



# DOKUMEN KURIKULUM



PROGRAM STUDI

**MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
"VETERAN" YOGYAKARTA



TAHUN 2024





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
YOGYAKARTA

Jl. Padjajaran Condongcatur Yogyakarta 55283 Telp. (0274) 486733, Fak. 486400  
Jl. Babarsari 2, Tambakbayan, Yogyakarta 55281 Telp. 486911  
Email : info@upnyk.ac.id . Laman : http://www.upnyk.ac.id

KEPUTUSAN REKTOR  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA  
NOMOR 3192/UN62/KR/KEP/2024

TENTANG

KURIKULUM *OUTCOME BASED EDUCATION* (OBE) PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI PROGRAM MAGISTER JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA

REKTOR UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
YOGYAKARTA,

- Menimbang : a. bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 21 dan Pasal 22 Peraturan Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta Nomor 6 Tahun 2021 tentang Pokok-Pokok Peraturan Akademik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta dan sebagai pedoman dalam penyelenggaraan pendidikan dan pembelajaran, perlu menetapkan Kurikulum *Outcome Based Education* (OBE);
- b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, perlu menetapkan Keputusan Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta tentang Kurikulum *Outcome Based Education* (OBE) Program Studi Ilmu Komunikasi Program Magister Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta;
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (lembaran negara Tahun 2003 Nomor 78, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia 4301);
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5336);
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5500);
4. Peraturan Presiden Nomor 121 Tahun 2014 tentang Pendirian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 250);
5. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 39 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 1796);
6. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 85 Tahun 2017 tentang Statuta Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 1922);

7. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 3 Tahun 2020 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 47);
8. Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 65740/MPK.A/KP.06.02/2022 tentang Pemberhentian Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta Periode 2018-2022 dan Pengangkatan Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta Periode 2022-2026;
9. Peraturan Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta Nomor 6 Tahun 2021 tentang Pokok-Pokok Peraturan Akademik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta;
10. Keputusan Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta Nomor 1382/UN62/DT/KEP/2023 tentang Kodifikasi Mata Kuliah Program Diploma, Program Sarjana, Program Magister, dan Program Doktor di Lingkungan Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta;

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan : KEPUTUSAN REKTOR UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA TENTANG KURIKULUM *OUTCOME BASED EDUCATION* (OBE) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI PROGRAM MAGISTER JURUSAN ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA.
- KESATU : Menetapkan Kurikulum *Outcome Based Education* (OBE) Program Studi Ilmu Komunikasi Program Magister Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta sebagaimana dimaksud dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Keputusan ini.
- KEDUA : Kurikulum *Outcome Based Education* (OBE) Program Studi Ilmu Komunikasi Program Magister Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta mengacu pada model pembelajaran berbasis masalah (*case based learning*) dan pembelajaran berbasis proyek (*project based learning*) yang menempatkan mahasiswa sebagai pusat pembelajaran (*centre of learning*).
- KETIGA : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.


Ditetapkan di Yogyakarta  
pada tanggal 1 Desember 2024



MUHAMMAD IRHAS EFFENDI  
NIP. 19621219 198803 1 001






Tembusan:

1. Distribusi
2. Yang Bersangkutan

	<b>KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI</b> <b>UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA</b> Jl. Padjajaran Condong Catur Yogyakarta 55283 Telp (0274) 486733 Jl. Babarsari 2 Tambakbayan Yogyakarta 55281, Telp (0274) 486911 E-mail: info@upnyk.ac.id Laman: http://www.upnyk.ac.id	<b>Nomer: DOK.KURIKULU M. A.B.C</b>
	<b>DOKUMEN KURIKULUM</b>	Revisi: ... Halaman : ...

Program Studi	: Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Visi Program Studi	: Menjadi Program Studi Magister Ilmu Komunikasi bereputasi di bidang komunikasi korporat di tingkat nasional dan berorientasi global dengan jiwa bela negara, dilandasi nilai-nilai spiritual, kedisiplinan, kejujuran dan kreativitas pada tahun 2035
Misi Program Studi	: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengembangkan sistem pembelajaran yang adaptif dan inovatif yang diorientasikan bagi pemecahan masalah dalam bidang komunikasi korporat</li> <li>3. Mengembangkan sistem penelitian terpadu yang diorientasikan pada pemecahan masalah dan kajian analitis dalam bidang perencanaan dan kebijakan komunikasi strategik bagi pembangunan nasional yang bereputasi baik di tingkat nasional atau pun internasional</li> <li>4. Mengembangkan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berbasis hasil dari sistem penelitian terpadu dalam bidang komunikasi strategik yang berorientasi pada peningkatan kualitas hidup dan kemandirian masyarakat</li> <li>5. Mengembangkan mitra kerjasama dan jejaring dengan berbagai lembaga baik di tingkat nasional atau pun internasional yang diarahkan bagi upaya peningkatan kualitas penyelenggaraan Tridharma Perguruan Tinggi</li> </ol>

Nomor SK Pendirian : SK Menteri Nomor 123/KPT/I/2017 tanggal 7 Februari 2017  
 Akreditasi Program Studi : B/3114/BAN-PT/Akred/M/VIII/2019 (20 Agustus 2019)  
 Jenjang Pendidikan : S-2  
 Gelar Lulusan : M.I.Kom  
 Koordinator Program Studi : Assoc. Prof. Dr. Edwi Arief Sosiawan, S.IP., M.Si, CIIQA, CIAR, CPM(Asia)

Proses	Penanggung Jawab			Tanggal
	Nama	Jabatan	Tanda tangan	
Perumus	Prof. Dr. Puji Lestari, M.Si.	Ketua Tim Kurikulum		25 November 2024
Pemeriksa	Assoc. Prof. Dr. Edwi Arief Sosiawan, S.IP., M.Si., CIIQA., CIAR. CPM(Asia)	Koordinator Program Studi		25 November 2024
Persetujuan	Dr. Susanta, S.Sos., M.Si.	Dekan		27 November 2024
Penetapan	Prof. Dr. M. Irhas Effendi, M.S	Rektor		1 Desember 2024
Pengendalian	Dr. Ir, Barlian Dwinagara, MT	LP3M		1 Desember 2024

## **Daftar Isi**

BAB I	EVALUASI KURIKULUM DAN TRACER STUDY	1
BAB II	LANDASAN PERANCANGAN DAN PENGEMBANGAN KURIKULUM	4
BAB III	VISI, MISI, TUJUAN, DAN STRATEGI PROGRAM STUDI	9
BAB IV	RUMUSAN STANDAR KOMPETENSI LULUSAN (SKL)	11
BAB V	BAHAN KAJIAN DAN PETA KETERKAITAN CPL	15
BAB VI	STRUKTUR KURIKULUM, MATA KULIAH, DAN PETA PEMBELAJARAN	19
BAB VII	CPMK, SUB-CPMK, STRATEGI PEMBELAJARAN, DAN ASESMEN	26
BAB VIII	SISTEM PENJAMINAN MUTU KURIKULUM OBE	30
BAB IX	MATRIKS DAN PETA KURIKULUM	33
BAB X	PENGELOLAAN PEMBELAJARAN	36
Lampiran:	Matriks Kurikulum, Peta CPL-MK, dan Format RPS OBE	38

# **BAB I**

## **EVALUASI KURIKULUM DAN TRACER STUDY**

### **1.1 Evaluasi Kurikulum**

Pembelajaran Program Studi (Prodi) Magister Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta disusun berdasarkan pedoman KKNI, SNPT/DIKTI, Renstra FISIP 2015-2019, dan Renstra FISIP 2020-2024. Sebagai program studi magister dengan durasi studi yang relatif singkat, kurikulum Prodi Magister Ilmu Komunikasi berfokus pada mata kuliah khusus dalam bidang Komunikasi Korporat. Penyusunan proses pembelajaran dalam setiap mata kuliah dituangkan dalam Rencana Pembelajaran Semester (RPS) yang mengacu pada standar Kementerian melalui SN-Dikti.

Proses penyusunan kurikulum dilakukan oleh Tim Program Studi dan ditinjau oleh pemangku kepentingan terkait, termasuk Tim Penjaminan Mutu di tingkat program studi, fakultas, hingga universitas. Penyusunan ini juga didasarkan pada regulasi sebagai berikut: 1) Keputusan Rektor Nomor 1487/UN62/V/2016 tentang Pedoman Kodifikasi Mata Kuliah Program Diploma, Sarjana, dan Pascasarjana; 2) Keputusan Rektor Nomor 1921/UN62/VII/2016 tentang Kode dan Bobot SKS; dan 3) Surat Keputusan Rektor Nomor: Skep/187/XII/2009 tentang Pedoman Analisis dan Evaluasi Kurikulum UPN "Veteran" Yogyakarta.

Seiring perkembangan akademis dan praktis, baik di tingkat nasional maupun internasional, Prodi Magister Ilmu Komunikasi secara berkala melakukan evaluasi kurikulum untuk memastikan relevansinya. Evaluasi kurikulum ini melibatkan berbagai pihak internal seperti dosen, perwakilan mahasiswa, Tim LP3M, tim pelaksana mutu fakultas, dan pimpinan fakultas. Sementara pihak eksternal yang dilibatkan antara lain praktisi di bidang Komunikasi Korporat, pengguna lulusan, alumni, serta akademisi dari perguruan tinggi lain. Evaluasi dilakukan secara berkala setiap 2 hingga 4 tahun, disesuaikan dengan kebutuhan untuk mendukung pembelajaran mahasiswa yang relevan dengan perkembangan industri.

Pada proses pengembangan kurikulum, telah diadakan rapat dan workshop yang menghadirkan narasumber dari Universitas Negeri Yogyakarta (UNY), Prof. Dr. Suranto, MP, M.Si (mewakili pengguna lulusan), dan Ketua Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (Aspikom), Dr. S. Bakti Istiyanto, serta Praktisi Ketua Asosiasi Humas Rumah Sakit Eka Budy Santoso S.Sos MPd Med.CPR dan mahasiswa MIKOM (Himpunan Mahasiswa MIKOM). Selain itu, kurikulum ini dirancang dengan menyesuaikan standar kurikulum Eropa dan FIBAA, serta merujuk pada Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 53 Tahun 2023.

Setelah reformulasi kurikulum, implementasinya dipantau oleh Tim Penjaminan Mutu LP3M UPN "Veteran" Yogyakarta setiap akhir semester, khususnya terkait RPS, evaluasi pembelajaran, penilaian hasil belajar, serta kesesuaian jumlah pertemuan tatap muka. Hasil evaluasi ini menjadi dasar dalam pelaksanaan kurikulum di semester berikutnya, guna memastikan lulusan siap menghadapi dunia kerja sesuai dengan profil lulusan yang ditetapkan.

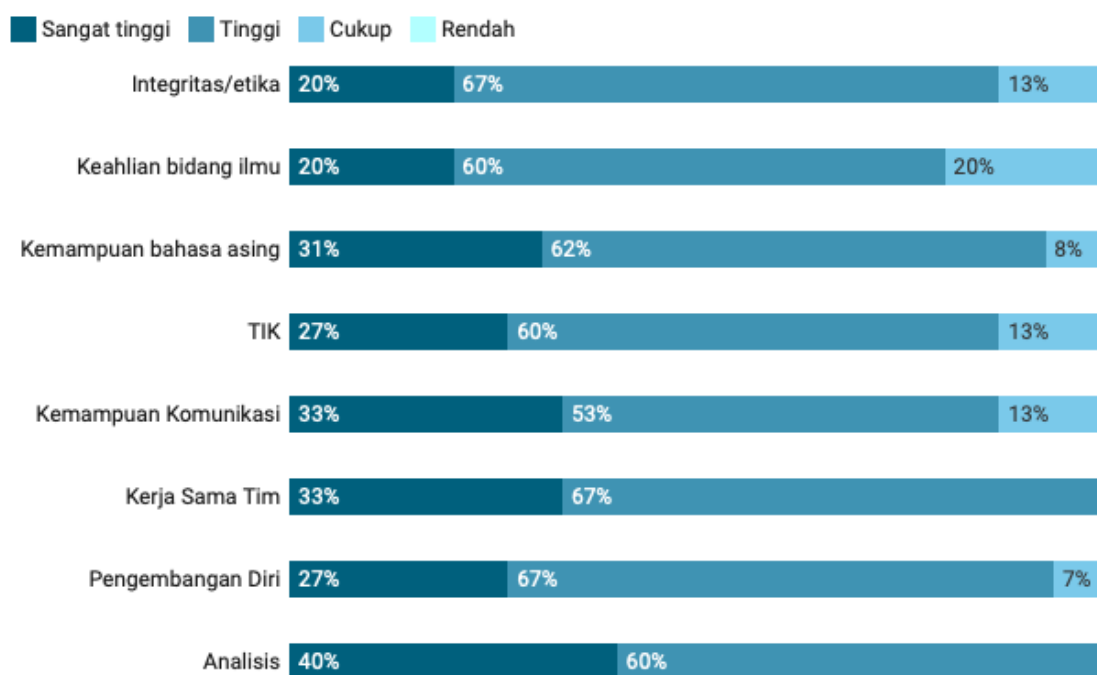
### **1.2 Tracer Study**

Prodi Magister Ilmu Komunikasi UPN Veteran Yogyakarta melakukan penyebaran kuesioner tracer study secara rutin terhadap lulusan pada TS-2 hingga TS-4. Tracer study dikoordinasikan bersama dengan Prodi, Unit Penyelenggara Program Studi (UPPS), dan Perguruan Tinggi melalui Lembaga Pengembangan Pembelajaran dan Penjaminan Mutu (LP3M) UPN Veteran Yogyakarta. Instrumen berupa kuesioner pelacak lulusan disebarkan melalui aplikasi SIJAFIS milik FISIP UPN Veteran Yogyakarta kepada para lulusan. Adapun pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner merujuk pada pedoman Dikti dan dilengkapi dengan pertanyaan-pertanyaan tambahan yang dibutuhkan untuk menunjang pendataan lulusan dan pengembangan pembelajaran oleh Prodi Magister Ilmu Komunikasi UPN Veteran Yogyakarta.

Dari hasil tracer study tersebut, terbentuk profil lulusan beserta deskripsinya. Tidak hanya digunakan untuk menjangkau profil lulusan, *tracer study* juga digunakan untuk menganalisis kebutuhan pasar; apakah lulusan Prodi Magister Ilmu Komunikasi UPN Veteran Yogyakarta terserap dengan baik (dibuktikan dengan masa tunggu dan kesesuaian bidang kerja lulusan). Dari data tracer study, tim kurikulum Prodi Magister Ilmu Komunikasi juga melakukan pendataan terhadap kemampuan apa yang berhasil dikuasai oleh lulusan serta keterampilan apa yang paling diperlukan dan menunjang kinerja lulusan.

Hasil *tracer study* lulusan Prodi Magister Ilmu Komunikasi yang dilakukan di tahun 2021 dan 2022 menunjukkan lulusan didominasi berprofesi sebagai dosen, humas lembaga, birokrat, dan pekerja media. Dari profil lulusan tersebut kemudian tim kurikulum Prodi Magister Ilmu Komunikasi menetapkan kompetensi masing-masing profil sesuai dengan standar KKNi 8, dan dikembangkan perangkat keterampilan yang dibutuhkan oleh seluruh profil lulusan.

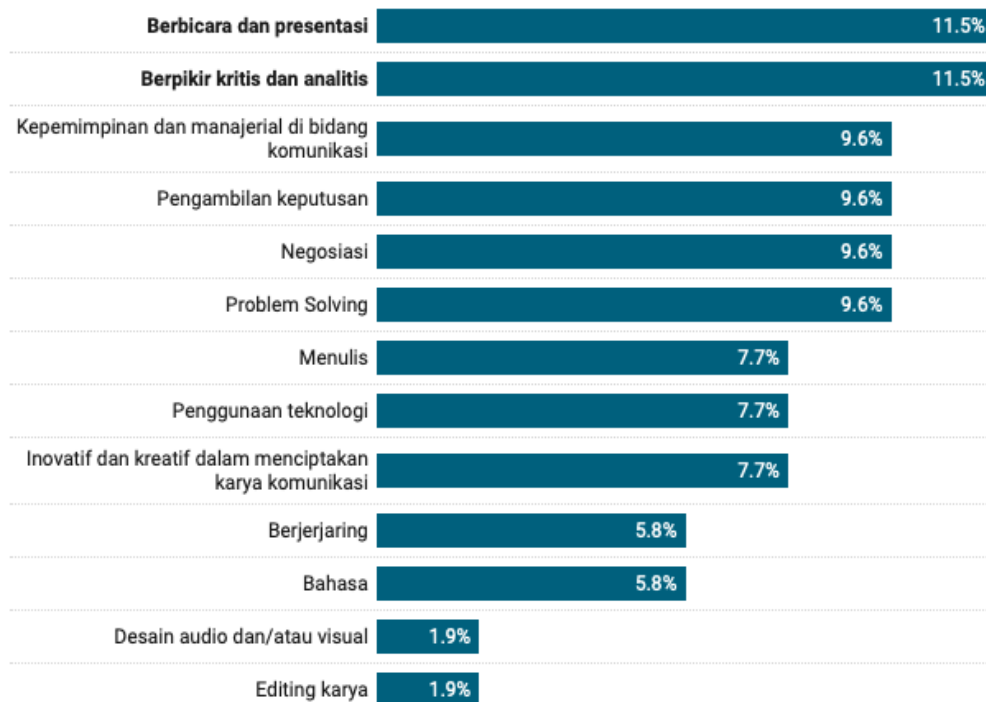
Terdapat banyak lulusan yang mendapatkan pekerjaan dalam kurun waktu kurang dari 2 bulan. Hal ini lantaran beberapa faktor. Pertama, lulusan Prodi Magister Ilmu Komunikasi memang banyak datang dari kalangan pekerja sehingga saat lulus cenderung kembali ke tempat pekerjaannya masing-masing. Namun, tidak sedikit pula yang merupakan *fresh graduate* dan tidak butuh waktu lama untuk menunggu pekerjaan dikarenakan telah memiliki cukup keahlian atau kompetensi yang mendukung bidang kapasitas pasar kerja. Adapun tingkat penguasaan lulusan paling tinggi terdapat pada kompetensi analisis, kemampuan komunikasi, kerja sama tim, dan kemampuan bahasa asing seperti tertuang pada Gambar 1.1.



**Gambar 1.1 Tingkat penguasaan kompetensi lulusan Prodi Magister Ilmu Komunikasi UPN Veteran Yogyakarta**

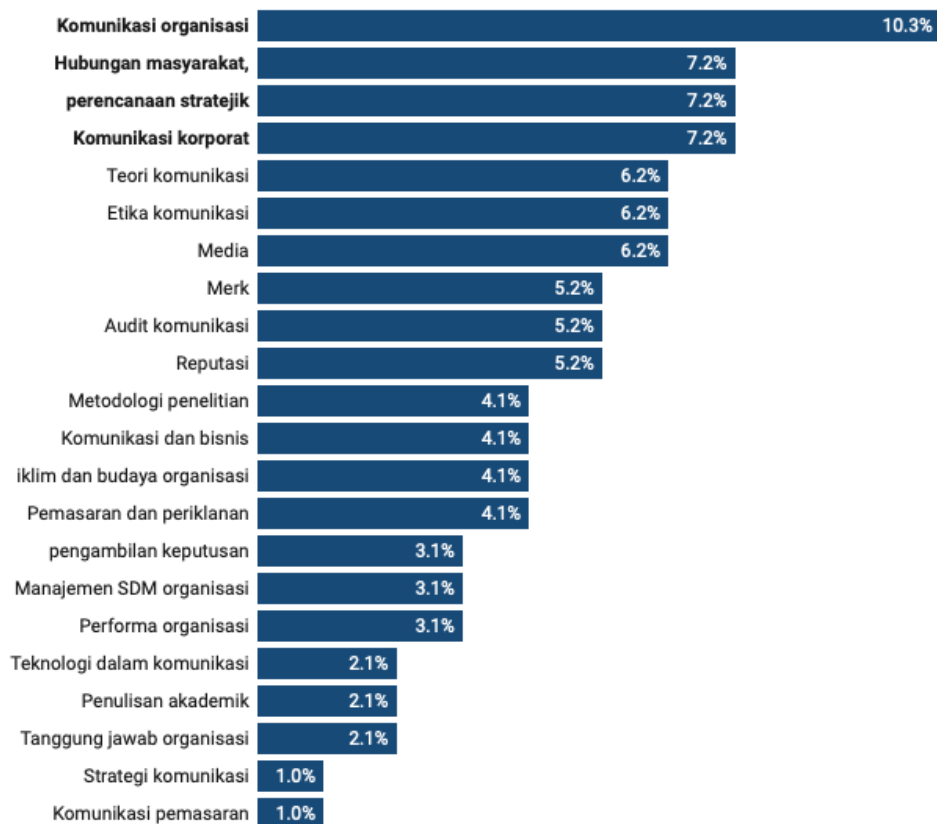
Hasil tracer study juga menunjukkan keterampilan yang paling menunjang bidang kerja alumni, antara lain keterampilan komunikasi (berbicara dan presentasi, negosiasi, serta berbahasa), kemampuan analisis (analisis, berpikir kritis, problem solving, dan pengambilan keputusan), kemampuan teknis (menulis, penggunaan teknologi, desain audio atau visual, dan editing karya), dan kemampuan *softskill* (kepemimpinan dan manajerial, inovatif dan kreatif, dan berjejaring). Di antara kemampuan-kemampuan tersebut, survei menyebutkan kemampuan berbicara dan presentasi serta berpikir kritis dan analitis menduduki posisi teratas sebagai keterampilan yang didapatkan saat perkuliahan di Prodi Magister Ilmu Komunikasi UPN Veteran Yogyakarta dan paling menunjang pekerjaan lulusan. Berbagai kemampuan tersebut mengerucut

pada kemampuan *soft skill* dan *hard skill* yang menjadi bahan kajian dalam pengembangan kurikulum. Penjabaran keterampilan tersebut dapat dirinci dalam gambar 1.2 berikut:



**Gambar 1.2 Keterampilan paling menunjang pekerjaan yang didapatkan lulusan dari perkuliahan**

Berdasarkan hasil *tracer study*, lulusan menyebutkan terdapat beberapa bahan kajian yang didapatkan selama menempuh perkuliahan di Prodi Magister Ilmu Komunikasi UPN Veteran Yogyakarta dan mendukung pekerjaan lulusan saat ini. Adapun bahan kajian yang paling mendukung pekerjaan lulusan didominasi oleh kajian komunikasi organisasi, diikuti kajian-kajian seputar hubungan masyarakat, perencanaan strategik, komunikasi korporat, teori komunikasi, etika komunikasi, media, merk (*brand*), audit komunikasi, dan reputasi.



**Gambar 1.3 Bahan kajian paling menunjang pekerjaan yang didapatkan lulusan dari perkuliahan**

## **BAB II.**

### **LANDASAN PERANCANGAN DAN PENGEMBANGAN KURIKULUM**

Landasan perancangan dan pengembangan kurikulum Prodi Magister Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta mencakup: prinsip dasar dan nilai universitas, landasan filosofis, landasan sosiologis, landasan psikologis, landasan yuridis, serta standardisasi lembaga akreditasi internasional. Masing-masing diuraikan di bawah ini.

#### **2.1 Prinsip Dasar dan Nilai Universitas**

Penyelenggaraan tridharma perguruan tinggi di UPN Veteran Yogyakarta dilandasi oleh prinsip dasar yang meliputi:

1. Pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dilandasi nilai universal dan objektif dalam mencapai kebenaran ilmiah
2. Penyelenggaraan tridharma perguruan tinggi dilandasi keimanan, kebebasan dan tanggungjawab akademik serta sesanti Widya Mwat Yasa.
3. Peningkatan tata kelola universitas yang baik dicirikan dengan melaksanakan manajemen mandiri, modern dan berkelanjutan.

Selain itu, penyelenggaraan Tri Dharma Perguruan Tinggi di UPN “Veteran Yogyakarta juga didasari nilai-nilai inti dan nilai-nilai pendukung. Nilai inti meliputi: disiplin, kejuangan, kreativitas, unggul, bela negara, dan kejujuran. Sedangkan nilai pendukung meliputi integritas, pembelajar dan menjunjung meritokrasi.

#### **2.2. Landasan Filosofis**

Perancangan dan pengembangan kurikulum Prodi Magister Ilmu Komunikasi menggunakan landasan filosofi sesanti UPN “Veteran” Yogyakarta, yaitu WIDYA MWAT YASA (WIMAYA). Makna dari sesanti tersebut adalah “Menuntut ilmu untuk diabdikan bagi kepentingan negara dan bangsa dengan hati yang tulus ikhlas”. Widya Mwat Yasa menjadi acuan UPN “Veteran” Yogyakarta dalam berkarya dan mengabdikan untuk negara. Melalui sesanti WIMAYA diharapkan lulusan sarjana dan pasca UPN “Veteran” Yogyakarta dapat berguna bagi masyarakat dan mengabdikan kepada negara. Proses kelahiran sesanti Widya Mwat Yasa tidak terlepas dari proses kelahiran UPN “Veteran” Yogyakarta yang diawali dengan para pejuang veteran ingin merealisasikan tujuan bangsa Indonesia yaitu salah satunya mencerdaskan kehidupan bangsa melalui pendidikan dan pengajaran bangsa Indonesia.

Sesanti WIMAYA tersebut menjadi tata nilai serta acuan bagi civitas akademika UPN “Veteran” Yogyakarta dalam proses pembelajaran. Gagasan besar yang terkandung dalam sesanti WIMAYA dalam proses belajar mengajar adalah terdiri dari:

1. Civitas academica UPN “Veteran” Yogyakarta terdiri dari berbagai latar belakang dan kondisi masing-masing (pribadi, golongan, suku, ras, agama, beserta kepentingannya)
2. Visi Pembelajaran “WIMAYA” adalah menjadikan civitas academica sebagai individu yang memiliki keunggulan spesifik antara lain profesional, cerdas intelektual-emosional-spiritual, berkepribadian baik, sadar dan mampu bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.
3. Proses pembelajaran “WIMAYA” dilaksanakan berbasis pada Jati diri, Membangun rasa cinta tanah air, Bela Negara, Etika, Kreativitas, Kedisiplinan dan Kejuangan, dengan metodologi keteladanan, kemitraan, ceramah/kuliah, diskusi partisipatif, outbound dan seni budaya.

4. Output dari proses pembelajaran berdasar sesanti WIMAYA, adalah sarjana, magister dan doktor yang keilmuannya digunakan untuk mengabdikan sebesar-besarnya kepada bangsa dan negara dengan hati yang suci dan bersih.
5. Aktualisasi sarjana, magister dan doktor WIMAYA, harus menjadi pelopor/pionir pembangunan, berjiwa patriotis, nasionalis, disiplin tinggi, ksatria, kreatif, ulet, toleran, jujur, cerdas (intelektual, emosional dan spiritual), perekat bangsa, dan berkepribadian baik.
6. Outcome proses pembelajaran berdasar sesanti WIMAYA adalah kejayaan Indonesia, sejahtera, maju, kuat dan lestari

Landasan filosofis tersebut menjadi relevan ketika pada tahun 2014 UPN “Veteran” Yogyakarta mendeklarasikan diri sebagai Kampus Bela Negara. Deklarasi tersebut merupakan bentuk komitmen untuk tidak melupakan fakta bahwa kampus ini awalnya didirikan oleh para veteran pejuang yang semula di bawah pembinaan Kementerian Pertahanan hingga saat ini berstatus Perguruan Tinggi Negeri di bawah pembinaan Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi.

Deklarasi sebagai Kampus Bela Negara mengandung pengertian bahwa UPN “Veteran” Yogyakarta berkomitmen tinggi untuk melaksanakan dan menyebarluaskan nilai-nilai bela negara, baik kepada civitas akademika dan pegawainya maupun kepada masyarakat luas. Terdapat lima nilai bela negara, yaitu: cinta tanah air, sadar berbangsa dan bernegara, yakin kepada Pancasila sebagai dasar negara, rela berkorban untuk bangsa dan negara, serta memiliki pemahaman mendasar mengenai konsep Bela Negara yang dijadikan pedoman dalam rangka menjaga keberlangsungan dan pengembangan negara. Makna konsep Kampus Bela Negara mengandung pengertian bahwa semua kegiatan akademik UPN “Veteran” Yogyakarta senantiasa dilandasi dan ditujukan pada implementasi kelima nilai bela negara tersebut.

Landasan filosofis pemikiran WIMAYA menjadikan kurikulum Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta disusun dengan prinsip bahwa proses pembelajaran tidak hanya diarahkan untuk menguasai ilmu semata, tetapi peserta didik diharapkan menerapkan ilmu tersebut untuk menciptakan kehidupan yang lebih baik. Proses pembelajaran di Magister Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta merupakan proses pembelajaran yang tidak hanya bersifat teoritis, namun juga memiliki sisi implementatif yang dapat dimanfaatkan untuk memecahkan masalah dan memberikan efek untuk meningkatkan kualitas hidup.

### **2.3 Landasan Sosiologis**

Secara sosiologis terdapat dua hal yang menjadi bahan pertimbangan dalam penyusunan kurikulum Program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta, yaitu;

Pertama, Aspek Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Politik. UPN “Veteran” Yogyakarta yang berada pada wilayah Kabupaten Sleman memiliki peran strategis di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Kabupaten Sleman dan sekitarnya memiliki banyak tempat pariwisata budaya dan alam yang dikenal tidak hanya di Indonesia tapi juga di mancanegara, seperti Candi Prambanan, Wisata Kaliurang, Candi Borobudur dan sebagainya. Wilayah Borobudur khususnya, dicanangkan untuk menjadi destinasi wisata super prioritas di Indonesia. Ini menjadi peluang besar bagi prodi untuk bermitra dengan berbagai elemen-elemen masyarakat dan juga menjadi kesempatan bagi lulusan Prodi Magister Ilmu Komunikasi untuk mengembangkan ekonomi kreatif dan pariwisata di Kabupaten Sleman serta menerapkan strategi *Corporate Communication* di berbagai lembaga pariwisata dan non pariwisata.

Posisi yang berada pada wilayah Yogyakarta yang terkenal sebagai kota pelajar dan tenar memiliki prestisius menjadikan UPN “Veteran” Yogyakarta memiliki banyak kompetitor baik secara akreditasi maupun status perguruan tinggi. Sebagai perguruan tinggi negeri baru (PTNB),

UPN “Veteran” Yogyakarta dituntut mampu berkinerja dan berprestasi seperti PTN kompetitor yang lebih dulu eksis selain perguruan tinggi swasta yang juga memiliki status akreditasi yang sama dan lebih unggul. Hal ini mendorong Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta untuk memiliki ciri khas yang mampu membedakannya dari prodi-prodi sejenis.

Kedua, di tingkat nasional, saat ini baik dunia industri maupun pemerintahan memprioritaskan lulusan dari Institusi dan Program Studi yang terakreditasi A, minimal B. Tantangan paling utama adalah dinamika regulasi pemerintah yang semakin ketat dengan adanya Standar Nasional Perguruan Tinggi (SN-DIKTI) dan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI). Untuk memenuhi standar-standar tersebut, sebagai prodi baru, Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta terkendala dalam dana untuk pengembangan institusi maupun sarana penunjang kegiatan akademik. Tantangan Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta untuk mencari dukungan dari pihak eksternal dengan menjalin berbagai kerjasama di bidang pendidikan. Selain membuka peluang untuk berkolaborasi, pada sisi lain mengharuskan masing-masing Prodi Magister untuk siap bersaing secara sehat. Oleh karena itu penyusunan kurikulum menjadi salah satu komponen yang harus dipersiapkan dengan baik. Kurikulum merupakan landasan dalam melaksanakan proses belajar-mengajar yang akan menentukan kualitas lulusan. Kurikulum juga merupakan komponen penting yang dinilai dalam akreditasi nasional maupun internasional.

#### **2.4. Landasan Psikologis**

Landasan psikologis dalam penyusunan kurikulum ini meliputi dua hal. Pertama, peringkat akreditasi dari BAN PT untuk Program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta saat ini adalah B. Kenyataan tersebut menjadi pemicu para dosen untuk menyusun kurikulum sebaik mungkin dan melakukan perbaikan pada semua aspek penyelenggaraan tri dharma perguruan tinggi. Tujuannya selain meraih predikat Unggul pada akreditasi BAN PT juga ingin meraih akreditasi internasional.

Kedua, status UPN “Veteran” Yogyakarta sebagai PTN mendorong para dosen dan tenaga kependidikan pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta untuk melaksanakan pembelajaran yang lebih baik dibanding Program Studi Magister sejenis pada perguruan tinggi lain dan mampu menghasilkan lulusan yang mampu memenangkan persaingan dalam dunia kerja melalui kurikulum yang harus disusun sebaik dan sesempurna mungkin.

#### **2.5. Landasan Historis**

Program sarjana Program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta berdiri Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UPN Veteran Yogyakarta didirikan pada tahun 2017 berdasarkan terbitnya izin pendirian dari Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi dengan No SK Menteri Nomor 123/KPT/I/2017 Tanggal 7 Februari 2017.

Pendirian Program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta tidak dapat dilepaskan dari keberadaan, pertumbuhan dan perkembangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Jurusan Ilmu Komunikasi yang pada tahun 2014 mendapatkan Akreditasi A berdasar pada Keputusan BAN PT Nomor: 140/SK/BAN-PT/Akred/S/V/2014. Potensi yang ada pada Jurusan Ilmu Komunikasi memunculkan keinginan untuk melakukan pengembangan kelembagaan dengan mendirikan Program Studi Magister Ilmu Komunikasi bidang kajian Komunikasi Korporat.

Saat ini Program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta sudah memperoleh akreditasi B dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN PT). Akreditasi tersebut tertuang dalam Surat Keputusan BAN-PT nomor: 3114/BAN-

PT/Akred/M/VIII/2019 tanggal 20 Agustus 2019. Sertifikat akreditasi tersebut berlaku sejak tanggal 20 Agustus 2019 sampai dengan tanggal 20 Agustus 2024.

Kondisi pada usia yang masih muda dan baru berjalan lima tahun, menjadikan Program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta dituntut mampu menampilkan kinerja prima dan menghasilkan lulusan yang juga berkualitas prima. Salah satu indikator kinerjanya adalah akreditasi dengan predikat Unggul, sementara indikator lulusan dengan kualitas prima adalah masa tunggu lulusan untuk memperoleh pekerjaan dan besarnya penghasilan yang diperoleh. Kedua hal itu mensyaratkan adanya kurikulum yang baik, yang sesuai dengan ketentuan serta mampu mengantisipasi tantangan zaman.

## **2.6 Landasan Hukum**

Landasan yuridis dalam penyusunan kurikulum Prodi Magister Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta meliputi:

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 157, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4586);
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5336);
3. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012, tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI);
4. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2013, tentang Penerapan KKNI Bidang Perguruan Tinggi;
5. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 62 Tahun 2016 tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;
6. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 59 tahun 2018, tentang Ijazah, Sertifikat Kompetensi, Sertifikat Profesi, Gelar dan Tata Cara Penulisan Gelar di Perguruan Tinggi;
7. Keputusan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi No. 123 Tahun 2019 tentang Magang dan Pengakuan Satuan Kredit Semester Magang Industri untuk Program Sarjana dan Sarjana Terapan.
8. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 3 tahun 2020, tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
9. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 5 tahun 2020, tentang Akreditasi Program Studi dan Perguruan Tinggi;
10. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 7 Tahun 2020 tentang Pendirian Perubahan, Pembubaran Perguruan Tinggi Negeri, dan Pendirian, Perubahan, Pencabutan Izin Perguruan Tinggi Swasta.
11. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 22 tahun 2020, tentang Rencana Strategis Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
12. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 83 tahun 2020, tentang Lembaga Akreditasi Internasional
13. Peraturan Rektor UPN “Veteran” Yogyakarta nomor 6 Tahun 2021 tentang Pokok-pokok Peraturan Akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
14. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 53 Tahun 2023 tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi

## **2.7 Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA)**

Selain mengacu kepada standar nasional sebagaimana yang dijelaskan di atas, Prodi Magister Ilmu Komunikasi juga mengacu pada standarisasi yang ditetapkan oleh Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA). FIBAA merupakan badan akreditasi yang diakui secara internasional dan merupakan salah satu yang diakui oleh pemerintah melalui Kepmendikbud No 83 tahun 2020 tentang Lembaga Akreditasi Internasional. Terkait dengan standar yang ditetapkan FIBAA, berikut kriteria-kriteria yang harus dipenuhi oleh kurikulum program studi:

1. Kurikulum disusun secara logis dan koheren berdasarkan Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)
2. Memberikan kemampuan yang relevan dengan dunia kerja melalui Integrasi teori dan praktik
3. Memberikan kemampuan metodologis yang mencukupi
4. Kurikulum memiliki konten internasional dan multikulturalisme
5. Memberikan muatan soft-skill dan multidisipliner
6. Beban kerja mahasiswa memungkinkan mahasiswa lulus tepat waktu
7. Evaluasi mata kuliah harus sesuai dengan CPL yang dibebankan
8. Rencana Pembelajaran Semester sesuai dengan standar European Credit Transfer System
9. Menekankan pada student-centred learning menggunakan studi kasus dan proyek

## **2.8. Prinsip Desain OBE**

1. Outcome oriented: capaian lulusan menjadi titik awal perancangan kurikulum.
2. Constructive alignment: setiap mata kuliah, CPMK, strategi belajar, dan asesmen harus menunjukkan kontribusi terhadap CPL.
3. Evidence based: ketercapaian CPL dibuktikan melalui portofolio asesmen, rubrik, tugas berbasis proyek/kasus, publikasi, dan karya akhir.
4. Research and industry informed: bahan kajian diturunkan dari kebutuhan komunikasi korporat, riset, data, reputasi, media, CSR, dan pengembangan organisasi.
5. Continuous improvement: hasil evaluasi pembelajaran, tracer study, masukan pengguna lulusan, dan audit mutu digunakan untuk revisi kurikulum berkala.

## **BAB III.**

### **VISI, MISI, TUJUAN, DAN STRATEGI PROGRAM STUDI**

#### **3.1 Visi**

Visi Program Studi Magister Ilmu Komunikasi adalah "Menjadi Program Studi Magister Ilmu Komunikasi bereputasi di bidang komunikasi korporat di tingkat nasional dan berorientasi global dengan jiwa bela negara, dilandasi nilai-nilai spiritual, kedisiplinan, kejuangan dan kreativitas pada tahun 2035"

#### **3.2 Misi**

1. Mengembangkan sistem pembelajaran yang adaptif dan inovatif yang diorientasikan bagi pemecahan masalah dalam bidang komunikasi korporat
2. Mengembangkan sistem penelitian terpadu yang diorientasikan pada pemecahan masalah dan kajian analitis dalam bidang perencanaan dan kebijakan komunikasi strategik bagi pembangunan nasional yang bereputasi baik di tingkat nasional atau pun internasional
3. Mengembangkan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berbasis hasil dari sistem penelitian terpadu dalam bidang komunikasi strategik yang berorientasi pada peningkatan kualitas hidup dan kemandirian masyarakat
4. Mengembangkan mitra kerjasama dan jejaring dengan berbagai lembaga baik di tingkat nasional atau pun internasional yang diarahkan bagi upaya peningkatan kualitas penyelenggaraan Tridharma Perguruan Tinggi

#### **3.3 Tujuan**

##### **Tujuan Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UPN Veteran**

##### **Yogyakarta:**

1. Menghasilkan Lulusan bidang Komunikasi Korporat yang mampu mengembangkan pengetahuan dan teknologi melalui penelitian, perencanaan dan kebijakan komunikasi strategik yang berorientasi pada pemecahan masalah dan bermanfaat serta bernilai guna bagi kehidupan masyarakat, bangsa dan negara.
2. Menyelenggarakan riset-riset terpadu dalam bidang Komunikasi Korporat yang bersifat multidisiplin yang diorientasikan bagi pemecahan masalah yang berkaitan dengan perencanaan dan kebijakan komunikasi strategik bagi kepentingan masyarakat, korporasi, pemerintah dan bangsa serta negara.
3. Menyelenggarakan kegiatan-kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang berbasis dari hasil penelitian yang berorientasi kepada pemecahan masalah dan bernilai guna bagi peningkatan kualitas hidup dan kemandirian masyarakat dalam bidang perencanaan dan kebijakan komunikasi strategik.
4. Menghasilkan kerjasama-kerjasama dengan mitra lembaga, perusahaan korporasi, dan pemerintah baik di tingkat nasional dan internasional yang menunjang penyelenggaraan Tri Dharma Perguruan tinggi dalam bidang komunikasi korporat dan komunikasi strategik.
5. Menghasilkan tata kelola dan manajemen penyelenggaraan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang bereputasi yang ditandai dengan tata kelola yang dikenal, diakui, dipercaya, akuntabel, berkeadilan dan penuh tanggung jawab.

#### **3.4 Strategi**

Untuk mencapai sasaran Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UPN Veteran Yogyakarta, menyusun Strategi dan Program Pencapaian. Strategi dan Program Pencapaian merupakan program dan kegiatan yang digunakan untuk mencapai tujuan dan sasaran-sasaran yang Program Studi telah tetapkan. Strategi dan Program ini menjadi agenda rutin yang dilakukan Program Studi berdasarkan capaian-capaian sasaran yang ingin diraih. Strategi dan Program ini disusun melalui pengembangan time framework dan volume kegiatan yang umumnya masuk dalam Rencana Kegiatan Anggaran/Lingkungan pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi.

Strategi Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UPN Veteran Yogyakarta membagi strategi menjadi beberapa konsentrasi, yaitu pendidikan, pelayanan dan kualitas. Strategi dalam konsentrasi pendidikan berfokus pada tujuan yang berkaitan dengan pemenuhan sasaran perkuliahan, yakni (1) perkuliahan dengan jumlah mata kuliah dan SKS yang sesuai dengan perancangan awal dan (2) pelaksanaan kolokium pra proposal, pembimbingan serta sidang Tesis sesuai dengan target waktu, (3) hingga penyelenggaraan kuliah dosen tamu. Pada konsentrasi pelayanan, MIKOM UPNVY menerapkan strategi untuk (4) penyusunan dokumen kurikulum yang terkini dan berkelanjutan, serta (5) standar operasional prosedur untuk fasilitas dan kebijakan yang ada pada UPNVY. Untuk strategi kualitas sendiri ditujukan untuk meningkatkan kualitas dengan standar mutu yang sesuai, yakni dengan (6) penyelenggaraan pelatihan dan workshop bagi dosen dan mahasiswa, serta (7) melakukan evaluasi pembelajaran yang dilakukan setiap semesternya. Penyelenggaraan evaluasi ini berbasis pada standar akreditasi yang diikuti MIKOM UPNVY, yaitu BAN-PT dan FIBAA.

**BAB IV**  
**RUMUSAN STANDAR KOMPETENSI LULUSAN (SKL)**

**4.1 Profil Lulusan**

<b>No.</b>	<b>Profil Lulusan</b>	<b>Deskripsi Profil</b>	<b>KKNI</b>
1	Dosen	Mampu menjelaskan filsafat ontologis, epistemologis, metodologis, dan aksiologis kajian ilmu komunikasi khususnya corporate communication dalam kerangka menyusun publikasi ilmiah serta melakukan evaluasi akademik.	<p>Mampu mengembangkan pengetahuan, teknologi, dan atau seni di dalam bidang keilmuannya atau praktik profesionalnya melalui riset, hingga menghasilkan karya inovatif dan teruji</p> <p>Mampu memecahkan permasalahan sains, teknologi, dan atau seni di dalam bidang keilmuannya melalui pendekatan inter atau multidisipliner</p> <p>Mampu mengelola riset dan pengembangan yang bermanfaat bagi masyarakat dan keilmuan, serta mampu mendapat pengakuan nasional atau internasional</p>
2	Praktisi Humas Lembaga	Mampu merancang dan melaksanakan kebijakan corporate communication dan media berbasis analisis performa organisasi dan pemecahan masalah corporate communication dalam usaha mengembangkan jaringan dan mencapai tujuan organisasi.	<p>Mampu mengembangkan pengetahuan, teknologi, dan atau seni di dalam bidang keilmuannya atau praktik profesionalnya melalui riset, hingga menghasilkan karya inovatif dan teruji</p> <p>Mampu memecahkan permasalahan sains, teknologi, dan atau seni di dalam bidang keilmuannya melalui pendekatan inter atau multidisipliner</p> <p>Mampu mengelola riset dan pengembangan yang bermanfaat bagi masyarakat dan keilmuan, serta mampu mendapat pengakuan nasional atau internasional</p>

3	Birokrat	Mampu mengambil keputusan dalam konteks kebijakan corporate communication berdasarkan analisis performa organisasi dalam usaha pemecahan persoalan organisasi dan pengembangan jaringan.	Mampu mengembangkan pengetahuan, teknologi, dan atau seni di dalam bidang keilmuannya atau praktik profesionalnya melalui riset, hingga menghasilkan karya inovatif dan teruji
			Mampu memecahkan permasalahan sains, teknologi, dan atau seni di dalam bidang keilmuannya melalui pendekatan inter atau multidisipliner
			Mampu mengelola riset dan pengembangan yang bermanfaat bagi masyarakat dan keilmuan, serta mampu mendapat pengakuan nasional atau internasional
4	Entrepreneur	Mampu memanfaatkan prinsip-prinsip keilmuan corporate communication dalam kerangka pengembangan usaha melalui analisis performa organisasi, kebijakan komunikasi pemasaran dan media, serta pengembangan jaringan.	Mampu mengembangkan pengetahuan, teknologi, dan atau seni di dalam bidang keilmuannya atau praktik profesionalnya melalui riset, hingga menghasilkan karya inovatif dan teruji
			Mampu memecahkan permasalahan sains, teknologi, dan atau seni di dalam bidang keilmuannya melalui pendekatan inter atau multidisipliner
			Mampu mengelola riset dan pengembangan yang bermanfaat bagi masyarakat dan keilmuan, serta mampu mendapat pengakuan nasional atau internasional
5	Pekerja Media	Mampu menyusun perencanaan dan kebijakan media secara strategis berdasarkan prinsip keilmuan corporate communication serta mengembangkan dan memelihara jaringan.	Mampu mengembangkan pengetahuan, teknologi, dan atau seni di dalam bidang keilmuannya atau praktik profesionalnya melalui riset, hingga menghasilkan karya inovatif dan teruji
			Mampu memecahkan permasalahan sains, teknologi, dan atau seni di dalam bidang keilmuannya melalui pendekatan inter atau multidisipliner

## 4.2. Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta merumuskan Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) dengan mengacu pada standar nasional serta pedoman profesi yang relevan. Secara khusus, Prodi Magister Ilmu Komunikasi mengacu pada CPL yang telah dirumuskan oleh Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM) sebagai acuan kompetensi inti lulusan di bidang komunikasi. Selain itu, Prodi juga mempertimbangkan standar capaian lulusan dari badan akreditasi internasional Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA), untuk memastikan lulusan memiliki kompetensi yang diakui secara internasional dan relevan dengan kebutuhan dunia kerja, organisasi, dan industri komunikasi global.

CPL dirancang untuk menjamin keterpaduan antara pengetahuan, keterampilan, dan sikap profesional. Hal ini memastikan lulusan mampu mengintegrasikan teori, praktik, dan etika dalam konteks komunikasi korporat, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran, riset komunikasi, dan pengambilan keputusan berbasis data. CPL juga diarahkan untuk menghasilkan lulusan yang profesional, etis, kreatif, adaptif, dan memiliki nilai kebangsaan yang kuat.

Berikut adalah rincian CPL yang dirumuskan oleh Program Studi Magister Ilmu Komunikasi:

Kode CPL	Rumusan Capaian Pembelajaran Lulusan
<b>CPL01</b>	Mampu menjelaskan filsafat dan teori komunikasi dalam menganalisis fenomena komunikasi, merancang kebijakan dan model rekayasa sosial, serta menyelesaikan masalah secara kritis dengan mengaplikasikan teori yang tepat.
<b>CPL02</b>	Mampu merancang ,menyusun , menyebarluaskan ide ilmiah melalui publikasi, mengambil keputusan berbasis analisis data, dan mengelola jaringan kerja untuk pengembangan diri dan organisasi.
<b>CPL03</b>	Mampu mengukur performa organisasi, merancang kebijakan media dan komunikasi pemasaran berbasis penelitian, mengevaluasi permasalahan organisasi, dan menerapkan metode riset yang tepat guna
<b>CPL04</b>	Berperilaku sesuai nilai-nilai Pancasila dan menjalankan pekerjaan profesional dengan disiplin, kreatif, kewirausahaan, serta mengimplementasikan toleransi, nasionalisme, bela negara dan rasa tanggung jawab.

Penyusunan kurikulum Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta berbasis Outcome Based Education (OBE) dirancang untuk memastikan keterpaduan antara tujuan pembelajaran, struktur mata kuliah, bahan kajian, capaian pembelajaran lulusan (CPL), dan mekanisme asesmen. Kurikulum ini menekankan pengembangan kompetensi akademik dan profesional lulusan secara holistik, serta integrasi nilai-nilai kebangsaan dan etika profesi.

Konstruksi OBE Prodi Magister Ilmu Komunikasi terdiri atas beberapa elemen utama yang saling terkait dalam membentuk lulusan yang kompeten:

Tahap	Elemen OBE	Fungsi dalam Kurikulum
<b>1</b>	<b>Profil Lulusan</b>	Peran profesional dan akademik lulusan MIKOM: akademisi, praktisi, konsultan, analis, dan pemimpin komunikasi.
<b>2</b>	<b>CPL</b>	Empat CPL utama menjadi standar capaian minimal lulusan pada ranah pengetahuan, keterampilan, keputusan berbasis data, dan sikap profesional.

Tahap	Elemen OBE	Fungsi dalam Kurikulum
3	Bahan Kajian	Bahan kajian dikembangkan dari 17 domain komunikasi korporat, riset, media, reputasi, CSR, jejaring, publikasi, dan nilai Pancasila.
4	Mata Kuliah	Mata kuliah menjadi wahana pembelajaran untuk menguasai bahan kajian dan membentuk kemampuan yang terukur.
5	CPMK/Sub-CPMK	Setiap mata kuliah memiliki capaian spesifik yang diturunkan dari CPL dan dapat diuji melalui indikator performa.
6	Asesmen & CQI	Pencapaian diukur dengan rubrik, tugas, ujian, proyek, publikasi, proposal, seminar hasil, tesis, serta dievaluasi untuk perbaikan berkelanjutan.

Indikator utama ketercapaian CPL berfungsi sebagai ukuran konkret bagi performa lulusan dan menjadi pedoman bagi asesmen dalam kurikulum OBE. Setiap CPL memiliki indikator yang terhubung dengan bukti asesmen yang dapat diverifikasi secara akademik dan profesional:

CPL	Indikator Performa Lulusan	Bukti Asesmen
CPL01	Analisis teori dan filsafat komunikasi; rancangan kebijakan/model rekayasa sosial; pemecahan masalah komunikasi secara kritis.	Makalah konseptual, studi kasus, proposal kebijakan, desain model, ujian analitis.
CPL02	Publikasi/ide ilmiah, keputusan berbasis data, kemampuan kolaborasi dan pengelolaan jaringan kerja.	Artikel ilmiah, policy brief, presentasi seminar, portofolio kolaborasi, analisis data.
CPL03	Pengukuran performa organisasi, kebijakan media, komunikasi pemasaran berbasis riset, evaluasi organisasi, penerapan metode riset.	Laporan riset, audit komunikasi, dashboard KPI, rancangan strategi media, tesis.
CPL04	Internalisasi Pancasila, toleransi, bela negara, disiplin, kreativitas, kewirausahaan, dan tanggung jawab profesional.	Rubrik etika, refleksi profesional, proyek CSR, peer assessment, observasi sikap, portofolio kepemimpinan.

**BAB V**  
**BAHAN KAJIAN DAN PETA KETERKAITAN CPL**

**5.1. Bahan Kajian Berdasarkan CPL dan Profil Lulusan**

Bahan kajian merupakan komponen inti dari kurikulum berbasis Outcome Based Education (OBE) karena menjadi media pengembangan kompetensi mahasiswa yang selaras dengan Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) dan profil lulusan Program Studi Magister Ilmu Komunikasi. Setiap bahan kajian dirancang untuk mendukung kemampuan teoritis, analitis, riset, strategis, dan profesional mahasiswa agar mampu menghadapi tantangan komunikasi modern di tingkat nasional maupun internasional.

Pada kurikulum Prodi Magister Ilmu Komunikasi, bahan kajian dibagi menjadi penciri utama dan penciri pendukung. Penciri utama menekankan aspek kompetensi inti yang harus dikuasai mahasiswa sesuai dengan CPL, sedangkan penciri pendukung memperkaya perspektif, metode, dan aplikasi praktis yang relevan dengan kebutuhan organisasi, korporasi, media, dan masyarakat.

Bahan kajian ini mencakup 17 domain komunikasi yang relevan dengan keilmuan corporate communication, riset komunikasi, media, reputasi, pengelolaan perubahan, CSR, jejaring profesional, publikasi ilmiah, dan nilai-nilai kebangsaan seperti Pancasila. Rancangan bahan kajian ini memastikan lulusan memiliki keterampilan holistik: mampu menganalisis, merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi strategi komunikasi secara sistematis, berbasis data, dan etis.

Secara rinci, bahan kajian dirancang sebagai berikut: Selain didasarkan pada peraturan pemerintah dan peraturan universitas, penentuan bahan kajian pada Prodi Magister Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta juga berdasarkan rumpun keilmuan yang menjadi ciri khas Prodi Magister Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta, yaitu komunikasi korporat. Secara detail bahan kajian meliputi berbagai macam hal sebagai berikut:

1. Bahan kajian utama Prodi Magister Ilmu Komunikasi dengan kekhususan studi komunikasi korporat
2. Bahan kajian yang berkaitan dengan pengetahuan yang diperlukan untuk melakukan penelitian, penerapan ilmu komunikasi.
3. Bahan kajian yang berkaitan dengan pengetahuan dasar ilmu komunikasi kekhususan komunikasi korporat
4. Bahan kajian yang berkaitan dengan penguasaan, ketrampilan, kemampuan *softskill*, dan *hardskill*

No	Bahan Kajian	Penciri Utama	Penciri Pendukung
1	Analisis Performa Organisasi	Mengukur dan mengevaluasi kinerja organisasi.	Menganalisis data dan menggunakan KPI untuk evaluasi performa organisasi.
2	Riset dalam Corporate Communication	Mengaplikasikan metode riset yang tepat guna untuk mendukung komunikasi korporat.	Penggunaan riset pasar dan analisis perilaku konsumen dalam strategi komunikasi.
3	Kebijakan Media dalam Komunikasi Pemasaran	Merancang kebijakan media berbasis penelitian dan data analitis.	Penerapan strategi media yang sesuai dengan tujuan organisasi dan pasar.

No	Bahan Kajian	Penciri Utama	Penciri Pendukung
4	Manajemen Krisis dan Reputasi	Strategi komunikasi dalam mengelola krisis dan membangun reputasi.	Penanganan krisis menggunakan media sosial dan teknik komunikasi lainnya.
5	Penerapan Nilai Pancasila dalam Profesi	Menerapkan nilai-nilai Pancasila dalam komunikasi organisasi dan profesional.	Mengintegrasikan etika sosial dan budaya nasional dalam praktik komunikasi.
6	Kewirausahaan dalam Komunikasi Korporat	Menerapkan pendekatan kewirausahaan dalam komunikasi dan strategi organisasi.	Pengembangan ide kreatif dan inovatif untuk kemajuan komunikasi organisasi.
7	Strategi Corporate Communication	Merancang dan mengimplementasikan strategi corporate communication untuk organisasi.	Penerapan model komunikasi dan pengelolaan hubungan masyarakat.
8	Perencanaan Strategis Media	Menyusun perencanaan dan kebijakan media berdasarkan prinsip corporate communication.	Evaluasi efektivitas strategi media dalam mencapai tujuan komunikasi organisasi.
9	Pengambilan Keputusan dalam Corporate Communication	Pengambilan keputusan berbasis data dan analisis organisasi.	Manajemen pemecahan masalah dan pengembangan jaringan untuk pengembangan organisasi.
10	Filsafat dan Teori Komunikasi dalam Corporate Communication	Menjelaskan teori komunikasi dalam menganalisis fenomena komunikasi.	Aplikasi teori dalam merancang kebijakan sosial dan komunikasi organisasi.
11	Analisis dan Pengelolaan Jaringan Kerja	Mengelola jaringan kerja untuk pengembangan diri dan organisasi.	Pengembangan keterampilan profesional dan hubungan kerja yang efektif dalam konteks komunikasi.
12	Public Relations dalam Komunikasi Korporat	Merancang kebijakan hubungan masyarakat dalam organisasi.	Menjaga dan membangun citra organisasi melalui komunikasi yang strategis.
13	Pengembangan Model Rekayasa Sosial	Merancang model rekayasa sosial dalam komunikasi organisasi.	Penggunaan teknik dan teori untuk mempengaruhi masyarakat dan audiens melalui komunikasi.
14	Evaluasi Dampak Corporate Communication	Mengevaluasi dampak corporate communication dalam pengambilan keputusan organisasi.	Mengidentifikasi dan mengukur pengaruh komunikasi terhadap citra organisasi dan keputusan strategis.

No	Bahan Kajian	Penciri Utama	Penciri Pendukung
15	Corporate Social Responsibility (CSR)	Mengintegrasikan prinsip CSR dalam komunikasi organisasi.	Penerapan CSR dalam strategi komunikasi perusahaan untuk dampak sosial dan keberlanjutan.
16	Pengembangan Ide Ilmiah Melalui Publikasi	Menyebarkan ide ilmiah melalui publikasi komunikasi.	Penulisan jurnal ilmiah dan pengelolaan publikasi untuk tujuan penelitian komunikasi.
17	Strategi Pengelolaan Perubahan dalam Komunikasi	Merancang dan melaksanakan strategi perubahan dalam komunikasi organisasi.	Menyusun rencana komunikasi untuk memfasilitasi perubahan organisasi dan pengaruhnya terhadap karyawan dan publik.

## 5.2. Daftar Bahan Kajian Kurikulum MIKOM OBE 2024

No	Kode BK	Bahan Kajian	Kategori	Referensi
1	BK01	Analisis Performa Organisasi	Penciri Utama	IS2020
2	BK02	Riset dalam Corporate Communication	Penciri Utama	IS2020
3	BK03	Kebijakan Media dalam Komunikasi Pemasaran	Penciri Utama	IS2020
4	BK04	Manajemen Krisis dan Reputasi	Penciri Utama	IS2020
5	BK05	Penerapan Nilai Pancasila dalam Profesi	Penciri Utama	IS2020
6	BK06	Kewirausahaan dalam Komunikasi Korporat	Penciri Utama	IS2020
7	BK07	Strategi Corporate Communication	Penciri Utama	IS2020
8	BK08	Perencanaan Strategis Media	Penciri Utama	IS2020
9	BK09	Pengambilan Keputusan dalam Corporate Communication	Penciri Utama	IS2020
10	BK10	Filsafat dan Teori Komunikasi dalam Corporate Communication	Penciri Utama	IS2020
11	BK11	Analisis dan Pengelolaan Jaringan Kerja	Penciri Utama	IS2020
12	BK12	Public Relations dalam Komunikasi Korporat	Penciri Pendukung	IS2020
13	BK13	Pengembangan Model Rekayasa Sosial	Penciri Pendukung	IS2020
14	BK14	Evaluasi Dampak Corporate Communication	Penciri Pendukung	IS2020
15	BK15	Corporate Social Responsibility (CSR)	Penciri Pendukung	IS2020/ASIN

No	Kode BK	Bahan Kajian	Kategori	Referensi
16	BK16	Pengembangan Ide Ilmiah Melalui Publikasi	Penciri Pendukung	IS2020
17	BK17	Strategi Pengelolaan Perubahan dalam Komunikasi	Penciri Pendukung	IS2020

### 4.3. Matriks Bahan Kajian dan CPL

No	Kode BK	Bahan Kajian	CPL01	CPL02	CPL03	CPL04	Referensi
1	BK01	Analisis Performa Organisasi	-	✓	✓	-	IS2020, ASPIKOM
2	BK02	Riset Corp. Comm.	✓	✓	✓	-	IS2020, ASPIKOM, EUPRERA
3	BK03	Kebijakan Media & Kom. Pemasaran	-	✓	✓	✓	IS2020, ASPIKOM, AMCR
4	BK04	Manajemen Krisis & Reputasi	✓	-	✓	✓	IS2020, IPRA
5	BK05	Nilai Pancasila dalam Profesi	-	✓	✓	✓	IS2020, KOMINFO, ASPIKOM
6	BK06	Kewirausahaan Kom. Korporat	✓	✓	✓	✓	IS2020, ASPIKOM, Perhumas
7	BK07	Strategi Corp. Comm.	✓	✓	✓	-	IS2020, ASPIKOM, PRSA, ICPR
8	BK08	Perencanaan Strategis Media	✓	✓	✓	-	IS2020, ASPIKOM, IAMCR
9	BK09	Keputusan dalam Corp. Comm.	✓	✓	✓	✓	IS2020, ASPIKOM
10	BK10	Filsafat & Teori Komunikasi	✓	✓	✓	✓	IS2020, ASPIKOM, NCA
11	BK11	Analisis & Pengelolaan Jaringan	-	✓	✓	-	IS2020, ASPIKOM
12	BK12	PR dalam Kom. Korporat	-	✓	✓	✓	IS2020, ASPIKOM, PRSA
13	BK13	Model Rekayasa Sosial	✓	✓	✓	✓	IS2020, EUPRERA, IAMCR

No	Kode BK	Bahan Kajian	CPL01	CPL02	CPL03	CPL04	Referensi
14	BK14	Evaluasi Dampak Corp. Comm.	✓	✓	✓	✓	IS2020, ASPIKOM, CIPR
15	BK15	CSR	-	✓	✓	✓	IS2020, ASIN, ASPIKOM
16	BK16	Seminar & Workshop Penelitian	-	✓	✓	✓	IS2020, ASPIKOM, NCA
17	BK17	Manajemen Brand	✓	✓	✓	-	IS2020, ASPIKOM, PRSA

## **BAB VI**

### **STRUKTUR KURIKULUM, MATA KULIAH, DAN PETA PEMBELAJARAN**

Struktur kurikulum Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta disusun sebagai sistem pembelajaran yang terintegrasi untuk memastikan ketercapaian Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) secara bertahap, terukur, dan berkelanjutan. Dalam pendekatan Outcome Based Education (OBE), struktur kurikulum tidak hanya dipahami sebagai daftar mata kuliah, tetapi sebagai rancangan akademik yang menghubungkan profil lulusan, CPL, bahan kajian, mata kuliah, pengalaman belajar, asesmen, dan luaran pembelajaran.

Kurikulum Prodi Magister Ilmu Komunikasi dirancang untuk membentuk lulusan yang memiliki kemampuan akademik dan profesional pada jenjang magister, khususnya dalam bidang komunikasi korporat, komunikasi organisasi, riset komunikasi, analisis data, pengelolaan reputasi, komunikasi krisis, komunikasi pemasaran, audit komunikasi, CSR, dan kepemimpinan komunikasi. Oleh karena itu, mata kuliah dalam kurikulum dikelompokkan ke dalam rumpun keilmuan yang menggambarkan perkembangan kompetensi mahasiswa dari tahap fondasi konseptual menuju tahap penerapan strategis, spesialisasi, dan penyelesaian karya ilmiah.

Secara substantif, struktur keilmuan kurikulum mencerminkan lima rumpun utama. Pertama, rumpun Fondasi Keilmuan dan Etika berfungsi memperkuat penguasaan teori, filsafat, paradigma, dan etika komunikasi. Rumpun ini penting karena lulusan magister dituntut tidak hanya mampu menerapkan konsep komunikasi, tetapi juga mampu melakukan refleksi kritis terhadap dasar epistemologis, ontologis, dan aksiologis ilmu komunikasi. Kedua, rumpun Riset, Data, dan Analitik diarahkan untuk membangun kemampuan mahasiswa dalam merancang penelitian, memilih metode yang tepat, mengolah data, menafsirkan temuan, dan menghasilkan rekomendasi berbasis bukti. Ketiga, rumpun Strategi Corporate Communication menjadi inti kekhasan program studi karena memuat penguasaan strategi komunikasi korporat, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran, komunikasi digital, serta audit komunikasi.

Keempat, rumpun Reputasi, Krisis, CSR, dan Kepemimpinan memperkuat kompetensi mahasiswa dalam mengelola isu strategis organisasi, membangun reputasi, menangani krisis, mengembangkan tanggung jawab sosial korporat, serta menerapkan komunikasi kepemimpinan dalam konteks organisasi yang dinamis dan multikultural. Kelima, rumpun Pengembangan Spesialisasi dan Karya Akhir memberikan ruang pendalaman minat akademik dan profesional melalui mata kuliah pilihan, proposal tesis, seminar hasil, dan tesis. Rumpun ini menjadi tahap integratif yang menghubungkan penguasaan teori, metode, dan praktik komunikasi dengan kontribusi ilmiah mahasiswa.

Peta pembelajaran dalam kurikulum disusun secara bertahap selama empat semester. Tahap awal diarahkan pada penguatan paradigma dan fondasi keilmuan, terutama bagi mahasiswa dengan latar belakang keilmuan yang beragam. Semester pertama difokuskan pada penguasaan teori komunikasi lanjutan, manajemen komunikasi korporat, statistika, serta etika dan filsafat komunikasi. Semester kedua memperkuat kapasitas metodologis dan analitis mahasiswa melalui pembelajaran riset kuantitatif, riset kualitatif, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran, dan analisis data. Semester ketiga diarahkan pada integrasi strategi komunikasi, reputasi, krisis, digital, audit komunikasi, workshop penelitian, proposal tesis, dan spesialisasi sesuai minat. Semester keempat menjadi tahap penyelesaian karya ilmiah magister melalui seminar hasil, tesis, serta publikasi atau luaran ilmiah.

Melalui konstruksi tersebut, setiap mata kuliah berfungsi sebagai wahana pembelajaran yang secara langsung mendukung pencapaian CPL. Mata kuliah tidak berdiri sendiri, melainkan terhubung dengan bahan kajian dan CPL tertentu. Hubungan antara mata kuliah, bahan kajian, dan CPL menunjukkan adanya *constructive alignment*, yaitu keselarasan antara tujuan pembelajaran, isi pembelajaran, metode pembelajaran, dan asesmen. Prinsip ini penting agar

proses pembelajaran dapat menghasilkan capaian yang dapat diamati, diukur, dan dievaluasi secara akademik.

Selain itu, struktur kurikulum ini juga memperhatikan karakter kelembagaan UPN “Veteran” Yogyakarta yang menekankan nilai Pancasila, nasionalisme, bela negara, etika profesi, tanggung jawab sosial, dan keberpihakan pada kepentingan bangsa. Nilai-nilai tersebut tidak ditempatkan sebagai komponen tambahan, tetapi diintegrasikan dalam mata kuliah, bahan kajian, tugas, proyek, asesmen, dan karya akhir mahasiswa. Dengan demikian, lulusan tidak hanya memiliki kompetensi teknis dan akademik dalam bidang komunikasi, tetapi juga memiliki integritas, tanggung jawab profesional, dan kesadaran kebangsaan.

Secara operasional, struktur kurikulum ini memuat pemetaan rumpun keilmuan, peta pembelajaran empat semester, daftar mata kuliah dan bahan kajian terkait, daftar mata kuliah dan CPL terkait, serta catatan validasi data kurikulum. Pemetaan tersebut menunjukkan bahwa kurikulum Prodi Magister Ilmu Komunikasi dikembangkan sebagai sistem akademik yang utuh, rasional, dan terukur dalam mendukung pembentukan lulusan sebagai akademisi, praktisi, konsultan, analis, dan pemimpin komunikasi yang unggul, adaptif, berbasis riset, serta berorientasi pada kemanfaatan sosial dan organisasi. Struktur yang diberikan juga mencantumkan pengelompokan rumpun, peta pembelajaran empat semester, pemetaan mata kuliah terhadap bahan kajian dan CPL, serta catatan validasi kode mata kuliah ganda yang perlu ditindaklanjuti secara administratif sebelum penetapan kurikulum resmi.

### **6.1. Struktur Keilmuan Kurikulum**

Struktur keilmuan kurikulum Program Studi Magister Ilmu Komunikasi disusun berdasarkan rumpun kompetensi yang menggambarkan arah pembentukan lulusan. Rumpun-rumpun tersebut menunjukkan hubungan antara mata kuliah, bahan kajian, dan CPL dominan yang hendak dicapai. Penyusunan rumpun ini bertujuan agar proses pembelajaran berlangsung secara sistematis, mulai dari penguatan fondasi keilmuan, penguasaan riset dan analitik, penerapan strategi komunikasi korporat, pengelolaan reputasi dan krisis, hingga pengembangan spesialisasi dan karya akhir.

Rumpun Fondasi Keilmuan dan Etika menjadi dasar epistemologis bagi mahasiswa untuk memahami hakikat ilmu komunikasi, teori komunikasi lanjutan, paradigma ilmu komunikasi, serta dimensi etika dan filsafat komunikasi. Rumpun ini terutama mendukung CPL01 dan CPL04 karena berkaitan dengan kemampuan menjelaskan teori dan filsafat komunikasi, sekaligus membentuk sikap profesional yang sesuai dengan nilai etika dan kebangsaan.

Rumpun Riset, Data, dan Analitik memperkuat kemampuan mahasiswa dalam melakukan penelitian komunikasi secara ilmiah. Melalui mata kuliah statistika, survei, eksperimen, metode penelitian kualitatif, analisis data, desain penelitian kuantitatif, serta seminar dan workshop penelitian, mahasiswa diarahkan untuk mampu menghasilkan pengetahuan berbasis data dan mengembangkan rekomendasi ilmiah yang relevan bagi organisasi dan masyarakat. Rumpun ini mendukung CPL01, CPL02, dan CPL03.

Rumpun Strategi Corporate Communication merupakan kekhasan utama Prodi MIKOM UPN “Veteran” Yogyakarta. Rumpun ini mengembangkan kemampuan mahasiswa dalam merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi komunikasi organisasi dan korporasi. Mata kuliah dalam rumpun ini diarahkan untuk memperkuat kompetensi komunikasi strategis, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran, komunikasi digital, dan audit komunikasi, sehingga mendukung pencapaian CPL02 dan CPL03.

Rumpun Reputasi, Krisis, CSR, dan Kepemimpinan membekali mahasiswa dengan kemampuan mengelola isu, reputasi, krisis, tanggung jawab sosial korporat, komunikasi antarbudaya, dan komunikasi kepemimpinan. Rumpun ini penting karena organisasi modern

membutuhkan ahli komunikasi yang mampu merespons perubahan lingkungan, tekanan publik, dinamika budaya, dan tuntutan keberlanjutan secara etis dan strategis.

Rumpun Pengembangan Spesialisasi dan Karya Akhir menjadi ruang integratif bagi mahasiswa untuk memperdalam minat akademik dan profesional. Melalui mata kuliah pilihan, proposal tesis, seminar hasil, dan tesis, mahasiswa menunjukkan kemampuan mengintegrasikan teori, metode, data, dan analisis untuk menghasilkan karya ilmiah yang bermutu dan relevan dengan perkembangan Ilmu Komunikasi.

<b>Rumpun</b>	<b>Mata Kuliah/Komponen Utama</b>	<b>CPL Dominan</b>
<b>Fondasi Keilmuan dan Etika</b>	Teori Komunikasi Lanjutan; Etika dan Filsafat Komunikasi; Paradigma Ilmu Komunikasi (Matrikulasi)	CPL01, CPL04
<b>Riset, Data, dan Analitik</b>	Statistika untuk Penelitian Komunikasi; Survei dan Eksperimen; Metode Penelitian Kualitatif; Analisis Data; Desain & Teknik Analisis Penelitian Kuantitatif; Seminar dan Workshop Penelitian	CPL01, CPL02, CPL03
<b>Strategi Corporate Communication</b>	Manajemen Komunikasi Korporat; Komunikasi Organisasi; Komunikasi Pemasaran; Strategi Komunikasi Digital; Audit Komunikasi	CPL02, CPL03
<b>Reputasi, Krisis, CSR, dan Kepemimpinan</b>	Komunikasi Krisis dan Reputasi; Corporate Social Responsibility; Kepemimpinan dan Komunikasi; Komunikasi Antar Budaya dalam Konteks Korporat	CPL03, CPL04
<b>Pengembangan Spesialisasi dan Karya Akhir</b>	Manajemen Brand; Manajemen Strategik; Manajemen Proyek Komunikasi; Proposal Tesis; Seminar Hasil; Tesis	CPL01, CPL02, CPL03, CPL04

## 6.2. Peta Pembelajaran Empat Semester

Peta pembelajaran empat semester disusun untuk menunjukkan tahapan pencapaian kompetensi mahasiswa sejak awal studi hingga penyelesaian karya akhir. Peta ini menggambarkan alur perkembangan kemampuan mahasiswa secara bertingkat, mulai dari penguasaan paradigma dan teori, penguatan metodologi, penerapan strategi komunikasi, hingga produksi karya ilmiah magister.

Pada tahap pra-semester atau matrikulasi, mahasiswa mengikuti penguatan paradigma Ilmu Komunikasi. Tahap ini penting untuk menyetarakan pemahaman mahasiswa, terutama bagi mahasiswa yang berasal dari latar belakang keilmuan yang beragam. Matrikulasi diarahkan untuk memperkenalkan dasar-dasar paradigma, konsep, dan ruang lingkup Ilmu Komunikasi.

Pada semester pertama, pembelajaran difokuskan pada penguatan fondasi teori, filsafat, etika, manajemen komunikasi korporat, dan literasi statistik. Tahap ini memberikan dasar konseptual dan metodologis agar mahasiswa mampu membaca fenomena komunikasi secara kritis dan ilmiah.

Pada semester kedua, pembelajaran diarahkan pada penguatan riset kuantitatif dan kualitatif, analisis data, komunikasi organisasi, serta komunikasi pemasaran. Semester ini menjadi jembatan antara pemahaman konseptual dan kemampuan aplikatif dalam menganalisis permasalahan komunikasi organisasi dan korporasi.

Pada semester ketiga, mahasiswa diarahkan untuk mengintegrasikan strategi komunikasi, audit komunikasi, reputasi, komunikasi digital, workshop penelitian, proposal tesis, dan mata kuliah pilihan. Tahap ini mendorong mahasiswa untuk mulai mengembangkan fokus riset dan spesialisasi akademik maupun profesional.

Pada semester keempat, mahasiswa menyelesaikan seminar hasil, tesis, dan luaran ilmiah. Tahap ini merupakan puncak proses pembelajaran magister karena mahasiswa harus menunjukkan kemampuan riset mandiri, analisis kritis, argumentasi ilmiah, dan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi.

Tahap	Komponen Pembelajaran	Fokus Capaian	Estimasi Beban
<b>Pra-Semester / Matrikulasi</b>	Paradigma Ilmu Komunikasi (Matrikulasi)	Penguatan paradigma ilmu komunikasi bagi mahasiswa lintas latar belakang keilmuan.	3 / SKS*
<b>Semester 1</b>	Teori Komunikasi Lanjutan; Manajemen Komunikasi Korporat; Statistika untuk Penelitian Komunikasi; Etika dan Filsafat Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Survei dan Eksperimen	Fondasi teori, filsafat, etika, manajemen komunikasi korporat, dan literasi statistik.	18 SKS*
<b>Semester 2</b>	Komunikasi Organisasi; Metode Penelitian Kualitatif; Analisis Data untuk Komunikasi, Desain & Teknik Analisis Penelitian Kuantitatif; Strategi Media Digital, Komunikasi Krisis dan Reputasi	Penguatan riset kuantitatif-kualitatif, analisis data, dan aplikasi komunikasi korporat.	18 SKS*
<b>Semester 3</b>	Audit Komunikasi; Seminar dan Workshop Penelitian; Kepemimpinan dan Komunikasi, Corporate Social Responsibility, Komunikasi Antar Budaya dalam Konteks Korporat, mata kuliah pilihan sesuai minat (Manajemen Brand; Manajemen Strategik; Manajemen Proyek Komunikasi)	Integrasi strategi, audit, reputasi, digital, proposal riset, dan spesialisasi.	19 SKS*
<b>Semester 4</b>	Proposal Tesis, Seminar Hasil; Tesis; publikasi/luaran ilmiah	Penyelesaian karya ilmiah magister dan diseminasi hasil penelitian.	12 SKS atau sesuai ketentuan prodi*

\*Estimasi beban belajar disusun dari asumsi awal bahwa mata kuliah dalam lampiran berkode akhir angka 3. Penetapan SKS final, prasyarat, jumlah mata kuliah pilihan yang wajib ditempuh, serta semester penyelenggaraan harus divalidasi oleh dokumen akademik resmi Program Studi.

### 6.3. Daftar Mata Kuliah dan Bahan Kajian Terkait

Daftar mata kuliah dan bahan kajian terkait menunjukkan hubungan antara satuan pembelajaran dengan domain pengetahuan yang menjadi dasar pembentukan kompetensi. Setiap

mata kuliah dikembangkan berdasarkan bahan kajian tertentu, sehingga isi pembelajaran memiliki justifikasi akademik yang jelas dan terhubung dengan profil lulusan serta CPL.

Pemetaan ini menunjukkan bahwa mata kuliah dalam kurikulum tidak hanya berfungsi sebagai ruang penyampaian materi, tetapi juga sebagai instrumen pembentukan kemampuan mahasiswa dalam memahami, menganalisis, merancang, menerapkan, dan mengevaluasi praktik komunikasi. Misalnya, mata kuliah berbasis teori dihubungkan dengan bahan kajian filsafat dan teori komunikasi, sedangkan mata kuliah berbasis riset dihubungkan dengan bahan kajian riset, analisis performa organisasi, evaluasi dampak, dan metode penelitian. Mata kuliah berbasis strategi komunikasi dikaitkan dengan bahan kajian corporate communication, media, CSR, reputasi, jejaring kerja, dan pengelolaan perubahan.

Dengan pemetaan tersebut, kurikulum memiliki kesinambungan antara body of knowledge, mata kuliah, dan capaian pembelajaran. Hal ini memastikan bahwa setiap bahan kajian memperoleh ruang pembelajaran yang memadai, sementara setiap mata kuliah memiliki kontribusi yang jelas terhadap pengembangan kompetensi lulusan.

Kode MK	Mata Kuliah	Bahan Kajian Terkait
253240013	Teori Komunikasi Lanjutan	BK01, BK10
253240023	Manajemen Komunikasi Korporat	BK02, BK05, BK10, BK17
253240033	Statistika untuk Penelitian Komunikasi	BK03, BK09
253240083	Survei dan Eksperimen dalam Penelitian Komunikasi	BK01, BK02, BK04, BK14
253240053	Etika dan Filsafat Komunikasi	BK05, BK06, BK10
253240063	Komunikasi Pemasaran	BK03, BK06, BK09, BK17
253240073	Paradigma Ilmu Komunikasi (Matrikulasi)	BK01, BK02
253240083	Komunikasi Organisasi	BK01, BK09
253240093	Metode Penelitian Kualitatif	BK01, BK02, BK04, BK14
253240103	Analisis Data untuk Komunikasi	BK09, BK10
253240113	Komunikasi Krisis dan Reputasi	BK04, BK11
253240123	Desain & Teknik Analisis Penelitian Kuantitatif	BK10, BK12
253240183	Strategi Komunikasi Digital	BK07, BK13
253240143	Komunikasi Antar Budaya dalam Konteks Korporat	BK02, BK12
253240153	Audit Komunikasi	BK10, BK11
253240163	Kepemimpinan dan Komunikasi	BK05, BK06
253240173	Corporate Social Responsibility (CSR)	BK14, BK15
253240183	Seminar dan Workshop Penelitian	BK11, BK13, BK14
253240193	Manajemen Brand (pilihan)	BK06, BK15
253240203	Manajemen Strategik (pilihan)	BK07, BK14

Kode MK	Mata Kuliah	Bahan Kajian Terkait
253240213	Manajemen Proyek Komunikasi (pilihan)	BK11, BK12
253240223	Proposal Tesis	BK12, BK15
253240283	Seminar Hasil	BK14
253240233	Tesis	BK14

#### 6.4. Daftar Mata Kuliah dan CPL Terkait

Pemetaan mata kuliah terhadap CPL bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh proses pembelajaran berkontribusi terhadap ketercapaian capaian pembelajaran lulusan. Dalam kerangka OBE, setiap mata kuliah harus memiliki hubungan yang eksplisit dengan CPL agar capaian mahasiswa dapat diukur secara sistematis. Mata kuliah yang berorientasi pada teori, filsafat, dan paradigma komunikasi terutama mendukung CPL01. Mata kuliah yang berorientasi pada publikasi, analisis data, kolaborasi, dan jejaring profesional mendukung CPL02. Mata kuliah yang berhubungan dengan evaluasi performa organisasi, riset, kebijakan media, komunikasi pemasaran, audit komunikasi, dan tesis mendukung CPL03. Sementara itu, mata kuliah yang menekankan etika, tanggung jawab sosial, kepemimpinan, CSR, komunikasi antarbudaya, dan profesionalisme mendukung CPL04. Pemetaan ini juga menjadi dasar bagi penyusunan CPMK, Sub-CPMK, metode pembelajaran, dan asesmen. Dengan demikian, pencapaian CPL tidak hanya dinilai pada akhir studi, tetapi dibangun secara bertahap melalui capaian mata kuliah sepanjang proses pendidikan.

Kode MK	Mata Kuliah	CPL Terkait
253240013	Teori Komunikasi Lanjutan	CPL01, CPL03
253240023	Manajemen Komunikasi Korporat	CPL01, CPL03
253240033	Statistika untuk Penelitian Komunikasi	CPL01, CPL03
253240083	Survei dan Eksperimen dalam Penelitian Komunikasi	CPL01, CPL02, CPL03, CPL04
253240053	Etika dan Filsafat Komunikasi	CPL01, CPL02, CPL03, CPL04
253240063	Komunikasi Pemasaran	CPL01, CPL02, CPL04
253240073	Paradigma Ilmu Komunikasi (Matrikulasi)	CPL01, CPL02
253240083	Komunikasi Organisasi	CPL03, CPL04
253240093	Metode Penelitian Kualitatif	CPL01, CPL02, CPL03, CPL04
253240103	Analisis Data untuk Komunikasi	CPL01, CPL02, CPL03, CPL04
253240113	Komunikasi Krisis dan Reputasi	CPL02
253240123	Desain & Teknik Analisis Penelitian Kuantitatif	CPL01, CPL02, CPL03
253240183	Strategi Komunikasi Digital	CPL03, CPL04

<b>Kode MK</b>	<b>Mata Kuliah</b>	<b>CPL Terkait</b>
253240143	Komunikasi Antar Budaya dalam Konteks Korporat	CPL03, CPL04
253240153	Audit Komunikasi	CPL03, CPL04
253240163	Kepemimpinan dan Komunikasi	CPL01, CPL02
253240173	Corporate Social Responsibility (CSR)	CPL03, CPL04
253240183	Seminar dan Workshop Penelitian	CPL01, CPL02, CPL03, CPL04
253240193	Manajemen Brand (pilihan)	CPL03, CPL04
253240203	Manajemen Stratejik (pilihan)	CPL03, CPL04
253240213	Manajemen Proyek Komunikasi (pilihan)	CPL03, CPL04
253240223	Proposal Tesis	CPL01, CPL02, CPL03, CPL04
253240283	Seminar Hasil	CPL01, CPL02, CPL03, CPL04
253240233	Tesis	CPL01, CPL02, CPL03, CPL04

**BAB VII**  
**CPMK, SUB-CPMK, STRATEGI PEMBELAJARAN, DAN ASESMEN**

Pada kerangka Outcome Based Education (OBE), capaian pembelajaran mata kuliah (CPMK) dan turunannya, Sub-CPMK, menjadi instrumen utama untuk menjamin ketercapaian Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL). CPMK merumuskan kompetensi spesifik yang diharapkan dicapai mahasiswa pada setiap mata kuliah, sedangkan Sub-CPMK berfungsi sebagai indikator operasional yang memungkinkan pengukuran ketercapaian melalui asesmen yang terstandarisasi.

Struktur CPMK dan Sub-CPMK di Prodi Magister Ilmu Komunikasi dirancang untuk mencerminkan integrasi antara teori, metodologi, strategi, analisis, dan praktik komunikasi korporat yang kritis dan etis, sesuai karakteristik lulusan program studi. CPMK tidak hanya menekankan aspek kognitif, tetapi juga kemampuan profesional, analisis performa organisasi, pengambilan keputusan berbasis data, serta internalisasi nilai Pancasila dan etika profesi.

**7.1. CPMK Program dan Turunan Sub-CPMK**

CPMK dirancang untuk menghubungkan CPL dengan aktivitas pembelajaran, sehingga setiap mata kuliah memiliki tujuan yang jelas dan terukur. Berikut ringkasan CPMK beserta Sub-CPMK yang menjadi panduan implementasi kurikulum:

Kode	CPMK	CPL Terkait	Ringkasan Sub-CPMK
<b>CPMK 1</b>	Penerapan Konsep Filosofi Komunikasi dalam Konteks Corporate Communication	CPL01, CPL04	Menerapkan konsep filosofi komunikasi; mengembangkan strategi komunikasi berbasis filosofi; mengevaluasi strategi dari aspek etika, filosofi, dan implikasi praktis.
<b>CPMK 2</b>	Penerapan Corporate Communication untuk Mendukung Pencapaian Tujuan Organisasi	CPL02, CPL03	Menerapkan strategi corporate communication; mengembangkan dan melaksanakan rencana komunikasi; mengukur efektivitas rencana komunikasi organisasi.
<b>CPMK 3</b>	Perencanaan Media dan Komunikasi Secara Strategis Berdasarkan Prinsip Corporate Communication	CPL02, CPL03, CPL04	Merancang rencana komunikasi strategis; membuat strategi media selaras tujuan dan nilai organisasi; mengevaluasi efektivitas strategi media.
<b>CPMK 4</b>	Pengambilan Keputusan Berdasarkan Analisis Performa dan Corporate Communication	CPL02, CPL03	Menganalisis performa organisasi; mengambil keputusan berbasis analisis; menilai efektivitas keputusan untuk peningkatan hasil organisasi.
<b>CPMK 5</b>	Menerapkan Prinsip Corporate Communication dalam Pengembangan Organisasi	CPL01, CPL02, CPL03	Menjelaskan prinsip corporate communication; menerapkan strategi untuk pengembangan performa organisasi; mengevaluasi dampaknya dalam pengambilan keputusan.

Kode CPMK	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	CPL Terkait	Sub-CPMK
CPMK 1	Penerapan Konsep Filosofi Komunikasi dalam Konteks Corporate Communication	CPL01, CPL04	1.1 Menerapkan konsep-konsep filosofi komunikasi dalam praktik corporate communication 1.2 Mengembangkan strategi komunikasi yang sesuai dengan filosofi komunikasi dalam konteks organisasi 1.3 Mengevaluasi strategi komunikasi dari segi etika, filosofi, dan implikasi praktis
CPMK 2	Penerapan Corporate Communication untuk Mendukung Pencapaian Tujuan Organisasi	CPL02, CPL03	2.1 Menerapkan strategi corporate communication untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi 2.2 Mengembangkan dan melaksanakan rencana komunikasi yang mendukung strategi dan tujuan organisasi 2.3 Mengukur dan mengevaluasi efektivitas rencana komunikasi dalam mencapai tujuan organisasi
CPMK 3	Perencanaan Media dan Komunikasi Secara Strategis Berdasarkan Prinsip Corporate Communication	CPL02, CPL03, CPL04	3.1 Merancang rencana komunikasi strategis dengan menggunakan prinsip corporate communication 3.2 Membuat strategi media yang sejalan dengan tujuan dan nilai-nilai organisasi 3.3 Mengevaluasi efektivitas strategi media dalam mencapai tujuan komunikasi organisasi
CPMK 4	Pengambilan Keputusan Berdasarkan Analisis Performa dan Corporate Communication	CPL02, CPL03	4.1 Menganalisis performa organisasi dengan menggunakan prinsip-prinsip corporate communication 4.2 Mengambil keputusan berdasarkan hasil analisis performa untuk memecahkan masalah organisasi 4.3 Menilai efektivitas keputusan yang diambil dalam meningkatkan hasil organisasi
CPMK 5	Menerapkan Prinsip Corporate Communication dalam Pengembangan Organisasi	CPL01, CPL02, CPL03	5.1 Menyebutkan dan menjelaskan prinsip-prinsip corporate communication serta penerapannya dalam konteks organisasi 5.2 Menerapkan strategi corporate communication untuk mengembangkan performa organisasi 5.3 Mengevaluasi dampak corporate communication dalam pengambilan keputusan organisasi

## 7.2. Strategi Pembelajaran OBE

Strategi pembelajaran yang diterapkan dirancang untuk mendukung ketercapaian CPMK dan CPL secara efektif. Pendekatan ini menekankan pembelajaran berbasis kasus, proyek, riset, kolaborasi, dan pemecahan masalah, sesuai karakter lulusan magister yang kompeten secara akademik dan profesional:

Strategi	Implementasi	CPL Dominan
<b>Case-Based Learning</b>	Analisis kasus komunikasi korporat, krisis, reputasi, CSR, media, dan pemasaran.	CPL01, CPL03, CPL04
<b>Project-Based Learning</b>	Perancangan strategi komunikasi, audit komunikasi, rencana media, dashboard performa, atau program CSR.	CPL02, CPL03, CPL04

Strategi	Implementasi	CPL Dominan
<b>Research-Based Learning</b>	Pengembangan proposal, desain metode, analisis data, artikel ilmiah, seminar hasil, dan tesis.	CPL01, CPL02, CPL03
<b>Collaborative Learning</b>	Diskusi, peer review, presentasi, simulasi konsultasi, dan kerja tim lintas fungsi.	CPL02, CPL04
<b>Problem-Based Learning</b>	Pemecahan masalah komunikasi organisasi berbasis diagnosis, data, teori, dan alternatif kebijakan.	CPL01, CPL02, CPL03

### 7.3. Model Asesmen Ketercapaian OBE

Asesmen dalam kurikulum OBE bersifat holistik, mencakup pengukuran langsung, tidak langsung, performa, dan portofolio, sehingga dapat memverifikasi ketercapaian CPL secara menyeluruh:

Model	Bentuk Asesmen	Bukti/Instrumen
<b>Direct Assessment</b>	Ujian analitis, makalah akademik, riset lapangan, proyek strategi komunikasi, audit komunikasi, proposal tesis, seminar hasil, tesis, publikasi ilmiah.	Rubrik CPMK, rubrik CPL, nilai mata kuliah, rubrik tesis, logbook bimbingan.
<b>Indirect Assessment</b>	Survei kepuasan mahasiswa, survei alumni, tracer study, masukan pengguna lulusan, evaluasi dosen oleh mahasiswa, refleksi mahasiswa.	Laporan evaluasi pembelajaran, rekap tracer, hasil FGD pengguna lulusan.
<b>Performance Assessment</b>	Presentasi profesional, pitching strategi komunikasi, simulasi manajemen krisis, laporan konsultasi, policy brief.	Rubrik performa, peer assessment, penilaian panel, portofolio.
<b>Portfolio Assessment</b>	Kumpulan produk akademik dan profesional mahasiswa sejak awal hingga karya akhir.	Portofolio digital, artikel, data riset, policy brief, sertifikat, laporan proyek.

### 7.4. Rubrik Umum Ketercapaian CPL

Rubrik penilaian CPL disusun untuk memberikan standar ilmiah yang jelas dalam menilai kualitas penguasaan kompetensi mahasiswa:

Level	Deskripsi
<b>4 - Unggul</b>	Mahasiswa menunjukkan penguasaan teori, metode, analisis data, dan penerapan profesional secara mandiri, kritis, inovatif, serta menghasilkan rekomendasi yang kuat dan layak digunakan.
<b>3 - Baik</b>	Mahasiswa mampu memenuhi indikator CPL dengan argumen, data, dan produk pembelajaran yang tepat, meskipun kedalaman sintesis atau inovasi masih dapat ditingkatkan.

Level	Deskripsi
<b>2 - Cukup</b>	Mahasiswa memenuhi sebagian indikator CPL, tetapi terdapat kelemahan pada ketepatan konsep, metode, data, argumentasi, atau penerapan profesional.
<b>1 - Perlu Perbaikan</b>	Mahasiswa belum menunjukkan pemenuhan indikator CPL secara memadai dan memerlukan remediasi atau pendampingan akademik.

## **BAB VIII**

### **SISTEM PENJAMINAN MUTU KURIKULUM OBE**

Sistem penjaminan mutu kurikulum merupakan bagian integral dalam penyelenggaraan pendidikan berbasis Outcome Based Education (OBE). Dalam konteks Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta, penjaminan mutu kurikulum tidak hanya diarahkan untuk memastikan keterlaksanaan proses pembelajaran, tetapi juga untuk menjamin bahwa seluruh proses akademik berkontribusi secara nyata terhadap ketercapaian Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL), Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK), kompetensi riset, kapasitas profesional, serta internalisasi nilai-nilai etika dan kebangsaan.

Sebagai program magister yang memiliki orientasi pada pengembangan keilmuan dan praktik komunikasi korporat, sistem penjaminan mutu kurikulum dirancang untuk memastikan bahwa lulusan memiliki kemampuan analitis, strategis, metodologis, dan profesional dalam menghadapi kompleksitas dunia komunikasi modern. Oleh karena itu, mutu kurikulum tidak hanya diukur dari keberadaan dokumen akademik, tetapi juga dari keterukuran capaian pembelajaran, kualitas asesmen, relevansi bahan kajian, efektivitas metode pembelajaran, kualitas tesis, luaran publikasi, serta kebermanfaatan kompetensi lulusan bagi masyarakat, organisasi, industri, dan dunia akademik.

Penjaminan mutu kurikulum OBE dilaksanakan melalui prinsip *Continuous Quality Improvement (CQI)*, yaitu perbaikan mutu secara berkelanjutan berdasarkan siklus perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan tindak lanjut. Melalui mekanisme ini, kurikulum diposisikan sebagai dokumen akademik yang dinamis, adaptif, dan responsif terhadap perkembangan ilmu komunikasi, kebutuhan pemangku kepentingan, perkembangan industri komunikasi korporat, serta tuntutan akreditasi nasional dan internasional.

Pada kerangka ini, Prodi Magister Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta menempatkan mutu sebagai tanggung jawab kolektif yang melibatkan pengelola program studi, dosen, mahasiswa, alumni, pengguna lulusan, mitra industri, asosiasi profesi, dan unit penjaminan mutu. Setiap proses pembelajaran, asesmen, bimbingan tesis, seminar, publikasi, dan evaluasi kurikulum harus terdokumentasi, terukur, dan dapat ditelusuri sebagai dasar pengambilan keputusan akademik.

#### **8.1. Siklus Continuous Quality Improvement (CQI)**

Siklus Continuous Quality Improvement (CQI) merupakan mekanisme utama dalam menjaga dan meningkatkan mutu kurikulum berbasis OBE. Siklus ini memastikan bahwa setiap komponen kurikulum dirancang, dilaksanakan, dievaluasi, dan disempurnakan secara sistematis berdasarkan data akademik dan masukan pemangku kepentingan. Dalam konteks Prodi Magister Ilmu Komunikasi, CQI berfungsi untuk memastikan bahwa CPL, CPMK, bahan kajian, RPS, rubrik asesmen, strategi pembelajaran, dan luaran mahasiswa selalu relevan dengan kebutuhan keilmuan, profesi, dan industri komunikasi.

Tahap Plan dilakukan melalui perencanaan akademik yang mencakup penetapan CPL, CPMK, bahan kajian, RPS, rubrik penilaian, target ketercapaian, dan baseline mutu. Pada tahap ini, program studi perlu memastikan bahwa rancangan kurikulum disusun berdasarkan kebutuhan pemangku kepentingan, perkembangan ilmu komunikasi, kekhasan *corporate communication*, serta nilai dasar UPN “Veteran” Yogyakarta, yaitu Pancasila, nasionalisme, bela negara, dan tanggung jawab sosial.

Tahap Do merupakan pelaksanaan kurikulum dalam kegiatan pembelajaran, asesmen, bimbingan tesis, publikasi, seminar, proyek, dan kegiatan akademik lain sesuai RPS OBE. Pada tahap ini, dosen berperan sebagai fasilitator pembelajaran yang mendorong mahasiswa untuk mengembangkan kemampuan analisis, riset, pemecahan masalah, komunikasi strategis, dan pengambilan keputusan berbasis data.

Tahap Check dilakukan dengan mengukur ketercapaian CPMK dan CPL melalui analisis nilai, rubrik, portofolio, hasil tesis, publikasi, tracer study, survei kepuasan mahasiswa, serta masukan dari alumni dan pengguna lulusan. Tahap ini penting untuk mengetahui sejauh mana proses pembelajaran benar-benar menghasilkan kompetensi yang ditargetkan.

Tahap Act merupakan tindak lanjut perbaikan berdasarkan hasil evaluasi. Program studi dapat menyempurnakan RPS, metode pembelajaran, rubrik asesmen, bahan kajian, mata kuliah, peta kurikulum, maupun struktur kurikulum secara berkala. Dengan demikian, CQI menjadi instrumen strategis untuk menjaga relevansi dan mutu kurikulum secara berkelanjutan.

Tahap CQI	Aktivitas Mutu
<b>Plan</b>	Menetapkan CPL, CPMK, bahan kajian, RPS, rubrik, target ketercapaian, dan baseline mutu berdasarkan kebutuhan pemangku kepentingan.
<b>Do</b>	Melaksanakan pembelajaran, asesmen, bimbingan tesis, publikasi, seminar, proyek, dan kegiatan akademik sesuai RPS OBE.
<b>Check</b>	Mengukur ketercapaian CPMK/CPL, melakukan analisis nilai, rubrik, portofolio, hasil tesis, tracer study, dan masukan pengguna lulusan.
<b>Act</b>	Menyempurnakan RPS, metode pembelajaran, rubrik, bahan kajian, mata kuliah, dan struktur kurikulum secara berkala.

## 8.2. Mekanisme Evaluasi Kurikulum

Evaluasi kurikulum merupakan proses sistematis untuk menilai relevansi, efektivitas, efisiensi, dan keberlanjutan kurikulum dalam menghasilkan lulusan sesuai CPL. Dalam sistem OBE, evaluasi kurikulum tidak hanya dilakukan pada akhir masa berlaku kurikulum, tetapi dilaksanakan secara bertahap dan berkesinambungan agar program studi dapat melakukan perbaikan tepat waktu.

Pertama, evaluasi setiap semester dilakukan untuk menilai ketercapaian CPMK, capaian nilai mahasiswa, kendala pembelajaran, kualitas pelaksanaan RPS, serta tindak lanjut perbaikan pada mata kuliah. Evaluasi ini menjadi instrumen awal untuk mengidentifikasi masalah pembelajaran, kesesuaian metode asesmen, dan efektivitas strategi pembelajaran.

Kedua, evaluasi tahunan dilakukan melalui agregasi ketercapaian CPL, tingkat kelulusan mata kuliah, kemajuan tesis, publikasi mahasiswa, serta umpan balik dari mahasiswa dan dosen. Evaluasi tahunan memberikan gambaran yang lebih luas mengenai performa akademik program studi, termasuk efektivitas kurikulum dalam membentuk kompetensi lulusan.

Ketiga, evaluasi periodik kurikulum dilakukan untuk meninjau kembali bahan kajian, profil lulusan, relevansi mata kuliah, perkembangan ilmu komunikasi, masukan alumni, pengguna lulusan, asosiasi profesi, serta dinamika industri komunikasi korporat. Evaluasi ini penting agar kurikulum tetap adaptif terhadap perubahan kebutuhan organisasi, teknologi komunikasi, media digital, reputasi, CSR, dan komunikasi strategis.

Keempat, audit mutu akademik dilakukan melalui pemeriksaan dokumen RPS, rubrik, portofolio, berita acara perkuliahan, bukti asesmen, logbook bimbingan, dokumen tesis, serta tindak lanjut perbaikan. Audit ini memastikan bahwa proses akademik berjalan sesuai standar, terdokumentasi dengan baik, dan dapat dipertanggungjawabkan dalam sistem penjaminan mutu internal maupun eksternal.

### Mekanisme Evaluasi Kurikulum

1. Evaluasi setiap semester: ketercapaian CPMK, capaian nilai, kendala pembelajaran, dan tindak lanjut RPS.

2. Evaluasi tahunan: agregasi ketercapaian CPL, kelulusan mata kuliah, kemajuan tesis, publikasi mahasiswa, dan umpan balik mahasiswa/dosen.
3. Evaluasi periodik kurikulum: peninjauan bahan kajian, profil lulusan, relevansi mata kuliah, masukan alumni, pengguna lulusan, asosiasi profesi, dan perkembangan industri komunikasi korporat.
4. Audit mutu akademik: pemeriksaan dokumen RPS, rubrik, portofolio, berita acara perkuliahan, bukti asesmen, dan tindak lanjut perbaikan.

### 8.3. Target Mutu Minimal OBE

Target mutu minimal OBE ditetapkan sebagai ukuran dasar ketercapaian kurikulum dan sebagai acuan evaluasi program studi. Target ini diperlukan agar program studi memiliki standar kuantitatif dan kualitatif dalam menilai keberhasilan pembelajaran, asesmen, tesis, publikasi, dan keterlibatan pemangku kepentingan.

Pada aspek CPL, target mutu minimal diarahkan agar sebagian besar mahasiswa mencapai level “Baik” pada rubrik CPL utama di mata kuliah pemetaan. Hal ini menunjukkan bahwa pembelajaran tidak hanya menghasilkan kelulusan administratif, tetapi benar-benar membentuk kompetensi yang terukur pada ranah pengetahuan, keterampilan, analisis, dan sikap profesional.

Pada aspek CPMK, target mutu minimal ditetapkan untuk memastikan bahwa mahasiswa mencapai kompetensi mata kuliah secara memadai. Pencapaian CPMK menjadi dasar penting dalam menilai ketercapaian CPL karena CPMK merupakan turunan operasional dari capaian pembelajaran lulusan.

Pada aspek tesis, mutu diarahkan pada koherensi antara teori, metode, data, analisis, dan kontribusi ilmiah. Sebagai program magister, tesis merupakan bukti utama kemampuan mahasiswa dalam melakukan riset mandiri, mengembangkan argumentasi akademik, dan memberi kontribusi pada pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya komunikasi korporat.

Pada aspek publikasi, mahasiswa diarahkan untuk menghasilkan luaran ilmiah sesuai kebijakan program studi, seperti artikel ilmiah, prosiding, *policy brief*, atau publikasi jurnal. Luaran ini menunjukkan kemampuan mahasiswa dalam menyebarkan ide ilmiah dan berkontribusi dalam diskursus akademik maupun profesional.

Pada aspek *stakeholder*, masukan alumni dan pengguna lulusan digunakan sebagai dasar revisi atau pengayaan kurikulum. Hal ini menunjukkan bahwa kurikulum tidak hanya berorientasi internal, tetapi juga terbuka terhadap kebutuhan eksternal, terutama dunia kerja, organisasi, industri komunikasi, dan masyarakat.

Aspek	Target Mutu
<b>CPL</b>	Minimal 80% mahasiswa mencapai level Baik pada rubrik CPL utama di mata kuliah pemetaan.
<b>CPMK</b>	Minimal 80% mahasiswa mencapai nilai minimal B pada CPMK utama atau memenuhi ambang rubrik yang ditetapkan.
<b>Tesis</b>	Proposal, seminar hasil, dan tesis menunjukkan koherensi teori-metode-data serta kontribusi pada komunikasi korporat.
<b>Publikasi</b>	Mahasiswa menghasilkan luaran ilmiah sesuai kebijakan prodi, misalnya artikel, prosiding, <i>policy brief</i> , atau publikasi jurnal.
<b>Stakeholder</b>	Masukan alumni dan pengguna lulusan digunakan sebagai bukti revisi atau pengayaan kurikulum.

## BAB IX MATRIKS DAN PETA KURIKULUM

Untuk dapat menyelesaikan pendidikan di Prodi Magister Ilmu Komunikasi, mahasiswa perlu menempuh minimal 67 SKS. Dari 67 tersebut, 52 SKS ditempuh melalui mata kuliah yang wajib diambil oleh mahasiswa. Terdapat 3 SKS diambil melalui mata kuliah pilihan, dan 12 SKS ditempuh dengan Tesis. Bagi mahasiswa yang pada pendidikan sebelumnya (S1) bukan berasal dari Prodi Ilmu Komunikasi maka perlu mengambil mata kuliah matrikulasi dengan bobot 3 SKS.

### 9.1 Organisasi Mata Kuliah

Sem	SKS	Jml MK	Mata Kuliah							
IV	12	3	Proposal Tesis	Seminar Hasil	Tesis					
III	19	8	Komunikasi Antar Budaya dalam Konteks Korporat	Audit Komunikasi	Kepemimpinan dan Komunikasi	Coorporate Social Responsibility	Seminar dan Workshop Penelitian	Manajemen Brand dan Produk	Manajemen Strategik	Manajemen Proyek Komunikasi
II	18	6	Komunikasi Organisasi	Metode Penelitian Kualitatif	Analisis Data untuk Komunikasi	Komunikasi Krisis dan Reputasi	Desain & Teknik Analisis Penelitian Kuantitatif	Strategi Komunikasi Digital		
I	18	7	Teori Komunikasi Lanjutan	Manajemen Komunikasi Korporat	Statistika untuk Penelitian Komunikasi	Survei dan Eksperimen dalam Penelitian Komunikasi	Etika dan Filsafat Komunikasi	Komunikasi Pemasaran	.Paradigma Ilmu Komunikasi	
Total	67	24								

Keterangan:

	MK Wajib Prodi
	MK Pilihan
	MK Matrikulasi

### 8.2. Peta Kurikulum dan Mata Kuliah Wajib

Semester I					
No	Mata Kuliah	Kode	SKS		
			T	P	Jml
1	Teori Komunikasi Lanjutan	253240013	3	-	3
2	Manajemen Komunikasi Korporat	253240023	3	-	3

3	Statistika untuk Penelitian Komunikasi	253240033	3	-	3
4	Survei dan Eksperimen dalam Penelitian Komunikasi	253240043	3	-	3
5	Etika dan Filsafat Komunikasi	253240053	3	-	3
6	Komunikasi Pemasaran	253240063	3		3
7	Paradigma Ilmu Komunikasi (Matrikulasi)	253240073	3		3
<b>Total Beban SKS</b>					<b>21</b>

\*Paradigma Ilmu Komunikasi adalah mata kuliah matrikulasi dengan bobot 3 SKS.

Semester II					
No	Mata Kuliah	Kode	SKS		
			T	P	Jml
1	Komunikasi Organisasi	253240083	3	-	3
2	Metode Penelitian Kualitatif	253240093	3	-	3
3	Analisis Data untuk Komunikasi	253240103	3	-	3
4	Komunikasi Krisis dan Reputasi	253240113	3	-	3
5	Desain & Teknik Analisis Penelitian Kuantitatif	253240123	3	-	3
6	Strategi Komunikasi Digital	253240133	3	-	3
<b>Total Beban SKS</b>					<b>18</b>

Semester III					
No	Mata Kuliah	Kode	SKS		
			T	P	Jml
1	Komunikasi Antar Budaya dalam Konteks Korporat	253240143	3	-	3
2	Audit Komunikasi	253240153	3	-	3
3	Kepemimpinan dan Komunikasi	253240163	3	-	3
4	Coorporate Social Responbility	253240173	3	-	3
5	Seminar dan Workshop Penelitian	253240183	4	-	4
6	<b>Mata Kuliah Pilihan*</b>		3	-	3
<b>Total Beban SKS</b>					<b>19</b>

\*Mahasiswa Prodi Magister Ilmu Komunikasi dapat memilih 1 dari 3 mata kuliah pilihan yang ditawarkan dengan bobot 3 SKS.

Semester IV					
No	Mata Kuliah	Kode	SKS		
			T	P	Jml
1	Proposal Tesis	253240223	5	-	5
2	Seminar Hasil	253240233	4	-	4
3	Tesis	253240233	3	-	3
Total Beban SKS					12

### 8.3. Mata Kuliah Pilihan

Mata kuliah pilihan ditawarkan pada semester III.

Semester III					
No	Mata Kuliah	Kode	SKS		
			T	P	Jml
1	Manajemen Brand (pilihan)	253240223	3	-	3
2	Manajemen Stratejik (pilihan)	253240233	3	-	3
3	Manajemen Proyek Komunikasi (pilihan)	253240233	3	-	3

## **BAB X**

### **PENGELOLAAN PEMBELAJARAN**

#### **10.1. Perencanaan dan Pembentukan Kurikulum Magister**

Pembentukan kurikulum Prodi Mikom pertama kali dilaksanakan pada tahun 2017 setelah proses pendirian disahkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi. Proses pembentukan kurikulum tersebut dilakukan setelah melakukan kajian dan diskusi dengan stakeholder baik akademisi maupun praktisi tentang orientasi dan konsentrasi yang potensial dan strategis baik dari pasar kerja, keilmuan, maupun kompetisi dengan prodi lain yang sama. Atas dasar tersebut kemudian disepakati bahwa fokus studi Mikom adalah bidang Corporate Communication. Sehingga kurikulum yang disusun di Magister Ilmu Komunikasi menitikberatkan Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) dalam memperdalam filsafat komunikasi, metodologi penelitian, dan kemampuan aplikatif pengembangan organisasi khususnya dalam aspek komunikasi.

Untuk menjamin bahwa kurikulum tersebut selaras dengan orientasi Prodi, selanjutnya setiap mata kuliah harus memiliki Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK) yang dirumuskan dalam Rancangan Pembelajaran Semester (RPS). Dimana dalam RPS tersebut juga mencantumkan rencana perkuliahan, rencana tugas, instrumen penilaian, bahan ajar, dan media pembelajaran. Proses ini diperbaiki secara simultan setiap awal semester berjalan oleh pengurus Prodi dengan mengundang dosen serta masukan dari stakeholder terkait. Urgensi penguatan dalam proses perencanaan kurikulum tersebut tidak lepas dari komitmen Prodi untuk menjamin standar isi, standar proses, dan standar penilaian yang lebih sistematis, berkualitas, dan efisien bagi civitas akademika.

Proses pembelajaran yang dilaksanakan di Mikom saat ini sudah menempatkan mahasiswa sebagai subject utama (*Student Centered Learning* disingkat SCL). Mahasiswa menjadi core utama aktivitas pembelajaran dari mata kuliah yang diselenggarakan baik dalam pendalaman materi, penugasan, maupun presentasi hasil pembelajaran. Mahasiswa juga diberikan hak untuk menggali skill maupun keilmuan di luar perguruan tinggi baik secara mandiri maupun kelembagaan (MBKM). Sedangkan metode pembelajaran yang dilakukan di Mikom sebagian besar sudah mulai mengadaptasi metode yang berorientasi pada hasil (*Outcome Base Education* disingkat OBE). Hal ini untuk memperkuat analisis dan team work mahasiswa dalam menyelesaikan case study maupun project yang didiskusikan dan dipandu dosen. Proses evaluasi kegiatan pembelajaran saat ini dilakukan sebanyak dua kali yaitu mid term dan ujian akhir yang jenis outputnya disesuaikan RPS masing-masing mata kuliah

#### **IX.2. Monitoring Kegiatan Pembelajaran dan Penjaminan Mutu**

Rancangan kurikulum yang dikembangkan oleh Prodi selanjutnya dalam implementasinya dilakukan monitoring secara berkala. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa standar kegiatan pembelajaran yang diselenggarakan oleh dosen pengampu dapat mencapai tujuan capaian pembelajaran. Proses monitoring selain dilakukan oleh koordinator prodi, juga dibantu oleh tim monitoring. Tim tersebut beranggotakan dua orang dosen yang bekerja rutin setiap semester. Sistem kerja tim tersebut dirumuskan dan dirancang oleh Universitas khususnya melalui Unit LP3M.

Tim monitoring tersebut diberikan mandat untuk melakukan pendokumentasian data pelaksanaan pembelajaran dan menyusunnya dalam laporan singkat dalam Sistem Penjaminan Mutu Internal (SPMI) Program Studi. SPMI tersebut berada dalam website universitas yang dapat diakses melalui *pandu.upnyk.ac.id*. Beberapa poin krusial dokumen pembelajaran yang menjadi bahan monitoring ini adalah sebagai berikut:

1. Beban kerja dosen
2. Kelengkapan deskripsi, silabus, SAP, dan PDMK mata kuliah, serta telah diverifikasi
3. Fleksibilitas pilihan mata kuliah, dilihat dari rasio mata kuliah wajib dan pilihan

4. Pelaksanaan peninjauan kurikulum dalam 5 tahun terakhir
5. Penguasaan bahasa Inggris mahasiswa
6. Pengetahuan mutakhir dalam mata kuliah
7. Jadwal pelaksanaan perkuliahan dan uji kompetensi
8. Rencana penelitian mahasiswa
9. Keanggotaan tim penguji ujian akhir
10. Kehadiran mahasiswa termasuk monitoring dan evaluasinya
11. Mutu soal ujian, verifikasinya, serta penilaiannya
12. Jumlah mahasiswa bimbingan per dosen, durasi dan frekuensi pembimbingan, serta kualifikasi dosen pembimbing
13. Angka Efisiensi Edukasi (AEE) yaitu persentase mahasiswa lulus dari total *student body*
14. Fasilitas penunjang pembelajaran

Temuan awal yang dilaksanakan oleh tim monitoring kemudian dilaporkan kepada tim penjaminan mutu prodi yang beranggotakan ketua program studi, tim monitoring, perwakilan dosen, dan perwakilan mahasiswa. Temuan tersebut selanjutnya dilakukan analisis bagaimana kinerja yang ada saat ini dan apa yang menjadi penghambat. Hal ini dilakukan sebagai bagian dari proses evaluasi diri awal Prodi dalam menetapkan agenda perbaikan apa yang akan diusulkan dan ditindaklanjuti di semester berikutnya dalam sistem SPMI.

Berdasarkan evaluasi diri yang dilakukan oleh Tim Penjaminan Mutu Prodi tersebut, selanjutnya dokumen tersebut dilakukan review oleh Tim Audit Mutu Internal Universitas. Tim Audit tersebut beranggotakan dosen-dosen yang telah memiliki sertifikasi sebagai audit mutu dalam bidang akademik. Tujuannya adalah memastikan bahwa dokumentasi terhadap proses perbaikan diri dan program perbaikan yang diusulkan dapat relevan dengan persoalan yang dihadapi oleh prodi. Proses review tersebut dilakukan setiap semester untuk mereview secara detail terhadap proses business dan bukti otentik kegiatan pembelajaran yang dilakukan prodi. Proses review dilakukan secara tertulis maupun dengan tatap muka untuk mengonfirmasi hambatan yang ditemukan dalam memenuhi standar pembelajaran.

Hasil temuan tersebut selain sebagai input bagi masing-masing prodi, juga menjadi evidence bagi Manajemen Audit Mutu Universitas memberikan masukan strategis bagi pimpinan universitas dalam membuat kebijakan dalam mendukung percepatan perbaikan mutu akademik secara berkelanjutan. Hal ini penting untuk memperkuat prodi dalam merumuskan perbaikan mutu pembelajaran yang inovatif dan relevan terhadap tuntutan keilmuan maupun pasar kerja yang semakin dinamis di era industri 4.0.

## **10.2. RENCANA IMPLEMENTASI HAK BELAJAR DI LUAR PROGRAM STUDI**

Sebagai program magister, Magister Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta belum menjadi bagian dari Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang diadakan oleh Kementerian Pendidikan, Budaya, dan Pendidikan Tinggi.

Pelaksanaan implementasi belajar di luar program studi pada Magister Ilmu Komunikasi dilaksanakan secara mandiri sebagai usaha untuk meningkatkan kompetensi dan daya saing lulusan. Untuk itu, Magister Ilmu Komunikasi melakukan kerja sama pertukaran dosen dan mahasiswa dengan program studi sejenis di Indonesia. Pada saat ini, kerjasama telah dilakukan dengan Universitas Islam Bandung dan Universitas Riau agar mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta dapat mengikuti perkuliahan di kedua universitas tersebut.

Selain itu, Magister Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta mengadakan kerja sama dengan UPN “Veteran” Jakarta dalam bentuk pertukaran dosen sehingga mahasiswa dapat merasakan perkuliahan oleh dosen dari luar kampus dengan bidang keahlian tertentu. Untuk memperkuat wawasan internasional mahasiswa, Magister Ilmu Komunikasi juga secara rutin mengundang pembicara praktisi dengan kompetensi internasional sebagai dosen tamu.

## Lampiran A. Matriks Ringkas Mata Kuliah, Bahan Kajian, dan CPL

Kode MK	Mata Kuliah	BK Terkait	CPL Terkait
253240013	Teori Komunikasi Lanjutan	BK01, BK10	CPL01, CPL03
253240023	Manajemen Komunikasi Korporat	BK02, BK05, BK10, BK17	CPL01, CPL03
253240033	Statistika untuk Penelitian Komunikasi	BK03, BK09	CPL01, CPL03
253240083	Survei dan Eksperimen dalam Penelitian Komunikasi	BK01, BK02, BK04, BK14	CPL01, CPL02, CPL03, CPL04
253240053	Etika dan Filsafat Komunikasi	BK05, BK06, BK10	CPL01, CPL02, CPL03, CPL04
253240063	Komunikasi Pemasaran	BK03, BK06, BK09, BK17	CPL01, CPL02, CPL04
253240073	Paradigma Ilmu Komunikasi (Matrikulasi)	BK01, BK02	CPL01, CPL02
253240083	Komunikasi Organisasi	BK01, BK09	CPL03, CPL04
253240093	Metode Penelitian Kualitatif	BK01, BK02, BK04, BK14	CPL01, CPL02, CPL03, CPL04
253240103	Analisis Data untuk Komunikasi	BK09, BK10	CPL01, CPL02, CPL03, CPL04
253240113	Komunikasi Krisis dan Reputasi	BK04, BK11	CPL02
253240123	Desain & Teknik Analisis Penelitian Kuantitatif	BK10, BK12	CPL01, CPL02, CPL03
253240183	Strategi Komunikasi Digital	BK07, BK13	CPL03, CPL04
253240143	Komunikasi Antar Budaya dalam Konteks Korporat	BK02, BK12	CPL03, CPL04

<b>Kode MK</b>	<b>Mata Kuliah</b>	<b>BK Terkait</b>	<b>CPL Terkait</b>
253240153	Audit Komunikasi	BK10, BK11	CPL03, CPL04
253240163	Kepemimpinan dan Komunikasi	BK05, BK06	CPL01, CPL02
253240173	Corporate Social Responsibility (CSR)	BK14, BK15	CPL03, CPL04
253240183	Seminar dan Workshop Penelitian	BK11, BK13, BK14	CPL01, CPL02, CPL03, CPL04
253240193	Manajemen Brand (pilihan)	BK06, BK15	CPL03, CPL04
253240203	Manajemen Stratejik (pilihan)	BK07, BK14	CPL03, CPL04
253240213	Manajemen Proyek Komunikasi (pilihan)	BK11, BK12	CPL03, CPL04
253240223	Proposal Tesis	BK12, BK15	CPL01, CPL02, CPL03, CPL04
253240283	Seminar Hasil	BK14	CPL01, CPL02, CPL03, CPL04
253240233	Tesis	BK14	CPL01, CPL02, CPL03, CPL04

Lampiran B. Format Minimum RPS Berbasis OBE

Komponen RPS OBE	Uraian Minimal
<b>Identitas MK</b>	Kode MK, nama MK, SKS, semester, dosen pengampu, prasyarat, rumpun/kelompok keahlian.
<b>Deskripsi MK</b>	Kedudukan mata kuliah dalam kurikulum dan kontribusi terhadap profil lulusan.
<b>CPL yang Dibebankan</b>	CPL utama dan pendukung yang dipetakan ke mata kuliah.
<b>CPMK dan Sub-CPMK</b>	Capaian spesifik yang dapat diukur pada tingkat mata kuliah dan pertemuan/topik.
<b>Bahan Kajian</b>	Topik, konsep, teori, metode, kasus, dan keterampilan yang mendukung CPMK.
<b>Metode Pembelajaran</b>	Case-based, project-based, research-based, collaborative, seminar, simulasi, atau metode lain yang selaras dengan CPMK.
<b>Pengalaman Belajar</b>	Aktivitas mahasiswa yang menghasilkan bukti capaian: presentasi, laporan, riset, portofolio, proyek, artikel.
<b>Asesmen dan Rubrik</b>	Instrumen, bobot, indikator, level performa, dan bukti penilaian untuk setiap CPMK.
<b>Referensi</b>	Buku utama, artikel jurnal mutakhir, standar profesi, regulasi, dan sumber data.
<b>CQI Mata Kuliah</b>	Catatan evaluasi, analisis ketercapaian CPMK, dan rencana perbaikan semester berikutnya.

Lampiran C. Matrik Mata Kuliah Dan Bahan Kajian

Kode MK	Mata Kuliah	BK01	BK02	BK03	BK04	BK05	BK06	BK07	BK08	BK09	BK10	BK11	BK12	BK13	BK14	BK15	BK16	BK17
253240013	Teori Komunikasi Lanjutan	True	False	False	False	False	False	False	False	False	True	False	False	False	False	False	False	False
253240023	Manajemen Komunikasi Korporat	False	True	False	False	True	False	False	False	False	True	False	False	False	False	False	False	True
253240033	Statistika untuk Penelitian Komunikasi	False	False	True	False	False	False	False	False	True	False	False	False	False	False	False	False	False
253240083	Survei dan Eksperimen dalam Penelitian Komunikasi	True	True	False	True	False	False	False	False	False	False	False	False	False	True	False	False	False
253240053	Etika dan Filsafat Komunikasi	False	False	False	False	True	True	False	False	False	True	False	False	False	False	False	False	False
253240063	Komunikasi Pemasaran	False	False	True	False	False	True	False	False	True	False	False	False	False	False	False	False	True
253240073	Paradigma Ilmu Komunikasi (Matrikulasi)	True	True	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False
253240083	Komunikasi Organisasi	True	False	False	False	False	False	False	False	True	False	False	False	False	False	False	False	False
253240093	Metode Penelitian Kualitatif	True	True	False	True	False	False	False	False	False	False	False	False	False	True	False	False	False
253240103	Analisis Data untuk Komunikasi	False	False	False	False	False	False	False	False	True	True	False	False	False	False	False	False	False
253240113	Komunikasi Krisis dan Reputasi	False	False	False	True	False	False	False	False	False	False	True	False	False	False	False	False	False
253240123	Desain & Teknik Analisis Penelitian Kuantitatif	False	False	False	False	False	False	False	False	False	True	False	True	False	False	False	False	False
253240183	Strategi Komunikasi Digital	False	False	False	False	False	False	True	False	False	False	False	False	True	False	False	False	False
253240143	Komunikasi Antar Budaya dalam Konteks Korporat	False	True	False	False	False	False	False	False	False	False	False	True	False	False	False	False	False
253240153	Audit Komunikasi	False	False	False	False	False	False	False	False	False	True	True	False	False	False	False	False	False
253240163	Kepemimpinan dan Komunikasi	False	False	False	False	True	True	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False
253240173	Corporate Social Responsibility (CSR)	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False	True	True	False	False
253240183	Seminar dan Workshop Penelitian	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False	True	False	True	True	False	False	False
253240193	Manajemen Brand (pilihan)	False	False	False	False	False	True	False	False	False	False	False	False	False	False	True	False	False
253240203	Manajemen Strategik (pilihan)	False	False	False	False	False	False	True	False	False	False	False	False	False	True	False	False	False
253240213	Manajemen Proyek Komunikasi (pilihan)	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False	True	True	False	False	False	False	False
253240223	Proposal Tesis	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False	True	False	False	True	False	False
253240283	Seminar Hasil	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False	True	False	False	False
253240233	Tesis	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False	False	True	False	False	False

Lampiran C. Daftar Rujukan dan Sumber Penyusunan

No.	Sumber	Pemanfaatan dalam Dokumen
1	Permendikti Sainstek No. 53/2025 tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi.	Peraturan nasional terkini untuk standar nasional pendidikan tinggi, standar PT, sistem penjaminan mutu, lembaga akreditasi, dan pangkalan data pendidikan.
2	Perpres No. 8/2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI).	Rujukan level kualifikasi dan kesetaraan capaian pembelajaran.
3	Statuta UPN "Veteran" Yogyakarta tentang arah pendidikan dan dasar pengembangan kurikulum.	Rujukan nilai kelembagaan: disiplin, kejuangan, kreativitas, keunggulan, kebangsaan, kejujuran, bela negara, KKNI, dan standar nasional pendidikan tinggi.
4	Laman resmi Program Studi Magister Ilmu Komunikasi UPN "Veteran" Yogyakarta.	Rujukan visi, misi, fokus komunikasi korporat, gelar, durasi studi, dan identitas program.
5	Profil Lulusan dan Capaian Pembelajaran (CPL) Kurikulum Ilmu Komunikasi Tahun 2022	Rujukan Capaian Lulusan dan bahan kajian
6	Lampiran CPL Prodi MIKOM.	Rumusan CPL01-CPL04.
7	Lampiran Matriks Kurikulum MIKOM OBE 2024.	Bahan kajian, matriks BK-CPL, matriks MK-BK, dan matriks MK-CPL.
8	Lampiran Bahan Kurikulum.	Uraian bahan kajian berdasarkan CPL dan profil lulusan.
9	Lampiran CPMK dan Sub-CPMK Kurikulum MIKOM 2024.	Rumusan CPMK dan Sub-CPMK program.



# MIKOM

## ...Lead The Way!!!

← Magister Ilmu Komunikasi →

