

	SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA
	KONTRAK KULIAH
	SEMESTER GANJIL TA. 2023 / 2024

A. DATA UMUM

1. Program Studi : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL A / Jenjang S1
2. Nama Mata Kuliah / : Penulisan Teks / Kode SP 509
3. Semester / SKS : 5 / 2 SKS
4. Jenis Mata Kuliah : Pilihan
5. Mata Kuliah (MK) Prasyarat :
 - Syarat mengikuti MK ini minimal nilai D pada MK. -
 - MK ini merupakan MK prasyarat untuk mengambil MK. KP
 - Untuk bisa mengambil MK prasyarat nilai minimal D
6. Kode Kelas : A- / B- / ~~C- / D~~ * *lingkari sesuai kelas
7. Hari / Jam : Senin / Jam 14.40 – 16.20 WIB
8. Ruang : R. 1.1

B. KETENTUAN UMUM PERKULIAHAN

1. Dosen dan Mahasiswa wajib hadir di seluruh pertemuan tepat waktu sesuai jadwal.
2. Pada pertemuan perkuliahan wajib berpakaian rapi dan sopan.
3. Dilarang merokok, makan/minum pada saat perkuliahan online.
4. Mengusahakan suasana tenang selama perkuliahan berlangsung.
5. Ketentuan untuk Mahasiswa:
 - a. Mahasiswa wajib hadir tepat waktu sesuai jadwal.
 - b. Jika mengalami keterlambatan wajib mengkonfirmasi kepada dosen
6. Ketentuan Umum Dosen
 - a. Dosen wajib datang mengajar tepat waktu sesuai jadwal.
 - b. Toleransi keterlambatan dosen tanpa keterangan adalah 20 menit.
 - c. Dosen terlambat lebih dari 20 menit tanpa keterangan, maka kelas bisa dinyatakan kosong (tidak ada perkuliahan) oleh BAAK dan dosen wajib mengganti kelas kosong tersebut di waktu lain.
 - d. Dalam setiap pertemuan perkuliahan dilaksanakan, dosen wajib mengabsen mahasiswa serta mengisi dan menandatangani Lembar Acara Pengajaran.
 - e. Mahasiswa (diwakili) wajib menandatangani Lembar Acara Pengajaran.

C. KEHADIRAN MAHASISWA

1. Mahasiswa wajib hadir kuliah minimal 75% dari total perkuliahan .
2. Mahasiswa hadir kurang dari 75% tidak terdaftar sebagai peserta Ujian Akhir Semester (UAS).
3. Jika mahasiswa berhalangan hadir harus mengirimkan surat ijin / keterangan ketidakhadirannya ke WA BAAK untuk ditujukan ke dosen yang bersangkutan.
4. Dosen berhak menilai relevansi surat ijin / keterangan ketidakhadiran tersebut.
5. Ketidakhadiran dengan surat ijin / keterangan maksimal 2 kali tidak dihitung dalam perhitungan rekap kehadiran 75%.
6. Mahasiswa berhalangan hadir tanpa mengajukan surat ijin / keterangan ketidakhadiran, dinyatakan bolos kuliah.

D. KOMPETENSI AKHIR MATA KULIAH

Mahasiswa mampu menerapkan pemahaman tentang penulisan teks. Mahasiswa mampu membuat kalimat penulisan teks/copy writing.

E. PENUGASAN MATA KULIAH

1. Jumlah Tugas Personal : 2
2. Bentuk : ~~Makalah / Karya / Presentasi / Lainnya~~ (Kalimat Iklan)
3. Jumlah Tugas Kelompok : -
4. Bentuk : Makalah / Karya / Presentasi /
5. Ketentuan :
 - a. Tugas Personal adalah tugas yang dikerjakan mahasiswa secara individu.
 - b. Tugas Kelompok adalah tugas yang dikerjakan mahasiswa secara berkelompok.
 - c. Mahasiswa wajib mengumpulkan tugas sesuai standar kualitas dan kuantitas penugasan serta tepat waktu sesuai waktu pengumpulan tugas yang telah ditentukan oleh dosen.
 - d. Dosen wajib memberikan evaluasi/masukan serta penilaian yang objektif atas karya tugas yang dikerjakan mahasiswa.
 - e. Dosen wajib memberikan tanggapan balik yang positif terhadap mahasiswa.
 - f. Dosen berhak memberikan sanksi / toleransi terhadap setiap keterlambatan pengumpulan tugas mahasiswa.
 - g. Karya tugas yang memenuhi syarat bisa dikoleksi lembaga untuk tujuan evaluasi, pengembangan pendidikan dan kepentingan lembaga lainnya.

- h. Karya tugas (fisik) mahasiswa yang tidak terkoleksi wajib dikembalikan kepada mahasiswa. Waktu pengembalian karya dibuat dan dikoordinasi oleh dosen paling lambat 1 minggu setelah nilai mata kuliah dikeluarkan.
- i. Mahasiswa wajib mengambil kembali karya tugas (fisik) tidak terkoleksi sesuai jadwal pengembalian tugas tersebut. Jika karya tidak diambil, maka diluar tanggung jawab dosen dan lembaga.

F. UTS/UAS dan PENILAIAN

1. Ujian Tengah Semester (UTS) dan Ujian Akhir Semester (UAS)

- a. Ujian Tengah Semester (UTS) dan Ujian Akhir Semester (UAS) dilaksanakan sesuai jadwal dalam Kalender Akademik yang berlaku.
- b. Dosen wajib menyerahkan soal UTS / UAS ke BAAK paling lambat satu minggu sebelum pelaksanaan ujian.
- c. Pengumuman nilai akhir semester disampaikan maksimal 1 (satu) minggu setelah pelaksanaan UAS dari masing-masing mata kuliah.
- d. Jika sampai batas waktu 1 (satu) minggu dari pelaksanaan UAS belum ada pengumuman nilai akhir semester dari dosen pengampu, maka pihak akademik secara otomatis akan memberi nilai minimal B pada seluruh mahasiswa yang mengambil mata kuliah tersebut.
- e. Revisi nilai akhir semester dilaksanakan maksimal 1 (satu) minggu setelah pengumuman nilai akhir semester.
- f. Mahasiswa berhak mengkonfirmasi balik hasil capaian nilai akhir yang diperolehnya maksimal satu minggu dari nilai dikeluarkan.

2. Pembobotan Nilai Akhir Semester

a. Pembobotan Nilai:

No	Komponen Penilaian	Bobot (%)
1	Nilai Rerata Tugas Harian	40 %
2	Nilai Ujian Tengah Semester	20 %
3	Nilai Ujian Akhir Semester	30 %
4	Lain-lain (Presensi, partisipasi aktif dan perilaku mahasiswa dalam perkuliahan)	10 %
Jumlah		100

b. Standar Nilai

INTERVAL NILAI ANGKA	NILAI HURUF MUTU	EKUIVALEN DENGAN NILAI MUTU
80 – 100	A	4
70 – 79	B	3
60 – 69	C	2
51 – 59	D	1
0 – 49	E	0
Nilai ditunda	T	

Keterangan:

- 1) Nilai D tidak lulus namun diperbolehkan mengambil mata kuliah prasyarat berikutnya.
- 2) Nilai E tidak lulus. Mahasiswa tidak diperbolehkan mengambil mata kuliah prasyarat.
- 3) Nilai T adalah nilai Tertunda artinya belum bisa dikeluarkan. Mahasiswa mendapat nilai T wajib segera menghubungi dosen. Apabila sampai batas waktu 3 (tiga) hari setelah nilai dikeluarkan mahasiswa tidak menghubungi dosen bersangkutan. maka dosen berhak memberikan nilai apa adanya, dan mahasiswa tidak bisa komplain terhadap nilai yang sudah dikeluarkan.
- 4) Pada transkrip nilai akhir mahasiswa wajib lulus semua mata kuliah dengan nilai minimal C.

G. PERKULIAHAN.

Setiap dosen wajib menyusun Rencana Pembelajaran Semester (RPS) yang disampaikan kepada mahasiswa di awal pertemuan perkuliahan.

Evaluasi perkuliahan dilakukan pada minggu ke 12-15. Setiap mahasiswa wajib melakukan evaluasi mata kuliah melalui form/media yang telah disediakan lembaga.

H. PENUTUP

Demikian Kontrak Kuliah ini dibuat dengan kesepakatan antara PIHAK I (Mahasiswa), PIHAK II (Dosen Pengampu Mata Kuliah), dan PIHAK III (Lembaga/KPS DKV).

Kontrak Kuliah ini wajib disampaikan oleh PIHAK II kepada PIHAK I pada awal pertemuan perkuliahan. Setelah ditandatangani oleh PIHAK I dan PIHAK II, BAAK menyerahkan Kontrak Kuliah ini ke KPS untuk ditandatangani mewakili lembaga.

Kontrak Kuliah ini dinyatakan sah dan mengikat setelah ditandatangani oleh PIHAK I, PIHAK II dan PIHAK III. yang diwakili oleh Ketua Program Studi DKV STSRD VISI.

PIHAK I Wakil Mahasiswa Tanggal : 17 September 2024	PIHAK II Dosen Pengampu Tanggal : 17 September 2024	PIHAK III Ketua Jurusan Studi DKV Tanggal: 17 Februari 2024
 <u>M. Afiq Murlawa</u> NIM. 11221038	 <u>Katrin Nur Nafi'ah I, M. Pd</u> NIK. 23063126	 <u>Dwisanto Sayogo, M.Ds</u> NIK.

*** Kontrak Kuliah ini wajib diserahkan ke BAAK dilampiri dengan RPS.

Rencana Perkuliahan **Penulisan Teks**

DKV/S-1/STSRD VISI – 2024

Semester : V (lima) / Gasal 2023/2024

SKS : 2 (dua)

Jadwal : Kelas A Senin/jam 13.00 – 14.40 (Ruang 1.1); Kelas B Senin/jam 14.40 – 16.20 (Ruang 1.1)

Dosen Pengampu : P. Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn.; Katrin Nur Nafi'ah, M.Pd.

Deskripsi Mata Kuliah:

Mata kuliah penulisan teks merupakan mata kuliah yang menjadi inti bagi seorang penulis teks (naskah) untuk memproduksi ide kreatif pesan komunikasi, baik untuk periklanan ataupun komunikasi lainnya dalam berbagai media. Mata kuliah ini menggali kreativitas dan *skill* berdasarkan konsep pesan komunikasi dan kampanye komunikasi, sehingga aspek yang dibahas meliputi unsur-unsur kreatif dan kemampuan analisis komunikasi pesan bagi *target audience*.

Tujuan Mata Kuliah:

Mata kuliah ini memberikan materi berupa konsep penyusunan pesan komunikasi berbasis *audience wants* dan *needs*. Disamping itu mahasiswa juga diarahkan untuk dapat menyusun *copy platform* sebagai landasan dalam mengeksekusi naskah komunikasi.

Tujuan Instruksional Khusus:

1. Mahasiswa dapat mengeksplorasi produk baik fisik dan non fisik.
2. Mahasiswa mampu mengidentifikasi *audience's wants* dan *needs*.
3. Mahasiswa dapat merangkai dua aspek tersebut untuk membuat ide kreatif naskah.
4. Mahasiswa dapat merancang *copy platform* untuk pembuatan naskah pesan komunikasi.
5. Mahasiswa dapat mengeksekusi *copy platform*.

No.	Tanggal	Materi	Kegiatan/Tugas/Quiz
1.	23/9/24	Penjelasan Silabus Pengantar: Pengenalan <i>copywriting</i> : definisi, jenis, <i>copywriting</i> dan <i>content writing</i> .	
2.	30/9/24	Mengenali Audiens: <i>Target persona</i> , identifikasi audiens, pendekatan psikologi dalam <i>copywriting</i> .	
3.	7/10/24	Teknis Penulisan <i>Headline</i> : Peran dan jenis <i>headline</i> , <i>headline</i> yang efektif.	
4.	14/10/24	Struktur <i>copywriting</i> yang Efektif: Struktur dasar <i>copywriting</i> , elemen <i>copywriting</i> .	Latihan membuat draft struktur <i>copywriting</i>
5.	21/10/24	Membangun Emosi dalam <i>Copywriting</i> : Peran emosi dalam persuasi, teknik <i>storytelling</i> dalam <i>copywriting</i> .	
6.	28/10/24	Penulisan <i>copy</i> untuk Media Sosial: Karakteristik <i>copywriting</i> untuk platform media sosial, menyesuaikan nada dan gaya untuk berbagai platform media sosial, teknik <i>storytelling</i> mikro.	Latihan menulis <i>caption</i> dan <i>posting</i> -an media sosial yang efektif
7.	4/11/24	<i>Copywriting</i> untuk <i>Landing Page</i> : Apa itu <i>landing page</i> dan perannya, elemen <i>copywriting</i> dalam <i>landing page</i> , menulis <i>call to action</i> (CTA).	Latihan menulis <i>copy</i> untuk <i>landing page</i>
	11/11/24	UTS	

8.	18/11/24	<i>Search Engine Optimization (SEO)</i> <i>Copywriting</i> : Pengenalan dasar SEO, kata kunci efektif, peran <i>meta description</i> dan judul halaman.	Latihan menulis <i>SEO-friendly copy</i>
9.	25/11/24	<i>Copywriting</i> untuk <i>e-Mail Marketing</i> : Jenis <i>e-mail marketing</i> , teknik menulis subjek <i>e-mail</i> yang menarik, struktur <i>e-mail</i> yang efektif.	Latihan membuat <i>campaign e-mail</i>
10.	2/12/24	Mengenal <i>copywriting</i> Iklan Digital: Jenis <i>copywriting</i> untuk iklan digital, teknik menulis <i>copy</i> iklan yang singkat dan efektif, menganalisis efektivitas iklan.	Latihan menulis <i>copy</i> untuk iklan digital
11.	9/12/24	Prinsip Persuasi dalam <i>Copywriting</i> : Teori persuasi dalam pemasaran, teknik menulis <i>copywriting</i> yang persuasif, contoh prinsip-prinsip persuasi dalam <i>copywriting</i> .	Latihan menulis <i>copy</i> yang persuasif
12.	16/12/24	Membangun <i>Brand Voice</i> dan Konsistensi: Apa itu <i>brand voice</i> dan mengapa penting, membangun dan menjaga konsistensi <i>brand voice</i> dalam semua <i>copy</i> .	Latihan menggunakan <i>tone</i> dan <i>voice</i> untuk <i>brand</i>
13.	23/12/24	Mengedit dan Mengoptimalkan <i>Copy</i> : Teknik mengedit dan optimalisasi <i>copy</i> agar lebih kuat dan persuasif.	Latihan mengedit teks <i>copy</i>
14.	30/12/24	Evaluasi dan Studi Kasus: Menganalisis contoh-contoh <i>copywriting</i> yang sukses dan gagal, evaluasi <i>copy</i> dan diskusi.	
15.	6/1/25	UAS	

Referensi:

- Bovée, Courtland L.; Arens, William F. (1986), *Contemporary Advertising*, Irwin, Homewood.
- Hakim, Budiman (2005), *Lanturan tapi Relevan – Dasar-dasar Kreatif Periklanan*, Galang Press, Yogyakarta.
- Iezzi, Teresa (auth.) (2010), *The Idea Writers – Copywriting in a New Media and Marketing*, Era-Palgrave Macmillan, New York.
- Maslen, Andy (2010), *100 Great Copywriting Ideas – From Leading Companies Around the World (100 Great Ideas)*, Marshall Cavendis Business, London.
- Maslen, Andy (2010), *The Copywriting Sourcebook – How to Write Better Copy, Faster – for Everything from Ads to Websites*, Marshall Cavendis Business, London.
- Sugiyama, Kotaro; Andree, Tim (2011), *The Dentsu Way*, McGraw Hill, New York.