



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

**NOMOR : K/UBL/FKDK/000/010A/02/24**

**TENTANG  
PENETAPAN DOSEN FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF  
UNIVERSITAS BUDI LUHUR  
SEMESTER GENAP 2023/2024**

**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 Genap Tahun Akademik 2023/2024 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;  
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 Genap 2023/2024 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 Genap 2023/2024, dan akan diubah sebagaimana mestinya, apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan.

Ditetapkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 06 Februari 2024  
Dekan  
Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif  
Universitas Budi Luhur



**Rocky Prasetyo Jati**

LAMPIRAN KEPUTUSAN DEKAN  
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF UNIVERSITAS BUDI LUHUR

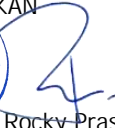
Nomor : K/UBL/FKDK/000/010A/02/24

| NIP    | Nama Dosen               | Matakuliah             | KLP | SKS | Hari  | Waktu         |
|--------|--------------------------|------------------------|-----|-----|-------|---------------|
| 170054 | Abdul Azis, S.S, M.I.Kom | KM797 Konten Pemasaran | BN  | 3   | Jumat | 09:45 - 12:25 |

Ditetapkan di : Jakarta,  
Pada tanggal : 26 Februari 2024



DEKAN

  
Dr. Rocky Prasetyo Jati, M.Si



UNIVERSITAS BUDI LUHUR  
**FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF**  
**Program Studi Ilmu Komunikasi**

No. Dokumen

:

No. Revisi

:

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**

Tgl. Berlaku

:

|                                |   |   |
|--------------------------------|---|---|
| <b>Nama Mata Kuliah / Kode</b> | : | Konten Pemasaran  |
| <b>Kode Mata Kuliah</b>        | : | <b>KM 797</b>   |
| <b>Bobot MK</b>                | : | 3 SKS   |
| <b>Semester</b>                | : |   |
| <b>Mata Kuliah Prasyarat</b>   | : |   |
| <b>Dosen Pengampu</b>          | : | Abdul Azis, M.I.Kom   |
| <b>Alokasi Waktu</b>           | : | 15 x 135 Menit, Tatap Muka, Tugas dan online learning   |
| <b>Capaian Pembelajaran</b>    | : | <b>Program Studi</b>  |
|                                |   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki keterampilan dalam merencanakan, menerapkan dan mengevaluasi program komunikasi dalam berbagai konteks komunikasi.</li> <li>2. Memiliki keterampilan dalam memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi dan memahami efek sosial-komunikasi yang ditimbulkan akibat pemanfaatan teknologi tersebut.</li> <li>3. Memiliki keterampilan dalam pengelolaan sistem informasi dan komunikasi sesuai kebutuhan profesi dan organisasi.</li> <li>4. Memiliki keterampilan dasar komunikasi yang ditunjang oleh kemampuan <i>human relation</i>, persuasi dan negosiasi dalam menangani berbagai masalah komunikasi dan membangun relasi dengan berbagai bidang profesi dan institusi komunikasi lainnya.</li> <li>5. Mampu melakukan riset komunikasi dengan menggunakan salah satu metode penelitian.</li> </ol> |
|                                | : | <b>Mata Kuliah</b>  |
|                                |   | <p>Mahasiswa dapat memiliki sikap kebudiluhuran dan menerapkan dalam tataran konsep Produksi Konten Pemasaran<br/>           Mahasiswa mampu memahami dan dapat menjelaskan pengertian Media Massa, Media Online &amp; Media Sosial<br/>           Mahasiswa mengerti mengenai Sejarah, Pengertian, Fungsi &amp; Konsep Konten Pemasaran<br/>           Mahasiswa dapat memahami Perencanaan produksi Konten Pemasaran<br/>           Mahasiswa mampu melaksanakan Strategi membuat dan mendistribusikan Konten<br/>           Mahasiswa mampu merancang dan mempresentasikan desain produksi konten pemasaran</p>  |
| <b>Deskripsi Singkat MK</b>    | : | Mata Kuliah ini bertujuan memberikan pengetahuan dan kemampuan bagi mahasiswa agar bisa merencanakan dan membuat konten serta memahami bagaimana cara memasarkannya   |
|                                |   | <p>Syamsul M Romli, Asep, Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online. Bandung: Nuansa Cendikia, 2014<br/>           Andi Fachruddin, Dasar-Dasar Produksi Televisi, Kencana, Jakarta, 2012.<br/>           Ignatius Haryanto, Jurnalisme Era Digital, Tantangan Industri Media Abad 21. Penerbit Buku KOMPAS, 2014<br/>           Rully Nasrullah. Media Sosial. Simbiosis Rekatama Media, Bandung. 2017<br/>           Lazuardy, Dedy, Desma Erica Maryati, &amp; Ellyany Sinaga. Konsep dasar pemasaran digital. Yayasan kita menulis, 2022</p>   |

MPK : Mk. PengembanganKepribadian  
 MKK : Mk. KeilmuandanKeterampilan  
 MKB : Mk. KeahlianBerkarya

MPB : Mk. PrilakuBerkarya  
 MBB : Mk. BerkehidupanBermasyarakat

I : Inti  
 W : InstitusionalWajib  
 P : InstitusionalPilihan

|                           |   |  |  |                       |
|---------------------------|---|--|--|-----------------------|
|                           |   | Philip Kotler, Hermawan Kartajaya & Iwan Setiawan. (2017). Marketing 4.0 (Moving from Traditional to Digital). Wiley<br>Helianthusonfri J. Belajar Social Media Marketing, Elexmedia Komputindo, Jakarta, 2021 |  |                       |
| <b>Media Pembelajaran</b> | : | SOFTWARE   | HARDWARE   |                       |
|                           |   |  | Papan Tulis, LCD Proyektor, Komputer, peralatan audio visual, dan laptop |                       |
| <b>OTORISASI</b>          | : | <b>KETUA PROGRAM STUDI</b>   | <b>Kepala Kosentrasi / SekProdi</b>                                      | <b>DOSEN PENGAMPU</b> |
|                           |   | .....  | .....  | .....                 |

### RANCANGAN PEMBELAJARAN SEMESTER

| Minggu ke- | Capaian Pelajaran  | Bahan Kajian/<br>Pokok Bahasan                 | Strategi/ Metode Pembelajaran                                 | Waktu Pembelajaran | Pengalaman Pembelajaran                     | Indikator Penilaian  | Cara Assesment    | Bobot Nilai | Referensi |
|------------|--|--|---|--------------------|---|--|-------------------|-------------|-----------|
| 1          | Mahasiswa mampu memahami dan dapat menjelaskan pengertian Media Massa, Media Online & Media Sosial | Media Massa, Media Online & Media Sosial       | Ceramah, Contoh, Kuis   | 3 x 45 menit       | Penyampaian materi, Diskusi dan Tanya jawab | Mahasiswa dapat menjelaskan pengertian berbagai macam media massa        | Rubrik Holistik   | 5%          |           |
| 2          | Mahasiswa memahami dan menjelaskan Pengertian & Konsep Digital Marketing                           | Pengertian & Konsep Digital Marketing          | Ceramah, Contoh, Kuis   | 3 x 45 menit       | Penyampaian materi, Diskusi dan Tanya jawab | Mahasiswa dapat menjelaskan konsep digital marketing                     | Rubrik Holistik   | 5%          |           |
| 3          | Mahasiswa mengerti mengenai Sejarah, Pengertian & Konsep Content Marketing                         | Sejarah, Pengertian & Konsep Content Marketing | Ceramah, Contoh, Kuis dan Tugas                               | 3 x 45 menit       | Penyampaian materi, Diskusi dan Tanya jawab | Mahasiswa dapat menjelaskan tentang sejarah dan konsep content marketing | Rubrik Diskriptif | 5%          |           |
| 4          | Mahasiswa mengerti Fungsi & Manfaat Content Marketing  | Fungsi & Manfaat Content Marketing             | <i>Online learning, text base dan contoh video, live chat</i> | 3 x 45 menit       | Penyampaian materi, Diskusi dan Tanya jawab | Mahasiswa dapat memahami fungsi dan manfaat content marketing            | Rubrik Holistik   | 10%         |           |

**Strategi** : 1. Menjelaskan konsep, 2. Memperagakan, 3. Studi Kasus, 4. Praktikum  
**Media** : 1. Papan tulis, 2. OHP, 3. Proyektor LCD & komputer  
**Evaluasi** : 1. Tanya jawab, 2. Kuis, 3. Tugas tulisan / proyek

|       |   |  |   |              |   |   |                   |      |  |
|-------|---|--|---|--------------|---|---|-------------------|------|--|
| 5     | Mahasiswa dapat memahami Pengertian, Jenis dan Strategi Influencer Marketing      | Influencer Marketing<br>Pengertian, Jenis dan Strategi   | <i>Online learning, text base dan contoh video, live chat</i> | 3 x 45 menit | Penyampaian materi, Diskusi dan Tanya jawab           | Mahasiswa dapat memahami berbagai jenis dan strategi Influencer Marketing       | Rubrik Diskriptif | 10 % |  |
| 6 - 7 | Mahasiswa dapat memahami Perencanaan Konten; Konsep, Jenis & Format Konten        | Perencanaan Konten; Konsep, Jenis & Format Konten        | Ceramah, Contoh, Tugas dan Praktikum                          | 6 x 45 menit | Diskusi & Studi kasus dari hasil tugas                | Mahasiswa dapat membuat sebuah perencanaan konten baik konsep maupun formatnya  | Rubrik Holistik   | 10 % |  |
| 8     | Mahasiswa mampu menjawab dan menyelesaikan permasalahan yang diberikan dalam soal | <b>UTS</b>   | Ceramah, Contoh, Kuis   | 3 x 45 menit | Bentuk ujian (tertulis; praktek; presentasi; proyek). | Mahasiswa dapat menyelesaikan soal yang diberikan                               |                   |      |  |
| 9     | Mahasiswa mengetahui Pengertian & Manfaat Branded Content                         | Branded Content; Pengertian & Manfaat                    | Ceramah, Contoh, Tugas dan Praktikum                          | 3 x 45 menit | Penyampaian materi, Diskusi dan Tanya jawab           | Mahasiswa dapat menjelaskan apa itu Branded Content                             | Rubrik Diskriptif | 5%   |  |
| 10-11 | Mahasiswa memahami tahapan membuat konten   | Tahapan Membuat Konten Pemasaran                         | <i>Online learning, text base dan contoh video, live chat</i> | 6 x 45 menit | Diskusi & Studi kasus dari hasil tugas                | Kemampuan Mahasiswa dalam menyelesaikan tahapan memproduksi konten              | Rubrik Holistik   | 15%  |  |
| 12    | Mahasiswa mampu melaksanakan Strategi membuat dan mendistribusikan Konten         | Strategi produksi & distribusi Konten Pemasaran          | Ceramah, Contoh, Kuis dan Tugas                               | 3 x 45 menit | Penyampaian materi, Diskusi dan Tanya jawab           | Mahasiswa dalam memahami strategi membuat dan mendistribusikan Konten           | Rubrik Holistik   | 10%  |  |
| 13    | Mahasiswa mampu mempraktekkan produksi & distribusi Konten                        | Praktek Memproduksi & Mendistribusikan Konten            | Ceramah, Contoh, Tugas dan praktikum                          | 3 x 45 menit | Diskusi dan presentasi serta tanya jawab              | Mahasiswa dalam mempraktekkan strategi membuat dan mendistribusikan Konten      | Rubrik Holistik   | 10%  |  |
| 14-15 | Mahasiswa mampu merancang dan mempresentasikan desain produksi konten             | Desain Produksi Konten Pemasaran ; Presentasi & Evaluasi | Ceramah, Contoh dan praktikum                                 | 6 x 45 menit | Diskusi dan presentasi serta tanya jawab              | Kemampuan Mahasiswa dalam merancang dan mempresentasikan desain produksi konten | Rubrik Holistik   | 15%  |  |

**Strategi** : 1. Menjelaskan konsep, 2. Memperagakan, 3. Studi Kasus, 4. Praktikum  
**Media** : 1. Papan tulis, 2. OHP, 3. Proyektor LCD & komputer  
**Evaluasi** : 1. Tanya jawab, 2. Kuis, 3. Tugas tulisan / proyek

|    |  |            |  |  |  |  |
|----|--|------------|--|--|--|--|
| 16 | Mahasiswa mampu menjawab dan menyelesaikan permasalahan yang diberikan dalam soal. | <b>UAS</b> | Kemampuan Mahasiswa dalam menyelesaikan produksi sebuah konten pemasaran |  |  |  |
|----|--|------------|--|--|--|--|

|  |  |
|--|--|
| <b>MATA KULIAH : KONTEN PEMASARAN</b><br><b>SEMESTER : VI SKS : 3</b><br><b>MINGGU KE : 3 TUGAS KE : I</b>   | <b>MATA KULIAH : KONTEN PEMASARAN</b><br><b>SEMESTER : VI SKS : 3</b><br><b>MINGGU KE : 7 TUGAS KE : II</b>  |
| <b>1. TUJUAN TUGAS:</b> Menganalisa konten pemasaran<br><br><b>2. URAIAN TUGAS INDIVIDU:</b><br><br>❖ <b>Obyek Garapan :</b> video konten pemasaran<br>❖ <b>Yang harus dikerjakan dan batasan-batasan:</b> mencari satu contoh video konten pemasaran dan menganalisanya<br><br>❖ <b>Metode/cara pengerjaan, acuan yang digunakan</b><br>Melampirkan, menganalisa dan mempresentasikan hasil analisa<br><br><b>3. KRITERIA PENILAIAN :</b> | <b>1. TUJUAN TUGAS:</b> Analisa konten yang melibatkan influencer marketing<br><br><b>2. URAIAN TUGAS KELOMPOK:</b><br><br>❖ <b>Obyek Garapan :</b> video konten influencer marketing<br>❖ <b>Yang harus dikerjakan dan batasan-batasan :</b> Menganalisa dan mencari tahu strategi produksi konten influencer marketing<br><br>❖ <b>Metode/cara pengerjaan, acuan yang digunakan</b><br>Analisa dan Penyusunan Perencanaan Produksi<br><br><b>3. KRITERIA PENILAIAN :</b><br>a. Ketepatan pengertian dan kelengkapan referensi : 50 % |

**Strategi** : 1. Menjelaskan konsep, 2. Memperagakan, 3. Studi Kasus, 4. Praktikum  
**Media** : 1. Papan tulis, 2. OHP, 3. Proyektor LCD & komputer  
**Evaluasi** : 1. Tanya jawab, 2. Kuis, 3. Tugas tulisan / proyek

|  |   |
|--|---|
| a. Ketepatan contoh video yang disampaikan dan ketepatan menganalisa dan mempresentasikannya : 100 % | b. Kualitas presentasi visual dan oral : 50 % |
|--|---|

|  |  |
|--|--|
| <b>MATA KULIAH : KONTEN PEMASARAN</b><br><b>SEMESTER : VI SKS : 3</b><br><b>MINGGU KE : 13 TUGAS KE : III</b>  |  |
| <b>1. TUJUAN TUGAS:</b> membuat dispro, strategi produksi dan distribusi konten  |  |
| <b>2. URAIAN TUGAS KELOMPOK:</b><br><b>Obyek Garapan :</b> strategipengelolaankontenberitasesuaijobdeskmasing-masing   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ <b>Yang harus dikerjakan dan batasan-batasan:</b><br/>Melampirkan contoh varian konten; format text, foto, ilustrasi, video dan audio</li> <li>❖ <b>Metode/cara pengerjaan, acuan yang digunakan</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat desain produksi konten pemasaran</li> <li>• Dispro dikumpulkan bersama presentasi sesuai jadwal.</li> </ul> </li> </ul> |  |
| <b>3. KRITERIA PENILAIAN :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. ketepatan pengertian dan kelengkapan referensi : 50 %</li> <li>b. kualitas presentasi visual dan oral : 50 %</li> </ul>   |  |

**Strategi** : 1. Menjelaskan konsep, 2. Memperagakan, 3. Studi Kasus, 4. Praktikum  
**Media** : 1. Papan tulis, 2. OHP, 3. Proyektor LCD & komputer  
**Evaluasi** : 1. Tanya jawab, 2. Kuis, 3. Tugas tulisan / proyek

**Strategi** : 1. Menjelaskan konsep, 2. Memperagakan, 3. Studi Kasus, 4. Praktikum  
**Media** : 1. Papan tulis, 2. OHP, 3. Proyektor LCD & komputer  
**Evaluasi** : 1. Tanya jawab, 2. Kuis, 3. Tugas tulisan / proyek

## Daftar Berita Acara Mengajar Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Genap 2023/2024

Matakuliah : Konten Pemasaran

Kelompok : BN

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

| No. | Tanggal    | Materi yang Diberikan  |
|-----|------------|--|
| 1   | 08-03-2024 | media massa, media online dan media sosial                   |
| 2   | 15-03-2024 | pengertian dan konsep digital marketing                      |
| 3   | 22-03-2024 | Content Marketing; Sejarah, Pengertian & Konsep              |
| 4   | 02-04-2024 | Fungsi & Manfaat Content Marketing                           |
| 5   | 19-04-2024 | Influencer Marketing   |
| 6   | 26-04-2024 | Perencanaan dalam membuat Content Marketing)                 |
| 7   | 03-05-2024 | perencanaan konten bagian 2                                  |
| 8   | 14-05-2024 | UTS  |
| 9   | 17-05-2024 | Branded Content  |
| 10  | 31-05-2024 | Tahapan dalam membuat konten pemasaran bagian pertama        |
| 11  | 06-06-2024 | Tahapan dalam membuat konten pemasaran bagian kedua          |
| 12  | 07-06-2024 | Strategi Produksi & Distribusi Konten Pemasaran              |
| 13  | 11-06-2024 | Praktek Memproduksi & Mendistribusikan Konten<br />          |
| 14  | 14-06-2024 | Presentasi & Evaluasi Desain Produksi Konten Marketing       |
| 15  | 21-06-2024 | Presentasi & Evaluasi Desain Produksi Konten Marketing bag.2 |
| 16  | 05-07-2024 | UAS  |

Matakuliah: Konten Pemasaran  
 Kelompok: BN  
 Semester Genap 2023/2024  
 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    | %     |       |
|----|------------|-----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|    |            |                             | 08/03 | 15/03 | 22/03 | 02/04 | 19/04 | 26/04 | 03/05 | 14/05 | 17/05 | 31/05 | 06/06 | 07/06 | 11/06 | 14/06 | 21/06 | 05/07 |       |       |
| 1  | 2171502145 | Adi Pratama                 | Hadir | Hadir | Hadir | Alpha | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | 93.75 |
| 2  | 2171502152 | Sheila Risqiyawati          | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | 100   |
| 3  | 2171502194 | Daffa Zuhair Fawwaz         | Hadir | Hadir | Ijin  | Hadir | Hadir | Ijin  | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | 100   |
| 4  | 2171502202 | Danisa Danu Prayoga Hamzah  | Hadir | Hadir | Hadir | Alpha | Hadir | Ijin  | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | 93.75 |
| 5  | 2171502228 | Fachreni Syah               | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Alpha | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | 93.75 |
| 6  | 2171502244 | FRETTY ALVIRANTY JACOB      | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | 100   |
| 7  | 2171502277 | Jenita Restiani Ayu Lestari | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | 100   |
| 8  | 2171502285 | JERNIMAWATI GULO            | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | 100   |
| 9  | 2171502327 | Puti Maharani Nadyas        | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | 100   |
| 10 | 2171502350 | RUTH PARASKEWI              | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | 100   |
| 11 | 2171502400 | Nabila Petriscia            | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | 100   |
| 12 | 2171502509 | Dara Atira                  | Hadir | Hadir | Ijin  | Hadir | Hadir | Ijin  | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | Hadir | 100   |

**Daftar Nilai**

Fakultas: Fakultas Komunikasi &amp; Desain Kreatif

Matakuliah: Konten Pemasaran

Kelompok: BN

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

| No. | NIM        | Nama                        | Presensi | Tugas | Midtest | Final | Prediksi Grade |
|-----|------------|-----------------------------|----------|-------|---------|-------|----------------|
| 1   | 2171502145 | Adi Pratama                 | 94 %     | 88    | 87      | 86    | 87 => A        |
| 2   | 2171502152 | Shela Risqiyawati           | 100 %    | 86    | 85      | 86    | 86 => A        |
| 3   | 2171502194 | Daffa Zuhair Fawwaz         | 100 %    | 85    | 84      | 85    | 85 => A        |
| 4   | 2171502202 | Danisa Danu Prayoga Hamzah  | 94 %     | 84    | 84      | 88    | 86 => A        |
| 5   | 2171502228 | Fachreni Syah               | 94 %     | 84    | 84      | 83    | 84 => A-<br>A- |
| 6   | 2171502244 | FRESTY ALVIRANTY JACOB      | 100 %    | 84    | 86      | 83    | 84 => A-<br>A- |
| 7   | 2171502277 | Jenita Restiani Ayu Lestari | 100 %    | 86    | 85      | 86    | 86 => A        |
| 8   | 2171502285 | JERNIMAWATI GULO            | 100 %    | 85    | 85      | 87    | 86 => A        |
| 9   | 2171502327 | Puti Maharani Nadyas        | 100 %    | 84    | 87      | 88    | 87 => A        |
| 10  | 2171502350 | RUTH PARASKEWI              | 100 %    | 87    | 85      | 85    | 86 => A        |
| 11  | 2171502400 | Nabila Petriscia            | 100 %    | 87    | 85      | 85    | 86 => A        |
| 12  | 2171502509 | Dara Atira                  | 100 %    | 85    | 84      | 85    | 85 => 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 !