



UNIVERSITAS PAKUAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	RUMPUN MK	BOBOT (SKS)		
DASAR-DASAR PERIKLANAN			3		
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK		
Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Comn	Sandy Gunarso, S.Kom., M.I.Kom.		Muslim, M.Si		
CPL - PRODI yang dibebankan pada MK					
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL 1	Lulusan mampu menunjukkan kepribadian yang berakhlak dan berintegritas melalui proses pembelajaran			
	CPL 2	Lulusan mampu merasionalkan konsep, kaidah, proses penyusunan rencana, implementasi, monitoring dan evaluasi			
	CPL 4	Lulusan mampu merencanakan, memproduksi, dan mendistribusikan pesan komunikasi untuk mengukur dan meningkatkan efektivitas komunikasi			
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)				
	CPMK 1	Mahasiswa mampu menganalisis konsep teoritis dari periklanan serta peranannya.			
	CPMK 2	Mahasiswa mampu menganalisis fungsi dan manfaat iklan pada bisnis hingga sikap konsumen.			
	CPMK 3	Mahasiswa mampu menganalisis peranan etika dan regulasi periklanan dalam bisnis dan interaksi sosial.			
	CPMK 4	Mahasiswa mampu menganalisis proses kerja periklanan dari desain hingga visual branding			
	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)				
	Sub-CPMK 1	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar, sejarah, manfaat, komponen, dan fungsi dari periklanan (1-4)			
	Sub-CPMK 2	Mahasiswa mampu menjelaskan pentingnya iklan hingga evolusi periklanan, model struktur, dan sikap konsumen (5-6)			
	Sub-CPMK 3	Mahasiswa mampu menganalisis etika dan regulasi yang mengikat periklanan (5-6)			
	Sub-CPMK 4	Mahasiswa mampu menganalisis pentingnya ide, brainstorming, hingga mindmapping dari proses periklanan (7-8)			
	Sub-CPMK 5	Mahasiswa mampu menganalisis peranan desain produk, mulai dari teknik hingga fungsinya dalam periklanan (9-11)			
Sub-CPMK 6	Mahasiswa mampu menganalisis peranan penting dari visual branding bagi bisnis. (12-13)				
Korelasi CPL terhadap CPMK					
		CPMK 1	CPMK 2	CPMK 3	CPMK 4
	CPL 1	v	v	v	v
	CPL 2	v	v	v	v
	CPL 4	v	v	v	v
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini merupakan mata kuliah yang membekali mahasiswa agar memiliki kemampuan menyadari peranan iklan pada kehidupan bisnis dan memahami iklan yang membantu kehidupan atau iklan yang menjerumuskan orang pada sikap konsumtif.				
Bahan Kajian / Materi Pembelajaran	1. Definisi Periklanan, mulai dari sejarah, manfaat, fungsi, dan jenis-jenisnya. 2. Etika Periklanan, Model struktur, evolusi periklanan, dan sikap konsumen.				

Bahan Kajian/ Materi Pembelajaran		3. Bentuk laporan kerja serta bentuk-bentuknya			
		4. Ide, Brainstroming, Mind Mapping, dan Visual Branding			
Pustaka		Utama :			
		1. Siti Aisyah, dkk. 2021. Dasar-Dasar Periklanan. Medan: Yayasan Kita Menulis			
		Pendukung :			
		1. Jefkins, Frank. 1995. Periklanan. Jakarta: Erlangga			
		2. Lewis, Herschell Gordon dan Carol Nelson. 1999. Advertising Age Handbook of Advertising. Illinois: NTC Business Books			
		3. Kaser, Ken. 2011. Advertising and Sales Promotion. Inggris: Cengage Learning EMEA			
Dosen pengampu		Sandy Gunarso W., S.Kom., M.I.Kom.			
Mata kuliah Syarat		-			
Mg ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan mahasiswa, [Estimasi waktu]	
		Indikator	Kriteria & bentuk	Luring (offline)	Daring (online)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1 - 2	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar, sejarah, manfaat, komponen, dan fungsi dari periklanan (Sub-CPMK 1)	1. Menjelaskan konsep dasar periklanan. 2. Mendeskripsikan komponen periklanan. 3. Menganalisis fungsi dan manfaat periklanan	Keaktifan, lembar kerja mahasiswa	Model: Ceramah Penugasan: Menyelesaikan lembar kerja mahasiswa mengenai konsep dan perkembangan psikologi pada perilaku manusia	LMS UNPAK: 1-2

3 - 4	Mahasiswa mampu menjelaskan pentingnya iklan hingga evolusi periklanan, model struktur, dan sikap konsumen. (Sub-CPMK 2)	1. Jenis Periklanan 2. Formula VIPS 3. Evolusi Periklanan 4. Model Struktur 5. Sikap Konsumen 6. Kepribadian Merek	Presentasi, Keaktifan	Model: ceramah	LMS UNPAK: Meeting 3 - 4
5-6	Mahasiswa mampu menganalisis etika dan regulasi yang mengikat periklanan. (Sub-CPMK 3)	1. Menjelaskan Etika Periklanan. 2. Menjelaskan regulasi periklanan. 3. Menganalisis kesalahan dalam periklanan.	Presentasi, keaktifan, sikap	Model: Case Method: Menganalisa contoh-contoh kesalahan dalam periklanan	LMS UNPAK: Meeting 5-6
7	Evaluasi Tengah Semester / Ujian Tengah Semester				
8-9	Mahasiswa mampu menganalisis pentingnya ide, brainstorming, hingga mindmapping dari proses periklanan (Sub-CPMK 4)	1. Menjelaskan definisi ide. 2. Menganalisis pentingnya ide. 3. Menjelaskan pentingnya brainstorming. 4. Menjelaskan pentingnya Mind Mapping. 5. Menjelaskan hubungan antara ide, brainstorming, dan mind mapping.	Tes lisan, lembar persentasi, keaktifan, sikap	Model: Case-based method Penugasan: Menjawab melalui lembar kerja	LMS UNPAK: Meeting 8-9

10-11	Mahasiswa mampu menganalisis peranan desain produk, mulai dari teknik hingga fungsinya dalam periklanan. (Sub-CPMK 5)	1. Menjelaskan definisi desain produk. Menjelaskan fungsi dan manfaat desain produk.	2. Tes lisan, lembar kerja mahasiswa, keaktifan, sikap	Model: Case-based method Penugasan: Menyelesaikan lembar kerja mahasiswa mengenai teknik desain produk.	LMS UNPAK: Meeting 10-11
12-13	Mahasiswa mampu menganalisis peranan penting dari visual branding bagi bisnis. (Sub-CPMK 6)	1. Menjelaskan definisi visual branding. Menjelaskan manfaat dan fungsi visual branding.	2. Uji kinerja, keaktifan, sikap	Model: Problem-based learning Penugasan: Membuat Makalah dengan mengimplementasikan teori visual branding	LMS UNPAK: Meeting 12-13
14	Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester				

Rencana, Distribusi, dan Presentase Penilaian MK Dasar-dasar Periklanan

Sub-CPMK	UTS	UAS	Produk	Reflective Journal/ Laporan	Presentasi/ Unjuk Kinerja	Lembar Kerja	Tes Lisan	Keaktifan	Sikap
Sub-CPMK 1	10%					2%	1%	1%	1%
Sub-CPMK 2	10%					2%		1%	1%
Sub-CPMK 3	10%					2%		1%	1%
Sub-CPMK 4		10%			5%	2%	1%	1%	1%
Sub-CPMK 5		5%			5%	2%	1%	1%	1%
Sub-CPMK 6		5%	7%		5%	2%	1%	1%	1%
Presentase Penilaian	30%	20%	7%	0%	15%	12%	4%	6%	6%

Catatan:

1. Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI) adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ke
2. CPL yang dibebankan pada mata kuliah adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kul

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.
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 mata kuliah.
5. Indikator penilaian kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa.
6. Kriteria Penilaian adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kriteria Penilaian meliputi:
7. Bentuk penilaian: tes dan non-tes.
8. Bentuk pembelajaran: Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk lainnya.
9. Metode Pembelajaran: Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan/atau bentuk lainnya.
10. Materi Pembelajaran adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yang dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. Bobot penilaian adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proporsional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=tatap muka, PT=penugasan terstruktur, BM=belajar mandiri



SEMESTER	NO & TGL DOKUMEN
III	29-Jun-23

Ketua PRODI
Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Comn

an yang menghargai kebhinekaan Indonesia dan nilai keutamaan
n pengembangan program komunikasi, serta pengetahuan tentang
keterampilannya menggunakan konsep dan teori komunikasi yang

.....
.....
.....
.....

.....-2)
nsumen. (3-4)
.....
ian (8-9)
man. (10-11)
.....

1 sosial sehingga mahasiswa memiliki kemampuan untuk memilih
.....
.....

Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian %
(7)	(8)
Definisi Periklanan, mulai dari sejarah, manfaat, fungsi, dan jenis-jenisnya	15

Memahami evolusi periklanan, model struktur, dan sikap konsumen.	15
Menganalisis peranan etika dan regulasi periklanan dalam bisnis dan interaksi sosial	15
Ide, Brainstroming, dan Mind Mapping.	15

Desain Produk	10
Visual Branding	15
100	

Presentase Penilaian
15%
14%
14%
20%
15%
22%
100%

etrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
 iah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.

Kriteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kriteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.