



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

NOMOR : K/UBL/FKDK/000/014/02/25

**TENTANG
PENETAPAN DOSEN FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
SEMESTER GENAP 2024/2025**

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 2024/2025 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 Genap 2024/2025 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 2024/2025, dan akan diubah sebagaimana mestinya, apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan.

Ditetapkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 24 Februari 2025

Dekan
Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur



Rocky Prasetyo Jati

LAMPIRAN KEPUTUSAN FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Nomor : K/UBL/FKDK/000/014/02/25

NIP	Nama Dosen	Matakuliah	KLP	SKS	Hari	Waktu
170054	Abdul Azis, S.S, M.I.Kom	KM797 Konten Pemasaran	RA	3	Kamis	16:10 - 18:50

Ditetapkan di : Jakarta,
Pada tanggal : 24 Februari 2025

=====



Dr. Rocky Prasetyo Jati, M.Si

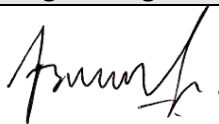


UNIVERSITAS
BUDI LUHUR

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
Konten Pemasaran		KM 797		T=3		4	02/03/25
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						
	CPL05	Mampu menghasilkan kinerja mandiri dan kelompok yang bermutu sesuai standar dan etika komunikasi					
	CPL10	Mampu mendemonstrasikan pesan komunikasi yang persuasif, informatif, dan transformatif dalam berbagai platform media komunikasi untuk mendukung profesi di bidang komunikasi.					
	CPL13	Mampu mengaplikasikan strategi komunikasi pemasaran, jurnalistik, dan penyiaran ke dalam praktik komunikasi.					
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)						
	CPMK1	Mahasiswa dapat memahami dan menjelaskan konsep dasar produksi konten pemasaran dalam ekosistem digital (CPL05, CPL10)					
	CPMK2	Mahasiswa dapat merencanakan dan memproduksi konten pemasaran yang kreatif dan inovatif (CPL05, CPL10, CPL13)					
	CPMK3	Mahasiswa dapat menganalisis dan merencanakan strategi konten pemasaran yang sesuai dengan karakteristik audiens (CPL10, CPL13)					
	CPMK4	Mahasiswa dapat mengevaluasi efektivitas konten pemasaran dan mengoptimalkan strategi distribusi konten menggunakan berbagai platform media digital (CPL10, CPL13)					
	CPMK5	Mahasiswa dapat merancang dan mempresentasikan desain produksi konten pemasaran (CPL05, CPL10, CPL13)					
	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)						

	Sub-CPMK1	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Pengertian & Konsep Digital Marketing (CPMK1, CPMK2, CPMK3)
	Sub-CPMK2	Mahasiswa mampu memahami Konsep & Pengertian Konten Pemasaran (CPMK1, CPMK2, CPMK3, CPMK4)
	Sub-CPMK3	Mahasiswa mampu memahami Fungsi & Manfaat Konten Pemasaran (CPMK1, CPMK2, CPMK3, CPMK4)
	Sub-CPMK4	Mahasiswa mampu memahami dan merencanakan produksi konten pemasaran (CPMK2, CPMK3, CPMK4)
	Sub-CPMK5	Mahasiswa mampu memahami dan menganalisis karakteristik, target audiens dari konten yang diproduksi dan mampu menganalisis Platform media yang digunakan (CPMK2, CPMK3, CPMK4)
	Sub-CPMK6	Mahasiswa mampu memahami dan membuat rancangan ide konten berdasarkan riset audiens (CPMK1, CPMK2, CPMK3, CPMK4)
	Sub-CPMK7	Mahasiswa mampu memahami dan menganalisa Influencer Marketing (CPMK2, CPMK3, CPMK4)
	Sub-CPMK8	Evaluasi keterampilan analitis dan pemahaman mahasiswa mengenai materi yang telah dipelajari pada paruh pertama semester. (CPMK1, CPMK2, CPMK3, CPMK4)
	Sub-CPMK9	Mahasiswa mampu memahami dan menganalisa Branded Content (CPMK2, CPMK3, CPMK4)
	Sub-CPMK10	Mahasiswa mampu memahami dan menjalankan Tahapan Membuat Konten Pemasaran (CPMK1, CPMK2, CPMK3, CPMK4)
	Sub-CPMK11	Mahasiswa mampu memahami dan menjalankan Tahapan Membuat Konten Pemasaran (CPMK1, CPMK2, CPMK3, CPMK4)
	Sub-CPMK12	Mahasiswa mampu memahami Strategi Produksi & Distribusi Konten Pemasaran (CPMK2, CPMK3, CPMK4)
	Sub-CPMK13	Mahasiswa mampu merancang Produksi & Distribusi Konten Pemasaran (CPMK2, CPMK3, CPMK4, CPMK5)
	Sub-CPMK14	Mahasiswa mampu mempresentasikan dan mengevaluasi desain produksi konten kreatif (CPMK1, CPMK2, CPMK3, CPMK4, CPMK5)
	Sub-CPMK15	Mahasiswa mampu mempresentasikan dan mengevaluasi desain produksi konten kreatif (CPMK1, CPMK2, CPMK3, CPMK4, CPMK5)

		13 Praktek Memproduksi & Mendistribusikan Konten Pemasaran 14-15 Desain Produksi Konten Pemasaran; Presentasi & Evaluasi 16 UAS					
		Utama : 1. Wahyuti, Tri. (2023). Produksi Konten Digital. PT Rekacipta Proxy Media 2. Dezka, AP. (2024). Digital Marketing untuk Kreator Konten. Anak Hebat Indonesia 3. Rosadian, A. (2023). Marketing Influencer. Selaksa Media 4. Nasrullah, Rully. (2017). Media Sosial. Simbiosis Rekatama Media, Bandung 5. Lazuardy, Dedy, Desma Erica Maryati, & Ellyany Sinaga. (2022). Konsep dasar pemasaran digital. Yayasan kita menulis 6. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya & Iwan Setiawan. (2017). Marketing 4.0 (Moving from Traditional to Digital). Wiley 7. Helianthusonfri, J. (2012) Belajar Social Media Marketing, Elexmedia Komputindo, Jakarta 8. Barker, R. (2019). Social Media Marketing: A Strategic Approach. Cengage Learning. 9. Pulizzi, J. (2014). Epic Content Marketing. McGraw-Hill Education 10. Erwin, dkk. (2024). Pemasaran Digital: Teori dan Implementasi. PT Green Pustaka Indonesia Pendukung : 11. Djaetun, (2016). Buku Saku Menuju Cerdas Berbudi Luhur, Jakarta, PSBL 12. Djaetun, (2015). Memahami Hakekat Budi Luhur, Jakarta, Yayasan Pendidikan Budi Luhur Cakti					
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 (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)

1	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan Pengertian & Konsep Digital Marketing	Mahasiswa mampu memahami Pengertian & Konsep Digital Marketing, kriteria dan teorinya	Diskusi tentang Pengertian & Konsep Digital Marketing	Pembahasan materi melalui ceramah dan diskusi interaktif (120') Penugasan: Meringkas materi tentang Digital Marketing (30') Belajar Mandiri: Tinjauan Literatur (150') <i>Case Based Learning</i>		1. Pengertian Digital Marketing 2. Konsep Digital Marketing Pustaka: 2, 5, 10	2%
2	Mahasiswa mampu memahami Konsep & Pengertian Konten Pemasaran	Mahasiswa mampu memahami Konsep & Pengertian Konten Pemasaran	Diskusi tentang Konsep & Pengertian Konten Pemasaran	Pembahasan materi melalui ceramah dan diskusi interaktif (120') Belajar Mandiri: Tinjauan Literatur (150') <i>Case-Based-Learning</i>		1. Pengertian konten pemasaran 2. konsep dasar konten pemasaran Pustaka: 2, 5, 6, 9	2%
3	Mahasiswa mampu memahami Fungsi & Manfaat Konten Pemasaran	Mahasiswa mampu memahami Fungsi & Manfaat Konten Pemasaran	Diskusi tentang Fungsi & Manfaat Konten Pemasaran		Pembahasan materi melalui ceramah dan diskusi online interaktif (90') Penugasan: mengisi kuis dan membuat rangkuman tentang Fungsi & Manfaat Konten Pemasaran (60')	1. Fungsi Konten Pemasaran 2. Manfaat Konten Pemasaran Pustaka: 2, 6, 9	2%

					Belajar Mandiri: Tinjauan Literatur (150') <i>Case-Based-Learning</i>		
4	Mahasiswa mampu memahami dan merencanakan produksi konten pemasaran	Mahasiswa mampu memahami dan merencanakan produksi konten pemasaran	Diskusi tentang perencanaan produksi konten pemasaran		Pembahasan materi melalui ceramah dan diskusi online interaktif (120') Penugasan; Mengamati dan menganalisa konten-konten pemasaran di flatform media (60')) Belajar Mandiri: Tinjauan Literatur (150') <i>Case-Based-Learning</i>	1. Pengertian content planning 2. Bagaimana membuat content planning 3. Jenis konten pemasaran media digital 4. Format pemasaran media digital Pustaka: 1, 2, 4	2%
5	Mahasiswa mampu memahami dan menganalisis karakteristik, target audiens dari konten yang diproduksi dan mampu menganalisis Platform media yang digunakan	Mahasiswa mampu menganalisis karakteristik, target audiens dari konten yang diproduksi dan mampu menganalisis Platform media yang digunakan	Diskusi tentang karakteristik, target audiens dan flatform media digital Studi Kasus; Membahas beberapa konten	Pembahasan materi melalui ceramah dan diskusi interaktif (90') Penugasan; Mengisi Quiz dan meringkas materi tentang analisis karakteristik, target audiens dan Platform media digital (30')		1. Pengertian audiens dan flatform media 2. Cara menganalisa karakteristik dan target audiens 3. Cara menganalisa Platform media Pustaka: 4, 8, 9	2%

			pemasaran di flatform media	Belajar Mandiri: Tinjauan Literatur (150') <i>Case-Based-Learning</i>			
6	Mahasiswa mampu memahami dan membuat rancangan ide konten berdasarkan riset audiens	Mahasiswa mampu memahami dan membuat rancangan ide konten berdasarkan riset audiens	Diskusi mengenai rancangan ide konten berdasarkan riset audiens	Pembahasan materi melalui ceramah dan diskusi interaktif (90') Penugasan; membuat rancangan ide konten pemasaran berdasarkan riset audiens (60') Belajar Mandiri: Tinjauan Literatur (150') <i>Case-Based-Learning</i>		1. Pengertian ide dalam membuat konten 2. Keterkaitan dengan riset audiens Pustaka: 2, 8, 9	2%
7	Mahasiswa mampu memahami dan menganalisa Influencer Marketing	Mahasiswa mampu memahami dan menganalisa Influencer Marketing	Diskusi mengenai Influencer Marketing Simulasi dan praktek menjadi nfluencer Marketing	Pembahasan materi melalui ceramah dan diskusi interaktif (60') Penugasan: praktek menjadi Influencer Marketing (90') Belajar Mandiri: Tinjauan Literatur (150') <i>Case-Based-Learning</i>		1. Pengertian Influencer Marketing 2. Jenis Influencer Marketing 3. Fungsi dan manfaat Influencer Marketing Pustaka: 3, 9	2%

8	Evaluasi keterampilan analitis dan pemahaman mahasiswa mengenai materi yang telah dipelajari pada paruh pertama semester. 240 menit						30%
9	Mahasiswa mampu memahami dan menganalisa Branded Content	Mahasiswa mampu memahami dan menganalisa Branded Content	Diskusi mengenai Branded Content	Pembahasan materi melalui ceramah dan diskusi interaktif (120') Penugasan: Mencar dan menganalisa Branded Content Belajar Mandiri: Tinjauan Literatur (150') <i>Case-Based-Learning</i>		1. Pengertian Branded Content 2. Bentuk dan Manfaat Branded Content Pustaka: 2, 8	2%
10-11	Mahasiswa mampu memahami dan menjalankan Tahapan Membuat Konten Pemasaran	Mahasiswa mampu memahami dan menjalankan Tahapan Membuat Konten Pemasaran	Tugas: Presentasi kelompok tentang Tahapan Membuat Konten Pemasaran Diskusi mengenai tahapan memproduksi konten pemasaran	Pembahasan materi melalui ceramah dan diskusi interaktif (90') Penugasan: Praktek membuat tahapan memproduksi konten pemasaran Belajar Mandiri: Tinjauan Literatur (150') <i>Case-Based-Learning</i>		1. Tahapan memproduksi konten 2. Tehnik memproduksi konten Pustaka: 1, 2, 7, 10	4%
12	Mahasiswa mampu memahami Strategi Produksi & Distribusi Konten Pemasaran	Mahasiswa mampu memahami produksi & distribusi Konten Pemasaran	Diskusi mengenai strategi produksi dan distribusi konten pemasaran yang efektif		Pembahasan materi melalui ceramah dan diskusi online interaktif (90')	1. Strategi produksi dan distribusi konten 2. Analisa konten yang didistribusikan	2%

			Studi Kasus; Membahas strategi produksi dan distribusi konten pemasaran yang efektif dan inovatif di platform media digital		Penugasan; menganalisis strategi produksi dan distribusi konten pemasaran (60') Belajar Mandiri: Tinjauan Literatur (150') <i>Case-Based-Learning</i>	Pustaka: 2, 5, 8, 9	
13	Mahasiswa mampu merancang produksi & distribusi Konten Pemasaran	Mahasiswa mampu merancang produksi & distribusi Konten Pemasaran	Diskusi interaktif mengenai rancangan produksi & distribusi Konten Pemasaran		Pembahasan materi melalui ceramah dan diskusi online interaktif (90') Penugasan: merancang produksi & distribusi Konten Pemasaran (60') Penugasan: menganalisa efektivitas konten yang telah didistribusikan(60') Belajar Mandiri: Tinjauan Literatur (150')	1.praktek merancang produksi dan distribusi konten pemasaran Pustaka: 2, 5, 8, 9	2%

					<i>Project Based Learning</i>		
14- 15	Mahasiswa mampu mempresentasikan dan mengevaluasi desain produksi konten kreatif	Mahasiswa mampu mempresentasikan desain produksi konten kreatif	Review: Diskusi reflektif dan evaluasi seluruh materi yang telah dipelajari	Review dan Diskusi refleksi (150') Penugasan: presentasi desain produksi konten pemasaran (150') Belajar Mandiri: Tinjauan Literatur (150') <i>Case Based Learning</i>		1. Evaluasi materi semester 2. Presentasi hasil produksi konten pemasaran Pustaka: 2, 3, 6, 10	4%
16	Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester						40%

Format Rencana Pembelajaran Semester (RPS)

Aturan perkuliahan:

Presensi : 10%

Bobot Tugas : 20%

Bobot UTS : 30%

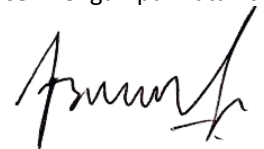
Bobot UAS : 40%

Presensi kurang dari 80% tidak bisa mengikuti UAS

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Artyasto Jatisidi, M.I.Kom

Dosen Pengampu Mata Kuliah



Abdul Aziz. M.I.Kom

Daftar Berita Acara Mengajar Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Genap 2024/2025

Matakuliah : Konten Pemasaran

Kelompok : RA

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

No.	Tanggal	Materi yang Diberikan
1	06-03-2025	Digital Marketing
2	13-03-2025	Konsep & Pengertian Konten Pemasaran
3	20-03-2025	Fungsi & Manfaat Konten Pemasaran
4	10-04-2025	Perencanaan Konten; Konsep, Jenis & Format
5	17-04-2025	Menganalisis Karakteristik Audiens & Platform Media Digital
6	24-04-2025	Membuat rancangan ide konten berdasarkan riset audiens
7	06-05-2025	Influencer Marketing
8	08-05-2025	UTS
9	22-05-2025	Branded Content
10	03-06-2025	Tahapan Membuat Konten Pemasaran
11	05-06-2025	Tahapan Membuat Konten Pemasaran bag 2
12	10-06-2025	Strategi Produksi & Distribusi Konten Pemasaran
13	12-06-2025	Praktek Memproduksi & Mendistribusikan Konten Pemasaran
14	19-06-2025	Desain Produksi Konten Pemasaran; Presentasi
15	26-06-2025	Desain Produksi Konten Pemasaran; evaluasi
16	10-07-2025	UAS

Matakuliah: Konten Pemasaran
 Kelompok: RA
 Semester Genap 2024/2025
 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	%
			06/03	13/03	20/03	10/04	17/04	24/04	06/05	08/05	22/05	03/06	05/06	10/06	12/06	19/06	26/06	10/07	
1	2171500644	Adhisca Wini Sabina	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	100
2	2271500064	Jiddan Alkasyaaf	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	93.75
3	2271500080	Sheryl Felicia Putri	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Sakit	Hadir	Hadir	Hadir	87.5
4	2271500114	Safira Dwi Apriyani	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	93.75
5	2271500122	Mahesa Torang Siahaan	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	81.25
6	2271500403	Ayunda Sari	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Sakit	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	93.75
7	2271500577	Muhammad Dandy Davito	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Alpha	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	81.25
8	2271500650	Rafi Ananda Pratama	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Alpha	Alpha	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	81.25
9	2271500866	Achmad Fahrezi	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	100
10	2271500940	Angel Nurhidayat	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	100
11	2271501005	Elga Nugraha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	87.5
12	2271501039	Muhammad Fadlan Zhaff	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Ijin	Alpha	Hadir	Hadir	Sakit	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	81.25
13	2271501211	Nabila Tussyifa Majidz	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	81.25
14	2271501435	Restiana Ezza Safitri	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	81.25
15	2271501443	Rabiah Isti Maesarah Arrasyid	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	81.25
16	2271501476	Mochamad Bayu Ari Nugraha	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	81.25
17	2271501518	Muhammad Zildan Al Farizi	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	93.75
18	2271501534	Farhan Fais Ramadhan	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	93.75
19	2271501567	Khoirunnisa Mutmainah	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Sakit	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	93.75
20	2271501633	Wahyu Sudarjat	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Alpha	Hadir	87.5
21	2271501997	Revaya Diandra Herbowo	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	93.75
22	2271502169	Khairina Ayu Laksmi	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Ijin	Hadir	Hadir	Hadir	100
23	2271502219	Darma Kusuma	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Hadir	Alpha	Hadir	Hadir	Hadir	81.25

Daftar Nilai

Fakultas: Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

Matakuliah: Konten Pemasaran

Kelompok: RA

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

No.	NIM	Nama	Presensi	Tugas	Midtest	Final	Prediksi Grade
1	2271500644	Adhisca Wini Sabina	100 %	83	82	88	85 => A
2	2271500064	Jiddan Alkasyaaf	94 %	78	81	86	82 => A-
3	2271500080	Sheryl Felicia Putri	88 %	81	81	83	82 => A-
4	2271500114	Safira Dwi Apriyani	94 %	81	82	87	84 => A-
5	2271500122	Mahesa Torang Siahaan	81 %	78	80	86	82 => A-
6	2271500403	Ayunda Sari	94 %	83	82	88	85 => A
7	2271500577	Muhammad Dandy Davito	81 %	67	76	74	73 => B
8	2271500650	Rafi Ananda Pratama	81 %	73	75	83	78 => B+
9	2271500866	Achmad Fahrezi	100 %	84	81	86	84 => A-
10	2271500940	Angel Nurhidayat	100 %	999	999	999	0 => -
11	2271501005	Elga Nugraha	88 %	78	82	87	83 => A-
12	2271501039	Muhammad Fadlan Zhafif	81 %	65	78	83	76 => B+
13	2271501211	Nabila Tusyifa Majidz	81 %	80	81	86	83 => A-
14	2271501435	Restiana Ezza Safitri	81 %	80	81	86	83 => A-
15	2271501443	Rabiah Isti Maesaroh Arrasyid	81 %	80	81	86	83 => A-
16	2271501476	Mochamad Bayu Ari Nugraha	81 %	68	81	86	79 => B+
17	2271501518	Muhammad Zildan Al Farizi	94 %	82	82	87	84 => A-

18	2271501534	Farhan Fais Ramadhan	94 %	84	81	83	83 => A-
19	2271501567	Khoirunnisa Mutmainah	94 %	83	82	88	85 => A
20	2271501633	Wahyu Sudarjat	88 %	78	81	83	81 => A-
21	2271501997	Revaya Diandra Herbowo	94 %	80	82	87	83 => A-
22	2271502169	Khairina Ayu Laksmi	100 %	86	81	83	83 => A-
23	2271502219	Darma Kusuma	81 %	76	81	86	82 => 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 !](#)