



**KEPUTUSAN DEKAN
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR**

NOMOR : K/UBL/FKDK/000/068/09/25

**TENTANG
PENETAPAN DOSEN FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
SEMESTER GASAL 2025/2026**

DEKAN FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF UNIVERSITAS BUDI LUHUR

- Menimbang : a. Bahwa dalam upaya meningkatkan daya guna dan hasil guna Kegiatan belajar mengajar, perlu dijamin kelancaran sistem pendidikan berdasarkan Satuan Kredit Semester Universitas Budi Luhur;
- b. Bahwa untuk itu perlu ditugaskan Dosen-Dosen Semester Gasal Tahun Akademik 2025/2026 di Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur;
- Mengingat : 1. Undang-undang Republik Indonesia No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
2. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
3. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 44 tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
4. Permendikbudristek Nomor 53 tahun 2023 tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;
5. Akta Yayasan Pendidikan Budi Luhur;
6. Statuta Universitas Budi Luhur No. K/YBLC/KET/000/216/06/23;
7. Keputusan Pengurus Yayasan Pendidikan Budi Luhur Cakti No. K/YBLC/KET/000/072/03/23 tentang Pengangkatan Dekan.

MEMUTUSKAN

- Pertama : Menetapkan nama-nama Dosen Semester Gasal 2025/2026 Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur seperti yang tercantum pada lampiran keputusan ini.
- Kedua : Dalam menjalankan tugasnya, Dosen tersebut pada lampiran keputusan ini wajib bertanggung jawab kepada Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif melalui Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
- Ketiga : Selama menjalankan tugasnya, berdasarkan keputusan ini, pada Dosen tersebut berhak memperoleh imbalan sesuai ketentuan yang berlaku di Yayasan Pendidikan Budi Luhur Cakti.
- Keempat : Keputusan ini berlaku untuk Semester Gasal 2025/2026, dan akan diubah sebagaimana mestinya, apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan.

Ditetapkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 01 September 2025
Dekan
Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur



Rocky Prasetyo Jati



UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

KAMPUS PUSAT : Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260

Telp : (021) 5853753 (Hunting) Fax : (021) 7371164, 5853752

Website : <http://www.budiluhur.ac.id>

LAMPIRAN KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Nomor : K/UBL/FKDK/000/068/09/25

NIP	Nama Dosen	Kode	Matakuliah	KLP	SKS	Hari	Waktu
170054	Abdul Azis, S.S, M.I.Kom.	KM238	Analisis Konsumen	OC	3	Kamis	10:40 - 13:20
		KM825	Programming & Pemasaran Program	CB	3	Kamis	13:25 - 16:05

Ditetapkan di : Jakarta,

Pada tanggal : 01 September 2025

=====



FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF

Dr. Rocky Prasetyo Jati, M.Si

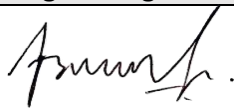


UNIVERSITAS
BUDI LUHUR

UNIVERSITAS BUDI LUHUR
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Kode Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)		KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
Analisis Konsumen		KM 238		T=2	P=1	3	21/09/25
OTORISASI		Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua Program Studi	
		 Abdul Azis, M.I.Kom				Artyasto Jatisidi, M.I.Kom.	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK						
	CPL07	Mampu menjelaskan paradigma ilmu, perspektif, tradisi dan teori untuk mendukung kemampuan analisis dalam bidang komunikasi					
	CPL08	Mahasiswa mampu menjelaskan bidang, sifat, tatanan, dan metode komunikasi sebagai dasar untuk melaksanakan tugas dalam tataran praksis komunikasi.					
	CPL13	Mampu mengaplikasikan strategi komunikasi pemasaran, jurnalistik, dan penyiaran ke dalam praktik komunikasi.					
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)						
	CPMK1	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan hubungan komunikasi dan perilaku konsumen serta perilaku konsumen di era digital (CPL07, CPL08)					
	CPMK2	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan faktor psikologis dalam perilaku konsumen; motivasi, persepsi dan sikap(CPL07, CPL08)					
	CPMK3	Mahasiswa mampu menerangkan segmentasi khalayak dilihat dari segi demografi, psikografi, serta cohort dan teknografi(CPL08, CPL13)					
	CPMK4	Mahasiswa mampu menentukan dan memerinci targeting dan positioning dalam menganalisa konsumen(CPL08, CPL13)					
	CPMK5	Mahasiswa mampu merancang laporan hasil dari analisis konsumen(CP 07, CPL08, CPL13)					
Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)							

	<table><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></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></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></tr></table>	CPMK 3			✓	✓	✓	✓		✓		✓		✓	CPMK 4									✓		✓	✓	CPMK 5											✓	✓
CPMK 3			✓	✓	✓	✓		✓		✓		✓																												
CPMK 4									✓		✓	✓																												
CPMK 5											✓	✓																												
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini dirancang untuk mengajarkan mahasiswa agar mampu menganalisis konsumen sehingga bisa merumuskan strategi pemasaran yang tepat. Mahasiswa juga diajarkan tentang berbagai faktor eksternal dan internal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen																																							
Materi Pembelajaran	1. Pengantar analisis konsumen; hubungan komunikasi & perilaku konsumen, Pendekatan Studi Konsumen (Interdisipliner) 2. Faktor psikologis: motivasi, persepsi, sikap 3. Segmentasi Khalayak; Definisi Segmentasi, Tujuan melakukan segmentasi, Fungsi segmentasi khalayak, Pengelompokan segmentasi khalayak 4. Pengertian segmentasi demografi, Pengelompokan khalayak dilihat dari segi demografi, Analisis data demografi, Konsep-konsep demografi, Perilaku dalam demografi 5. Pengertian segmentasi psikografis, Pengelompokan khalayak dilihat dari segi psikografi (gaya hidup & nilai-nilai individual), Contoh Acara TV, Iklan serta Brand 6. Kepuasan, loyalitas, word of mouth; Model 5 Tahap (Pengenalan Kebutuhan, Pencarian Info, Evaluasi Alternatif, Pembelian, Perilaku Pasca Beli) 7. Konsep segmentasi berdasarkan Cohort & Teknografi, Segmen-segmen Cohort & Teknografi, (Kasus diambil dari media massa atau bisa bersumber pada Perusahaan) 8. Definisi targeting – positioning, Fungsi targeting – positioning, Contoh brand dan Iklan 9. Perilaku konsumen di era digital, e-commerce & media sosial. Konsumen & Dunia Digital: - Perilaku Konsumen Online (e-Commerce) & Analisis perilaku konsumen di Indonesia 10. Presentasi hasil riset konsumen																																							
Pustaka	<table><tr><td>Utama :</td><td></td></tr></table> 1. Anisa, Nora & Sihotang, Hengki Tamando, Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori, IOCS Publisher, 2023 2. Haro, Andrian Haro, dkk, Perilaku Konsumen : Esensi, Posisi, dan Strategi, PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024 3. Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L., Consumer Behavior: Building Marketing Strategy. McGraw-Hill. 2020 4. Kasali, Rhenald, Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting dan Positioning, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2007	Utama :																																						
Utama :																																								

		5. Kotler, P., & Keller, K. L. Manajemen Pemasaran (16 Ed). Pearson Education, 2022. 6. Solomon, M. R, Dahl, D. W., White, K,Zaichkowsky, J. L, & Polegato, R. Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (13 Ed). Pearson, 2022					
		Pendukung :					
		7. Djaetun, (2016). Buku Saku Menuju Cerdas Berbudi Luhur, Jakarta, PSBL 8. Djaetun, (2015). Memahami Hakekat Budi Luhur, Jakarta, Yayasan Pendidikan Budi Luhur Cakti 9. Syafii, M., & Budiyanto, N. E. (2022). Penerapan Digital Marketing dengan Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning). Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak, 4(1), 66-71					
Dosen Pengampu		Abdul Azis					
Matakuliah syarat		-					
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 & Teknik	Luring (<i>offline</i>)	Daring (<i>online</i>)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan hubungan komunikasi dan perilaku konsumen serta memahami pendekatan studi konsumen	Mahasiswa mampu memahami hubungan komunikasi dan perilaku konsumen serta pendekatan studi konsumen	Diskusi tentang hubungan komunikasi dan perilaku konsumen serta pendekatan studi konsumen Kriteria: Ketepatan dan keaktifan di kelas	Bentuk: Kuliah Partisipasi Metode: Ceramah dan Diskusi Penugasan: Meringkas materi, Mengisi Kuis Luring (3x50 Menit)		1. Hubungan komunikasi dan perilaku konsumen 2. Pendekatan studi konsumen Pustaka: 1, 3, 5, 6	2%

2	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan faktor psikologis dalam perilaku konsumen; motivasi, persepsi dan sikap	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan faktor psikologis dalam perilaku konsumen; motivasi, persepsi dan sikap	Diskusi tentang faktor psikologis dalam perilaku konsumen; motivasi, persepsi dan sikap Ketepatan dan penguasaan menganalisis	Bentuk: Kuliah Partisipasi Metode: Ceramah dan Diskusi Penugasan: Meringkas materi, Mengisi Kuis Luring (3x50 Menit)		1. Faktor psikologis dalam perilaku konsumen 2. Pengertian motivasi, persepsi dan sikap Pustaka: 1, 3, 6	2%
3-4	Mahasiswa mampu menerangkan segmentasi khalayak dilihat dari segi demografi, psikografi, serta cohort dan teknografi	Mahasiswa mampu menjelaskan segmentasi khalayak; demografi, psikografi, serta cohort dan teknografi	Diskusi dan presentasi tentang segmentasi khalayak dilihat dari segi demografi, psikografi, serta cohort dan teknografi Kemampuan dan ketepatan dalam berdiskusi dan presentasi	Bentuk: Kuliah Partisipasi Metode: Diskusi dan Presentasi Penugasan: 1) Membuat Makalah dan PPT kelompok 2). Menjelaskan dan menganalisa tentang segmentasi khalayak Luring (2x3x50 Menit)		1. Pengertian khalayak dan segmentasi khalayak Pustaka: 2, 3, 5, 6	4%
5	Mahasiswa mampu menerangkan pengertian segmentasi demografi, analisis data demografi, konsep-konsep demografi dan perilaku dalam demografi	Mahasiswa mampu memahami segmentasi demografi, analisis data demografi, konsep-konsep demografi dan	Diskusi mengenai segmentasi demografi, analisis data demografi, konsep-konsep demografi dan	Bentuk: Kuliah Partisipasi Metode: Ceramah dan Diskusi		1. Segmentasi demografi dan analisis data demografi 2. Konsep-konsep demografi dan	2%

		perilaku dalam demografi	perilaku dalam demografi Kriteria: Ketepatan dan keaktifan di kelas	Penugasan: Meringkas materi, Mengisi Kuis Luring (3x50 Menit)		perilaku dalam demografi Pustaka: 2, 3, 5, 6	
6-7	Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian segmentasi psikografis dan pengelompokan khalayak dilihat dari segi psikografi (gaya hidup & nilai-nilai individual)	Mahasiswa mampu menjelaskan segmentasi psikografis dan pengelompokan khalayak dari segi psikografi (gaya hidup & nilai-nilai individual)	Diskusi mengenai segmentasi psikografis dan pengelompokan khalayak dari segi psikografi (gaya hidup & nilai-nilai individual) Kemampuan dan ketepatan dalam berdiskusi dan presentasi	Bentuk: Kuliah Partisipasi Metode: Diskusi, Studi Kasus dan Presentasi Penugasan: 1) Membuat makalah dan PPT kelompok terkait materi 2). Mendiskusikan dan menganalisa studi kasus, dan mempresentasi kannya Luring (2x3x50 Menit)		1. Segmentasi psikografis 2. Pengelompokan khalayak dari segi psikografi (gaya hidup & nilai-nilai individual) Pustaka: 2, 3, 5, 6	4%
8	Evaluasi keterampilan analitis dan pemahaman mahasiswa mengenai materi yang telah dipelajari pada paruh pertama semester. 240 menit						30%
9	Mahasiswa mampu menguraikan kepuasan, loyalitas, word of mouth; Model 5 Tahap (Pengenalan Kebutuhan, Pencarian Info, Evaluasi	Mahasiswa mampu menguraikan kepuasan, loyalitas, word of mouth; Model 5 Tahap	Diskusi mengenai kepuasan, loyalitas, word of mouth; Model 5 Tahap Kriteria:	Bentuk: Kuliah Partisipasi Metode: Ceramah dan Diskusi		1. Kepuasan, loyalitas, word of mouth; Model 5 Tahap (Pengenalan Kebutuhan, Pencarian Info, Evaluasi	2%

	Alternatif, Pembelian, Perilaku Pasca Beli)		Ketepatan dan keaktifan di kelas	Penugasan: Meringkas materi, Mengisi Kuis Luring (3x50 Menit)		Alternatif, Pembelian, Perilaku Pasca Beli) Pustaka: 1, 3, 5	
10-11	Mahasiswa mampu mengklasifikasikan konsep segmentasi berdasarkan Cohort & Teknografi serta segmen-segmen Cohort & Teknografi	Mahasiswa mampu mengklasifikasikan konsep segmentasi berdasarkan Cohort & Teknografi serta segmen-segmen Cohort & Teknografi	Diskusi mengenai konsep segmentasi berdasarkan Cohort & Teknografi serta segmen-segmen Cohort & Teknografi Kemampuan dan ketepatan dalam berdiskusi dan presentasi	Bentuk: Kuliah Partisipasi Metode: Diskusi dan Presentasi Penugasan: 1) Membuat Makalah dan PPT kelompok 2). Mendiskusikan, dan mempresentasi kannya Luring (2x3x50 Menit)		1. Konsep segmentasi berdasarkan Cohort & Teknografi 2. Segmen-segmen Cohort & Teknografi Pustaka: 2, 3, 5, 6	4%
12-13	Mahasiswa mampu memerinci targeting – positioning dan fungsi targeting – positioning	Mahasiswa mampu memerinci targeting – positioning dan fungsi targeting – positioning	Diskusi mengenai targeting – positioning dan fungsi targeting – positioning Kemampuan dan ketepatan dalam berdiskusi dan presentasi	Bentuk: Kuliah Partisipasi Metode: Diskusi dan Presentasi Penugasan: 1) Membuat Makalah dan PPT kelompok 2). Mendiskusikan, dan mempresentasi kannya		1. Pengertian Targeting – positioning 2. Fungsi targeting – positioning Pustaka: 4, 5, 6	4%

				Luring (2x3x50 Menit)			
14	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan perilaku konsumen di era digital, e-commerce & media sosial. Konsumen & Dunia Digital	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan perilaku konsumen di era digital, e-commerce & media sosial. Konsumen & Dunia Digital	Diskusi interaktif mengenai perilaku konsumen di era digital, e-commerce & media sosial. Konsumen & Dunia Digital Kriteria: Ketepatan dan keaktifan di kelas	Bentuk: Kuliah Partisipasi Metode: Ceramah dan Diskusi Penugasan: Meringkas materi, Mengisi Kuis Luring (3x50 Menit)		1. Perilaku konsumen di era digital, e-commerce & media sosial. 2. Konsumen & Dunia Digital Pustaka: 5, 6	2%
15	Mahasiswa mampu merancang laporan hasil dari analisis konsumen dan mempresentasikannya	Mahasiswa mampu merancang laporan hasil dari analisis konsumen dan mempresentasikan nya	Diskusi dan presentasi mengenai laporan hasil dari analisis konsumen Kemampuan dan ketepatan dalam presentasi	Bentuk: Kuliah Partisipasi Metode: Project Penugasan; membuat mengenai laporan hasil dari analisis konsumen Luring (3x50 Menit)		1. Membuat laporan hasil dari analisis konsumen (praktek) Pustaka: 2, 3, 4, 6	4%
16	Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester						40%

Format Rencana Pembelajaran Semester (RPS)

Aturan perkuliahan:

Presensi : 10%

Bobot Tugas : 20%

Bobot UTS : 30%

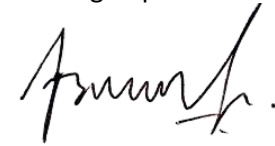
Bobot UAS : 40%

Presensi kurang dari 80% tidak bisa mengikuti UAS

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Artyasto Jatisidi, M.I.Kom

Dosen Pengampu Mata Kuliah

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Abdul Azis', with a stylized flourish at the end.

Abdul Azis. M.I.Kom

Daftar Berita Acara Mengajar Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Gasal 2025/2026

Matakuliah : Analisis Konsumen

Kelompok : OC

Dosen : Abdul Azis, S.S, M.I.Kom.

No.	Tanggal	Materi yang Diberikan
1	18-09-2025	Pengantar analisis konsumen; hubungan komunikasi & perilaku konsumen, Pendekatan Studi Konsumen
2	25-09-2025	Faktor psikologis: motivasi, persepsi, sikap
3	02-10-2025	Segmentasi Khalayak; Definisi, Tujuan Fungsi dan Pengelompokkan segmentasi khalayak bag. 1
4	15-10-2025	Segmentasi Khalayak; Definisi, Tujuan Fungsi dan Pengelompokkan segmentasi khalayak bag.2
5	16-10-2025	Segmentasi Khalayak berdasarkan demografi
6	23-10-2025	Segmentasi Khalayak berdasarkan psikografis bag. 1
7	30-10-2025	Segmentasi Khalayak berdasarkan psikografis bag. 2
8	06-11-2025	UTS
9	13-11-2025	Kepuasan, Loyalitas, Word of Mouth & Model 5 Tahap Keputusan Pembelian
10	20-11-2025	Segmentasi Khalayak berdasarkan cohort dan teknografis bag. 1
11	27-11-2025	Segmentasi Khalayak berdasarkan cohort dan teknografis bag. 2
12	04-12-2025	Definisi dan Fungsi Targeting & Positioning, Contoh brand dan Iklan bag. 1
13	11-12-2025	Definisi dan Fungsi Targeting & Positioning, Contoh brand dan Iklan bag. 2
14	18-12-2025	Perilaku konsumen di era digital, E-Commerce & Media Sosial. I
15	06-01-2026	Merancang laporan hasil dari analisis konsumen
16	15-01-2026	UAS

Matakuliah: Analisis Konsumen
Kelompok: OC
Semester Gasal 2025/2026
Dosen : Abdul Azis, S.S, M.I.Kom.

No	NIM	Nama	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	%
			18/09	25/09	02/10	15/10	16/10	23/10	30/10	06/11	13/11	20/11	27/11	04/12	11/12	18/12	06/01	15/01	
1	2171500057	RADITYA ZAKYANTO	Alpha	Ijin	Alpha	Ijin	Hadir	Sakit	Hadir	Hadir	Hadir	Sakit	Sakit	Ijin	Sakit	Alpha	Hadir	Hadir	81.25
2	2171501477	Diaz Haykal Ramadhan Sujatniko	Hadir	Hadir	Alpha	Ijin	Hadir	Sakit	Hadir	Hadir	Hadir	Ijin	Alpha	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	81.25
3	2371500055	Ilham Kurniawan	Hadir	Ijin	Hadir	Ijin	Hadir	Alpha	Ijin	Hadir	Sakit	Ijin	Hadir	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Alpha	87.5
4	2371500147	Rizky Ramadhan	Hadir	Hadir	Sakit	Sakit	Ijin	Sakit	Hadir	Hadir	Sakit	Ijin	Hadir	Alpha	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	87.5
5	2371500212	Nabila Khairunisa	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Sakit	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	87.5
6	2371500238	Suci Rahmawati	Hadir	Hadir	Hadir	Sakit	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Alpha	Sakit	Hadir	Hadir	Hadir	93.75
7	2371500642	Adinda Aulia Purnama Lubis	Hadir	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Sakit	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	100
8	2371500691	Shiva Putri Ariena	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Sakit	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	100
9	2371500824	Dany Fathur Rahman	Hadir	Hadir	Ijin	Ijin	Ijin	Sakit	Hadir	Hadir	Ijin	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Sakit	Hadir	Hadir	93.75
10	2371500873	Shandy Ardhita	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	100
11	2371501053	Jevo Margo Axel Tambunan	Hadir	Hadir	Ijin	Ijin	Sakit	Hadir	Sakit	Hadir	Ijin	Sakit	Sakit	Hadir	Sakit	Hadir	Hadir	Ijin	100
12	2371501061	Nazwa Azzahra Putri Nugroho	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	100
13	2371501095	Fikri Wafi	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	93.75
14	2371501111	Aqeel Fazlirobby	Hadir	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Ijin	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	93.75
15	2371501319	Nuraini	Hadir	Hadir	Hadir	Sakit	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Ijin	Ijin	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	100
16	2371501392	Novia Ramadanti	Hadir	Sakit	Hadir	Sakit	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Ijin	Sakit	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	100
17	2371501400	Muhammad Rizqi Dewantara Anak Ampun	Alpha	Hadir	Ijin	Ijin	Ijin	Ijin	Alpha	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	87.5
18	2371501418	Favian Maulana	Hadir	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Ijin	Ijin	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	100
19	2371501442	Irsyaad Ramadhan Saputra	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Hadir	Hadir	Sakit	Hadir	Hadir	93.75
20	2371501467	Alva Asba Putra	Ijin	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	100
21	2371501665	Galih Wisnu Prabowo	Hadir	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	100
22	2371501848	Dimas Prabowo	Hadir	Hadir	Alpha	Alpha	Hadir	Sakit	Hadir	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	81.25
23	2471500443	Siti Nur Asyifa	Hadir	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Ijin	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	100
24	2471500781	Mohammad Garis Agung Nugroho	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	87.5
25	2471500807	Elisa Rossiana	Hadir	Hadir	Alpha	Ijin	Hadir	Ijin	Alpha	Hadir	Sakit	Hadir	Hadir	Sakit	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	87.5
26	2471500815	Indi Ratu Julia	Hadir	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Sakit	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	100
27	2471500963	Muhammad Dhimas Anugrah Setiyawan	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Ijin	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	93.75
28	2471501144	Nasywa Putri Cahyaningrum	Hadir	Hadir	Hadir	Sakit	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Sakit	Hadir	Hadir	100
29	2471501342	Ariqoh Muthia Elyantri Putri	Hadir	Ijin	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	93.75
30	2471501714	Bagas Rahmatulloh	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	100
31	2471501979	Rubianti Fatiyah	Hadir	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	100

32	2471502233	Muhammad Akhdan Abiyu	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Sakit	Hadir	Hadir	93.75
----	------------	-----------------------	-------	-------	-------	-------	-------	------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Daftar Nilai

Fakultas: Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

Matakuliah: Analisis Konsumen

Kelompok: OC

Dosen: Abdul Azis, S.S, M.I.Kom.

No.	NIM	Nama	Presensi	Tugas	Midtest	Final	Prediksi Grade
1	2171500057	RADITYA ZAKYANTO	81 %	71	77	85	78 => B+
2	2171501477	Diaz Haykal Ramadhan Sujatmiko	81 %	75	79	85	80 => A-
3	2371500055	Ilham Kurniawan	88 %	74	80	83	79 => B+
4	2371500147	Rizky Ramadhan	88 %	74	79	85	80 => A-
5	2371500212	Nabila Khairunisa	88 %	75	80	84	80 => A-
6	2371500238	Suci Rahmawati	94 %	79	80	85	82 => A-
7	2371500642	Adinda Aulia Purnama Lubis	100 %	82	83	88	85 => A
8	2371500691	Shiva Putri Ariena	100 %	83	82	88	85 => A
9	2371500824	Dany Fathur Rahman	94 %	79	83	89	84 => A-
10	2371500873	Shandy Ardhita	100 %	78	81	85	82 => A-
11	2371501053	Jevo Margo Axel Tambunan	100 %	72	77	84	78 => B+
12	2371501061	Nazwa Azzahra Putri Nugroho	100 %	80	81	84	82 => A-
13	2371501095	Fikri Wafi	94 %	77	82	85	82 => A-
14	2371501111	Aqeel Fazlirobby	94 %	77	81	83	81 => A-
15	2371501319	Nuraini	100 %	80	82	88	84 => A-
16	2371501392	Novia Ramadanti	100 %	83	82	88	85 => A

17	2371501400	Muhammad Rizqi Dewantara Anak Ampun	88 %	73	77	89	81 => A-
18	2371501418	Favian Maulana	100 %	78	80	83	81 => A-
19	2371501442	Irsyaad Ramadhan Saputra	94 %	82	82	85	83 => A-
20	2371501467	Alva Asba Putra	100 %	78	80	89	83 => A-
21	2371501665	Galih Wisnu Prabowo	100 %	82	83	88	85 => A
22	2371501848	Dimas Prabowo	81 %	73	78	85	79 => B+
23	2471500443	Siti Nur Asyifa	100 %	78	81	84	81 => A-
24	2471500781	Mohammad Garis Agung Nugroho	88 %	78	80	85	81 => A-
25	2471500807	Elisa Rossiana	88 %	77	79	84	80 => A-
26	2471500815	Indi Ratu Julia	100 %	79	80	84	81 => A-
27	2471500963	Muhammad Dhimas Anugrah Setiyawan	94 %	82	81	89	85 => A
28	2471501144	Nasywa Putri Cahyaningrum	100 %	79	82	84	82 => A-
29	2471501342	Ariqoh Muthia Elyantri Putri	94 %	78	81	84	81 => A-
30	2471501714	Bagas Rahmatulloh	100 %	83	80	89	85 => A
31	2471501979	Rubianti Fatiyah	100 %	79	80	84	81 => A-
32	2471502233	Muhammad Akhdan Abiyu	94 %	77	81	84	81 => A-

Note:

1. Nilai minimum yang dapat diberikan adalah 0 dan nilai maximum yang dapat diberikan adalah 100.
2. Nilai **999** atau **kosong (BUKAN NOL)** akan dianggap sebagai mahasiswa yang **TIDAK MENGIKUTI UJIAN**.

Cetak !