|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Issue/Revisi | : A0 | | Tanggal | | : 24 Januari 2019 |
| Mata Kuliah | : Media Promosi Wira Usaha | | Kode MK | | : KOM-103 |
| Rumpun MK | : Mata Kuliah Wajib | | Semester | | : 5 |
| Dosen Pengampu | : Yosaphat Danis Murtiharso, S.Sn, M.Sn | | Bobot (sks) | | : 3 sks |
| Dosen Pengampu  Yosaphat Danis Murtiharso, S.Sn, M.Sn | | Kaprodi  Reni Dyanasari, S.Ikom, M.Ikom | | Dekan  Dr. Dion Dewa Barata, SE, MSM | |

| **RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER** | | | |
| --- | --- | --- | --- |
| **Capaian Pembelajaran (CP)** | **CPL - PRODI** | | |
| S9    KU3  KU6 | Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri  Mampu merencanakan dan menyusun berbagai kegiatan promosi baik secara individu maupun kelompok.  Memiliki pemahaman konseptual dan keterampilan teknis dalam bidang pekerjaan periklanan | |
| **CP-MK** | | |
| M1  M2  M3  M4 | Mahasiswa mampu merancang konsep program promosi wirausaha atau periklanan secara kreatif (K3, P2)  Mahasiswa mampu memvisualkan konsep program promosi wirausaha atau periklanan yang sudah dibuat(K4,P2)  Mahasiswa mampu mengukur keberhasilan program promosi wirausaha (K5,P5)  Mahasiswa mampu menyelesaikan masalah promosi wirausaha atau periklanan secara mandiri terhadap permasalahan yang timbul dalam pra produksi, produksi dan paska produksi(K6,P4) | |
| **Deskripsi Singkat MK** | Pada mata kuliah ini mahasiswa belajar tentang prinsip-prinsip perencanaan, produksi dan paska produksi program promosi wirausaha atau advertising secara kreatif untuk mencapai tujuan yang sudah ditentukan | | |
| **Materi Pemebelajaran/Pokok Bahasan** | 1. Media dan Sejarah dan perkembangan periklanan 2. Iklan, Periklanan, dan Marketing 3. Fungsi, Tujuan dan dampak Promosi Wirausaha 4. Jenis-jenis iklan 5. Production Strategis 6. Asistensi 7. Problem solving Promosi Wirausaha 8. UTS 9. Teori Periklanan 10. Komunikasi Persuasif Periklanan 11. Marketing komunikasi terintegrasi 12. Positioning dalam periklanan 13. Manajemen Brand 14. Asistensi 15. Presentasi 16. UAS | | |
| **Pustaka** | **Utama** | | |
| Andrew Crane, Dirk Matten, Jeremy Moon, (2008), Corporation and Citicenzhip (Business, Value Creation and Society), Cambridge University Press  George E Belch, Michael A Belch, (2017), Advertising and Promotion,An Integrated Marketing Communications Perspective McGraw-Hill Education | | |
| **Pendukung** | | |
| Moriarty Sandra, Mitchell Nancy, Wells William, (2012), Advertising and IMC Principles and Practice,Pearson  Estaswara, (2008), Think IMC!,Gramedia Pustaka Utama  Widyatama, Rendra (2009), Pengantar Periklanan, Buana Pustaka Indonesia | | |
| **Media Pembelajaran** | **Perangkat Lunak:** | | **Perangkat Keras:** |
| Powerpoint, MS Word, Excel | | LCD Projector |

| **RANCANGAN PEMBELAJARAN SEMESTER** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Minggu ke-** | **Sub CP-MK**  **(Kemampuan Akhir yang Diharapkan)** | **Indikator** | **Kriteria & Bentuk Penilaian** | **Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)** | **Materi Pembelajaran (Pustaka)** | **Bobot Penilaian (%)** |
| ***(1)*** | ***(2)*** | ***(3)*** | ***(4)*** | ***(5)*** | ***(6)*** | ***(7)*** |
| 1 | 1. Mahasiswa mampu memahami, mendeskripsikan dan menjelaskan sejarah periklanan | Kemampuan menjelaskan sejarah dan perkembangan periklanan | Kriteria:  Ketepatan sejarah dalam menjelaskan perkembangan periklanan  Bentuk Penilaian:   * Tanya jawab | Kuliah dan Diskusi [TM: 2x (2x50”)]  Tugas 1: Membuat gagasan company profile UKM | Sejarah dan perkembangan periklanan dari waktu ke waktu | 10 |
| 2 | 1. Mahasiswa mampu mengolah gagasan dalam iklan, periklanan dan marketing secara kreative | Kreatifitas dalam mengolah gagasan awal menjadi gagasan final | Kriteria:  Perbedaan antara gagasan awal dan final dan prosesnya | Kuliah dan diskusi:  (TM;2x (2x50”))  Tugas: 1. Membuat gagasan company profile UKM | Pengertian kreatifitas dalam iklan, periklanan dan pemasaran | 10 |
| 3 | 1. Mahasiswa mampu memahami fungsi dan tujuan promosi serta dampak periklanan | Ketepatan naskah dengan company profile yang dibuat dengan yang dihasilkan | Kriteria:  Keserasian antara naskah dengan company profile yang dihasilkan | Kuliah dan diskusi:  (TM 2x (2x50”))  Tugas: 1. Melakukan breakdown naskah menjadi detail shot, narasumber sampai siap produksi | Teknik mengembangkan naskah company profile | 10 |
| 4 | 1. Mahasiswa memahami jenis-jenis iklan, dan mampu membuat perencanaan sampai produksi | 1. Mampu bertutur dengan metode yang ditetapkan dalam periklanan | 1. Karya Company profile UKM memenuhi kaidah-kaidah estetika dan pesan yang disampaikan dapat diterima audiens | Kuliah dan diskusi:  (TM2x(2x50”))  Tugas: 1. Melakukan perancangan dan produksi company profile | 1. Proses produksi featurer, brainstorming gagasan company profile dan proses produksinya | 10 |
| 5 | 1. Mahasiswa mampu membuat perencanaan iklan berdasarkan klien brief, memproduksi iklan dan mengemas dalam bentuk iklan kreatif | 1. Hasil editing company profile sudah rapi dan memenuhi kaidah estetika | 1. Kriteria:  Kerapian editing company profile struktur editing feature yang benar, dan estetika dalam editing company profile | Kuliah dan diskusi:  (TM 2x (2x50”))  Tugas: 1. Melakukan editing company yang di produksi sendiri | 1. Dasar-dasar editing video, tools editing video, fast step dalam editing video company profile |  |
| 6. | 1. Mahasiswa mampu menyampaikan problematika periklanan yang diproduksinya dengan tepat untuk mendapatkan solusi | 1. Mahasiswa lancar mempresentasikan karya dan menjawap pertanyaan dosen dan teman yang berhubungan dengan karya | 1. Kriteria:  Kelancaran presentasi  Kemampuan diskusi  Performa karya audio visual | Kuliah dan diskusi:  (TM 2x (2x50”))  Tugas: 1. Presentasi karya dan diskusi | 1. Analisa karya feature | 5 |
| 7. | 1. Mahasiswa mengetahui kelemahan iklan yang diproduksinya dan memperbaiki kelemahan iklan produksinya.. | 1. Mahasiswa mampu mempresentasikan cara memperbaiki karya periklanan dan mengaplikasikannya dalam karya berikutnya | 1. Kriteria:  Kelancaran presentasi metode perbaikan karya company profile | Kuliah dan diskusi:  (TM 2x (2x50”))  Tugas: 1. Presentasi karya dan diskusi | 1. Problem solving karya company profile | 5 |
| 8 | **Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa** |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 9 | 1. Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan terori periklanan yang melekat dalam setiap karya media promosi wirausaha | 1. Mahasiswa mampu menerapkan detail-detail artistik didalam produksi media deskriptif periklanan | 1. Kriteria:  Ketepatan dalam penerapan detail artistik dalam produksi media deskriptif periklanan | Kuliah dan diskusi:  (TM 2x (2x50”))  Tugas: 1. Breakdown disain produksi secara tepat dan detail | 1. Estetika dalam produksi program deskriptif periklanan | 10 |
| 10 | 1. Mahasiswa memahami dan mampu merancang iklan yang kuat dalam mempengaruhi audiens sesuai tujuan yang ditentukan | 1. Penjelasan deskriptif dan penerapan perancangan iklan persuasif  2. Pesan iklan yang dibuat dapat diingat kuat oleh penonton | 1. Pembeda dengan cerita yang pernah ada  2. Keunikan plot cerita | Kuliah dan diskusi:  (TM 2x (2x50”))  Tugas: 1. Membuat cerita iklan tanpa mengabaikan estetika | 1. Dasar-dasar penulisan iklan  2. Breakdown naskah iklan | 10 |
| 11 | 1. Mahasiswa mampu membuat gagasan dan menuangkan dalam karya iklan yang terintegrasi dengan kepentingan marketing | 1. Memahami iklan dan dan kaitannya dengan filosofi bisnis klien  2. Memahami kelebihan dan kekurangan jenis-jenis iklan yang terintegrasi dengan marketing | 1. Ketepatan gagasan; pengembangan gagasan dan proses produksi periklanan  2. Kemampuan mengadaptasi gagasan menjadi karya iklan terintegrasi marketing | Kuliah dan diskusi:  (TM 2x (2x50”))  Tugas: 1. Kembangkan gagasan yang sudah dibuat menjadi karya iklan terintegerasi marketing | 1. Sejarah film dokumenter  2. Jenis-jenis film dokumenter  3. Proses produksi iklan terintegrasi marketing | 10 |
| 12. | 1. Mahasiswa mampu menganalisa dan memutuskan teknik positioning periklanan untuk mencapai tujuan yang di tentukan klien | 1. Mampu merubah posisi produk dan bisnis klien menjadi lebih baik dan tumbuh pesat  2. Mampu mengantisipasi dampak yang ditimbulkan positioning iklan yang dibuat  3. Pesan menarik perhatian audiens | 1. Metode merubah positioning produk dan bisnis  2. Kemasan pesan dalam iklan untuk positioning produk dan bisnis | Kuliah dan diskusi:  (TM 2x (2x50”))  Tugas: 1. Produksi iklan untuk positioning produk dan bisnis | 1. Produksi iklan untuk positioning produk dan bisnis | 10 |
| 13. | 1. Mahasiswa mampu menganalisa dan merancang strategi brand dalam bentuk iklan | 1. Kelengkapan data pendukung untuk analisa brand  2. Akurasi data  3. Keunikan gagasan | 1. Kemampuan penyampaian data pendukung analisa brand  2. Pendalaman dan pemahaman atas iklan branding yang akan dibuat | Kuliah dan diskusi:  (TM 2x (2x50”))  Tugas: 1. Produksi iklan branding | 1. Asistensi karya iklan branding | 5 |
| 14 | 1. Mahasiswa mampu menganalisa kelemahan iklan yang diproduksinya dan memperbaiki sesuai kebutuhan klien | 1. Kemampuan presentasi  2. Kejelasan data  3. Penguasaan permasalahan dalam iklan branding | 1.Kemampuan mempertahankan karya iklan branding  2.Kemampuan antisipasi dampak sosial dari iklan branding | Kuliah dan diskusi:  (TM 2x (2x50”))  Tugas: 1. Presentasi iklan branding | 1. Presentasi film iklan branding | 5 |
| 15 | 1. Mahasiswa mampu mempertanggungjawabkan karya produksi iklan kepada klien dan atau audiens | Mahasiswa mampu mempresentasikan cara memperbaiki karya periklanan dan mengaplikasikannya dalam karya berikutnya | 1. Kriteria:  Kelancaran presentasi metode perbaikan karya company profile | Kuliah dan diskusi:  (TM 2x (2x50”))  Tugas: 1. Presentasi karya dan diskusi | 1. Problem solving karya company profile |  |
| **16** | **Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa** | | | | | |

| **RANCANGAN TUGAS MAHASISWA** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Mata Kuliah | Produksi Media Promosi Wirausaha | | | | | |
| Kode MK | KOM 103 | | sks: | 3 | Semester: | 5 |
| Dosen Pengampu | Yosaphat Danis Murtiharso, S.Sn, M.Sn | | | | | |
| **BENTUK TUGAS** | | | | | | |
| Media Promosi Wirausaha | | | | | | |
| **JUDUL TUGAS** | | | | | | |
| Tugas 4 –Memproduksi dan mempresentasikan Company Profile UKM | | | | | | |
| **SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH** | | | | | | |
| Mahasiswa mampu merancang company profile | | | | | | |
| **DESKRIPSI TUGAS** | | | | | | |
| Buat Company profile yang memenuhi visi dan misi klien | | | | | | |
| **METODE PENGERJAAN TUGAS** | | | | | | |
| 1. Mengumpulkan data, membuat gagasan 2. Melakukan brainstorming sampai ketemu gagasan yang unik, baru, menarik dan mudah diingat 3. Membuat naskah company profile ukm 4. Produksi company profile 5. Presentasi | | | | | | |
| **BENTUK DAN FORMAT LUARAN** | | | | | | |
| 1. Film Company profile ukm 2. Bentuk luaran: Karya film company profile ukm siap tayang di UPJ Live 3. Format film: mp4 4. Durasi film : 7 menit | | | | | | |
| **INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN** | | | | | | |
| 1. Orisinalitas gagasan (bobot 20%) 2. Naskah company profile ukm (bobot 20%) 3. Hasil akhir company profile (bobot 30%) 4. Presentasi (bobot 30%) | | | | | | |
| **JADWAL PELAKSANAAN** | | | | | | |
| Meringkas jurnal | | 2 Mei – 4 Mei 2017 | | | | |
| Menyusun Proposal | | 2 Mei – 12 Mei 2017 | | | | |
| … | | …. | | | | |
| **LAIN-LAIN** | | | | | | |
| Bobot Penilaian tugas ini adalah 20% dari 100% penilaian mata kuliah ini. | | | | | | |
| **DAFTAR RUJUKAN** | | | | | | |
| Andrew Crane, Dirk Matten, Jeremy Moon, (2008), Corporation and Citicenzhip (Business, Value Creation and Society), Cambridge University Press  George E Belch, Michael A Belch, (2017), Advertising and Promotion,An Integrated Marketing Communications Perspective McGraw-Hill Education | | | | | | |