|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Logo UPJ | RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER | F-0653 |
| Issue/Revisi | : A0 |
| Tanggal Berlaku | : … |
| Untuk Tahun Akademik | : 2016/2017 |
| Masa Berlaku | : 4 (empat) tahun |
| Jml Halaman | : Xx halaman |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Mata Kuliah | : DKV Promosi & Kampanye  | Kode MK | : VCD 302 |
| Program Studi | : DKV | Penyusun | : Ratno Suprapto, M.Ds. |
| Sks | : 5 | Kelompok Mata Kuliah | : MKK |

1. Deskripsi Singkat : Pada mata kuliah ini dibahas tentang perancangan desain komunikasi visual yang menitik beratkan pada perancangan promosi dan kampanye. Perencanaan promosi mengenai produk/brand di analisis untuk dipromosikan sesuai dengan tujuan promosi. Analisis masalah, kelebihan dan keunikan produk/brand, Positioning, strategi komunikasi, strategi media dan strategi kreatif menjadi metode desain dalam membahas dan merencanakan promosi suatu produk atau brand. Sedangkan Kampanye lebih membahas mengenai fenomena sosial yang terjadi dimasyarakat yang kemudian dilakukan pnedekatan perancangan pesan dan solusi melalui desain komunikasi visual.
2. Unsur Capaian Pembelajaran : Mahasiswa dapat mencapai proses perancangan strategi promosi dan kampanye.
3. Komponen Penilaian : Kemampuan analisis, strategi kreatif dan metode riset DKV.
4. Kriteria Penilaian : Menerapkan cara berpikir analitik & kreatif melalui metode desain.

5. Daftar Referensi :

* Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
* Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, implementasi dan Kontrol*, Edisi Sebelas. Alih Bahasa, Hendra Teguh. Jakarta: Penerbit PT. Prenhallindo.
* Wells, William D. and David Prensky. 2003. *Consumer Behavior*. 4th Edition. New York: John Wiley & Sons.
* George. E. Belch & Michael A. Belch. 2001. *Advertising and Promotion Fifth edition*, The mcgraw\_Hill Company, Inc, New York.
* Shutterland, Max & Alice K. Sylvester. 2007. *Advertising and The Mind of Consumer: what works, what doesn’t and why*, Terjemahan, Penerbit PPM.
* Sarwono, Jonathan dan Lubis, Hary. 2007. Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta, Andi Publisher.
1. RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Minggu** | **Kemampuan Akhir yang Diharapkan** | **Bahan Kajian****(Materi Ajar)** | **Bentuk Pembelajaran** | **Kriteria/Indikator Penilaian** | **Bobot Nilai** | **Standar Kompetensi Profesi** |
| 1-2 | Mampu menganalisa permasalahan awal tentang promosi produk/brand. | Analisa SWOT | Penayangan clipCeramah & diskusi | Dapat menjelaskan hasil analisa melalui metode desain. |  5% | kompetensi umum |
| 3-5 | Mampu menganalisa dan memberikan hasil/solusi permasalahan melalui pendekatan desain. | Analysis Thingking dan Creative Thinking. |  diskusi & praktika |  Mampu menghasilkan solusi melalui metode desain. |  10% | kompetensi  khusus |
| 6-7 | mampu mengaplikasikan hasil analisis, stratehi komunikasi, strategi media dan strategi kreatif. | Strategi Kreatif | diskusi & praktika | Aplikasi desain dan media. | 15 % | kompetensi khusus |
| 8-10 | Mampu menganalisa permasalahan awal tentang produk/brand. | Proses analisa | ceramah dan diskusi | Dapat menjelaskan hasil analisa melalui metode desain. | 5 % | kompetensi umum |
| 11-12 | Mampu menganalisa dan memberikan hasil/solusi permasalahan melalui pendekatan desain. | Analysis Thingking dan Creative Thinking. |  diskusi & praktika |  Mampu menghasilkan solusi melalui metode desain. | 15 % | kompetensi umum |
| 13-14 | mampu mengaplikasikan hasil analisis, stratehi komunikasi, strategi media dan strategi kreatif. | Strategi Kreatif | diskusi & praktika | Aplikasi desain dan media. | 10 % | kompetensi khusus |

Bobot UTS 30% & UAS 30%

1. DESKRIPSI TUGAS

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Mata Kuliah | : DKV Promosi & Kampanye | Kode MK | : VCD 301 |
| Minggu ke | : 3, 7, 9, 12 | Tugas ke | : 1-4 |

|  |  |
| --- | --- |
| Tujuan Tugas: | Mahasiswa mampu menganalisis masalah melalui metode desain dan menciptakan solusi secara kreatif |
| Uraian Tugas: | 1. Menganalisa permasalahan melalui metode desain.

  |
|  | 1. Membuat hasil analisa desain.
 |
|  | 1. Metode desain dan pendekatan desain.
 |
|  | 1. Strategi Kreatif/Perancangan dan media.
 |
| Kriteria Penilaian: | Kesuaian dengan tema tugas , kreatifitas, kerapihan, ketepatan waktu |

1. **RUBRIK PENILAIAN**

**(Keterangan: format umum adalah yang di bawah ini, namun Prodi dapat membuat format tersendiri, sesuai dengan penilaian yang akan dibuat. Misalnya untuk penilaian presentasi atau penilaian praktek memiliki rubrik yang berbeda, jadi bisa lebih dari 1 rubrik untuk setiap mata kuliah)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Jenjang/Grade** | **Angka/Skor** | **Deskripsi/Indikator Kerja** |
| A A- |  90 - 100 80 - 89  |  Mampu menyelesaikan tugas dengan baik melebihi target capaian disertai proses lengkap |
| B+ B B - |  75 - 7970 - 7465 - 69  | Menyelesaikan tugas dengan baik sesuai target capaian |
| C+C C- |  60 - 64 55 - 59 50 - 54  | Menyelesaikan tugas dibawah standar target capaian |
|  D |  30 - 49  | Menyerahkan tugas melewati batas waktu, tidak memenuhi standar minimal capaian |
|  E | 0 | Tidak mengerjakan tugas atau mengikuti ujian tertulis maupun praktika |

1. **PENUTUP**

**Rencana Pembelajaran Semester (RPS) ini berlaku mulai tanggal 1 Januari 2016, untuk mahasiswa UPJ Tahun Akademik 2016/ 2017 dan seterusnya. RPS ini dievaluasi secara berkala setiap semester dan akan dilakukan perbaikan jika dalam penerapannya masih diperlukan penyempurnaan.**

1. **STATUS DOKUMEN**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Proses** | **Penanggung Jawab** | **Tanggal** |
| **Nama** | **Tandatangan** |
| 1. Perumusan
 | Ratno Suprapto, M.Ds.Dosen Penyusun/Pengampu |  |  |
| 1. Pemeriksaan & Persetujuan
 | Drs. Deden Maulana, M.Ds.Ketua Prodi |  |  |
| 1. Penetapan
 | Prof. Emirhadi SugandaWakil Rektor |  |  |