

**ISIAN RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER & RENCANA EVALUASI  
UNTUK FEEDER DIKTI 4.0**

NAMA MATA KULIAH : DKV 3  
PROGRAM STUDI : D3 / S1\*  
NAMA DOSEN PENGAMPU : Derena Martha Yohanda  
SEMESTER : GANJIL

**Learning Outcome**

**A. Primer**

Menguasai pengetahuan analisis data produk untuk menghasilkan karya iklan komersial yang unik, komunikatif, dan kreatif dalam beragam jenis media periklanan (PP5)

**B. Sekunder**

Menguasai proses desain dengan memulai dengan riset untuk dianalisis guna menemukan solusi solusi kreatif berbasis DKV (KU12)

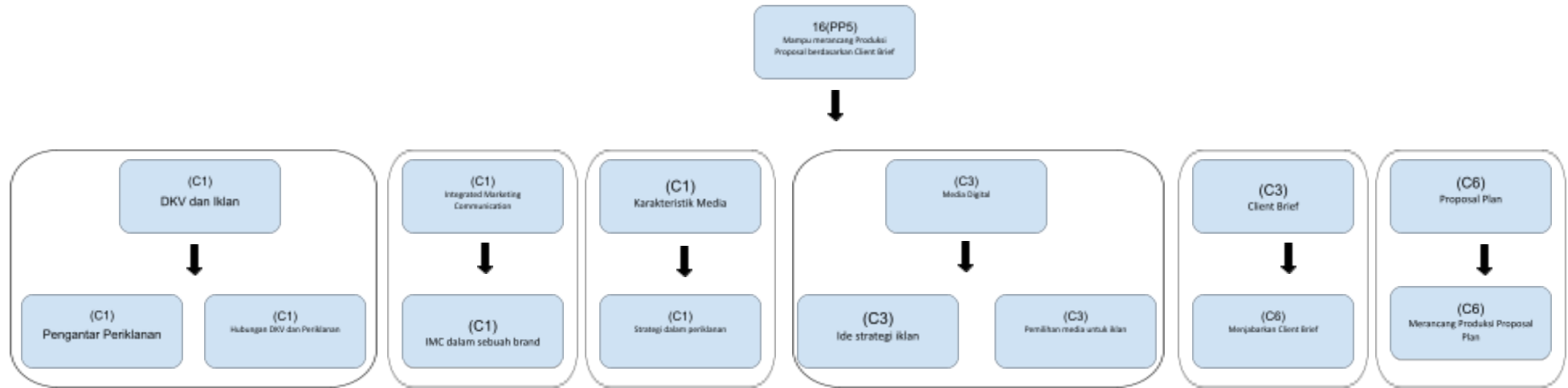
\*Sumber: CPL STSRD VISI, bisa dilihat di [bit.ly/rps-visi](https://bit.ly/rps-visi)

## PEDOMAN KATA KERJA OPERASIONAL LEVEL KOGNITIF (Suplemen)

PENGETAHUAN / C1	PEMAHAMAN / C2	PENERAPAN / C3	ANALISIS / C4	PENILAIAN / C5	KREASI / C6
Mengutip	Memperkirakan	Menugaskan	Menganalisis	Membandingkan	Mengabstraksi
Menyebutkan	Menjelaskan	Mengurutkan	Mengaudit	Menyimpulkan	Mengatur
Menjelaskan	Mengkategorikan	Menentukan	Memecahkan	Menilai	Menganimasi
Menggambar	Mencirikan	Menerapkan	Menegaskan	Mengarahkan	Mengumpulkan
Membilang	Merinci	Menyesuaikan	Mendeteksi	Mengkritik	Mengkategorikan
Mengidentifikasi	Mengasosiasikan	Mengkalkulasi	Mendiagnosis	Menimbang	Mengkode
Mendaftar	Membandingkan	Memodifikasi	Menyeleksi	Memutuskan	Mengombinasikan
Menunjukkan	Menghitung	Mengklasifikasi	Merinci	Memisahkan	Menyusun
Memberi label	Mengkontraskan	Menghitung	Menominasikan	Memprediksi	Mengarang
Memberiindeks	Mengubah	Membangun	Mendiagramkan	Memperjelas	Membangun
Memasangkan	Mempertahankan	Membiasakan	Megkorelasikan	Menugaskan	Menanggulangi
Menamai	Menguraikan	Mencegah	Merasionalkan	Menafsirkan	Menghubungkan
Menandai	Menjalin	Menentukan	Menguji	Mempertahankan	Menciptakan
Membaca	Membedakan	Menggambarkan	Mencerahkan	Memerinci	Mengkreasikan
Menyadari	Mendiskusikan	Menggunakan	Menjelajah	Mengukur	Mengoreksi
Menghafal	Menggali	Menilai	Membagankan	Merangkum	Merancang
Meniru	Mencontohkan	Melatih	Menyimpulkan	Membuktikan	Merencanakan
Mencatat	Menerangkan	Menggali	Menemukan	Memvalidasi	Mendikte
Mengulang	Mengemukakan	Mengemukakan	Menelaah	Mengetes	Meningkatkan
Mereproduksi	Mempolakan	Mengadaptasi	Memaksimalkan	Mendukung	Memperjelas
Meninjau	Memperluas	Menyelidiki	Memerintahakan	Memilih	Memfasilitasi
Memilih	Menyimpulkan	Mengoperasikan	Mengedit	Memproyeksikan	Membentuk
Menyatakan	Meramalkan	Mempersoalkan	Mengaitkan		Merumuskan
Mempelajari	Merangkum	Mengkonsepkan	Memilih		Menggeneralisasi
Mentabulasi	Melaksanakan	Melaksanakan	Mengukur		Menggabungkan
Memberi kode	Menjabarkan	Meramalkan	Melatih		Memadukan
Menelusuri		Memproduksi	Mentransfer		Membatas
Menulis		Memproses			Mereparasi
		Mengaitkan			Menampilkan
		Menyusun			Menyiapkan
		Mensimulasikan			Memproduksi
		Memecahkan			Merangkum
		Melakukan			Merekonstruksi
		Meramalkan			

\*Pedoman diatas merupakan kata intruksional yang bisa dipakai dalam menyusun Sub-CPMK, indikator, dan kriteria penilaian pada RPS

### ANALISIS INSTRUKSIONAL DKV 3 S1





**SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA**  
**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**PROGRAM STUDI S1**

Mata Kuliah	Kode	Rumpun MK	SKS	Semester	Tanggal Penyusunan
DKV 3	SP505	Mata Kuliah Pengetahuan	4	5	17 Februari 2024
<b>Otorisasi</b>		<b>Dosen Pengembang RPS</b>		<b>Ketua Jurusan</b>	
		 Derena Martha Yohanda, M.Ds.		 Dwisanto Sayogo, M.Ds.	
<b>Capaian Pembelajaran</b>	<b>Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)</b>				
	PP5	Menguasai pengetahuan analisis data produk untuk menghasilkan karya iklan komersial yang unik, komunikatif, dan kreatif dalam beragam jenis media periklanan.			
	KU12	Menguasai proses desain dan memulai dengan riset untuk dianalisis guna menemukan solusi-solusi kreatif berbasis DKV.			
<b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b>	<b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b>				
	CPMK-1	1. Menguasai pengetahuan analisis data produk untuk menghasilkan karya iklan komersial yang unik, komunikatif, dan kreatif dalam beragam jenis media periklanan 2. Menguasai proses desain dan memulai dengan riset untuk dianalisis guna menemukan solusi-solusi kreatif berbasis DKV.			
<b>Deskripsi Singkat Mata Kuliah</b>	Mata kuliah ini mempelajari analisis iklan komersial, iklan masyarakat dan cara merancang iklan sesuai dengan metode periklanan dan berkolaborasi dengan industri periklanan.				
<b>Materi Pembelajaran/ Pokok Bahasan</b>	1. Hubungan DKV dengan Iklan 2. <i>Integrated Marketing Communication</i> 3. Karakter Media 4. <i>Media Digital</i> 5. <i>Public Service Announcement</i> 6. Creative Brief 7. Pitching Proposal				
<b>Pustaka</b>	1. Strategi kreatif dalam Periklanan				

<b>Media Pembelajaran</b>	1. Perangkat Lunak : Adobe Illustration dan PowerPoint 2. Perangkat Keras : LCD, Projector, Laptop
<b>Team Teaching</b>	
<b>Mata Kuliah Syarat</b>	DKV 2

<b>MINGGU</b>	<b>SUB CP-MK SEBAGAI KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN</b>	<b>INDIKATOR</b>	<b>KRITERIA DAN BENTUK PENILAIAN</b>	<b>METODE PEMBELAJARAN</b>	<b>MATERI PEMBELAJARAN (PUSTAKA)</b>
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>(C1) Mahasiswa memiliki pengetahuan tentang Periklanan</li> <li>Kontrak perkuliahan</li> </ul>	Mampu menjelaskan tentang jenis-jenis iklan	<p><b>Kriteria:</b> Ketepatan dalam menjelaskan</p> <p><b>Bentuk Penilaian:</b> Melalui diskusi umum seluruh kelas di akhir perkuliahan.</p>	Teori & diskusi  <b>Waktu Perkuliahan:</b> 50 Menit x 4 (SKS)	Kontrak Kuliah
2	(C1) Mahasiswa mampu menjelaskan hubungan antara DKV dan Periklanan.	Kemampuan menjelaskan karakteristik iklan	<p><b>Kriteria:</b> Ketepatan dalam menjelaskan</p> <p><b>Bentuk Penilaian:</b> Melalui diskusi umum seluruh kelas di akhir perkuliahan.</p>	Teori dan diskusi  <b>Waktu Perkuliahan:</b> 50 menit x 4 (SKS)	Rama K - Strategi kreatif dalam Periklanan
3	(C1) Mahasiswa mampu Mengidentifikasi mengenai <i>Integrated Marketing Communication</i>	Mengidentifikasi brand yang menggunakan IMC untuk strategi iklan	<p><b>Kriteria:</b> Ketepatan dalam mengidentifikasi</p> <p><b>Bentuk Penilaian:</b> Tugas mencari brand yang menggunakan</p>	Teori dan Diskusi  <b>Waktu Perkuliahan:</b> 50 menit x 4 (SKS)	Kolaborasi dengan Agency Periklanan

			IMC sebagai strategi iklan		
4	(C1) Mahasiswa mampu Mempelajari strategi yang diterapkan pada Iklan	Kemampuan mempelajari langkah-langkah menyusun strategi pada iklan	<b>Kriteria:</b> Ketepatan dalam merinci dan menafsirkan  <b>Bentuk Penilaian:</b> Melalui diskusi umum seluruh kelas di akhir perkuliahan.	Pemaparan metode-metode pada iklan dan karakteristik media  <b>Waktu Perkuliahan:</b> 50 Menit x 4 (SKS)	Rama K - Strategi kreatif dalam Periklanan
5	(C3) menyusun dan menjabarkan ide untuk membuat strategi periklanan	Kemampuan untuk menjabarkan ide untuk dasar membuat iklan	<b>Kriteria:</b> Kemampuan menggali ide dan menyusun  <b>Bentuk penilaian:</b> Tugas di akhir perkuliahan	Teori, diskusi dan penugasan secara berkelompok.  <b>Waktu Perkuliahan:</b> 50 Menit x 4 (SKS)	Rama K - Strategi kreatif dalam Periklanan
6	(C3) Mahasiswa menjabarkan ide strategi iklan dan analisis iklan	Kemampuan untuk menjabarkan analisis pada iklan	<b>Kriteria:</b> Kemampuan menggali ide dan menyusun  <b>Bentuk penilaian:</b> Presentasi hasil diskusi kelompok	Teori, pemaparan contoh-contoh, diskusi dan penugasan secara berkelompok.  <b>Waktu Perkuliahan:</b> 50 Menit x 4 (SKS)	Rama K - Strategi kreatif dalam Periklanan
7	(C1) Mahasiswa mampu Mengidentifikasi Public Service Announcement	Kemampuan untuk membedakan iklan komersial dan iklan layanan masyarakat	<b>Kriteria:</b> Kemampuan merekonstruksi  <b>Bentuk penilaian:</b> Melalui diskusi umum seluruh kelas di akhir perkuliahan.	Teori, diskusi dan penugasan secara berkelompok.  <b>Waktu Perkuliahan:</b> 50 Menit x 4 (SKS)	Kolaborasi dengan Agency Periklanan

8	<b>Ujian Tengah Semester:</b> (C4) Mahasiswa menganalisis PSA dan Commercial Ads	Kemampuan untuk menjelaskan hasil analisis iklan	<b>Kriteria:</b> Ketepatan dalam menjelaskan  <b>Bentuk Penilaian:</b> Tugas tertulis dan Presentasi	Teori dan diskusi  <b>Waktu Perkuliahan:</b> 50 Menit x 4 (SKS)	Rama K - Strategi kreatif dalam Periklanan
9	(C1) Mahasiswa mampu mempelajari Client Brief	Kemampuan untuk mempelajari materi client brief berdasarkan contoh nyata	<b>Kriteria:</b> Ketepatan dalam mempelajari  <b>Bentuk Penilaian:</b> Melalui diskusi yang diakhiri dengan penyelesaian tugas	Teori, diskusi dan penugasan  <b>Waktu Perkuliahan:</b> 50 Menit x 4 (SKS)	Kolaborasi dengan Agency Periklanan
10-15	(C3) Mahasiswa mampu menyusun proposal untuk pitching dengan client	Kemampuan untuk menyusun proposal	<b>Kriteria</b> Menyusun proposal  <b>Bentuk Penilaian.</b> Melalui diskusi kelompok	Pemaparan dan Diskusi  <b>Waktu Perkuliahan:</b> 50 Menit x 4 (SKS)	Kolaborasi dengan Agency Periklanan
16	(C6) Mampu merancang Produksi Proposal berdasarkan Client Brief	Kemampuan dalam menyelesaikan produksi sehingga dapat diterima client	<b>Kriteria</b> Kemampuan presentasi  <b>Bentuk Penilaian</b> Melalui apresiasi publik	<b>Waktu Perkuliahan:</b> 50 Menit x 4 (SKS)	Kolaborasi dengan Agency Periklanan

**Rencana Evaluasi**

No	Basis Evaluasi	Komponen Evaluasi	Bobot %	Deskripsi
1	Aktivitas Partisipatif	-	10	Aktivitas partisipatif merupakan kehadiran Mahasiswa dalam perkuliahan dari pertemuan ke 1-16.
2	Hasil Proyek	-	15	Hasil proyek berupa analisis mengenai materi periklanan
3	Kognitif/Pengetahuan	Tugas	5	Tugas merupakan praktek yang dihasilkan dari materi kuliah aplikatif, yaitu pada pertemuan ke 11-14.
		Kuis	5	Kuis merupakan respon pemahaman mahasiswa setelah materi kuliah teori diberikan, yaitu Pada pertemuan 2-8.
		Ujian Tengah Semester	20	Ujian Tengah Semester merupakan penjabaran dari analisis strategi periklanan.
		Ujian Akhir Semester	35 (Nilai hasil proyek)	Ujian Akhir Semester merupakan Proposal yang akan direkomendasikan untuk pitching kepada Client