

**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 kreatif berbasis DKV (KU12)

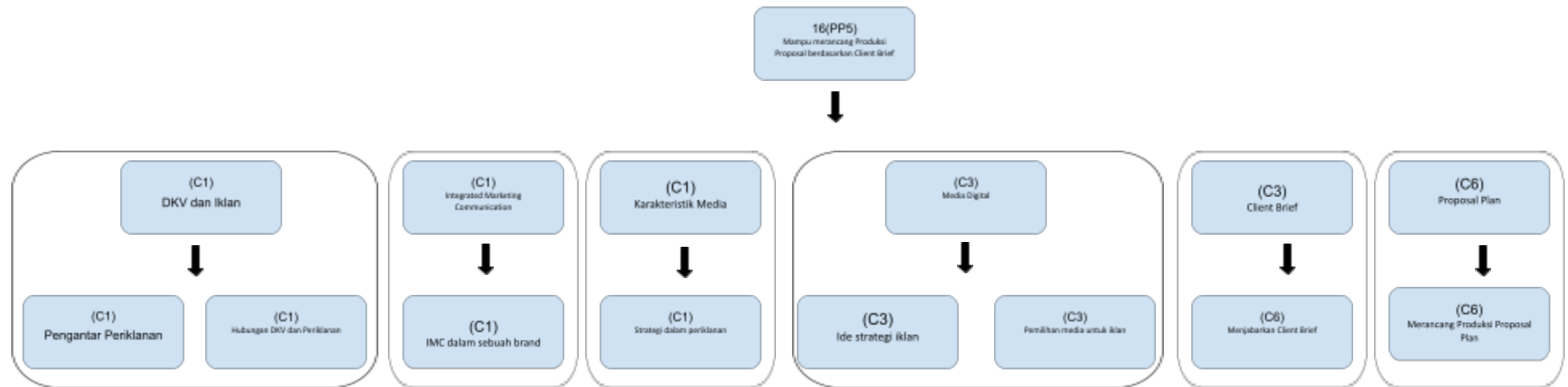
*Sumber: CPL STSRD VISI, bisa dilihat di bit.ly/rps-visi

PEDOMAN KATA KERJA OPERASIONAL LEVEL KOGNITIF (Suplemen)

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

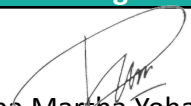

*Pedoman diatas merupakan kata intruksional yang bisa dipakai dalam menyusun Sub-CPMK, indikator, dan kriteria penilaian pada RPS

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	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	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.			
	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">1. Pengantar Periklanan2. Komunikasi Periklanan & Marketing3. Jenis-Jenis Periklanan4. Etika Periklanan5. Riset Periklanan6. Analisis Target Pasar & Audience Segmentation7. Copywriting & Visual dalam Periklanan8. Perencanaan 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"> Pengantar Periklanan Rencana Perkuliahan dalam 1 semester 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"> Proses komunikasi dalam periklanan Hubungan antara periklanan, promosi dan Desain Komunikasi Visual 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.	Kriteria: Ketepatan dalam mengidentifikasi Bentuk Penilaian: Tes Formatif	MP: Small Group Discussion TM: [1x4x50"]	Materi Pembelajaran: 1. Jenis-jenis periklanan: komersial, non-komersial, advertorial, dll 2. Periklanan produk, jasa, dan layanan masyarakat Pustaka: Sandra Moriarty dkk. 2011. Advertising edisi 8. Jakarta: Prenadamedia	
5	Mahasiswa mampu Mempelajari Etika Periklanan	Kemampuan mempelajari dan mengevaluasi iklan dari segi etika dan hukum	Kriteria: Ketepatan dalam mengidentifikasi Bentuk Penilaian: Tes Formatif	MP: Small Group Discussion TM: [1x4x50"]	Materi Pembelajaran: 1. Etika dalam pembuatan iklan 2. Contoh kasus iklan yang melanggar etika 3. Hukum dan regulasi dalam periklanan 4. Kritik Periklanan Pustaka: Sandra Moriarty dkk. 2011. Advertising edisi 8. Jakarta: Prenadamedia	
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	Kriteria: Ketepatan dalam menjabarkan Bentuk Penilaian: Tes Formatif	MP: Small Group Discussion TM: [1x4x50"]	Materi Pembelajaran: 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	<p>Ujian Tengah Semester: Brand Overview dari UMKM yang dipilih serta Produk.</p>	<p>Ketepatan dalam memahami soal yang terdiri dari materi minggu 1 sampai ke 6</p>	<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	<p>Mahasiswa mampu menganalisis Target Pasar & Audience Segmentation</p>	<p>Kemampuan dalam mengidentifikasi karakteristik target pasar dan segmentasi</p>	<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. Demografi, psikografi, dan geografis target pasar 2. Segmentasi pasar dan audience dalam periklanan 3. Analisis Consumer Journey 4. Brand Positioning dan Brand Personality <p>Pustaka:</p> <p>Sandra Moriarty dkk. 2011. Advertising edisi 8. Jakarta: Prenadamedia</p>	
9	<p>Mahasiswa mampu mempelajari Copywriting & Visual dalam Periklanan</p>	<p>Kemampuan membuat naskah iklan yang mendukung visual</p>	<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. Key Message 2. Prinsip copywriting dan peran visual dalam iklan 3. 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.	Kriteria: Ketepatan dalam mengidentifikasi Bentuk Penilaian: Tes Formatif	MP: Small Group Discussion TM: [1x4x50"]	Materi Pembelajaran: <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 Pustaka: Sandra Moriarty dkk. 2011. Advertising edisi 8. Jakarta: Prenadamedia	
11	Mahasiswa mampu menyusun Strategi Kreatif dalam Visual Iklan	Kemampuan untuk mengembangkan strategi kreatif untuk kampanye iklan.	Kriteria Ketepatan dalam menyusun Bentuk Penilaian. Tes Formatif	MP: Small Group Discussion TM: [1x4x50"]	Materi Pembelajaran: <ul style="list-style-type: none"> - Proses brainstorming, pengembangan ide dan Moodboarding - Penggunaan riset untuk strategi kreatif - Merancang kampanye iklan berdasarkan target pasar - Pustaka: Sandra Moriarty dkk. 2011. Advertising edisi 8. Jakarta: Prenadamedia	

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.