

		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 Priklanen. 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 Partisipatif	Ceramah, diskusi dan tanya jawab 4 X 50		Materi: Jenis-jenis Media Periklanan Pustaka: <i>Kasali, Rhenald. 1995. Manajemen Priklanen. 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 Partisipatif	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 Partisipatif	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	Kriteria: 1.1. Kesesuaian dengan tema. 2.2. Unik dan menarik 3.3. Original 4.4. Finishing 5.5. Presentasi Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Ceramah, tanya jawab, dan Praktek 4 X 50		Materi: Branding Pustaka: <i>Kasali, Rhenald. 1995. Manajemen Priklanan. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti</i>	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	Kriteria: 1.1. Kesesuaian dengan tema. 2.2. Unik dan menarik 3.3. Original 4.4. Finishing 5.5. Presentasi Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Ceramah, tanya jawab, observasi dan praktek 4 X 50		Materi: 5W1H, SWOT, USP Pustaka: <i>Simp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Erlangga</i>	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	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, observasi dan praktek 4 X 50		Materi: 5W1H, SWOT, USP Pustaka: <i>Simp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Erlangga</i>	5%
9	UTS	UTS	Kriteria: UTS Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio, Tes	UTS 4 X 50		Materi: Konsep Periklanan Pustaka: <i>Moriarty, Sandra, dkk. 2011. Advertising. Jakarta: Kencana</i> Materi: Konsep Dasar Periklanan Pustaka: <i>Kasali, Rhenald. 1995. Manajemen Priklanan. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti</i>	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: Jefkins, Frank. 1997. Periklanan. Jakarta : Erlangga Materi: Promosi Terpadu Pustaka: Simp, Terence A. 2003. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Erlangga Materi: Manajemen Iklan Pustaka: Kasali, Rhenald. 1995. Manajemen Piklanan. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti Materi: Advertising Pustaka: Palupi, Dyah Hasto. 2007. Advertising that Sells. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama Materi: Advertising Pustaka: Moriarty, Sandra, dkk. 2011. Advertising. Jakarta: Kencana Materi: ILM Pustaka: Pujianto. 2013. Iklan Layanan Masyarakat. Yogyakarta: CV Andi Offset	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

UPM Program Studi S1 Desain
Komunikasi Visual



MARSUDI
NIDN 0018077901



NIDN 0024058405



File PDF ini digenerate pada tanggal 14 Desember 2025 Jam 04:32 menggunakan aplikasi RPS OBE SiDia Unesa