

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**

Nama Mata Kuliah	Kode Mata Kuliah	Bobot (sks)	Semester	Tgl Penyusunan
Penulisan Naskah Iklan	IKL3018	2 SKS	III (Tiga)	19 Agustus 2019
Otorisasi	<b>Nama Koordinator Pengembang RPS</b>	<b>Koordinator Bidang Keahlian (Jika Ada)</b>	<b>Koor PRODI</b>	
	M Rizky Kertanegara, M.Si	M Rizky Kertanegara, M.Si	M Rizky Kertanegara, M.Si	
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	<b>CPL-PRODI (Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi) yang Dibebankan pada Mata Kuliah</b>			
S9	Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri			
P2	Prinsip dan teknik berkomunikasi menggunakan media cetak, audio, audio visual, online, dan luar ruang			
KU1	Mampu menyelesaikan pekerjaan berlingkup luas dan menganalisis data dengan beragam metode yang sesuai, baik yang belum maupun yang sudah baku			
KK1	Mampu melakukan perancangan kreatif berbagai jenis iklan untuk media cetak, audio, audio visual, online, dan luar ruang dengan mengacu kepada norma, hukum, dan kode etik periklanan yang berlaku			
	<b>CPMK (Capaian Pembelajaran Mata Kuliah)</b>			
CPMK1	Memahami peran seorang copy writer dan fungsi copy dalam kreatif iklan			
CPMK2	Memahami dan mengaplikasikan BIG IDEA dan Copy Platform			
CPMK3	Memahami dan mengaplikasikan copy iklan cetak (still image)			
CPMK4	Memahami dan mengaplikasikan copy iklan elektronik audio, visual, dan audio visual			
CPMK5	Memahami dan mengaplikasikan copy iklan digital			
<b>Deskripsi Singkat MK</b>	MK Penulisan Naskah Iklan adalah mata kuliah yang memberikan materi mengenai keahlian penulisan naskah iklan mulai dari pengembangan konsep dan ide, pembuatan copy platform hingga aplikasinya untuk media koran, tabloid, majalah, radio, televisi hingga internet.			

<b>Bahan Kajian / Materi Pembelajaran</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peran Copy Writer dalam kreatif iklan serta fungsi copy (naskah) dalam desain iklan</li> <li>2. Fungsi BIG IDEA dan mengaplikasikannya dalam Copy Platform</li> <li>3. Copy untuk iklan cetak (still image)</li> <li>4. Copy untuk iklan advertorial</li> <li>5. Copy untuk iklan audio, spot dan adlibs</li> <li>6. Copy untuk iklan audio visual</li> <li>7. Copy untuk kampanye IMC (Public Relation, Sales Promotion, Event dan Sponsorships)</li> </ol>	
<b>Daftar Referensi</b>	<p><b>Utama:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. The Craft of Copywriting by Alastair Crompton</li> <li>2. Creative Advertising: Ideas and Techniques from the World's Best Campaigns by Mario Pricken</li> </ol> <p><b>Pendukung:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cutting Edge Advertising by Jim Aitchison</li> <li>2. Radio Advertising, The Authoritative Handbook by Pete &amp; Bob Schulberg</li> </ol>	
<b>Kriteria, Indikator dan Bobot Penilaian</b>	<p>Tugas (40%)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat headline dan bodycopy untuk iklan cetak (still image)</li> <li>2. Membuat advertorial</li> <li>3. Membuat adlibs</li> <li>4. Membuat iklan audio visual</li> <li>5. Membuat iklan untuk keperluan kampanye IMC</li> </ol> <p>UTS (20%) Mahasiswa mampu menjelaskan kembali prinsip pembuatan naskah iklan dan membuat copy platform</p> <p>UAS (20%+20%) Mahasiswa mampu menjelaskan kembali prinsip pembuatan naskah iklan audio visual dan eksekusinya dalam kampanye IMC</p>	
<b>Media Pembelajaran</b>	<b>Perangkat lunak:</b> Powerpoint, Prezi	<b>Perangkat keras :</b> Notebook & LCD Projector
<b>Nama Dosen Pengampu</b>	Rizky Kertanegara, M.Si Arius Krypton, M.Si	
<b>Matakuliah prasyarat (Jika ada)</b>	Tidak ada	

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian		
						Kriteria & Bentuk	Indikator	Bobot (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1, 2	Mampu menjelaskan peranan copy writer dan fungsi copy (naskah) dalam iklan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Peran Copy Writer dalam tim kreatif ahensi iklan</li> <li>Prinsip dasar penulisan naskah iklan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bentuk: Kuliah</li> <li>Metode: Diskusi</li> </ul>	<b>TM:</b> 2 jp x 50" <b>TT:</b> 6 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membaca dan mendiskusikan peran copy writer</li> <li>Membaca dan mendiskusikan prinsip dasar penulisan naskah iklan</li> </ul>			
3, 4	Mampu menjelaskan fungsi BIG IDEA dan merumuskannya dalam COPY PLATFORM	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fungsi BIG IDEA</li> <li>Elemen COPY PLATFORM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bentuk: Kuliah</li> <li>Metode: Diskusi</li> </ul>	<b>TM:</b> 2 jp x 50" <b>TT:</b> 6 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membaca dan mendiskusikan fungsi BIG IDEA</li> <li>Mendiskusikan dan membuat COPY PLATFORM</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Penilaian tugas kelompok <b>Bentuk:</b> Portofolio lembar kerja mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan waktu mengumpulkan tugas</li> <li>Kreativitas dalam menemukan ide</li> </ul>	5%
5, 6, 7	Mampu membuat copy (naskah) untuk iklan cetak display dan advertorial	Prinsip dasar penulisan naskah iklan cetak untuk <ul style="list-style-type: none"> <li>Iklan display</li> <li>Iklan advertorial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bentuk: Kuliah</li> <li>Metode: Diskusi</li> </ul>	<b>TM:</b> 3 jp x 50" <b>TT:</b> 9 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membaca dan mendiskusikan prinsip dasar penulisan naskah iklan cetak</li> <li>Mendiskusikan dan membuat iklan display</li> <li>Mendiskusikan dan membuat iklan advertorial</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Penilaian tugas kelompok <b>Bentuk:</b> Portofolio desain iklan display dan advertorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan waktu mengumpulkan tugas</li> <li>Kreativitas dalam mengaplikasikan pesan iklan kepada target audiens</li> </ul>	10%
8	Ujian Tengah Semester							20%

9, 10	Mampu membuat copy (naskah) untuk iklan audio, spot dan adlibs	Prinsip dasar penulisan naskah iklan audio untuk <ul style="list-style-type: none"> <li>• Iklan Spot</li> <li>• Iklan Adlibs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk: Kuliah</li> <li>• Metode: Diskusi</li> </ul>	<b>TM:</b> 2 jp x 50" <b>TT:</b> 6 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membaca dan mendiskusikan prinsip dasar penulisan naskah iklan audio – theatre of minds</li> <li>• Mendiskusikan dan membuat iklan spot</li> <li>• Mendiskusikan dan membuat iklan adlibs</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Penilaian tugas kelompok <b>Bentuk:</b> Portofolio iklan spot dan adlibs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan waktu mengumpulkan tugas</li> <li>• Kreativitas dalam menyampaikan pesan iklan kepada target audiens</li> </ul>	<b>10%</b>
11, 12	Mampu membuat copy (naskah) untuk iklan audio visual sesuai tujuannya	Prinsip dasar penulisan naskah iklan audio visual <ul style="list-style-type: none"> <li>• Iklan awareness</li> <li>• Iklan citra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk: Kuliah</li> <li>• Metode: Diskusi</li> </ul>	<b>TM:</b> 2 jp x 50" <b>TT:</b> 6 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membaca dan mendiskusikan prinsip dasar penulisan naskah iklan audio visual</li> <li>• Mendiskusikan dan membuat iklan audio visual</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Penilaian tugas kelompok <b>Bentuk:</b> Portofolio iklan audio visual	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan waktu mengumpulkan tugas</li> <li>• Kreativitas dalam menyampaikan pesan iklan kepada target audiens</li> </ul>	<b>10%</b>
13, 14, 15	Mampu membuat copy (naskah) untuk kampanye IMC (Advertising, Public Relation, Email Marketing dan Sales Promotion)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peran Copy Writer dalam kampanye IMC</li> <li>• Prinsip dasar penulisan naskah iklan untuk elemen IMC (CSR, Event, Email Marketing, dan Sales Promotion)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk: Kuliah</li> <li>• Metode: Diskusi</li> </ul>	<b>TM:</b> 3 jp x 50" <b>TT:</b> 9 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membaca dan mendiskusikan peran copy writer dalam kampanye IMC</li> <li>• Mendiskusikan dan membuat iklan untuk kampanye IMC</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Penilaian tugas kelompok <b>Bentuk:</b> Portofolio iklan kampanye IMC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan waktu mengumpulkan tugas</li> <li>• Kreativitas dalam menyampaikan pesan iklan kepada target audiens</li> </ul>	<b>5%</b>
16	Ujian Akhir Semester							<b>20+20%</b>

**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-CP 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. 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.
6. 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.