

**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)

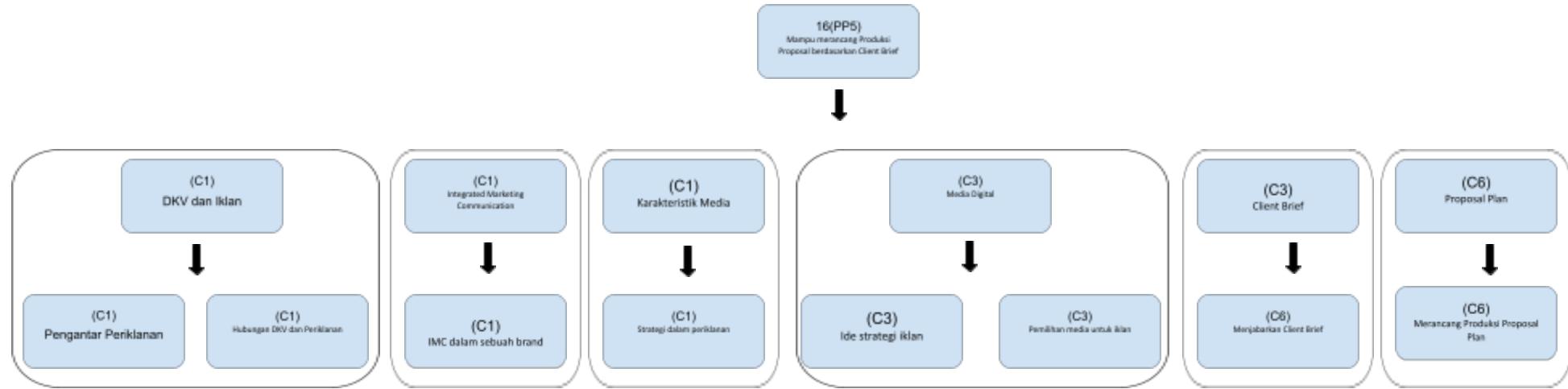
*Sumber: CPL STSRD VISI, bisa dilihat di bit.ly/rps-visi

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
Memberi indeks	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	Membagangkan	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	Memerintahkan	Memilih	Memfasilitasi
Memilih	Menyimpulkan	Mengoperasikan	Mengedit	Memproyeksikan	Membentuk
Menyatakan	Meramalkan	Mempersoalkan	Mengaitkan		Merumuskan
Mempelajari	Merangkum	Mengkonsepkan	Memilih		Menggeneralisasi
Mentabulasi	Menjabarkan	Melaksanakan	Mengukur		Menggabungkan
Memberi kode		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 penilian pada RPS

ANALISIS INSTRUKSIONAL DVK 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	1 September 2024				
Otorisasi		Dosen Pengembang RPS			Ketua Jurusan				
		 Derena Martha Yohanda, M.Ds.			 Dwisanto Sayogo, M.Ds.				
Capaian Pembelajaran	Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)								
	PP5 KU12	Menguasai pengetahuan analisis data produk untuk menghasilkan karya iklan komersial yang unik, komunikatif, dan kreatif dalam beragam jenis media periklanan. Menguasai proses desain dan memulai dengan riset untuk dianalisis guna menemukan solusi-solusi kreatif berbasis DKV.							
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)									
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.							
Deskripsi Singkat Mata Kuliah	Mata kuliah DKV 3 mempelajari analisis iklan komersial, iklan masyarakat dan cara merancang iklan sesuai dengan metode periklanan dan berkolaborasi dengan industri periklanan. Disajikan untuk mahasiswa semester 5 di Prodi S1 Desain Komunikasi Visual. Metode pembelajaran teori dan praktikum.								
Materi Pembelajaran/ Pokok Bahasan	<ol style="list-style-type: none">Pengantar PeriklananKomunikasi Periklanan & MarketingJenis-Jenis PeriklananEtika PeriklananRiset PeriklananAnalisis Target Pasar & Audience SegmentationCopywriting & Visual dalam PeriklananPerencanaan Media: ATL, TTL, BTL								

	9. Strategi Kreatif dalam Visual Iklan 10. Output Iklan Beragam Media
Pustaka	1. Terance A. Shimp. 2003. Periklanan Promosi edisi 5. Jakarta: Erlangga 2. Sandra Moriarty dkk. 2011. Advertising edisi 8. Jakarta: Prenadamedia
Media Pembelajaran	1. Perangkat Lunak : Adobe Illustration, PowerPoint dan Google Slide 2. Perangkat Keras : LCD, Projector, Laptop
Team Teaching	-
Mata Kuliah Syarat	DKV 2

MING GU	SUB CP-MK SEBAGAI KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN	INDIKATOR	KRITERIA DAN BENTUK PENILAIAN	METODE PEMBELAJARAN	MATERI PEMBELAJARAN (PUSTAKA)	Bobot Nilai
1-2	<ul style="list-style-type: none"> • Mahasiswa memiliki pengetahuan tentang Periklanan • Pengantar iklan • Kontrak perkuliahan 	Ketepatan dalam memahami lingkup kegiatan dan materi mata kuliah DKV 3 dan luaran-luaran dari DKV 3	Kriteria: Ketepatan dalam menjelaskan Bentuk Penilaian: Diskusi <i>non test</i>	MP: Small Group Discussion TM: [2x4x50"]	Materi Pembelajaran: <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengantar Periklanan 2. Rencana Perkuliahinan dalam 1 semester 3. Kontrak Kuliah Pustaka:	
3	Mahasiswa mampu mempelajari Komunikasi Periklanan & Marketing.	Kemampuan mengidentifikasi peran komunikasi dalam pemasaran	Kriteria: Ketepatan dalam menjelaskan Bentuk Penilaian: Tes Formatif	MP: Small Group Discussion TM: [1x4x50"]	Materi Pembelajaran: <ol style="list-style-type: none"> 1. Proses komunikasi dalam periklanan 2. Hubungan antara periklanan, promosi dan Desain Komunikasi Visual 3. Hambatan dalam komunikasi periklanan Pustaka:	

					Sandra Moriarty dkk. 2011. Advertising edisi 8. Jakarta: Prenadamedia	
4	Mahasiswa mampu Mengidentifikasi mengenai Jenis-Jenis Periklanan	Mengidentifikasi dan mengklasifikasikan jenis iklan dan memahami penerapannya.	<p>Kriteria: Ketepatan dalam mengidentifikasi</p> <p>Bentuk Penilaian: Tes Formatif</p>	<p>MP: Small Group Discussion</p> <p>TM: [1x4x50"]</p>	<p>Materi Pembelajaran:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis-jenis periklanan: komersial, non-komersial, advertorial, dll 2. Periklanan produk, jasa, dan layanan masyarakat <p>Pustaka:</p> <p>Sandra Moriarty dkk. 2011. Advertising edisi 8. Jakarta: Prenadamedia</p>	
5	Mahasiswa mampu Mempelajari Etika Periklanan	Kemampuan mempelajari dan mengevaluasi iklan dari segi etika dan hukum	<p>Kriteria: Ketepatan dalam mengidentifikasi</p> <p>Bentuk Penilaian: Tes Formatif</p>	<p>MP: Small Group Discussion</p> <p>TM: [1x4x50"]</p>	<p>Materi Pembelajaran:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Etika dalam pembuatan iklan 2. Contoh kasus iklan yang melanggar etika 3. Hukum dan regulasi dalam periklanan 4. Kritik Periklanan <p>Pustaka:</p> <p>Sandra Moriarty dkk. 2011. Advertising edisi 8. Jakarta: Prenadamedia</p>	
6	Mahasiswa mampu menyusun dan menjabarkan ide untuk membuat strategi periklanan (Riset Periklanan)	Kemampuan untuk menjabarkan ide untuk dasar membuat iklan dan pentingnya riset dalam periklanan	<p>Kriteria: Ketepatan dalam menjabarkan</p> <p>Bentuk Penilaian: Tes Formatif</p>	<p>MP: Small Group Discussion</p> <p>TM: [1x4x50"]</p>	<p>Materi Pembelajaran:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pentingnya riset dalam periklanan 2. Metode riset periklanan: kualitatif 	

					<p>3. Menjabarkan ide</p> <p>Pustaka:</p> <p>Sandra Moriarty dkk. 2011. Advertising edisi 8. Jakarta: Prenadamedia</p>	
7	Ujian Tengah Semester: Brand Overview dari UMKM yang dipilih serta Produk.	Ketepatan dalam memahami soal yang terdiri dari materi minggu 1 sampai ke 6	<p>Kriteria: Ketepatan dalam menjawab soal</p> <p>Bentuk Penilaian: Laporan</p>	<p>MP: Collaborative Learning</p> <p>TM: [1x4x50"]</p>	<p>Materi Pembelajaran:</p> <p>Pustaka:</p> <p>Sandra Moriarty dkk. 2011. Advertising edisi 8. Jakarta: Prenadamedia</p>	
8	Mahasiswa mampu menganalisis Target Pasar & Audience Segmentation	Kemampuan dalam mengidentifikasi karakteristik target pasar dan segmentasi	<p>Kriteria: Ketepatan dalam mengidentifikasi</p> <p>Bentuk Penilaian: Tes Formatif</p>	<p>MP: Small Group Discussion</p> <p>TM: [1x4x50"]</p>	<p>Materi Pembelajaran:</p> <ol style="list-style-type: none"> Demografi, psikografi, dan geografis target pasar Segmentasi pasar dan audience dalam periklanan Analisis Consumer Journey Brand Positioning dan Brand Personality <p>Pustaka:</p> <p>Sandra Moriarty dkk. 2011. Advertising edisi 8. Jakarta: Prenadamedia</p>	
9	Mahasiswa mampu mempelajari Copywriting & Visual dalam Periklanan	Kemampuan membuat naskah iklan yang mendukung visual	<p>Kriteria: Ketepatan dalam menjabarkan</p> <p>Bentuk Penilaian: Tes Formatif</p>	<p>MP: Small Group Discussion</p> <p>TM: [1x4x50"]</p>	<p>Materi Pembelajaran:</p> <ol style="list-style-type: none"> Key Message Prinsip copywriting dan peran visual dalam iklan Kombinasi teks dan visual yang efektif <p>Pustaka:</p>	

					Sandra Moriarty dkk. 2011. Advertising edisi 8. Jakarta: Prenadamedia	
10	Mahasiswa mampu menyusun perencanaan Media: ATL, TTL, BTL	Kemampuan untuk menyusun media yang tepat untuk kampanye iklan.	<p>Kriteria: Ketepatan dalam mengidentifikasi</p> <p>Bentuk Penilaian: Tes Formatif</p>	<p>MP: Small Group Discussion</p> <p>TM: [1x4x50"]</p>	<p>Materi Pembelajaran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Above The Line (ATL): TV, radio, media cetak - Through The Line (TTL): digital, media sosial, integratif - Below The Line (BTL): direct marketing, event, sponsorship <p>Pustaka:</p> <p>Sandra Moriarty dkk. 2011. Advertising edisi 8. Jakarta: Prenadamedia</p>	
11	Mahasiswa mampu menyusun Strategi Kreatif dalam Visual Iklan	Kemampuan untuk mengembangkan strategi kreatif untuk kampanye iklan.	<p>Kriteria Ketepatan dalam menyusun</p> <p>Bentuk Penilaian. Tes Formatif</p>	<p>MP: Small Group Discussion</p> <p>TM: [1x4x50"]</p>	<p>Materi Pembelajaran:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proses brainstorming, pengembangan ide dan Moodboarding - Penggunaan riset untuk strategi kreatif - Merancang kampanye iklan berdasarkan target pasar <p>Pustaka:</p> <p>Sandra Moriarty dkk. 2011. Advertising edisi 8. Jakarta: Prenadamedia</p>	

12	Mahasiswa mampu menganalisis output Iklan Beragam Media	Kemampuan untuk menganalisis output iklan beragam media	Kriteria Ketepatan dalam menganalisis Bentuk Penilaian. Tes Formatif	MP: Small Group Discussion TM: [1x4x50"]	Materi Pembelajaran: <ul style="list-style-type: none"> - Pembuatan iklan yang dapat diadaptasi untuk berbagai media (ATL, TTL,BTL) - Menyesuaikan konten iklan untuk televisi, media cetak, radio, dan digital Pustaka: Sandra Moriarty dkk. 2011. Advertising edisi 8. Jakarta: Prenadamedia	
13	Mahasiswa mampu merancang Specimen Book	Kemampuan dalam menyelesaikan produksi sehingga dapat diterima client	Kriteria Ketepatan dalam merancang Bentuk Penilaian. Laporan	MP: Project Based Learning TM: [1x4x50"]	Materi Pembelajaran: Pustaka:	
14-15	Mampu merancang iklan yang siap diterapkan di beberapa platform media	Kemampuan dalam menyelesaikan produksi sehingga dapat diterima client	Kriteria Ketepatan dalam merancang Bentuk Penilaian Laporan	MP: Project Based Learning TM: [2x4x50"]	Materi Pembelajaran: Pustaka:	

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 2-7.
		Ujian Tengah Semester	20	Ujian Tengah Semester merupakan penjabaran dari analisis strategi periklanan.
		Ujian Akhir Semester	35 (Nilai hasil proyek)	Ujian Akhir Semester merupakan merancang iklan yang siap diterapkan di beberapa platform media.