

		<b>Universitas Negeri Surabaya</b> <b>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik</b> <b>Program Studi S1 Ilmu Komunikasi</b>						<b>Kode Dokumen</b>																																										
<b>RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER</b>																																																		
<b>MATA KULIAH (MK)</b>		<b>KODE</b>		<b>Rumpun MK</b>		<b>BOBOT (sks)</b>		<b>SEMESTER</b>	<b>Tgl Penyusunan</b>																																									
Pengantar Periklanan		7020103062				T=3 P=0 ECTS=4.77		2	22 Desember 2025																																									
<b>OTORISASI</b>		<b>Pengembang RPS</b>			<b>Koordinator RMK</b>			<b>Koordinator Program Studi</b>																																										
		.....			.....			ANAM MIFTAKHUL HUDA																																										
<b>Model Pembelajaran</b>	Case Study																																																	
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																																	
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																																	
	Matrik CPL - CPMK																																																	
		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">CPMK</div>																																																
	Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																																	
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th rowspan="2">CPMK</th> <th colspan="16">Minggu Ke</th> </tr> <tr> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th><th>13</th><th>14</th><th>15</th><th>16</th> </tr> </table>																CPMK	Minggu Ke																1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
CPMK	Minggu Ke																																																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																																		
<b>Deskripsi Singkat MK</b>	Matakuliah ini dimaksudkan untuk memberi pemahaman tentang periklanan sebagai bagian dari kajian ilmu komunikasi. Pembahasan matakuliah ini meliputi pengenalan dasar-dasar periklanan, mulai sejarah, konsep, proses hingga perkembangan periklanan modern.																																																	
<b>Pustaka</b>	<b>Utama :</b>																																																	
	1. Jewler and Drowniany. 2001. Creative Strategy in Advertising. 7TH Edition. Wadsworth. 2. Sutherland, Max & Alice K. Sylvester [2005] Advertising and The Mind of The Consumer: Bagaimana mendapatkan untung berlipat lewat iklan yang tepat 3. M Arif Budiman. 2008. Jualan Ide Segar . Galang Press. 4. Rendra Widyatama. 2007. Pengantar Periklanan. Pustaka Book Publisher 5. Madjadikara, S. Agus [2004] Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan: Bimbingan Praktis Penulisan Naskah Iklan  Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 6. Prieler. Advertising in the Aging Society . 2016. Palgrave Macmillan UK 7. Davis, Aeron. 2013. PROMOTIONAL CULTURES - THE RISE AND SPREAD OF ADVERTISING, PUBLIC RELATIONS, MARKETING AND BRANDING. Wiley Blackwell																																																	
	<b>Pendukung :</b>																																																	
<b>Dosen Pengampu</b>	Dr. Vinda Maya Setianingrum, S.Sos., M.A. Tsuroyya, S.S., M.A. Puspita Sari Sukardani, S.T., M.Med.Kom.																																																	
<b>Mg Ke-</b>	<b>Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)</b>	<b>Penilaian</b>		<b>Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [ Estimasi Waktu ]</b>				<b>Materi Pembelajaran [ Pustaka ]</b>	<b>Bobot Penilaian (%)</b>																																									
		<b>Indikator</b>	<b>Kriteria &amp; Bentuk</b>	<b>Luring (offline)</b>	<b>Daring (online)</b>																																													

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mahasiswa mampu mengetahui tentang advertising history	- Mahasiswa dapat mengetahui dan menjelaskan tentang advertising history		3 X 50			0%
2	Mahasiswa mampu mengetahui tentang pengaruh periklanan dan fungsinya	- Mahasiswa mampu menjelaskan tentang pengaruh periklanan dan fungsinya		3 X 50			0%
3	Mahasiswa mampu mengetahui tentang advertising as communication	- Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang advertising as communication		3 X 50			0%
4	Mahasiswa mampu memahami tentang environmental structure dalam dunia periklanan	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang environmental structure dalam dunia periklanan		3 X 50			0%
5	Mahasiswa mampu memahami tentang advertising in marketing plan	- Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang advertising in marketing plan		3 X 50			0%
6	Mahasiswa mampu memahami tentang differensiasi dan positioning product	- Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang differensiasi dan positioning product		3 X 50			0%
7	Mahasiswa mampu membedakan jenis iklan hardsell dan soft sell	- Mahasiswa mampu mengidentifikasi dan menjelaskan tentang perbedaan iklan hardsell dan soft sell		3 X 50			0%
8	Ujian Tengah Semester			3 X 50			0%
9							0%
10							0%
11							0%
12							0%
13							0%
14							0%
15							0%
16							0%

**Rekap Persentase Evaluasi : Case Study**

No	Evaluasi	Persentase
		0%

#### 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 studinya 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.