

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**

Nama Mata Kuliah	Kode Mata Kuliah	Bobot (sks)	Semester	Tgl Penyusunan
Produksi Iklan Media Cetak	ADV3317	3 SKS	3	15 Januari 2020
Otorisasi	<b>Nama Koordinator Pengembang RPS</b>	<b>Koordinator Bidang Keahlian (Jika Ada)</b>	<b>Koor PRODI</b>	
	Dyama Khazim, SE., M.IKom	Dyama Khazim, SE., M.IKom	M Rizky Kertanegara, M.Si	
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	<b>CPL-PRODI (Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi) yang Dibebankan pada Mata Kuliah</b>			
S6	Bekerja sama dan memiliki kepekaan social serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan			
P2	Prinsip dan teknik berkomunikasi menggunakan media cetak, audio, audio visual, online, dan luar ruang			
P3	Konsep, prinsip, teknik, dan prosedur kerja dalam proses produksi iklan untuk media cetak, audio, audio visual, online, dan luar ruang yang meliputi: proses kreatif pembuatan isi pesan iklan dan proses produksi materi iklan untuk berbagai jenis media			
KU3	Mampu menyelesaikan masalah pekerjaan dengan sifat dan konteks yang sesuai dengan bidang keahlian terapannya didasarkan pada pemikiran logis, inovatif, dan bertanggung jawab atas hasilnya secara mandiri.			
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			
KK2	Mampu menjalankan proses produksi 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	Mampu menjelaskan tentang perkembangan iklan media cetak sebagai bagian dari industri periklanan			
CPMK2	Mampu menjelaskan fungsi dan kedudukan iklan media cetak dalam membantu perusahaan mencapai tujuan bisnis			
CPMK3	Mampu menjelaskan posisi iklan Media Cetak di berdasarkan demografi konsumen			

	CPMK4	Mampu merencanakan strategi periklanan melalui media cetak
	CPMK5	Mampu menghitung anggaran periklanan media cetak
	CPMK6	Mampu mengevaluasi kampanye yang dilakukan melalui iklan media cetak
<b>Deskripsi Singkat MK</b>	Mata Kuliah ini memberikan pengetahuan dan keterampilan terkait produksi media cetak pada era digital sebagai bagian dari kebutuhan pelaku industri periklanan, meliputi praktik perencanaan produksi media cetak yang terintegrasi dan memberikan dampak optimal bagi perusahaan dari segi konten baik teks maupun visual, jadwal kerja, anggaran dan proses produksi.	
<b>Bahan Kajian / Materi Pembelajaran</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perkembangan jenis iklan media cetak</li> <li>2. Fungsi dan kedudukan iklan media cetak dalam mencapai objective (tujuan) bisnis</li> <li>3. Demografis, Geografis, Psikografis Audiens (konsumen) iklan media cetak</li> <li>4. Strategi periklanan media cetak</li> <li>5. Anggaran kampanye iklan media cetak</li> <li>6. Monitoring dan Evaluasi kampanye iklan media cetak</li> </ol>	
<b>Daftar Referensi</b>	<b>Utama:</b>	
		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Helmut Kipphan, "Handbook of Print Media: Technologies and Production Methods" (Springer Science &amp; Business Media, 2001)</li> <li>2.</li> </ol>
	<b>Pendukung:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Richard Craig "Reporting, Writing, and Editing for New Media: Online Journalism" (Thomson 2005).</li> <li>2. Ronald D. Smith "Becoming A Public Relations Writers: A Writing Process Workbook for the Profession" (Lawrence 2003).</li> </ol>
<b>Media Pembelajaran</b>	<b>Perangkat lunak:</b>	<b>Perangkat keras :</b>
	Powerpoint	Notebook & LCD Projector
<b>Nama Dosen Pengampu</b>	Dyama Khazim Setyadi, SE., M.IKom	
<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	Mampu menjelaskan tentang perkembangan media cetak sebagai bagian dari industri periklanan	Gambaran Umum Media Cetak  Perkembangan Iklan Media Cetak  Perkembangan Industri Iklan Media Cetak	<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> 3 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membaca dan mendiskusikan proses perkembangan Media Cetak</li> <li>Membangun kerangka berpikir peta media cetak di era transformasi digital</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Penilaian tugas mandiri <b>Bentuk:</b> Portofolio gambaran kerangka berpikir Media Cetak sebagai bagian dari industri periklanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan pengetahuan tentang perkembangan media cetak</li> <li>Kreativitas dan kerapian menyusun bagan alir kronologis</li> </ul>	
2, 3	Mampu menjelaskan fungsi dan kedudukan media cetak dalam membantu perusahaan mencapai tujuan bisnis	Fungsi Iklan Media Cetak  Kedudukan Media Cetak dalam ekosistem Media  Tujuan (objective) bisnis merek	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bentuk: Kuliah</li> <li>Metode: Diskusi</li> </ul>	<b>TM:</b> 4 jp x 50" <b>TT:</b> 9 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membaca dan mendiskusikan fungsi dan kedudukan Media Cetak</li> <li>Menjelaskan fungsi dan kedudukan Media Cetak secara tertulis</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Penilaian tugas mandiri <b>Bentuk:</b> Portofolio lembar kerja mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan waktu mengumpulkan tugas</li> </ul>	5%
4, 5	Mampu menjelaskan posisi Media Cetak di berdasarkan demografi konsumen	Demografi Audiens Media Cetak  Geografis Audiens Media Cetak  Psikografis Audiens Media Cetak	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bentuk: Kuliah</li> <li>Metode: Diskusi</li> </ul>	<b>TM:</b> 4 jp x 50" <b>TT:</b> 9 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membaca dan mendiskusikan posisi Media Cetak berdasarkan demografi konsumen</li> <li>Menyusun infografis posisi media cetak berdasarkan karakter konsumen</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Penilaian tugas proyek <b>Bentuk:</b> Portofolio infografis	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan pengetahuan tentang posisi Media Cetak berdasarkan demografi konsumen</li> <li>Kreativitas dan struktur berpikir dalam memetakan</li> </ul>	5%

							peran media cetak	
6, 7	Mampu merencanakan strategi periklanan melalui media cetak	Perencanaan media cetak  Konten yang relevan di media cetak  Desain & rekam visual yang dapat dioptimalkan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk: Kuliah</li> <li>• Metode: Praktik</li> </ul>	<b>TM:</b> 4 jp x 50" <b>TT:</b> 9 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penggambaran strategi perencanaan media cetak dalam industri periklanan</li> <li>• Simulasi <i>pitch</i> kampanye periklanan melalui media cetak</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Penilaian tugas proyek <b>Bentuk:</b> Portofolio hasil Simulasi kampanye periklanan media cetak	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan pengetahuan tentang teknik-teknik membaca</li> <li>• Ketepatan menjawab tantangan yang diberikan sesuai dengan kondisi industri periklanan</li> </ul>	<b>10%</b>
8	Ujian Tengah Semester							20%
9, 10	Mampu menghitung anggaran periklanan media cetak	Jenis Anggaran iklan media cetak  Strategi pembiayaan iklan media cetak  <i>Return of Investment (ROI)</i> bagi perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk: Kuliah</li> <li>• Metode: Latihan</li> </ul>	<b>TM:</b> 4 jp x 50" <b>TT:</b> 9 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kerangka biaya media cetak dengan karakteristiknya</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Penilaian tugas mandiri <b>Bentuk:</b> Portofolio lembar kerja mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan waktu mengumpulkan tugas</li> </ul>	<b>10%</b>
11, 12, 13	Mampu membuat kampanye integrasi media cetak dengan media lainnya	Kampanye media cetak terintegrasi sebagai bagian dari strategi periklanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk: Kuliah</li> <li>• Metode: Latihan</li> </ul>	<b>TM:</b> 6 jp x 50" <b>TT:</b> 12 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bekerjasama dalam sebuah tim untuk menjawab permasalahan perusahaan melalui strategi iklan media cetak</li> <li>• Mampu mengintegrasikan media cetak dengan media lainnya.</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Penilaian tugas kelompok <b>Bentuk:</b> Kampanye sederhana yang melibatkan studi kasus perusahaan dengan pemetaan media cetak yang relevan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan waktu mengumpulkan tugas</li> <li>• Kesesuaian dalam memecahkan masalah</li> </ul>	<b>10%</b>
14, 15	Mampu mengevaluasi kampanye yang	Evaluasi komunikasi periklanan melalui media cetak	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk: Kuliah</li> </ul>	<b>TM:</b> 4 jp x 50" <b>TT:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menganalisis aktivasi kampanye</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> Penilaian tugas mandiri	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan waktu</li> </ul>	

	dilakukan melalui media cetak		• Metode: Latihan	9 jp x 50"	media cetak dengan perangkat yang ada di industri periklanan	<b>Bentuk:</b> Portofolio lembar kerja mahasiswa	mengumpulkan tugas • Analisis dan kedalaman data yang digunakan	
16	Ujian Akhir Semester							10% +30%

**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.