



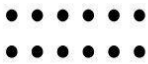
SMKN 20 JAKARTA

MODUL AJAR

TEACHING FACTORY

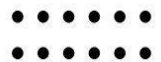
BISNIS DIGITAL

Tahun Ajaran 2025-2026



Disusun oleh:

Imam Gunawan, S.E, MM



FASE :
F



KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah Jalla Jalaluh, atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penyusunan *Modul Induk Teaching Factory (TEFA) Bisnis Digital* ini dapat terlaksana dengan baik. Modul ini disusun sebagai bagian dari upaya strategis memperkuat proses pembelajaran vokasional yang **autentik, bermakna, dan kontekstual** di SMK, khususnya pada konsentrasi keahlian *Bisnis Digital*.

Lanskap bisnis saat ini, dunia telah bergerak sangat cepat. Platform digital, *social media engine*, dan teknologi berbasis AI menjadi wajah baru dari sistem ekonomi global. Perubahan ini bukan sekadar tren, tapi sudah menjadi kenyataan operasional di industri. Oleh karena itu, siswa SMK tidak cukup hanya *paham teori*, tapi harus **“turun langsung ke medan”** — membangun konten, merancang promosi, menjalankan simulasi e-commerce, dan memproduksi nilai nyata dari pengalaman kerja langsung.

Modul ini dikembangkan dengan pendekatan **Project-Based Learning (PjBL)** dan berlandaskan semangat **Kurikulum Merdeka**, yang menekankan pembelajaran yang *joyful, meaningful, dan mindful*. Disusun untuk mengintegrasikan seluruh elemen pembelajaran—mulai dari **digital onboarding, marketing, branding**, hingga **digital operation**, modul ini juga diarahkan agar selaras dengan **okupasi dunia kerja digital masa kini**, seperti *Junior Copywriter, Social Media Specialist, Content Marketer*, hingga *E-commerce Assistant*.

Kami menyadari bahwa modul ini masih merupakan **versi pengembangan yang terus bergerak menuju bentuk idealnya**. Dalam prosesnya, modul ini terbuka untuk penyempurnaan, adaptasi, dan improvisasi sesuai dinamika lapangan dan kebutuhan satuan pendidikan. Modul ini bukan “produk jadi”, tapi sebuah *living document*—hidup, berkembang, dan terus ditumbuhkan bersama ekosistem pembelajaran yang berdaya.

Akhir kata, kami ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan modul ini. Semoga modul ini dapat menjadi landasan yang kuat untuk membentuk peserta didik yang tidak hanya **siap kerja**, tapi juga **siap tumbuh dan beradaptasi di era digital**.

Selamat memaknai, mempraktikkan, dan mengembangkan modul ini.

Let's grow the digital mindset, together!

Jakarta, Juli 2025

Penyusun

MODUL AJAR

Mata Pelajaran **Bisnis Digital** Berbasis *Teaching Factory (TEFA)*

Tahun Pelajaran 2025/2026

A. Identitas Umum

Nama Sekolah	: SMK Negeri 20 Jakarta
Program Keahlian	: Pemasaran
Mata Pelajaran / Konsentrasi Keahlian	: Bisnis Digital berbasis <i>Teaching Factory (TEFA)</i>
Kelas / Semester	: XI_ XII / Ganjil
Tahun Pelajaran	: 2025 / 2026
Alokasi Waktu	: 2 x 2 JP
Fase	: F (XI dan XII)
Elemen Mata Pelajaran	: <i>Digital Onboarding - Digital Branding - Digital Operation – Digital Marketing</i>

- Capaian Pembelajaran (CP) : Peserta didik mampu memahami marketing, perencanaan bisnis, komunikasi bisnis, digital branding, digital onboarding, digital marketing, dan digital operation sehingga siap memasuki dunia kerja baik sebagai tenaga kerja yang produktif, mengembangkan dirinya untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi dan mampu menciptakan lapangan kerja.
- Tujuan Pembelajaran (TP) : Peserta didik mampu **mengembangkan keterampilan vokasional dan berpikir kritis melalui pengalaman langsung** dalam proyek *Teaching Factory* (TEFA) berbasis bisnis digital, dengan menerapkan elemen-elemen pembelajaran seperti *digital onboarding*, *digital marketing*, *digital branding*, dan *digital operation* secara terpadu.
- Kegiatan ini, peserta didik diharapkan:

1. **Memahami proses bisnis digital secara utuh** mulai dari pengenalan produk, pemasaran digital, pengelolaan merek, hingga operasional toko digital.
2. **Mengembangkan sikap profesional, kolaboratif, dan komunikatif** dalam menyelesaikan proyek nyata bersama tim dan mitra dunia kerja.
3. **Menerapkan strategi komunikasi bisnis dan desain konten digital** secara kreatif dan sesuai tren industri.
4. **Menggunakan perangkat digital dan teknologi berbasis cloud** secara efektif untuk mendesain, mempublikasikan, dan mengevaluasi produk digital.
5. **Membuat portofolio kerja digital dan laporan akhir proyek** yang mencerminkan pencapaian belajar dan kesiapan kerja.
6. **Melatih pengambilan keputusan berbasis data** melalui evaluasi insight digital, hasil penjualan, dan umpan balik dari pengguna.

B. Pemetaan Capaian Pembelajaran (CP), Tujuan Pembelajaran (TP), dan Dimensi Profil Lulusan

Tabel Pemetaan
CP – TP – Dimensi Profil Lulusan

Elemen	Capaian Pembelajaran (CP)	Tujuan Pembelajaran (TP)	Dimensi Profil Lulusan
Digital Onboarding	Memahami ekosistem digital	Merancang profil profesional digital (CV, bio, LinkedIn)	Mandiri, Kreatif, Bernalar Kritis

Digital Branding	Menyusun strategi citra digital produk	Membuat konten branding kreatif dan otentik	Kreatif, Kolaboratif, Berkebinekaan Global
Digital Marketing	Menganalisis strategi pemasaran digital	Menyusun kampanye pemasaran digital di media sosial & marketplace	Bernalar Kritis, Komunikatif, Kreatif
Digital Operation	Mengelola operasional bisnis digital	Menjalankan transaksi, manajemen stok, dan laporan keuangan digital	Mandiri, Gotong Royong, Bernalar Kritis

C. Kerangka Pembelajaran

1. Praktik Pedagogis

- a) **Model Pembelajaran** : *Project-Based Learning (PjBL)*
Peserta didik belajar melalui proyek-proyek nyata yang mensimulasikan praktik kerja di industri bisnis digital.
- b) **Pendekatan**: *Deep Learning* berbasis studi kasus
Pembelajaran mendorong analisis mendalam terhadap kasus nyata, seperti kampanye digital produk sekolah, penjualan simulatif di marketplace, hingga produksi konten profesional.
- c) **Strategi** :
 - 1) Inkuiri dan eksplorasi studi kasus digital
 - 2) Kolaborasi tim proyek dengan pembagian peran sesuai okupasi
 - 3) Presentasi hasil kerja dan refleksi kinerja proyek
 - 4) Intervensi guru sebagai fasilitator, evaluator, dan mentor praktis

2. Kemitraan Pembelajaran

- a) Internal
 - 1) Kolaborasi antar guru mata pelajaran produktif dan adaptif
 - 2) Peran guru BK dalam pemetaan minat bakat dan refleksi diri siswa
 - 3) Sinergi dengan manajemen sekolah untuk fasilitas dan jadwal TEFA
- b) Eksternal
 - 1) Kolaborasi dengan pelaku UMKM, startup digital, marketplace, dan praktisi bisnis digital
 - 2) Kunjungan industri, mentoring profesional, dan studi proyek eksternal.
 - 3) Program magang singkat, studi pasar, dan review profesional atas proyek siswa

3. Lingkungan Pembelajaran

- a) Fisik :
 - 1) Ruang praktik bisnis digital (lab komputer, ruang editing konten)
 - 2) Studio mini untuk produksi konten sosial media
 - 3) Display TEFA untuk showcase proyek siswa
- b) Virtual :
 - 1) Google Classroom, Google Sheets, Padlet, atau LMS lainnya.
 - 2) Canva for Education, Notion, Google Sites untuk portofolio digital
 - 3) Marketplace simulatif (Tokopedia/Shopee dummy), Google Workspace
- c) Budaya Belajar :
 - 1) Pembiasaan refleksi harian dan mingguan
 - 2) Kolaborasi antar siswa lintas kelas dan lintas peran
 - 3) Penilaian berbasis performa dan umpan balik dari mitra industri

4. Pemanfaatan Digital

Pemanfaatan teknologi digital sebagai katalis pembelajaran dilakukan secara terintegrasi untuk produksi, komunikasi, dan evaluasi. Di antaranya

- a) **Google Workspace**: untuk kolaborasi dokumen, presentasi, data penjualan, dan formulir evaluasi
- b) **Canva Pro**: untuk desain konten branding, promosi, dan pitch deck
- c) **Google Sites / Notion**: sebagai platform portofolio digital siswa

- d) **Marketplace simulatif (Tokopedia, Shopee):** untuk simulasi penjualan dan manajemen produk
- e) **Google Data Studio:** untuk visualisasi laporan penjualan dan performa bisnis digital TEFA

D. Langkah-langkah Pembelajaran

Langkah-langkah pembelajaran dalam Teaching Factory (TEFA) Bisnis Digital di SMKN 20 Jakarta dirancang dalam bentuk proyek bulanan lintas elemen. Proyek dilaksanakan secara berkelanjutan untuk Kelas XI dan XII selama 1 tahun ajaran dengan prinsip *Learning by Doing* dan *Learning in Production*.

Pembelajaran bersifat **terintegrasi** dari Digital Onboarding → Digital Branding → Digital Marketing → Digital Operation, dengan pengorganisasian sebagai berikut :

Durasi Setiap Proyek: ±21 Hari Efektif (1 Bulan)

Hari Ke-	Fase Kegiatan	Deskripsi Aktivitas Peserta Didik	Output / Produk Sementara	Pendekatan Deep Learning
1–2	<i>Project Briefing</i>	✓ Memahami konteks proyek dan okupasi target ✓ Menerima skenario proyek bulanan ✓ Menetapkan tim dan peran	Briefing sheet, pembagian tugas	Joyful, kolaboratif
3–5	<i>Studi Referensi & Riset</i>	✓ Observasi proyek sejenis ✓ Melakukan riset persona, kompetitor, dan referensi visual/naratif ✓ Diskusi pemetaan ide proyek	Persona canvas, bank inspirasi konten	Meaningful, eksploratif
6–10	<i>Produksi Awal</i>	✓ Pembuatan aset visual (logo, poster, katalog) ✓ Copywriting dan caption ✓ Desain konten carousel/video pendek	Draft konten digital (Canva, IG/TikTok simulasi)	Mindful, kreatif
11–14	<i>Pengujian & Evaluasi Awal</i>	✓ Uji coba posting (dummy/testing) ✓ Cek insight simulative ✓ Diskusi hasil awal dan perbaikan	Insight awal, analisis performa	Bernalar kritis, reflektif
15–18	<i>Finalisasi Produk Digital</i>	✓ Penyempurnaan desain & naskah ✓ Penyusunan caption/storyline ✓ Persiapan portofolio bulanan dan logbook proyek	Produk final konten, logbook digital	Kreatif, produktif
19	<i>Refleksi & Evaluasi Tim</i>	✓ Penilaian antar teman ✓ Refleksi individu (kesulitan–solusi) ✓ Menyusun narasi proyek (teks + visual)	Refleksi tertulis, form evaluasi tim	Reflektif, gotong royong
20	<i>Presentasi & Showcase</i>	✓ Presentasi konten di depan kelas/mitra ✓ Menjelaskan strategi kampanye ✓ Menjawab pertanyaan panel	Video presentasi atau tayangan langsung	Percaya diri, komunikatif
21	<i>Penilaian Akhir & Portofolio</i>	✓ Penilaian guru menggunakan rubrik	Portofolio lengkap dan laporan proyek	Mandiri, bertanggung jawab

Hari Ke-	Fase Kegiatan	Deskripsi Aktivitas Peserta Didik	Output / Produk Sementara	Pendekatan Deep Learning
		✓ Unggah produk dan dokumentasi ke Google Drive / Notion / Website Portofolio pribadi		

 Catatan Teknis:

- **Siklus ini diulang setiap bulan**, dengan tema proyek yang berbeda (onboarding, branding, marketing, operation, dst).
- Semua kegiatan berbasis **praktik kerja nyata**, dengan sistem logbook dan artefak digital sebagai bukti proses.
- Penilaian dilakukan **berbasis produk, proses, dan presentasi**, menggunakan rubrik formatif dan sumatif.

E. Struktur dan Strategi *Teaching Factory* (TEFA)

Struktur dan strategi TEFA Bisnis Digital di SMKN 20 Jakarta dibangun dengan pendekatan *Production-Based Learning*, di mana siswa memerankan posisi nyata dalam proses kerja bisnis digital. Strategi ini meniru alur kerja industri digital dan e-commerce, memungkinkan siswa mengalami pengalaman kerja utuh dan membentuk kompetensi vokasional yang terstandar industri.

1) **Model Struktur TEFA: “Digital Business Mini-Agency”**

TEFA dijalankan sebagai unit produksi layaknya **agensi digital internal sekolah**, yang bekerja berdasarkan proyek klien nyata atau simulasi pasar. Struktur internal meliputi :

Divisi/Role	Tugas Utama
Project Manager (Guru)	Menyusun brief proyek, membagi tugas, memfasilitasi evaluasi
Junior Copywriter	Menulis narasi promosi, slogan, caption, script video
Junior Content Marketer	Menyusun kalender konten, menganalisis performa konten
Junior Social Media Specialist	Mengelola akun IG/TikTok simulatif, interaksi, komentar, story engagement
Junior E-commerce Specialist	Mengelola katalog produk, upload ke marketplace, membuat laporan penjualan
Editor Konten Visual	Mendesain konten visual, layout feed, edit video
Data Analyst (Kelas XII)	Menyusun laporan performa kampanye dan penjualan (Google Sheets / Data Studio)

2) **Siklus Produksi TEFA**

TEFA berlangsung dalam **siklus produksi bulanan** sebagai berikut :

Minggu	Kegiatan Produksi
Minggu 1	Brief proyek, observasi pasar, riset kompetitor, penetapan tema konten/produk
Minggu 2	Perencanaan dan pembuatan konten digital (branding, pemasaran, copywriting)
Minggu 3	Kampanye digital, interaksi akun sosial media, simulasi transaksi
Minggu 4	Evaluasi performa, refleksi proyek, presentasi, perbaikan strategi

3) Strategi Diferensiasi Kelas XI dan XII

Kelas XI	Kelas XII
Simulasi branding internal (produk sekolah)	Kampanye digital berbasis klien eksternal (UMKM mitra)
Desain konten dasar (Canva, IG feed, caption)	Konten multimedia kompleks (video, short, TikTok, animasi ringan)
Penggunaan data penjualan simulatif	Analisis performa dengan Google Data Studio
Peer feedback internal kelas	Review proyek dari mentor industri atau alumni

4) Kalender Industri dan Penyesuaian TEFA

Strategi TEFA juga mempertimbangkan **kalender industri** sebagai rujukan siklus proyek :

Periode	Aktivitas
Agustus–September 2025	Kampanye onboarding & awareness produk sekolah
Oktober–November 2025	Simulasi promo 10.10, 11.11 (Shopee, Tokopedia)
Desember 2025	Kampanye akhir tahun / katalog digital
Januari–Maret 2026	Klien eksternal / UMKM mitra
April–Mei 2026	Showcase & lomba TEFA Digital
Juni 2026	Refleksi & penyusunan portofolio akhir

5) Integrasi Okupasi dan Profil Lulusan

Seluruh strategi dan struktur TEFA dirancang untuk mencerminkan **okupasi yang dituju** oleh konsentrasi keahlian Bisnis Digital :

Okupasi Tujuan	Dimensi Profil Lulusan yang Dikuatkan
Junior Copywriter	Kreatif, Bernalar Kritis
Junior Content Marketer	Komunikatif, Mandiri
Junior Social Media Specialist	Kolaboratif, Berkebinekaan Global
Junior E-commerce Specialist	Mandiri, Bernalar Kritis, Gotong Royong

F. Jadwal Pelaksanaan Teaching Factory (TEFA) Bulanan

adwal pelaksanaan TEFA disusun secara tahunan untuk memastikan kesinambungan pembelajaran lintas semester dan sinkronisasi antara proyek TEFA dengan tema industri aktual. Jadwal ini digunakan sebagai acuan pelaksanaan tugas proyek pada setiap bulan, serta diferensiasi antara kelas XI dan XII disusun secara sistematis.

Bulan	Tema Proyek TEFA	Fokus Elemen	Kelas XI (Simulasi Internal)	Kelas XII (Real Project Eksternal)
-------	------------------	--------------	------------------------------	------------------------------------

Juli 2025	Onboarding Digital Siswa Baru	Digital Onboarding	Pembuatan profil LinkedIn & personal branding dasar	Bimbingan onboarding siswa baru & dokumentasi digital sekolah
Agustus 2025	Branding Produk Sekolah	Digital Branding	Desain poster & katalog produk sekolah (dummy)	Branding UMKM mitra: riset produk & desain campaign
September 2025	Kampanye Konten Instagram Sekolah	Digital Marketing	Pembuatan konten IG: feed, caption, reels simulatif	Pelaksanaan campaign IG dan TikTok klien (jadwal rutin)
Oktober 2025	Simulasi Promo 10.10 Marketplace	Digital Operation	Upload produk simulatif ke Tokopedia dummy	Simulasi transaksi, live shopping, dan laporan penjualan
November 2025	Kolaborasi Digital & Influencer Simulatif	Digital Marketing + Branding	Simulasi endorsment internal	Proyek konten kolaboratif dengan alumni/pelaku digital
Desember 2025	Laporan Proyek Semester Ganjil	Semua Elemen	Penyusunan laporan proyek dan refleksi	Pameran portofolio digital dan presentasi TEFA semester
Januari 2026	Riset Pasar dan Analisis Kompetitor	Digital Onboarding	Observasi produk tren 2026	Studi tren pasar & buyer persona klien
Februari 2026	Produk Baru dan Storytelling Brand	Digital Branding	Produksi poster, video pendek, infografis produk	Kampanye storytelling di IG dan TikTok untuk klien
Maret 2026	E-commerce Strategy Simulation	Digital Operation	Manajemen stok & pesanan via Google Form + Sheets	Simulasi payment gateway, invoice, laporan pembelian
April 2026	Katalog Digital dan Kampanye Ramadan	Digital Marketing + Operation	Desain katalog promosi puasa	Pelaksanaan kampanye promosi Ramadan via konten reels
Mei 2026	Showcase & Evaluasi Proyek TEFA	Semua Elemen	Uji publik hasil proyek, refleksi performa	Presentasi final proyek kepada mitra industri
Juni 2026	Portofolio Akhir Tahun	Semua Elemen	Penyusunan e-portofolio dan CV digital	Finalisasi portofolio digital & penilaian kelulusan proyek TEFA

Keterangan Pelaksanaan:

- Pelaksanaan proyek dilakukan setiap **bulan berjalan**, dengan alokasi waktu 4–6 JP per minggu.
- Penugasan dilakukan berbasis **tim lintas peran** dengan pembagian kerja sesuai okupasi.
- Guru bertugas sebagai fasilitator, evaluator, dan *project owner* yang memberikan brief dan mengevaluasi performa.
- Siswa kelas XII menjadi mentor untuk siswa kelas XI dalam beberapa proyek kolaboratif (*peer teaching*).

G. Asesmen Pembelajaran

1. Asesmen Awal (*pre-assessment*)

Asesmen awal dilakukan **sebelum proses pembelajaran dimulai**. Tujuan utamanya adalah untuk **memetakan pengetahuan awal, keterampilan dasar, dan kesiapan belajar peserta didik** terhadap topik atau proyek yang akan dijalani. Dalam konteks TEFA Bisnis Digital, asesmen ini bisa berupa soal pilihan ganda, kuis diagnostik

digital, atau wawancara singkat terkait pengalaman menggunakan platform seperti Canva, Instagram, Google Forms, dan lainnya.

Asesmen awal juga berguna bagi guru untuk **mengidentifikasi kebutuhan diferensiasi**, menyesuaikan pendekatan pengajaran, serta membangun strategi pendampingan. Hasil asesmen awal tidak digunakan untuk penilaian akhir, melainkan untuk menyusun intervensi pembelajaran yang lebih relevan dan efektif. Dengan begitu, pembelajaran menjadi lebih inklusif dan sesuai dengan kondisi nyata siswa.

2. Asesmen proses (*Assesment as learning*)

Asesmen proses dilakukan **selama pembelajaran berlangsung**, baik pada tahap eksplorasi, produksi, maupun presentasi. Tujuan utama asesmen ini adalah untuk **mendorong siswa menjadi subjek aktif dalam mengelola pembelajarannya sendiri**. Peserta didik belajar untuk merefleksikan cara kerjanya, memperbaiki produknya, dan meningkatkan kualitas berpikirnya melalui umpan balik (feedback) yang konstruktif.

Dalam TEFA, asesmen proses dapat berupa :

- ✓ Logbook harian kerja proyek
- ✓ Checklist keterampilan kerja tim
- ✓ Penilaian teman sebaya (peer assessment)
- ✓ Umpan balik dari guru dan mitra

Asesmen ini mendorong prinsip *assessment as learning*, yaitu **asesmen yang membentuk cara berpikir, menyadarkan siswa akan kemajuan dirinya, dan memperkuat akuntabilitas dalam proses**. Ini adalah bentuk asesmen yang sangat penting dalam pendekatan *deep learning* karena memperkuat pengalaman belajar yang mindful dan reflektif.

3. Asesmen Hasil Belajar (*Assesment of Learning*)

Asesmen hasil belajar dilakukan **di akhir siklus proyek**, dan berfungsi sebagai alat ukur **terhadap ketercapaian tujuan pembelajaran dan kompetensi utama** yang telah direncanakan. Dalam konteks TEFA, hasil belajar tidak hanya diukur dari tes tulis, tetapi dari **produk nyata (portofolio digital), kualitas presentasi, dan dokumentasi proses kerja**. Asesmen ini dirancang berbasis rubrik penilaian yang objektif, komprehensif, dan terukur, dengan kriteria seperti: kreativitas produk, kesesuaian dengan brief, kolaborasi tim, ketepatan waktu, dan kemampuan menyampaikan ide secara profesional.

Tujuannya adalah untuk memberikan **gambaran menyeluruh tentang kemampuan kerja peserta didik**, serta menjadi dasar penilaian akhir kompetensi dalam konteks dunia nyata. Ini juga menjadi bentuk evaluasi akuntabel terhadap keberhasilan strategi pengajaran guru dan efektivitas model pembelajaran TEFA itu sendiri

H. Instrumen dan Rubrik Asesmen

1) Asemen Awal (*Pre-Assessment*)

Tujuan:

Untuk mengidentifikasi pengetahuan awal, pengalaman digital, dan kesiapan belajar peserta didik terhadap konteks pembelajaran berbasis proyek digital.

Petunjuk Teknis:

- Diberikan pada hari pertama proyek bulanan dimulai.

- Disajikan dalam bentuk soal pilihan ganda digital (Google Form), terdiri dari 10 soal.
 - Siswa wajib mengerjakan secara individu tanpa bantuan.
- 🕒 **Durasi : 30 menit**

🖋️ **Instrumen:**

Soal Pilihan Ganda (10 butir)

No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban	Kunci
1	Platform apa yang paling tepat untuk membuat konten visual promosi digital?	A. Microsoft Excel B. Canva C. Microsoft Word D. TikTok	B
2	Fungsi utama dari bio Instagram bisnis adalah...	A. Menyimpan foto produk B. Menuliskan testimoni C. Menampilkan identitas dan kontak brand D. Mengunggah video	C
3	Kalimat promosi yang baik harus...	A. Panjang dan formal B. Mengandung ajakan, ringkas, dan menarik C. Menggunakan bahasa ilmiah D. Hanya berupa daftar harga	B
4	Apa pengertian dari branding digital?	A. Proses menghitung keuntungan B. Promosi melalui iklan berbayar C. Strategi membangun identitas digital produk/jasa D. Penjualan langsung	C
5	Aplikasi berikut yang biasa digunakan untuk transaksi simulatif digital adalah...	A. Canva B. Google Form C. CorelDraw D. PowerPoint	B
6	Unsur penting yang harus ada dalam katalog produk digital adalah...	A. Background music B. Ukuran file C. Nama produk dan deskripsi D. Judul postingan	C
7	Tujuan utama dari rebranding adalah...	A. Mengganti nama usaha sepenuhnya B. Menyegarkan identitas brand agar lebih relevan C. Menghapus akun lama D. Menurunkan harga produk	B
8	Fitur "Insight" pada Instagram Bisnis digunakan untuk...	A. Melihat komentar B. Melacak statistik performa konten C. Mengganti profil D. Membalas DM otomatis	B
9	Ciri khas dari copywriting yang efektif adalah...	A. Panjang dan rumit B. Menarik, mempengaruhi, dan singkat C. Formal dan kaku D. Tidak mengandung ajakan	B

10	Platform berikut yang dapat digunakan untuk membuat portofolio digital adalah...	A. Notepad B. Google Sites C. Excel D. WhatsApp	B
Ren tan g Nil ai	Interpretasi Kesiapan		
81 – 100	Siap mengikuti proyek		
61 – 80	Cukup siap, perlu arahan		
≤ 60	Perlu pendampingan lebih lanjut		

 Rubrik Skoring :

2) Asesmen proses (*Assesment as learning*)

Tujuan:

Untuk memantau perkembangan proses belajar, refleksi, dan sikap profesional siswa selama pengerjaan proyek TEFA. Menumbuhkan kemandirian dan kolaborasi kerja nyata.

Petunjuk Teknis:

- Diterapkan sepanjang minggu kerja proyek.
- Melibatkan tiga instrumen: logbook siswa (harian), observasi guru (mingguan), dan penilaian teman sebaya (akhir proyek).
- Logbook dikumpulkan secara digital (Google Sheet / Notion).
- Observasi dilakukan saat supervisi guru di kelas.

Durasi:

- Logbook: 5–10 menit per hari
- Observasi guru: 15 menit per kelompok/minggu
- Peer assessment: 15–20 menit di akhir proyek

Instrumen:

- **Logbook Proyek Harian**
- **Observasi Sikap dan Proses oleh Guru**
- **Peer Assessment (Antar Teman)**

Rubrik Skoring:

A. Logbook Proyek Harian (diisi siswa)

Aspek	Kriteria Penilaian	Skor
Konsistensi Harian	Mengisi rutin dan jujur	10

Dokumentasi Proses	Terdeskripsi jelas dan runtut	10
Solusi Kendala	Menunjukkan inisiatif dan refleksi	10

Lembar Logbook

Nama :

Tanggal :

Kelas :

Hari	Aktivitas Utama	Hasil Kerja	Kendala	Solusi	Tanda Tangan Guru
1	Contoh: Desain logo dan caption produk	✓ / ✗	Ya / Tidak		
2					
3	dst				

B. Observasi Guru (Per Minggu)

LEMBAR OBSERVASI GURU		
Nama	:	
Kelas / Semester	:	
Tanggal	:	

Aspek	Sangat Baik (3)	Cukup (2)	Kurang (1)
Kedisiplinan			
Kolaborasi Tim			
Ketekunan dalam Produksi			
Kemandirian Kerja			
Kemampuan Menerima Umpan Balik			

C. Penilaian Teman Sebaya

Aspek	Skala 1–4	Catatan Tambahan
Peran Aktif	1–4	
Komitmen terhadap Tim	1–4	
Ide Kreatif dan Solusi	1–4	
Komunikasi dan Etika	1–4	

3) Asesmen Hasil (*Assesment of learning*):

 Tujuan:

Untuk mengukur capaian akhir kompetensi peserta didik melalui hasil proyek digital yang dihasilkan, presentasi, dan portofolio. Fokus pada kualitas produk, presentasi profesional, dan refleksi.

Komponen	Penjelasan
Waktu Pelaksanaan	Akhir siklus proyek (Minggu ke-4 atau sesuai jadwal TEFA)
Bentuk Pengumpulan	Produk digital, portofolio (Google Drive/Sites), dan presentasi langsung
Penilai	Guru mata pelajaran dan mitra industri (jika ada)
Durasi Penilaian	Presentasi: ± 10 menit per kelompok Penilaian portofolio & produk: 1–2 hari setelah deadline proyek
Kriteria Penilaian	Mengacu pada rubrik objektif berbasis capaian keterampilan abad 21 dan kompetensi vokasi digital

 **Petunjuk Teknis :**

 **Instrumen:**

1. Produk Digital (konten, caption, katalog, dsb.)
2. Presentasi Proyek
3. Portofolio (laporan refleksi, dokumentasi kerja)

 **Rubrik Skoring Terpadu:**

Aspek	Skor 4	Skor 3	Skor 2	Skor 1
Kesesuaian Brief	✓	✓	✓	✗
Estetika Visual	Sangat Menarik	Menarik	Biasa	Kurang
Orisinalitas & Ide	Inovatif	Variatif	Umum	Meniru
Copywriting	Tajam & Persuasif	Informatif	Kaku	Tidak Relevan

A. Produk Digital

Skor Maksimum: 20

Skor Minimum: 5

Aspek	Skor 4	Skor 3	Skor 2	Skor 1
Struktur & Alur	Sistematis	Cukup	Acak	Tidak jelas
Kepercayaan Diri	Tinggi	Baik	Kurang	Tidak ada
Argumentasi & Data	Lengkap & logis	Cukup	Kurang	Tidak didukung
Responsif	Aktif & tanggap	Biasa	Bingung	Tidak menjawab

B. Presentasi

Skor Maksimum: 16

Skor Minimum: 4

Komponen	Kriteria	Skor Maks
Ringkasan Proyek	Narasi proses dan tujuan jelas	20
Dokumentasi Proyek	Foto/Video kerja & produk final	30
Refleksi Pribadi	Insight & pembelajaran bermakna	20
Logbook Lengkap & Valid	Bukti proses lengkap	30

C. Portofolio Digital

Total Skor Maksimum: 100

I. Media Pembelajaran

1. Bahan Bacaan

No	Judul / Topik	Tautan Akses
1	Digital Marketing for Beginners	https://bit.ly/ebook-digimarketing
2	Panduan Copywriting yang Efektif	https://bit.ly/copywriting-guide-id
3	Strategi Branding Digital UMKM	https://bit.ly/branding-umkm2024
4	Peran E-commerce dalam Ekonomi Digital	https://bit.ly/ecommerce-digital-ekonomi
5	Buku Saku TEFA Bisnis Digital	https://bit.ly/bukusakutefa

2. Tutorial & Video Pendukung (YouTube / Video Interaktif)

No	Judul Video	Platform / Tautan
1	Membuat Desain Promosi di Canva	YouTube – Canva Official
2	Optimasi Instagram Bisnis	YouTube – DigitalMarketer ID
3	Simulasi Pembuatan Website Portofolio	YouTube – Edukreatif
4	Tutorial Google Sites untuk Siswa SMK	YouTube – Edu SMK
5	Digital Branding dengan Storytelling	YouTube – UKM Go Digital

3. Platform dan Aplikasi Pendukung Praktik

No	Nama Aplikasi / Tools	Fungsi / Tujuan Praktik	Link Akses
1	Canva	Desain visual promosi dan konten branding	https://www.canva.com/
2	Google Forms & Google Sheets	Simulasi e-commerce dan transaksi digital	https://forms.google.com
3	Google Sites	Portofolio digital siswa	https://sites.google.com
4	Instagram & Meta Business Suite	Praktik social media marketing	https://business.instagram.com/
5	CapCut atau InShot	Edit video promosi produk	https://www.capcut.com

4. Aplikasi Digital untuk Asesmen Pembelajaran

No	Nama Aplikasi / Tools	Fungsi Asesmen	Link Akses
1	Google Form	Asesmen Awal dan Proses berbasis soal	https://forms.google.com
2	Mentimeter / Wordwall	Refleksi formatif dan kuis interaktif	https://www.mentimeter.com https://wordwall.net
3	Padlet	Refleksi proyek & komentar teman	https://padlet.com
4	ClassPoint atau Nearpod	Kuis interaktif saat presentasi	https://classpoint.io https://nearpod.com
5	Google Sheet Otomatisasi Nilai	Rekap dan grafik hasil penilaian	Template siap pakai (tersedia internal guru)