	Copywriting Inovatif & Penjadwalan: Proses <i>copywriting</i> untuk <i>Caption</i> dan <i>Call to Action</i> .
6	Mahasiswa mampu menganalisis data usaha (C4), dan menyusun target <i>audience</i> , strategi konten, serta rencana penjadwalan iklan secara terintegrasi (C6).	Kemampuan menganalisis dan kelengkapan dokumen perencanaan.	Kriteria Kemampuan menyusun kelengkapan dokumen <i>Campaign Brief</i> Bentuk penilaian Laporan analisis	Presentasi <i>Campaign Brief</i> Waktu Perkuliahan: 50 Menit x 3 (SKS)	Menganalisis data usaha serta menyusun target <i>audience</i> , strategi konten, dan rencana penjadwalan iklan di media sosial.
7	Mahasiswa mampu merumuskan dan menciptakan konsep iklan yang kreatif dan terintegrasi untuk media sosial (C6).	Kemampuan menciptakan orisinalitas, relevansi, dan kreativitas konsep visual.	Kriteria Kemampuan menyusun konsep visual Bentuk penilaian Konsultasi Konsep	Praktik dan pendampingan Waktu Perkuliahan: 50 Menit x 3 (SKS)	Merancang Konsep Iklan Media Sosial.

8 - 10	Mahasiswa mampu memproduksi konten iklan visual statis dan karosel (C6).	Kemampuan untuk merancang konten visual tahap I	Kriteria Kemampuan memvisualisasikan rancangan konten tahap I Bentuk penilaian Melalui praktik dan konsultasi	Praktek, dan Pendampingan Waktu Perkuliahan: 3 x 50 Menit x 3 (SKS)	Produksi Konten I (Statis & Karosel): Pembuatan desain konten visual statis dan karosel.
11	Mahasiswa mampu memfinalisasi semua elemen konten iklan (C5), mengunggah konten (C3), dan menganalisis kinerja awal (<i>Reach & Impressions</i>) (C4).	Kemampuan untuk menyusun caption & call to action serta hashtag iklan media sosial UMKM, mengupload konten tahap II dan menganalisis <i>Reach/Impressions</i>	Kriteria: Ketepatan caption & call to action serta hashtag iklan media sosial UMKM, proses <i>upload</i> dan ketajaman analisis <i>Reach/Impressions</i> . Bentuk Penilaian: Melalui praktik dan konsultasi	Praktek, dan Pendampingan Waktu Perkuliahan: 50 menit x 3 (SKS)	Finalisasi, Upload Konten, dan Evaluasi Kinerja Awal: Finalisasi <i>caption, hashtag, QC</i> semua konten, <i>upload</i> (implementasi), dan Evaluasi Kinerja <i>Reach & Impressions</i> .
12 - 13	Mahasiswa mampu memulai perancangan dan memproduksi iklan video pendek (<i>filming/editing</i> sederhana) (C6).	Kemampuan untuk merancang konten visual tahap II berupa video pendek	Kriteria Kesesuaian <i>storyboard</i> dengan <i>brief</i> , Kualitas teknis video dan Finishing akhir Bentuk penilaian Melalui praktik dan konsultasi	Praktik dan pendampingan Waktu Perkuliahan: 2 x 50 Menit x 3 (SKS)	Produksi Konten II (Video Pendek)
14	Mahasiswa mampu mengunggah konten video (C3) dan menganalisis serta mengevaluasi kinerja <i>campaign</i> implementasi	Kemampuan untuk menyusun caption & call to action serta hashtag iklan media sosial UMKM, mengupload konten tahap II dan	Kriteria Ketepatan caption & call to action serta hashtag iklan media sosial UMKM, proses <i>upload</i> dan kedalaman analisis kinerja.	Praktek, dan Pendampingan Waktu Perkuliahan: 50 Menit x 3 (SKS)	Upload Konten II, Evaluasi Post Tahap 2 & Analisis Mendalam.

	tahap kedua secara mendalam (C4, C5).	menganalisis <i>Reach/Impressions</i>	Bentuk Penilaian Melalui praktik dan konsultasi		
15	Mahasiswa mampu menganalisis pengaruh hasil rancangan iklan (C4), mengevaluasi kinerja <i>campaign</i> (C5), dan menyusun laporan serta mempresentasikannya (C6).	Kemampuan dalam merangkum hasil analisis sebelum dan sesudah unggahan iklan di media sosial UMKM dalam sebuah laporan	Kriteria Kelengkapan laporan dan ketajaman presentasi, serta sikap profesional Bentuk Penilaian Melalui laporan analisis	Project based assignmet dan Presentasi Waktu Perkuliahan: 50 Menit x 3 (SKS)	Ujian Akhir Semester (UAS): Laporan hasil analisis pengaruh hasil rancangan iklan yang telah di- <i>post</i> di media sosial UMKM dan Presentasi.

B. Rencana Evaluasi				
No	Basis Evaluasi	Komponen Evaluasi	Bobot %	Deskripsi
1	Aktivitas Partisipatif	Presensi	5	Aktivitas partisipatif merupakan kehadiran Mahasiswa dalam perkuliahan dari pertemuan ke 1-15.
2	Hasil Proyek	Ujian Akhir Semester	50	Hasil proyek berupa konten iklan yang tayangkan di media sosial
3	Kognitif/Pengetahuan	Tugas Harian/konsultasi progres	15	Tugas merupakan praktek yang dihasilkan dari materi kuliah aplikatif dan konsultasi progres

		Ujian Tengah Semester	30	Ujian Tengah Semester merupakan luaran akhir dari proses : Analisis usaha, target audien, strategi iklan, strategi penjadwalan
--	--	-----------------------	----	--

	SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA	
	KONTRAK KULIAH	
	SEMESTER GANJIL TA. 2025/ 2026	

A. DATA UMUM

1. Program Studi : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL /
Jenjang S1
2. Nama Mata Kuliah / : Media Sosial Periklanan /
Kode SK512
3. Semester / SKS : 5 / 3 SKS
4. Jenis Mata Kuliah : Wajib
5. Mata Kuliah (MK) Prasyarat :
 - Syarat mengikuti MK ini minimal nilai D pada MK. -
 - MK ini merupakan MK prasyarat untuk mengambil MK Kerja Profesi
 - Untuk bisa mengambil MK prasyarat nilai minimal D
6. Kode Kelas : A / ~~B~~ / ~~C~~ / ~~D~~ * *lingkari
sesuai kelas
7. Hari / Jam : Senin / Jam 10.30 – 13.00
WIB
8. Ruang : 1.1

B. KETENTUAN UMUM PERKULIAHAN

1. Dosen dan Mahasiswa wajib hadir di seluruh pertemuan tepat waktu sesuai jadwal.
2. Pada pertemuan perkuliahan wajib berpakaian rapi dan sopan.
3. Dilarang merokok, makan/minum pada saat perkuliahan.
4. Mengusahakan suasana tenang selama perkuliahan berlangsung.
5. Ketentuan untuk Mahasiswa:
 - a. Mahasiswa wajib hadir tepat waktu sesuai jadwal.
 - b. Jika mengalami keterlambatan wajib mengkonfirmasi kepada dosen
6. Ketentuan Umum Dosen
 - a. Dosen wajib datang mengajar tepat waktu sesuai jadwal.
 - b. Toleransi keterlambatan dosen tanpa keterangan adalah 20 menit.
 - c. Dosen terlambat lebih dari 20 menit tanpa keterangan, maka kelas bisa dinyatakan kosong (tidak ada perkuliahan) oleh BAAK dan dosen wajib mengganti kelas kosong tersebut di waktu lain.

- d. Dalam setiap pertemuan perkuliahan dilaksanakan, dosen wajib mengabsen mahasiswa serta mengisi dan menandatangani Lembar Acara Pengajaran.
- e. Mahasiswa (diwakili) wajib menandatangani Lembar Acara Pengajaran.

C. KEHADIRAN MAHASISWA

1. Mahasiswa wajib hadir kuliah minimal 75% dari total perkuliahan .
2. Mahasiswa hadir kurang dari 75% tidak terdaftar sebagai peserta Ujian Akhir Semester (UAS).
3. Jika mahasiswa berhalangan hadir harus mengirimkan surat ijin / keterangan ketidakhadirannya ke WA BAAK untuk ditujukan ke dosen yang bersangkutan.
4. Dosen berhak menilai relevansi surat ijin / keterangan ketidakhadiran tersebut.
5. Ketidakhadiran dengan surat ijin / keterangan maksimal 2 kali tidak dihitung dalam perhitungan rekap kehadiran 75%.
6. Mahasiswa berhalangan hadir tanpa mengajukan surat ijin / keterangan ketidakhadiran, dinyatakan bolos kuliah.

D. KOMPETENSI AKHIR MATA KULIAH

Setelah mengikuti mata kuliah ini mahasiswa diharapkan :

Memiliki wawasan pengetahuan media sosial periklanan, mampu mendesain iklan media sosial dengan caption dan kata kunci yang tepat berdasarkan studi kasus UMKM sesuai platform media sosial yang digunakan melalui tahapan identifikasi, analisis, menyelesaikan permasalahan dengan menyusun strategi pesan, strategi konten iklan sampai proses post iklan pada media sosial yang tepat secara optimal.

E. PENUGASAN MATA KULIAH

1. Jumlah Tugas Personal : 3
2. Bentuk : Makalah / ~~Karya~~ / ~~Presentasi~~
3. Jumlah Tugas Kelompok : 2
4. Bentuk : Makalah / Karya / Presentasi
5. Ketentuan :
 - a. Tugas Personal adalah tugas yang dikerjakan mahasiswa secara individu.
 - b. Tugas Kelompok adalah tugas yang dikerjakan mahasiswa secara berkelompok.
 - c. Mahasiswa wajib mengumpulkan tugas sesuai standar kualitas dan kuantitas penugasan serta tepat waktu sesuai waktu pengumpulan tugas yang telah ditentukan oleh dosen.
 - d. Dosen wajib memberikan evaluasi/masukan serta penilaian yang objektif atas karya tugas yang dikerjakan mahasiswa.
 - e. Dosen wajib memberikan tanggapan balik yang positif terhadap mahasiswa.

- f. Dosen berhak memberikan sanksi / toleransi terhadap setiap keterlambatan pengumpulan tugas mahasiswa.
- g. Karya tugas yang memenuhi syarat bisa dikoleksi lembaga untuk tujuan evaluasi, pengembangan pendidikan dan kepentingan lembaga lainnya.
- h. Karya tugas (fisik) mahasiswa yang tidak terkoleksi wajib dikembalikan kepada mahasiswa. Waktu pengembalian karya dibuat dan dikoordinasi oleh dosen paling lambat 1 minggu setelah nilai mata kuliah dikeluarkan.
- i. Mahasiswa wajib mengambil kembali karya tugas (fisik) tidak terkoleksi sesuai jadwal pengembalian tugas tersebut. Jika karya tidak diambil, maka diluar tanggung jawab dosen dan lembaga.

F. UTS/UAS dan PENILAIAN

1. Ujian Tengah Semester (UTS) dan Ujian Akhir Semester (UAS)

- a. Ujian Tengah Semester (UTS) dan Ujian Akhir Semester (UAS) dilaksanakan sesuai jadwal dalam Kalender Akademik yang berlaku.
- b. Dosen wajib menyerahkan soal UTS / UAS ke BAAK paling lambat satu minggu sebelum pelaksanaan ujian.
- c. Pengumuman nilai akhir semester disampaikan maksimal 1 (satu) minggu setelah pelaksanaan UAS dari masing-masing mata kuliah.
- d. Jika sampai batas waktu 1 (satu) minggu dari pelaksanaan UAS belum ada pengumuman nilai akhir semester dari dosen pengampu, maka pihak akademik secara otomatis akan memberi nilai minimal B pada seluruh mahasiswa yang mengambil mata kuliah tersebut.
- e. Revisi nilai akhir semester dilaksanakan maksimal 1 (satu) minggu setelah pengumuman nilai akhir semester.
- f. Mahasiswa berhak mengkonfirmasi balik hasil capaian nilai akhir yang diperolehnya maksimal satu minggu dari nilai dikeluarkan.

2. Pembobotan Nilai Akhir Semester

a. Pembobotan Nilai :

No	Komponen Penilaian	Bobot (%)
1	Nilai Rerata Tugas Harian (Tugas & Konsultasi)	15%
2	Nilai Ujian Tengah Semester	30%
3	Nilai Ujian Akhir Semester	50%
4	Lain-lain (Presensi, partisipasi aktif dan perilaku mahasiswa dalam perkuliahan)	5%

Jumlah	100
--------	-----

b. **Standar Nilai**

INTERVAL NILAI ANGKA	NILAI HURUF MUTU	EKUIVALEN DENGAN NILAI MUTU
80 – 100	A	4
70 – 79	B	3
60 – 69	C	2
51 – 59	D	1
0 – 49	E	0
Nilai ditunda	T	

Keterangan:

- 1) Nilai D tidak lulus namun diperbolehkan mengambil mata kuliah prasyarat berikutnya.
- 2) Nilai E tidak lulus. Mahasiswa tidak diperbolehkan mengambil mata kuliah prasyarat.
- 3) Nilai T adalah nilai Tertunda artinya belum bisa dikeluarkan. Mahasiswa mendapat nilai T wajib segera menghubungi dosen. Apabila sampai batas waktu 3 (tiga) hari setelah nilai dikeluarkan mahasiswa tidak menghubungi dosen bersangkutan. maka dosen berhak memberikan nilai apa adanya, dan mahasiswa tidak bisa komplain terhadap nilai yang sudah dikeluarkan.
- 4) Pada transkrip nilai akhir mahasiswa wajib lulus semua mata kuliah dengan nilai minimal C.

G. **PERKULIAHAN.**

Setiap dosen wajib menyusun Rencana Pembelajaran Semester (RPS) yang disampaikan kepada mahasiswa di awal pertemuan perkuliahan.

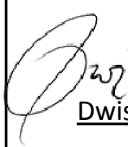
Evaluasi perkuliahan dilakukan pada minggu ke 12-15. Setiap mahasiswa wajib melakukan evaluasi mata kuliah melalui form/media yang telah disediakan lembaga.

H. **PENUTUP**

Demikian Kontrak Kuliah ini dibuat dengan kesepahaman antara PIHAK 1 (Mahasiswa), PIHAK II (Dosen Pengampu Mata Kuliah), dan PIHAK III (Lembaga/KPS DKV).

Kontrak Kuliah ini wajib disampaikan oleh PIHAK II kepada PIHAK I pada awal pertemuan perkuliahan. Setelah ditandatangani oleh PIHAK I dan PIHAK II, BAAK menyerahkan Kontrak Kuliah ini ke KPS untuk ditandatangani mewakili lembaga.

Kontrak Kuliah ini dinyatakan sah dan mengikat setelah ditandatangani oleh PIHAK I, PIHAK II dan PIHAK III. yang diwakili oleh Ketua Program Studi DKV STSRD VISI.

PIHAK I Wakil Mahasiwa Tanggal : 6 Oktober 2025	PIHAK II Dosen Pengampu Tanggal : 6 Oktober 2025	PIHAK III Ketua Jurusan Studi DKV Tanggal : 8 Oktober 2025
 <u>Erissha Bella Christy</u> NIM. 11231029	 <u>Dian Prajarini, S.T., M.Eng.</u> NIP. 19840724 201504 2003	  <u>Dwisanto Sayogo, M.Ds.</u> NIK. 09123113

*** Kontrak Kuliah ini wajib diserahkan ke BAAK dilampiri dengan RPS.

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Mata Kuliah : Media Sosial Periklanan

Kelas : A / ~~B~~ / ~~C~~

Semester / Tahun Akademik : 5 / Ganjil 2025/2026

Nama Dosen : Dian Prajarini, S.T., M.Eng.

PERT KE	HARI/ TANGGAL	MATERI KULIAH	TUGAS MAHASISWA
1.		Pendahuluan & Ekosistem Medsos: Kontrak perkuliahan, Pengertian Media Sosial, dan Ekosistem Platform Medsos	Personal: Join grup WA
2.		Etika, Kaidah, & Legalitas: Penerapan Etika dan Kaidah Periklanan, serta isu-isu Privasi Data dan Tracking dalam campaign.	Kelompok: Survey Objek Perancangan
3.		Targeting & Segmentasi: Target Market, Target Audien, dan Teknik Audience Segmentation	Kelompok: Presentasi Hasil Survey 1
4.		Strategi Konten 1. (Awareness): Jenis-jenis Konten Iklan Video Pendek (UGC-Style) dan Strategi Content Pillar (Pilar Konten). 2. (Action): Jenis-jenis Strategi Iklan (Campaign Funnel, AIDA) dan Pengenalan Dasar Paid Ads (Boost Post).	Kelompok: Presentasi Hasil Survey 1
5.		Copywriting Inovatif & Penjadwalan: Proses copywriting untuk Caption dan Call to Action	
6.		UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS): Menganalisis data usaha serta menyusun target audience, strategi konten, dan rencana penjadwalan iklan di media sosial.	Kelompok: Presentasi analisis permasalahan
7.		Merancang Konsep Iklan Media Sosial	Kelompok: Konsultasi Perancangan
8.		Produksi Konten I (Statis & Karosel): Pembuatan desain konten visual statis dan karosel	Kelompok: Konsultasi Perancangan
9.		Produksi Konten I (Statis & Karosel): Pembuatan desain konten visual statis dan karosel	Kelompok: Konsultasi Perancangan
10.		Produksi Konten I (Statis & Karosel): Pembuatan desain konten visual statis dan karosel	Kelompok: Konsultasi Perancangan

11.		1. Finalisasi & Integrasi: Finalisasi caption, hashtag, dan call to action, serta Pengecekan Kualitas Akhir (QC) pada semua konten. 2. Implementasi II & Analisis Awareness: Mahasiswa meng-upload konten iklan kedua (statis/karousel) dan Evaluasi Kinerja Reach & Impressions	Kelompok: Konsultasi Perancangan
12.		Produksi Konten II (Video Pendek): Praktik Pembuatan Iklan Video Pendek (Filming/Editing Sederhana).	Kelompok: Konsultasi Perancangan
13.		Produksi Konten II (Video Pendek): Praktik Pembuatan Iklan Video Pendek (Filming/Editing Sederhana).	Kelompok: Konsultasi Perancangan
14.		1. Finalisasi & Integrasi: Finalisasi caption, hashtag, dan call to action, serta Pengecekan Kualitas Akhir (QC) pada semua konten. 2. Implementasi II & Analisis Awareness: Mahasiswa meng-upload konten iklan kedua (statis/karousel) dan Evaluasi Kinerja Reach & Impressions	Kelompok: 1. Upload hasil rancangan konten iklan ke media Social 2. Evaluasi hasil upload minggu pertama
15.		Evaluasi Post Tahap 2 <u>Ujian Akhir Semester:</u> Laporan hasil analisis pengaruh hasil rancangan iklan yang telah dipost di media sosial UMKM Presentasi: 10 slide IG	Kelompok: 1. Evaluasi hasil upload tahap kedua 2. Menganalisis pengaruh hasil rancangan iklan yang telah dipost di media sosial UMKM 3. Menulis Laporan hasil analisis 4. Membuat presentasi berbentuk 10 slide IG

Catatan :

S1 STSRD VISI

GANJIL
LEMBAR ACARA PENGAJARAN – SEMESTER GENAP 2025 / 2026

DOSEN : DIAN PRAJARINI, S.T., M.Eng.

ASISTEN : HENRIKA AVEANA N, S.Ds.

MATA KULIAH: MEDIA SOSIAL PERIKLANAN

SKS : 3

JUR/SEM/KEL : DESI / S / A

NO	HARI/TGL	JAM MULAI	JAM SELESAI	POKOK BAHASAN	METODE	BAHAN PENDUKUNG	PARAF DOSEN	PARAF WAKIL MHS	CATATAN LAIN
1	06/10/2025	10.30	13.00	Pendahuluan & Ekosistem Media Sosial	Ceramah	Kontrak Kuliah	He	Jhe	
2	13/10/2025	10.30	13.00	Etika, Kaidah & Legalitas	Ceramah Diskusi	Social Media Platform Etique	He	Jhe	
3	20/10/2025	10.30	13.00	Targeting & Segmentasi	Diskusi		He	Jhe	
4	27/10/2025	10.30	13.00	Jenis Konten & Konten Pilar	Ceramah Diskusi	Konten Media Sosial	He	Jhe	
5	03/11/2025	10.30	13.00	Copywriting & Pengaduan Konten	Ceramah Diskusi	Copywriting	He	Jhe	
6	10/11/2025	10.30	13.00	UTS: Analisis masalah umkm, TA, strategi Konten & Jadwal	Penugasan		He	Jhe	
7	17/11/2025	10.30	13.00	Merancang Konsep Iklan Media Sosial	Diskusi Konsultasi	Konsep Iklan	He	Jhe	
8	24/11/2025	10.30	13.00	Produksi Konten I: Statis dan Karusel	Diskusi Konsultasi	Rancangan Desain	He	Jhe	
9	01/12/2025	10.30	13.00	Produksi Konten I: Statis & Karusel	Diskusi Konsultasi	Rough Design	He	Jhe	
10	08/12/2025	10.30	13.00	Produksi Konten I: Statis dan Karusel	Diskusi Konsultasi	Visual Design	He	Jhe	

11	15/12/2025	10.30	13.00	Finalisasi Caption, hashtag, Call to action & upload konten tahap 1	Diskusi Konsultasi				
12	22/12/2025	10.30	13.00	Produksi Konten B: Video Pendek	Diskusi Konsultasi	raw footage			
13	29/12/2025	10.30	13.00	Produksi Konten C: Video Pendek	Diskusi Konsultasi	video editing			
14	05/01/2026	10.30	13.00	Finalisasi & Integrasi Konten Video & Analisis Awareness	Diskusi Konsultasi	video final			
15	12/01/2026	10.30	13.00	UAS					

STSRD VISI

SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA

Jl. Taman Siswa No.150 B, Wirogunan, Kec. Mergangsan Yogyakarta 55151, Telp. 0274-377787; Fax. 0274-388680
Homepage : www.stsrdvisi.ac.id, E-mail : info@stsrdvisi.ac.id

REKAP MATERI KULIAH

Semester : Gasal 2025/2026

Program Studi : S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL - S1 Reguler

Mata Kuliah : MEDIA SOSIAL PERIKLANAN (SK512)

Nama Kelas : DKVA

Dosen : DIAN PRAJARINI, ST., M.Eng

Pertemuan Ke	Tanggal	Isi Pertemuan
1	Rencana: 2025-10-06 Pelaksanaan: 2025-10-06 Dosen Hadir: • DIAN PRAJARINI, ST., M.Eng	Tema: Pendahuluan & Ekosistem Medsos Pokok Bahasan: Pendahuluan & Ekosistem Medsos Keterangan:
2	Rencana: 2025-10-13 Pelaksanaan: 2025-10-13 Dosen Hadir: • DIAN PRAJARINI, ST., M.Eng	Tema: Etika, Kaidah, & Legalitas Pokok Bahasan: Etika, Kaidah, & Legalitas Keterangan:
3	Rencana: 2025-10-20 Pelaksanaan: 2025-10-20 Dosen Hadir: • DIAN PRAJARINI, ST., M.Eng	Tema: Targeting & Segmentasi Pokok Bahasan: Targeting & Segmentasi Keterangan:
4	Rencana: 2025-10-27 Pelaksanaan: 2025-10-27 Dosen Hadir: • DIAN PRAJARINI, ST., M.Eng	Tema: Jenis konten & konten pilar Pokok Bahasan: Jenis konten & konten pilar Keterangan:
5	Rencana: 2025-11-03 Pelaksanaan: 2025-11-03 Dosen Hadir: • DIAN PRAJARINI, ST., M.Eng	Tema: STRATEGI KONTEN, COPYWRITING & PENJADWALAN KONTEN Pokok Bahasan: STRATEGI KONTEN, COPYWRITING & PENJADWALAN KONTEN Keterangan:
6	Rencana: 2025-11-10 Pelaksanaan: 2025-11-10 Dosen Hadir: • DIAN PRAJARINI, ST., M.Eng	Tema: UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS): Laporan Analisis Pokok Bahasan: UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS): Laporan Analisis Keterangan: Menganalisis data usaha serta menyusun target audience, strategi konten, dan rencana penjadwalan iklan di media sosial.
7	Rencana: 2025-11-17 Pelaksanaan: 2025-11-17 Dosen Hadir: • DIAN PRAJARINI, ST., M.Eng	Tema: Merancang Konsep Iklan Media Sosial Pokok Bahasan: Merancang Konsep Iklan Media Sosial Keterangan: Konsultasi
8	Rencana: 2025-11-24 Pelaksanaan: 2025-11-24 Dosen Hadir: • DIAN PRAJARINI, ST., M.Eng	Tema: Produksi Konten I (Statis & Karosel): Pembuatan desain konten visual statis dan karosel Pokok Bahasan: Produksi Konten I (Statis & Karosel): Pembuatan desain konten visual statis dan karosel Keterangan: Konsultasi Perancangan
9	Rencana: 2025-12-01 Pelaksanaan: 2025-12-01 Dosen Hadir: • DIAN PRAJARINI, ST., M.Eng	Tema: Produksi Konten I (Statis & Karosel): Pembuatan desain konten visual statis dan karosel Pokok Bahasan: Produksi Konten I (Statis & Karosel): Pembuatan desain konten visual statis dan karosel Keterangan: Konsultasi Perancangan
10	Rencana: 2025-12-08 Pelaksanaan: 2025-12-08 Dosen Hadir: • DIAN PRAJARINI, ST., M.Eng	Tema: Produksi Konten I (Statis & Karosel): Pembuatan desain konten visual statis dan karosel Pokok Bahasan: Produksi Konten I (Statis & Karosel): Pembuatan desain konten visual statis dan karosel Keterangan:
11	Rencana: 2025-12-15 Pelaksanaan: 2025-12-15 Dosen Hadir: • DIAN PRAJARINI, ST., M.Eng	Tema: Finalisasi caption, hashtag, call to action serta upload kontem tahap 1 Pokok Bahasan: Finalisasi caption, hashtag, call to action serta upload kontem tahap 1 Keterangan: 1. Finalisasi & Integrasi: Finalisasi caption, hashtag, dan call to action, serta Pengecekan Kualitas Akhir (QC) pada semua konten. 2. Implementasi II & Analisis Awareness: Mahasiswa meng-upload konten iklan kedua (statis/karosel) dan Evaluasi Kinerja Reach & Impressions Kelompok: Konsultasi Perancangan
12	Rencana: 2025-12-22 Pelaksanaan: 2025-12-22 Dosen Hadir: • DIAN PRAJARINI, ST., M.Eng	Tema: Produksi Konten II (Video Pendek): Praktik Pembuatan Iklan Video Pendek (Filming/Editing Sederhana). Pokok Bahasan: Produksi Konten II (Video Pendek): Praktik Pembuatan Iklan Video Pendek (Filming/Editing Sederhana). Keterangan: Kelompok: Konsultasi Perancangan
13	Rencana: 2025-12-29 Pelaksanaan: 2025-12-29 Dosen Hadir: • DIAN PRAJARINI, ST., M.Eng	Tema: Produksi Konten II (Video Pendek): Praktik Pembuatan Iklan Video Pendek (Filming/Editing Sederhana). Pokok Bahasan: Produksi Konten II (Video Pendek): Praktik Pembuatan Iklan Video Pendek (Filming/Editing Sederhana). Keterangan: Kelompok: Konsultasi Perancangan
14	Rencana: 2026-01-05 Pelaksanaan: 2026-01-05 Dosen Hadir: • DIAN PRAJARINI, ST., M.Eng	Tema: 1. Finalisasi & Integrasi: Finalisasi caption, hashtag, dan call to action, serta Pengecekan Kualitas Akhir (QC) pada semua konten. 2. Implementasi II & Analisis Awareness: Mahasiswa meng-upload konten iklan kedua (statis/karosel) dan Evaluasi Kinerja Reach & Impressions Pokok Bahasan: 1. Finalisasi & Integrasi: Finalisasi caption, hashtag, dan call to action, serta Pengecekan Kualitas Akhir (QC) pada semua konten. 2. Implementasi II & Analisis Awareness: Mahasiswa meng-upload konten iklan kedua (statis/karosel) dan Evaluasi Kinerja Reach & Impressions Keterangan: 1. Upload hasil rancangan konten iklan ke media Social 2. Evaluasi hasil upload minggu pertama
15	Rencana: 2026-01-12 Pelaksanaan: 2026-01-12 Dosen Hadir: • DIAN PRAJARINI, ST., M.Eng	Tema: UAS Pokok Bahasan: UAS Keterangan:

Dosen Pengampu

DIAN PRAJARINI, ST., M.Eng
NIDN: 0624078401

Yogyakarta , 3 Februari 2026

Dwisanto Sayogo, M. Ds.
NIDN: 0510128401

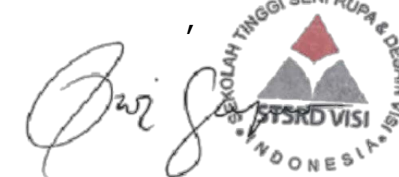
REKAP PRESENSI KULIAH

Semester : Gasal 2025/2026

Mata Kuliah : MEDIA SOSIAL PERIKLANAN (SK512)
Nama Kelas : DKVA
Dosen : DIAN PRAJARINI, ST., M.Eng
Dosen Yang Hadir : DIAN PRAJARINI, ST., M.Eng (15 dari 15) (100%)
Pertemuan Terlaksana : 15 dari 15

No.	NIM	Nama	Prodi	Jml. Kehadiran	% Kehadiran	Sakit	Ijin	Alpa
1	11201048	BAYURIZKY FADELLA	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	1	6.67	1	0	13
2	11211030	DIMAS ADHI SATRIO	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	13	86.67	0	0	2
3	11211079	ISHAQ MAULANA FIRDAUS	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	11	73.33	0	0	4
4	11221027	HARUN ALROSYID	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	13	86.67	0	0	2
5	11221035	MAULANA FADHEL DEANOVA	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	13	86.67	0	0	2
6	11231004	M.IKHWANUL MUSLIM	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	12	80	0	0	3
7	11231007	AISYA MADYA RATRI	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	12	80	1	0	2
8	11231014	AFNAN ADI KURNIAWAN	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	11	73.33	0	0	4
9	11231015	AGUNG WIDAYAT	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	11	73.33	0	0	4
10	11231017	AJI KURNIAWAN	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	15	100	0	0	0
11	11231018	AN NAHL ALGIFARY. S	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	12	80	0	0	3
12	11231019	ANDANG YUDHA SATYA MARIORCA WICAKSONO	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	14	93.33	1	0	0
13	11231020	ANDREAS ROSSI PRATAMA	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	14	93.33	0	0	1
14	11231021	ANISA TASYA SETYANINGRUM	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	14	93.33	1	0	0
15	11231023	BANYUBENING SAFARAJA	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	12	80	0	0	3
16	11231024	CITRA RIZKY ANGELINA LEMBANG	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	13	86.67	1	0	1
17	11231025	DANU PERMANA	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	14	93.33	1	0	0
18	11231028	DION AGUSTIAWAN	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	15	100	0	0	0
19	11231029	ERISSHA BELLA CHRISTY	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	11	73.33	1	0	3
20	11231030	FADLI	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	14	93.33	1	0	0
21	11231032	GABRIEL TJONDRO	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	15	100	0	0	0
22	11231037	INSAN SHOLEH NUGROHO	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	10	66.67	3	1	1
23	11231038	LINGGA EDWARD HAN	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	12	80	1	0	2
24	11231039	MELANI OKTAVIA MA'RUF	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	14	93.33	1	0	0
25	11231040	MIFTAKHUL JANNAH	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	15	100	0	0	0
26	11231042	MUHAMMAD SOFYAN	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	14	93.33	1	0	0
27	11231044	NANDANG BAGUS PRASOJO	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	15	100	0	0	0
28	11231045	NAZIHA NUR AFIFAH	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	14	93.33	0	1	0
29	11231050	REXY ALBERNEVAN MUHAMMAD SATRIA	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	11	73.33	0	0	4
30	11231054	SULTON IKHSAN MAHENDRA	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	14	93.33	0	0	1
31	11231057	UMAR FAADHIL	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	14	93.33	0	0	1
32	11231058	VALENTINO TIMOTHY MANAFE	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	15	100	0	0	0
No.	NIM	Nama	Prodi	Jml. Kehadiran	% Kehadiran	Sakit	Ijin	Alpa
33	11231059	AKBAR BARANA CH	S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	14	93.33	0	0	1

Yogyakarta , 3 Februari 2026



Dwisanto Sayogo, M. Ds.
NIDN:0510128401



SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA

Jl. Taman Siswa No.150 B, Wirogunan, Kec. Mergangsan Yogyakarta 55151, Telp. 0274-377787; Fax. 0274-388680
Homepage : www.stsrdvisi.ac.id, E-mail : info@stsrdvisi.ac.id

DAFTAR NILAI AKHIR

Program Studi S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL - S1 Reguler

Semester : Gasal 2025/2026

Mata Kuliah : MEDIA SOSIAL PERIKLANAN
Nama Kelas : DKVA
Jumlah Peserta : 33
Dosen : DIAN PRAJARINI, ST, M.Eng

No.	NIM	Nama	Nilai Asal				Absolut	Relatif
			Presensi	Tugas	UTS	UAS		
1.	11201048	BAYURIZKY FADELLA	6.67	0.00	65.00	0.00	19.83	E
2.	11211030	DIMAS ADHI SATRIO	86.67	70.00	70.00	65.00	68.33	C
3.	11211079	ISHAQ MAULANA FIRDAUS	73.33	70.00	70.00	65.00	67.67	C
4.	11221027	HARUN ALROSYID	86.67	70.00	70.00	75.00	73.33	B
5.	11221035	MAULANA FADHEL DEANOVA	86.67	70.00	70.00	75.00	73.33	B
6.	11231004	M.IKHWANUL MUSLIM	80.00	70.00	70.00	90.00	80.50	A
7.	11231007	AISYA MADYA RATRI	80.00	70.00	85.00	80.00	80.00	A
8.	11231014	AFNAN ADI KURNIAWAN	73.33	70.00	70.00	70.00	70.17	B
9.	11231015	AGUNG WIDAYAT	73.33	70.00	70.00	70.00	70.17	B
10.	11231017	AJI KURNIAWAN	100.00	70.00	70.00	90.00	81.50	A
11.	11231018	AN NAHL ALGIFARY. S	80.00	70.00	75.00	85.00	79.50	B
12.	11231019	ANDANG YUDHA SATYA MARIORCA WICAKSONO	93.33	70.00	80.00	85.00	81.67	A
13.	11231020	ANDREAS ROSSI PRATAMA	93.33	70.00	80.00	90.00	84.17	A
14.	11231021	ANISA TASYA SETYANINGRUM	93.33	70.00	80.00	85.00	81.67	A
15.	11231023	BANYUBENING SAFARAJA	80.00	70.00	70.00	70.00	70.50	B
16.	11231024	CITRA RIZKY ANGELINA LEMBANG	86.67	70.00	80.00	85.00	81.33	A
17.	11231025	DANU PERMANA	93.33	70.00	75.00	85.00	80.17	A
18.	11231028	DION AGUSTIAWAN	100.00	70.00	70.00	90.00	81.50	A
19.	11231029	ERISSHA BELLA CHRISTY	73.33	70.00	80.00	90.00	83.17	A
20.	11231030	FADLI	93.33	70.00	75.00	85.00	80.17	A
21.	11231032	GABRIEL TJONDRO	100.00	70.00	75.00	85.00	80.50	A
22.	11231037	INSAN SHOLEH NUGROHO	66.67	70.00	70.00	70.00	69.83	C
23.	11231038	LINGGA EDWARD HAN	80.00	70.00	80.00	90.00	83.50	A
24.	11231039	MELANI OKTAVIA MA'RUF	93.33	75.00	75.00	85.00	80.92	A
25.	11231040	MIFTAKHUL JANNAH	100.00	70.00	85.00	80.00	81.00	A
26.	11231042	MUHAMMAD SOFYAN	93.33	70.00	75.00	85.00	80.17	A
27.	11231044	NANDANG BAGUS PRASOJO	100.00	70.00	75.00	85.00	80.50	A
28.	11231045	NAZIHA NUR AFIFAH	93.33	70.00	85.00	80.00	80.67	A
29.	11231050	REXY ALBERNEVAN MUHAMMAD SATRIA	73.33	75.00	70.00	80.00	75.92	T
30.	11231054	SULTON IKHSAN MAHENDRA	93.33	75.00	75.00	85.00	80.92	A
31.	11231057	UMAR FAADHIL	93.33	70.00	75.00	80.00	77.67	B
32.	11231058	VALENTINO TIMOTHY MANAFE	100.00	70.00	75.00	85.00	80.50	A
33.	11231059	AKBAR BARANA CH	93.33	70.00	75.00	85.00	80.17	A

Mengetahui,

Nama Dosen	Tanda tangan
DIAN PRAJARINI, ST, M.Eng	