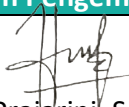
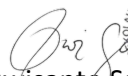




**SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA**  
**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**PROGRAM STUDI S1**

Mata Kuliah	Kode	Rumpun MK	SKS	Semester	Tanggal Penyusunan
Media Sosial Periklanan	SK512	Mata Kuliah Ketrampilan Khusus	3	5	01 September 2023
<b>Otorisasi</b>		<b>Dosen Pengembang RPS</b>		<b>Ketua Jurusan</b>	
		 Dian Prajarini, S.T., M.Eng.		 Dwisanto Sayogo, M.Ds.	
<b>Capaian Pembelajaran</b>	<b>Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)</b>				
	KK12 PP7	1.	Mampu mengoptimalkan potensi media sosial untuk kebutuhan DKV.		
	PP9 S7	2.	Mampu mengidentifikasi, menganalisis, dan merumuskan permasalahan serta mampu memberikan solusi kreatif sesuai bidang DKV dan merealisasikannya guna meningkatkan/ mengembangkan potensi UMKM dan pariwisata.		
		3.	Mampu menguasai pengetahuan teoritis dan praktika tata cara penulisan teks ( <i>copywriting</i> ) sehingga mampu membuat kalimat iklan yang unik, efektif, artistik, dan komunikatif yang digunakan dalam sebuah iklan.		
		4.	Menunjukkan sikap dan perilaku yang sesuai dengan etika profesi.		
	<b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b>				
	KK12, PP7, PP9, S7	Mahasiswa memiliki wawasan pengetahuan media sosial periklanan, mampu mendesain iklan media sosial dengan kata kunci yang tepat berdasarkan studi kasus UMKM sesuai <i>platform</i> media sosial yang digunakan.			
<b>Deskripsi Singkat Mata Kuliah</b>	Mata kuliah Media Sosial Periklanan mempelajari konsep, perencanaan, strategi konten iklan sampai proses post iklan pada media sosial yang tepat secara optimal				
<b>Materi Pembelajaran/</b>	1. Pengantar Media Sosial Periklanan. 2. Jenis Platform Media Sosial.				

<b>Pokok Bahasan</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Jenis konten iklan di Media Sosial.</li> <li>4. Analisis Target Market &amp; Target Audien</li> <li>5. Komponen pada media sosial periklanan</li> <li>6. Strategi konten dan strategi pesan Iklan di Media Sosial</li> <li>7. Strategi Penjadwalan Post Iklan</li> <li>8. Analisis Konten iklan di Media Sosial</li> <li>9. Merancang konten iklan media sosial</li> <li>10. Copywriting untuk caption, hastag, call to action</li> <li>11. Analisis Hasil Post Konten Iklan di Media Sosial</li> </ol>
<b>Pustaka</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Social Media Certification Workbook A Beginner’s Guide to Applying Social Media to Your Business. (HubSpot Academy)</li> <li>2. Instagram Advertising The Essential Guide (HubSpot Academy)</li> <li>3. Instagram for Business 2021 Guide (HubSpot Academy)</li> <li>4. How to Grow Engagement &amp; Create Demand on Facebook (HubSpot Academy)</li> <li>5. Science-Successful-Twitter-Ads (AdsEspresso Hootsuite)</li> <li>6. Tune Up your Social Media Marketing : The Do’s &amp; Don’ts for Success (Dave Sotolotto)</li> <li>7. Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practice. Pearson Education Limited, England. (Chaffey, Dave et al. (2000).)</li> <li>8. Global Changemakers Social Media Toolkit (Mariel Garcia, Gabriela Jaeger)</li> <li>9. Community Engagement and Social Media Best Practices: Virtual Social Media Working Group (Homeland Security)</li> <li>10. The Ultimate Online Business Promotion Guide: Step-by-step Guide on What You Can Do To Promote Your Business On The Internet Right Now (Jomer Gregorio)</li> <li>11. Media Sosial Periklanan – Instagram. (Prajarini, Dian. 2020. Yogyakarta: Deepublish.)</li> </ol>
<b>Media Pembelajaran</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perangkat Lunak : Microsoft Word, Power Point, WhatsApp</li> <li>2. Perangkat Keras : Laptop</li> <li>3. Media Sosial</li> </ol>
<b>Team Teaching</b>	-
<b>Mata Kuliah Syarat</b>	-

MINGGU	SUB CP-MK SEBAGAI KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN	INDIKATOR	KRITERIA DAN BENTUK PENILAIAN	METODE PEMBELAJARAN	MATERI PEMBELAJARAN (PUSTAKA)
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>(C2) Mahasiswa mampu memahami pengertian media sosial</li> <li>Kontrak perkuliahan</li> </ul>	Mampu menjelaskan tentang media sosial dan fungsinya; jenis-jenis media sosial dan segmentasinya	<p><b>Kriteria:</b> Ketepatan dalam menjelaskan</p> <p><b>Bentuk Penilaian:</b> Melalui diskusi umum seluruh kelas di akhir perkuliahan.</p>	<p>Ceramah &amp; diskusi</p> <p><b>Waktu Perkuliahan:</b> 50 Menit x 3 (SKS)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Instagram Advertising The Essential Guide (HubSpot Academy)</li> <li>Instagram for Business 2021 Guide (HubSpot Academy)</li> <li>How to Grow Engagement &amp; Create Demand on Facebook (HubSpot Academy)</li> <li>Science-Successful-Twitter-Ads (AdsEspresso Hootsuite)</li> </ol>
2	(C3) Mahasiswa mampu menentukan target market dan target audien iklan sesuai jenis media sosial	Kemampuan menentukan siapa target market dan target audien iklan sesuai jenis media sosial	<p><b>Kriteria:</b> Ketepatan dalam menentukan dan menganalisis target market dan target audien iklan di media sosial</p> <p><b>Bentuk Penilaian:</b> Diskusi kasus UMKM yang diangkat per kelompok</p>	<p>Pemaparan contoh analisis target market dan target audien iklan di media sosial dan diskusi</p> <p><b>Waktu Perkuliahan:</b> 50 menit x 3 (SKS)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practice. Pearson Education Limited, England. (Chaffey, Dave et al. (2000).)</li> <li>Global Changemakers Social Media Toolkit (Mariel Garcia, Gabriela Jaeger)</li> <li>Social Media Certification Workbook A Beginner's Guide to Applying Social Media to Your Business. (HubSpot Academy)</li> <li>Media Sosial Periklanan – Instagram. (Prajarini, Dian. 2020. Yogyakarta: Deepublish.)</li> </ol>
3	(C4) Mahasiswa menelaah menelaah strategi konten,	Kemampuan untuk menjelaskan hasil telaah temuan	<p><b>Kriteria:</b> Kemampuan merangkum dan</p>	<p>Pemaparan jenis-jenis strategi konten, strategi pesan iklan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practice. Pearson Education Limited,</li> </ol>

	strategi pesan iklan, strategi penjadwalan post konten iklan di media sosial	komponen penyusun konten iklan di media sosial, serta menjelaskan pemilihan waktu posting iklan di media sosial yang efektif	menjelaskan jenis-jenis strategi konten, strategi pesan iklan dan strategi penjadwalan post konten di media sosial  <b>Bentuk penilaian:</b> Kuis dan Tugas analisa	di media sosial dan diskusi  <b>Waktu Perkuliahan:</b> 50 Menit x 3 (SKS)	England. (Chaffey, Dave et al. (2000).) 2. Global Changemakers Social Media Toolkit (Mariel Garcia, Gabriela Jaeger) 3. Social Media Certification Workbook A Beginner's Guide to Applying Social Media to Your Business. (HubSpot Academy)
4	(C4) Mahasiswa mampu menganalisis permasalahan pemasaran <i>online</i> UMKM, menentukan konsep konten iklan UMKM	Kemampuan menjabarkan permasalahan pemasaran <i>online</i> UMKM, menjabarkan konsep konten iklan UMKM di media sosial sesuai target audien	<b>Kriteria:</b> Ketepatan dalam menjabarkan permasalahan pemasaran <i>online</i> UMKM, menjabarkan konsep konten iklan UMKM di media sosial sesuai target audien  <b>Bentuk Penilaian:</b> Diskusi kasus UMKM yang diangkat per kelompok	Pemaparan contoh analisis permasalahan pemasaran <i>online</i> UMKM, konsep konten iklan UMKM di media sosial sesuai target audien  <b>Waktu Perkuliahan:</b> 50 menit x 3 (SKS)	1. Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practice. Pearson Education Limited, England. (Chaffey, Dave et al. (2000).) 2. Global Changemakers Social Media Toolkit (Mariel Garcia, Gabriela Jaeger) 3. Social Media Certification Workbook A Beginner's Guide to Applying Social Media to Your Business. (HubSpot Academy) 4. Media Sosial Periklanan – Instagram. (Prajarini, Dian. 2020. Yogyakarta: Deepublish.)
5 - 7	(C6) Mahasiswa mampu merancang konten iklan media sosial tahap 1	Kemampuan untuk merancang konten visual, menyusun caption & call to action serta hashtag iklan media sosial UMKM	<b>Kriteria</b> Kemampuan memvisualisasikan rancangan konten, menyusun caption & call to action serta hashtag iklan media sosial UMKM	Praktik dan pendampingan  <b>Waktu Perkuliahan:</b> 3 x 50 Menit x 3 (SKS)	1. Instagram Advertising The Essential Guide (HubSpot Academy) 2. Instagram for Business 2021 Guide (HubSpot Academy)

			<b>Bentuk penilaian</b> Melalui praktik		<ol style="list-style-type: none"> <li>3. How to Grow Engagement &amp; Create Demand on Facebook (HubSpot Academy)</li> <li>4. Science-Successful-Twitter-Ads (AdsEspresso Hootsuite)</li> <li>5. Tune Up your Social Media Marketing : The Do's &amp; Don'ts for Success (Dave Sotolotto)</li> </ol>
8	(C6) Mahasiswa mampu menghubungkan hasil rancangan konten iklan tahap 1 ke media sosial	Kemampuan dalam mengunggah desain iklan ke media sosial UMKM	<p><b>Kriteria</b> Kemampuan mengunggah karya desain iklan ke media sosial UMKM tepat waktu sesuai jadwal yang ditetapkan</p> <p><b>Bentuk Penilaian</b> Pengecekan melalui akses ke akun media sosial UMKM</p>	<p>Praktek, dan Pendampingan</p> <p><b>Waktu Perkuliahan:</b> 50 Menit x 3 (SKS)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hasil rancangan iklan UMKM beserta caption, hastag dan call to action yang telah dibuat mahasiswa</li> </ol>
9 – 10	(C6) Mahasiswa mampu mengoreksi hasil konten iklan tahap 1 yang sudah diunggah di media sosial	Mampu menjelaskan hasil evaluasi dan mengoreksi hasil konten iklan yang sudah diunggah di media sosial	<p><b>Kriteria:</b> Kemampuan menjelaskan hasil evaluasi dan mengoreksi hasil konten iklan yang sudah diunggah di media sosial</p> <p><b>Bentuk Penilaian:</b> Melalui diskusi umum seluruh kelas di akhir perkuliahan.</p>	<p>Ceramah dan diskusi</p> <p><b>Waktu Perkuliahan:</b> 2 x 50 menit x 3 (SKS)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hasil rancangan iklan UMKM beserta caption, hastag dan call to action yang telah dibuat mahasiswa</li> </ol>

11 - 14	(C6) Mahasiswa mampu merancang konten iklan media sosial tahap 2 sesuai hasil koreksi terhadap unggahan tahap 1	Kemampuan untuk merancang konten visual, menyusun caption & call to action serta hashtag iklan media sosial UMKM	<p><b>Kriteria</b> Kemampuan memvisualisasikan rancangan konten, menyusun caption &amp; call to action serta hashtag iklan media sosial UMKM</p> <p><b>Bentuk penilaian</b> Melalui praktik</p>	<p>Praktik dan pendampingan</p> <p><b>Waktu Perkuliahan:</b> 4 x 50 Menit x 3 (SKS)</p>	<p>6. Instagram Advertising The Essential Guide (HubSpot Academy)</p> <p>7. Instagram for Business 2021 Guide (HubSpot Academy)</p> <p>8. How to Grow Engagement &amp; Create Demand on Facebook (HubSpot Academy)</p> <p>9. Science-Successful-Twitter-Ads (AdsEspresso Hootsuite)</p> <p>Tune Up your Social Media Marketing : The Do's &amp; Don'ts for Success (Dave Sotolotto)</p>
15	(C6) Mahasiswa mampu menghubungkan hasil rancangan konten iklan tahap 2 ke media sosial	Kemampuan dalam mengunggah desain iklan ke media sosial UMKM	<p><b>Kriteria</b> Kemampuan mengunggah karya desain iklan ke media sosial UMKM tepat waktu sesuai jadwal yang ditetapkan</p> <p><b>Bentuk Penilaian</b> Pengecekan melalui akses ke akun media sosial UMKM</p>	<p>Praktek, dan Pendampingan</p> <p><b>Waktu Perkuliahan:</b> 50 Menit x 3 (SKS)</p>	10. Hasil rancangan iklan UMKM beserta caption, hastag dan call to action yang telah dibuat mahasiswa
16	<p><b>Ujian Akhir Semester:</b></p> <p>(C6) Mahasiswa mampu merangkum hasil analisis pengaruh hasil rancangan iklan yang telah dipost di media sosial UMKM</p>	Kemampuan dalam merangkum hasil analisis sebelum dan sesudah unggahan iklan di media sosial UMKM dalam sebuah laporan	<p><b>Kriteria</b> Kemampuan merangkum dan menyimpulkan</p> <p><b>Bentuk Penilaian</b> Melalui laporan analisis</p>	<p>Project based assignmet</p> <p><b>Waktu Perkuliahan:</b> 50 Menit x 3 (SKS)</p>	