RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

(RPS)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PROGRAM STUDI | : | Ilmu Komunikasi |
| MATA KULIAH | : | Kreatif Iklan |
| BOBOT | : | 3 sks |
| DOSEN PENGAMPU | : | Maulina Larasati Putri, M.I.Kom |



FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER**

**(RPS)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Universitas/Institut** | **:** | **Universitas Negeri Jakarta** |
| **Fakultas** | **:** | **Fakultas Ilmu Sosial** |
| **Program Studi** | **:** | **Program Studi Ilmu Komunikasi** |
|  |  |  |
| **Mata Kuliah** | **:** | **Creative Iklan** |
| **Bobot/Sks** | **:** | **3 sks** |
| **Kode Mata Kuliah** | **:** | **14080083** |
| **Sifat** | **:** | **Teori dan Prakrik** |
| **Pra-Syarat (jika ada)** | **:** | **-** |
| **Semester** | **:** | **Genap** |
| **Periode Kuliah** | **:** | **Semester 4** |
| **Jumlah Pertemuan tatap muka** | **:** | **16 x 150 menit** |
| **Jadwal Kuliah** | **:** |  |
| **Ruang** | **:** | **FIS UNJ** |
| **Dosen Pengampu** | **:** | **Maulina Larasati P, M.Ikom,** |

1. **DESKRIPSI**

Mata kuliah merupakan implementasi bagi mahasiswa ilmu komunikasi untuk dapat memahami aspek-aspek dalam kreatif periklanan beserta strategi-strategi yang digunakan. Mahasiswa diharapkan juga mampu merencanakan dan membuat bermacam-macam iklan yang menarik dalam semua media. Pada akhirnya mahasiswa diharapkan memiliki kemampuan antara lain sebagai copy writer, art director dan sebagainya

1. **CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN (CPL)**

Ada beberapa capaian pembelajaran lulusan (CPL) yang terkait dan/atau akan dibangun melalui mata kuliah ini, yaitu sebagai berikut:

|  |  |
| --- | --- |
| Ranah | Capaian Pembelajaran Lulusan |
| Sikap | 1. Bertaqwa kepada Tuhan Yang MahaEsa 2. Menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan universal, pluralisme dan persatuan bangsa Indonesia 3. Menginternasilisasinilai, norma, dan etika akademik 4. Memiliki nasionalisme dan rasa tanggung jawab pada negara dan bangsa 5. Menghargai keragaman Suku, Agama, Ras dan Antar golongan, 6. Taat hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara 7. Menghargai keanekaragaman serta pendapat atau temuan orisinal orang lain 8. Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara dan kemajuan peradaban. 9. Bekerjasama dan memiliki kepekaan social serta kepedulian terhadap hubungan masyarakat dan lingkungan 10. Menunjukan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang Komunikasi secara mandiri 11. Menginternalisasi semangat kemandirian, dan kewirausahaan 12. Menjunjung tinggi etika profesi |
| keterampilan umum | 1. Mampu Mengintegrasikan ilmu-ilmu Komunikasi 2. Melaksanakan tugas dan keahliannya sebagai sarjana komunikasi dengan penuh tanggung jawab |
| Pengetahuan | 1. Menguasai teori dan konsep pembelajaran komunikasi |
| keterampilan khusus | 1. Mampu menguasai pengetahuan komunikasi bisnis |

1. **CAPAIAN PEMBELAJARAN  MATA KULIAH (CPMK)**

Kemampuan-kemampuan yang harus dikuasai oleh mahasiswa setelah menyelesaikan mata kuliah adalah sbb

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| CPMK | SUB-CPMK | INDIKATOR |
| 1. Mahasiswa diharapkan dapat memahami strategi kreatif dalam periklanan 2. Mahasiswa dapat mempraktekan pembuatan iklan kreatif. | 1. Mahasiswa mampu menjelaskan perkembangan periklanan di Indonesia | 1.Mampu menjelaskan perkembangan periklanan di Indonesia  2.Mampu menjelaskan Fungsi dan Tujuan Periklanan |
| 1. Mahasiswa mampu mendeskripsikan Jenis-jenis media dalam periklanan | 3. Mampu Pengertian periklanan dan Jenis-Jenis media dalam periklanan |
| 1. Mahasiswa dapat menjelaskan tentang kreatif periklanan dan komponen kreatif iklan | 4.Mampu menjelaskan kreatif iklan  5.Mampu menjelaskan komponen-komponen kreatif iklan |
| D. Mahasiswa mampu mendeskripsikan perencanaan kreatif iklan di media | 6. Mampu menjelaskan Perencanaan kreatif iklan di media cetak, media elektronik dan internet |
| E.Mahasiswa mampu merancang konsep untuk berbagai jenis media | 7.Mampu membuat script, sketch, design dan shooting board untuk berbagai jenis media |
| F.Mahasiswa mempresentasikan ide kreatif | 9. Mahasiswa mampu menjelaskan Proses kreatif dalam sebuah iklan |
| G.Mahasiswa mampu melakukan eksekusi dalam iklan | 10. Mahasiswa mampu melakukan eksekusi baik iklan visual, audio dan audio visual |
| F. Mahasiswa mampu mengidentifikasi tantangan dalam kreatif iklan | 11. Mahasiswa mampu mengidentifikasi masalah dan teknik dalam kreatif iklan |

1. **MATERI**

|  |  |
| --- | --- |
| POKOK MATERI | SUB-MATERI |
| 1. Perkembangan Periklanan di Indonesia | 1.Sejarah Periklanan  2. Fungsi danTujuan periklanan |
| 2. Jenis-jenis Media dalam Periklanan | 3. Pengertian media periklanan  4.Jenis-Jenis media periklanan |
| 3.Etika Periklanan | 1. Etika Periklanan |
| 4.Strategi Kreatif Iklan | 1.Reseach Sebelum Melakukan Kampanye  2. Segmentasi Audience  3.Analisis Perilaku Audience |
| 5.Perencanaan Kreatif Iklan | 1.Mengkemas Pesan  2 .Perencanaan Pembuatan Pesan Periklanan  3. Membuat Pesan Yang Kreatif  4. Memilih Media Yang Digunakan |
| 6. Perencanaan Anggaran Kreatif Iklan | 1. Strategi Pengumpulan Dana  2. Pertimbangan Umum Dalam Mengumpulkan Dana  3. Format Laporan Anggaran  4. Kategori-Katagori Anggaran/Dana |
| 7. Perencanaan Tujuan Kreatif Iklan | 1. Tujuan Iklan  2. Teori-teori Komunikasi Massa |
| 8. Efektivitas Periklanan | 1. Penelitian Efek Komunikasi  2. Penelitian Efek Penjualan |
| 9. Pembuatan Iklan di Media | Pembuatan Iklan di Media |
| 10.Evaluasi Hasil Kreatif Iklan | 1. Proses Evaluasi Hasil Kreatif Iklan  2. Membuat Tujuan Kreatif Iklan Berikutnya Berdasarkan Hasil Evaluasi |

1. **KEGIATAN PEMBELAJARAN (METODE)**

Pembelajaran akan dilakukan dengan menggunakan pendekatan ***student active learning, atau student center learning***. Mahasiswa difasilitasi untuk  aktif mencari, menemukan dan memperoleh berbagai konsep, teori dan fakta-fakta tentang Komunikasi Pemasaran Terpadu. Ada 3 kegiatan utama yang akan dilaksanakan dalam perkuliahan:

* 1. Presentasi (penyajian) materi oleh dosen.
  2. Penugasan. Ada sejumlah tugas yang harus dikerjakan oleh mahsiswa selama perkuliahan berlangsung dalam satu semester. Di antaranya tugas eksplorasi materi,  tugas presentasi, tugas studi kasus (lihat penjelasan tentang tugas)
  3. Diskusi dan presentasi mahasiswa. Mahasiswa mempresentasikan hasil telaah terhadap materi yang ditugaskan.

1. **TUGAS (TAGIHAN)**

Ada 2 tugas (sebagai tagihan) yang harus dikerjakan dan diserahkan oleh mahasiswa, selama mengikuti perkuliahan, yaitu:

1. Tugas rangkuman bahan/materi. Pada setiap minggu, mahasiswa diminta untuk merangkum bahan bacaan dan memberi komentar/analisis terhadap materi-materi tertentu.
2. Tugas dan laporan studi kasus. mahasiswa secara berkelompok diminta untuk melakukan studi kasus yang terdapat di perusahaan/instansi dan disesuaikan dengan teori atau konsep Komunikasi Pemasaran Terpadu yang sudah mereka pelajari, selanjutnya, setiap kelompok mahasiswa diminta untuk membuat dan menyerahkan laporan tersebut
3. Tugas presentasi. Setiap kelompok mahasiswa yang suda menyerahkan laporan, diwajibkan mempresentasikan hasil penemuan mereka di lapangan.
4. **PENILAIAN**

**Metode/teknik penilaian:**

* Tes tulis
* Penilaian kinerja

**Instrumen penilaian:**

* Soal tes tulis
* Rubrik penilaian untuk makalah dan laporan studi kasus
* Lembar penilaian kinerja

**Komponen dan proporsi penilaian**

**Tugas 1 ……………………………………. 20%**

**Tugas 2 ……………………………………. 20%**

**UTS ……………………………………. 30%**

**UAS ……………………………………. 30%**

**kehadiran ……………………………………. 10%**

1. **Kriteria kelulusan**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| TINGKAT PENGUASAAN (%) | HURUF | ANGKA | KETERANGAN |
| 86 – 100 | A | 4 | Lulus |
| 81 - 85 | A- | 3,7 | Lulus |
| 76 - 80 | B+ | 3,3 | Lulus |
| 71 - 75 | B | 3,0 | Lulus |
| 66 - 70 | B- | 2,7 | Lulus |
| 61 - 65 | C+ | 2,3 | Lulus |
| 56 - 60 | C | 2,0 | Lulus |
| 51 - 55 | C- | 1,7 | Belum Lulus |
| 46 – 50 | D | 1 | Belum Lulus |
| 0 - 45 | E | 0 | Belum Lulus |

1. **PERATURAN (TATA TERTIB)**
   1. Mahasiswa hadir dalam perkuliahan tatap muka minimal 80% dari jumlah pertemuan ideal (lihat aturan akademik universitas).
   2. Setiap mahasiswa harus aktif dan partisipatif dalam perkuliahan.
   3. Dosen dan Mahasiswa tiba di kelas tepat waktu sesuai dengan waktu yang ditetapkan/disepakati.
   4. Batas toleransi keterlambatan adalah 10 menit. Mahasiswa yang terlambat lebih dari 10 menit, harus lapor kepada (meminta izin dari) ketua prodi jika ingin mengikuti perkuliahan pada kelas tersebut.
   5. Ada pemberitahuan jika tidak hadir dalam perkuliahan tatap muka.
   6. Selama perkuliahan berlangsung, HP dalam posisi *off atau silent*.
   7. Meminta izin (dengan cara mengangkat tangan) jika ingin berbicara, bertanya, menjawab, meninggalkan kelas atau keperluan lain.
   8. Saling menghargai dan tidak membuat kegaduhan/gangguan/keonaran/ kerusakan di dalam kelas.
   9. Tidak boleh ada plagiat dan bentuk-bentuk pelanggaran norma lainnya.
2. **SUMBER (REFERENSI)**

Jewler and Drewniany. 2001. *Creative Strategy in Advertising.* *7TH Edition.*Wadsworth.

Jurnal Observasi. Vol. 5 No. 2, 2007. *Menyoroti Iklan Televisi.* Penerbit BP2i.

Louis Alvin Day. 2003. *Ethics in Media Communication.* *4TH Edition.*Wadsworth.

M Arif Budiman. 2008. *Jualan Ide Segar*. Galang Press.

Rendra Widyatama. 2007. *Pengantar Periklanan.* Pustaka Book Publisher.

Sigit Santosa. 2009. *Creative Advertising Petunjuk Teknis Mempersiapkan Iklan Cetak dan Elektronik dengan Efisien*, Elex Media Komputindo Jakarta

1. **RINCIAN RENCANA KEGIATAN (SATUAN ACARA PERKULIAHAN)**

**CPMK:**

**1.** Mahasiswa diharapkan dapat memahami strategi kreatif dalam periklanan

2. Mahasiswa dapat mempraktekan pembuatan iklan kreatif.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Pert.ke**  **(tgl.)** | **Capaian Pembelajaran**  **(Sub-CPMK)** | **Materi** | **Kegiatan pembelajaran**  **(Metode)** | **Alokasi waktu** | **Media dan Sumber** | **Penilaian/Tagihan** |
| 1 | Mahasiswa memiliki pemahaman tentang tujuan, ruang lingkup materi, strategi dan evaluasi perkuliahan (memahami dan menyepakati kontrak kuliah). | Kontrak dan orientasi perkuliahan:  membahas tujuan, materi, strategi, sumber dan evaluasi, tugas dan tagihan dalam perkuliahan. | * Dosen menyajikan dan mendiskusikan kontrak kuliah (RPS) bersama mahasiswa. * RPS di***share*** kepada mahasiswa. * Membagi dan menyepakati tugas. | 150’ | * Laptop, LCD * Literatur yang akan digunakan |  |
| 2 | Mahasiswa mampu menjelaskan Perkembangan Periklanan di Indonesia | 1.Sejarah Periklanan  2. Fungsi danTujuan periklanan | * Dosen menyajikan dan mendiskusikan materi * Proses tanya jawab | 150’ | * Laptop, LCD * Literatur yang akan digunakan |  |
| 3 | Mahasiswa mampu mengklasifikasi jenis-jenis Media dalam Periklanan | 3. Pengertian media periklanan  4.Jenis-Jenis media periklanan | •Dosen menyajikan dan mendiskusikan materi  •Proses tanya jawab |  | * Laptop, LCD   Literatur yang akan digunakan |  |
| 4 | Mahasiswa mengetahui dan memahami etika periklanan | 1. Etika Periklanan | * Dosen menyajikan dan mendiskusikan materi * Proses tanya jawab | 150’ | Laptop, LCD  Literatur yang akan digunakan |  |
| 5 | Mahasiswa mengetahui Strategi Kreatif Iklan | 1.Reseach Sebelum Melakukan Kampanye  2. Segmentasi Audience | * Dosen menyajikan dan mendiskusikan materi * Proses tanya jawab | 150’ | * Laptop, LCD   Literatur yang akan digunakan |  |
| 6 | Mahasiswa mengetahui strategi iklan | 1. Analisis Perilaku Audience | * Dosen menyajikan dan mendiskusikan materi * Proses tanya jawab | 150’ | * Laptop, LCD   Literatur yang akan digunakan |  |
| 7 | Mahasiswa memahami semua mataeri yang sudah diberikan | Materi dari pertemuan pertama sampai dengan pertemuan ke enam | •Proses tanya jawab | 150’ | * Laptop, LCD   Literatur yang akan digunakan |  |
| 8 |  |  | **Ujian Tengah Semester** | 100’ |  |  |
| 9 | Mahasiswa mampu membuat Perencanaan Kreatif Iklan | 1.Mengkemas Pesan  2 .Perencanaan Pembuatan Pesan Periklanan  3. Membuat Pesan Yang Kreatif  4. Memilih Media Yang Digunakan | * Dosen menyajikan dan mendiskusikan materi * Proses tanya jawab | 150’ | * Laptop, LCD   Literatur yang akan digunakan |  |
| 10 | Mahasiswa mampu membuat Perencanaan Anggaran Kreatif Iklan | 1. Strategi Pengumpulan Dana  2. Pertimbangan Umum Dalam Mengumpulkan Dana  3. Format Laporan Anggaran  4. Kategori-Katagori Anggaran/Dana | • Dosen menyajikan dan mendiskusikan materi  • Proses tanya jawab |  | * Laptop, LCD   Literatur yang akan digunakan |  |
| 11 | Mahasiwa Perencanaan Tujuan Kreatif Iklan | 1. Tujuan Iklan  2. Teori-teori Komunikasi Massa | •Dosen menyajikan dan mendiskusikan materi  •Proses tanya jawab |  | * Laptop, LCD   Literatur yang akan digunakan |  |
| 12 | Mahasiswa mampu mendeskripsikan Efektivitas Periklanan | 1. Penelitian Efek Komunikasi  2. Penelitian Efek Penjualan | •Dosen menyajikan dan mendiskusikan materi  •Proses tanya jawab |  | * Laptop, LCD   Literatur yang akan digunakan |  |
| 13 | Mahasiswa mampu membuat Iklan di Media | Pembuatan Iklan di Media | • Dosen menyajikan dan mendiskusikan materi  • Praktek | 150’ | * Laptop, LCD   Literatur yang akan digunakan |  |
| 14 | Mahasiswa mampu melakukan Evaluasi Hasil Kreatif Iklan | 1. Proses Evaluasi Hasil Kreatif Iklan  2. Membuat Tujuan Kreatif Iklan Berikutnya Berdasarkan Hasil Evaluasi | Proses tanya jawab | 150’ | * Laptop, LCD   Literatur yang akan digunakan |  |
| 15 | Mahasiswa memahami semua mataeri yang sudah diberikan | Review materi persiapan untuk ujian akhir semester | Proses tanya jawab | 150’ | * Laptop, LCD   Literatur yang akan digunakan |  |
| 16 |  |  | **Ujian Akhir Semester** | 150’ |  |  |

Ketua Program Studi reviewer ***(jika ada)*** Dosen, Jakarta .....2020

………………………………..….. …………………………………………… ……………………………………………

Dr. Dini Safitri, M.Si