



Universitas Negeri Surabaya
Fakultas Bahasa dan Seni
Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

Kode Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

| MATA KULIAH (MK) | KODE | Rumpun MK | BOBOT (sks) | | | SEMESTER | Tgl Penyusunan |
|------------------------------|----------------|---------------------------------|-----------------------|-----|-----------|---------------------------|-----------------|
| Desain Komunikasi Visual III | 9024104010 | Mata Kuliah Wajib Program Studi | T=4 | P=0 | ECTS=6.36 | 7 | 18 Januari 2025 |
| OTORISASI | Pengembang RPS | | Koordinator RMK | | | Koordinator Program Studi | |
| | | | Marsudi, S.Pd., M.Pd. | | | Marsudi, S.Pd., M.Pd. | |

| | |
|--------------------|------------------------|
| Model Pembelajaran | Project Based Learning |
|--------------------|------------------------|

| | | | | | | | |
|---------------------------|---|--|--|--|--|--|--|
| Capaian Pembelajaran (CP) | CPL-PRODI yang dibebankan pada MK | | | | | | |
| CPL-2 | Menunjukkan karakter tangguh, kolaboratif, adaptif, inovatif, inklusif, belajar sepanjang hayat, dan berjiwa kewirausahaan | | | | | | |
| CPL-6 | Menguasai teori dan metodologi perancangan Desain Komunikasi Visual dengan berbagai pendekatan fungsional dan pemecahan masalah. | | | | | | |
| CPL-11 | Mampu mengembangkan Desain Komunikasi Visual dengan pendekatan creativepreneurship yang berorientasi pada perkembangan teknologi informasi terkini. | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|--|--|
| Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK) | | | | | | | |
| CPMK - 1 | Mahasiswa mampu memahami ruang lingkup desain komunikasi visual dan periklanan | | | | | | |
| CPMK - 2 | Mahasiswa mampu melakukan proses perancangan desain komunikasi visual untuk periklanan | | | | | | |
| CPMK - 3 | Mahasiswa mampu merancang karya desain komunikasi visual berdasarkan konsep tertentu untuk keperluan komunikasi melalui media iklan | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--------------------------|--------|-------|-------|--------|--|--|--|
| Matrik CPL - CPMK | | | | | | | |
| | CPMK | CPL-2 | CPL-6 | CPL-11 | | | |
| | CPMK-1 | ✓ | ✓ | | | | |
| | CPMK-2 | | ✓ | ✓ | | | |
| | CPMK-3 | | ✓ | ✓ | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--------|-----------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|
| Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK) | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | CPMK | Minggu Ke | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| | CPMK-1 | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | | | | | |
| | CPMK-2 | | | | | | | | | ✓ | | | | ✓ | | | |
| | CPMK-3 | | | | | | | | | | | | | | ✓ | ✓ | |

| | |
|----------------------|--|
| Deskripsi Singkat MK | Memberikan pengetahuan tentang pentingnya perencanaan media dan creative sebagai satu perpaduan strategi komunikasi dalam mencapai tujuan periklanan secara efektif dan melatih ketrampilan merancang berbagai media komunikasi visual baik cetak, elektronik dan multimedia melalui penguasaan berbagai software komputer yang relevan, berangkat dari pemahaman tentang karakteristik media dan segmentasi khayalak atas produk maupun perusahaan sebagai dasar perencanaan. |
|----------------------|--|

| | |
|---------|---|
| Pustaka | <p>Utama :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jefkins, Frank. 1997. Periklanan. Jakarta : Erlangga 2. Simp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Erlangga 3. Kasali, Rhenald. 1995. Manajemen Priklanan. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti 4. Palupi, Dyah Hasto. 2007. Advertising that Sells. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 5. Moriarty, Sandra, dkk. 2011. Advertising. Jakarta: Kencana 6. Pujiyanto. 2013. Iklan Layanan Masyarakat. Yogyakarta: CV Andi Offset |
|---------|---|

| | | Pendukung : | | | | | |
|----------------|--|---|--|--|-----------------|--|---------------------|
| Dosen Pengampu | | Dr. Asidigisianti Surya Patria, S.T., M.Pd. Muhamad Ro'is Abidin, S.Pd., M.Pd. | | | | | |
| Mg Ke- | Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK) | Penilaian | | Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu] | | Materi Pembelajaran [Pustaka] | Bobot Penilaian (%) |
| | | Indikator | Kriteria & Bentuk | Luring (offline) | Daring (online) | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) |
| 1 | Mampu mendeskripsikan pengertian desain komunikasi visual dan periklanan | Dapat mendeskripsikan berbagai jenis media dan karakter media. | Kriteria: 1. Ketepatan dalam menjelaskan substansi materi 2. Keluasan cakupan dalam menjelaskan materi Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif | Ceramah, diskusi dan tanya jawab 4 X 50 | | Materi: Jenis-jenis Media Periklanan Pustaka: <i>Kasali, Rhenald. 1995. Manajemen Priklanan. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti</i> Materi: Karakteristik Media Periklanan Pustaka: <i>Jefkins, Frank. 1997. Periklanan. Jakarta : Erlangga</i> | 5% |
| 2 | Mampu memahami dan membedakan media Above The Line (ATL), Bellow The Line (BTL), Through The Line (TTL), New Media dengan media primer dan media sekunder. | Dapat mendeskripsikan Above The Line (ATL), Bellow The Line (BTL), Through The Line (TTL), New Media dengan media primer dan media sekunder | Kriteria: Kesesuaian tema, Original, Unik, dan menarik serta finishing karya. Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif | Ceramah, Diskusi, Tanya jawab dan Praktek 4 X 50 | | Materi: ATL BTL Pustaka: <i>Moriarty, Sandra, dkk. 2011. Advertising. Jakarta: Kencana</i> | 5% |
| 3 | Mampu memahami dan membedakan media Above The Line (ATL), Bellow The Line (BTL), Through The Line (TTL), New Media dengan media primer dan media sekunder. | Dapat mendeskripsikan Above The Line (ATL), Bellow The Line (BTL), Through The Line (TTL), New Media dengan media primer dan media sekunder | Kriteria: Kesesuaian tema, Original, Unik, dan menarik serta finishing karya. Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif | Ceramah, Diskusi, anya jawab. 4 X 50 | | Materi: ATL BTL Pustaka: <i>Jefkins, Frank. 1997. Periklanan. Jakarta : Erlangga</i> | 5% |
| 4 | 1. Mampu memahami copywriting iklan dalam sebuah media. 2. Mampu memahami target audience iklan, | Dapat mendeskripsikan copywriting iklan dalam sebuah media. | Kriteria: Kesesuaian tema, Original, Unik, dan menarik serta finishing karya. Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja | Ceramah, Diskusi, anya jawab dan praktek. 4 X 50 | | Materi: Copywriting Pustaka: <i>Moriarty, Sandra, dkk. 2011. Advertising. Jakarta: Kencana</i> | 5% |
| 5 | 1. Mampu memahami copywriting iklan dalam sebuah media. 2. Mampu memahami target audience iklan, | Dapat mendeskripsikan copywriting iklan dalam sebuah media. | Kriteria: Kesesuaian tema, Original, Unik, dan menarik serta finishing karya. Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja | Ceramah, Diskusi, anya jawab dan praktek. 4 X 50 | | Materi: Target Audience Pustaka: <i>Palupi, Dyah Hasto. 2007. Advertising that Sells. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama</i> | 5% |

| | | | | | | | |
|---|--|--|---|---|--|---|-----|
| 6 | Mampu memahami Branding | Dapat mendeskripsikan Branding | <p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Kesesuaian dengan tema. 2.2. Unik dan menarik 3.3. Original 4.4. Finishing 5.5. Presentasi <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p> | Ceramah, tanya jawab, dan Praktek 4 X 50 | | <p>Materi: Branding Pustaka: <i>Kasali, Rhenald. 1995. Manajemen Priklanan. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti</i></p> | 5% |
| 7 | Mampu memahami Strategi Kreatif yang meliputi Target Audience, 5W1H, SWOT, USP, Positioning, Consumer Insight, dll | Dapat mendeskripsikan Target Audience, SWOT, USP, Positioning, Consumer Insight, dll | <p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Kesesuaian dengan tema. 2.2. Unik dan menarik 3.3. Original 4.4. Finishing 5.5. Presentasi <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p> | Ceramah, tanya jawab, observasi dan praktek 4 X 50 | | <p>Materi: 5W1H, SWOT, USP Pustaka: <i>Simp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Erlangga</i></p> | 5% |
| 8 | Mampu memahami Strategi Kreatif yang meliputi Target Audience, 5W1H, SWOT, USP, Positioning, Consumer Insight, dll | Dapat mendeskripsikan Target Audience, SWOT, USP, Positioning, Consumer Insight, dll | <p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Kesesuaian dengan tema. 2.2. Unik dan menarik 3.3. Original 4.4. Finishing 5.5. Presentasi <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p> | Ceramah, tanya jawab, observasi dan praktek 4 X 50 | | <p>Materi: 5W1H, SWOT, USP Pustaka: <i>Simp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Erlangga</i></p> | 5% |
| 9 | UTS | UTS | <p>Kriteria: UTS</p> <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio, Tes</p> | UTS 4 X 50 | | <p>Materi: Konsep Periklanan Pustaka: <i>Moriarty, Sandra, dkk. 2011. Advertising. Jakarta: Kencana</i></p> <hr/> <p>Materi: Konsep Dasar Periklanan Pustaka: <i>Kasali, Rhenald. 1995. Manajemen Priklanan. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti</i></p> | 15% |

| | | | | | | | |
|----|--|--|--|---|--|---|----|
| 10 | Mampu memahami teori tentang logo, dan teori warna | Dapat mendeskripsikan teori tentang logo, teori warna. | Kriteria: 1.1. Kesesuaian dengan tema. 2.2. Unik dan menarik 3.3. Original 4.4. Finishing 5.5. Presentasi Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk | Ceramah, tanya jawab, latihan 4 X 50 | | Materi: Periklanan Pustaka: Moriarty, Sandra, dkk. 2011. Advertising. Jakarta: Kencana | 5% |
| 11 | Mampu memahami teori tentang logo, dan teori warna | Dapat mendeskripsikan teori tentang logo, teori warna. | Kriteria: 1.1. Kesesuaian dengan tema. 2.2. Unik dan menarik 3.3. Original 4.4. Finishing 5.5. Presentasi Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk | Ceramah, tanya jawab, latihan 4 X 50 | | Materi: Periklanan Pustaka: Moriarty, Sandra, dkk. 2011. Advertising. Jakarta: Kencana | 5% |
| 12 | Mampu memahami Visual Identity | Dapat mendeskripsikan Visual Identity | Kriteria: 1.1. Kesesuaian dengan tema. 2.2. Unik dan menarik 3.3. Original 4.4. Finishing 5.5. Presentasi Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk | Ceramah, tanya jawab, Latihan 4 X 50 | | Materi: Visual Identity Pustaka: Simp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Erlangga | 5% |
| 13 | Mampu memahami Strategi Kreatif | Dapat mendeskripsikan Strategi Kreatif | Kriteria: 1.1. Kesesuaian dengan tema. 2.2. Unik dan menarik 3.3. Original 4.4. Finishing 5.5. Presentasi Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk | Ceramah, tanya jawab, latihan 4 X 50 | | Materi: Strategi Kreatif ILM Pustaka: Pujiyanto. 2013. Iklan Layanan Masyarakat. Yogyakarta: CV Andi Offset | 5% |
| 14 | Mampu memahami sebuah kampanye wisata unggulan yang terintegrasi | Dapat mendeskripsikan sebuah kampanye wisata unggulan yang terintegrasi. | Kriteria: 1.1. Kesesuaian dengan tema. 2.2. Unik dan menarik 3.3. Original 4.4. Finishing 5.5. Presentasi Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk | Observasi, Survei lapangan, Latihan 4 X 50 | | Materi: IKLAN Pustaka: Pujiyanto. 2013. Iklan Layanan Masyarakat. Yogyakarta: CV Andi Offset | 5% |
| 15 | Mampu memahami sebuah kampanye wisata unggulan yang terintegrasi | Dapat mendeskripsikan sebuah kampanye wisata unggulan yang terintegrasi. | Kriteria: 1.1. Kesesuaian dengan tema. 2.2. Unik dan menarik 3.3. Original 4.4. Finishing 5.5. Presentasi Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk | Observasi, Survei lapangan, Latihan 4 X 50 | | Materi: Perancangan Iklan Pustaka: Pujiyanto. 2013. Iklan Layanan Masyarakat. Yogyakarta: CV Andi Offset | 5% |

| | | | | | | | |
|----|-----|-----|---|---------------|--|--|-----|
| 16 | UAS | UAS | Kriteria: UAS Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio, Tes | UAS 4 X 50 | | Materi: Periklanan Pustaka: <i>Jefkins, Frank. 1997. Periklanan. Jakarta : Erlangga</i> <hr/> Materi: Promosi Terpadu Pustaka: <i>Simp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Erlangga</i> <hr/> Materi: Manajemen Iklan Pustaka: <i>Kasali, Rhenald. 1995. Manajemen Priklanan. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti</i> <hr/> Materi: Advertising Pustaka: <i>Palupi, Dyah Hasto. 2007. Advertising that Sells. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama</i> <hr/> Materi: Advertising Pustaka: <i>Moriarty, Sandra, dkk. 2011. Advertising. Jakarta: Kencana</i> <hr/> Materi: ILM Pustaka: <i>Pujianto. 2013. Iklan Layanan Masyarakat. Yogyakarta: CV Andi Offset</i> | 15% |
|----|-----|-----|---|---------------|--|--|-----|

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

| No | Evaluasi | Persentase |
|----|--|------------|
| 1. | Aktifitas Partisipasif | 25% |
| 2. | Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk | 45% |
| 3. | Penilaian Portofolio | 10% |
| 4. | Praktik / Unjuk Kerja | 10% |
| 5. | Tes | 10% |

Catatan

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan Prodi (CPL - Prodi)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan prodi yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. **CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-Prodi) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. **CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. **Sub-CPMK Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
5. **Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
6. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
8. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
9. **Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.

RPS ini telah divalidasi pada tanggal 19 Mei 2024

Koordinator Program Studi S1
Desain Komunikasi Visual



Marsudi, S.Pd., M.Pd.
NIDN 0018077901

UPM Program Studi S1 Desain
Komunikasi Visual



Meirina Lani Anggapuspa,
S.Sn., M.Sn.
NIDN 0024058405

