Telkom University



BUKU KURIKULUM 2024

PROGRAM STUDI

S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
KAMPUS JAKARTA

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

soc.telkomuniversity.ac.id info@telkomuniversity.ac.id (022) 7566456

PENGESAHAN

Buku Kurikulum 2024
Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

Jakarta, 28 Juni 2024

Dekan	Ketua Program Studi
Dr. Roro Retno Wulan, S.Sos., M.Pd.	**Reza Ramadhani Firman, S.Ds., M.Ds.**

Menyetujui,
Rektor Universitas Telkom

Prof. Dr. Adiwijaya, S.Si., M.Si.

PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb. Dengan memanjatkan Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, Buku Kurikulum 2024 ini telah berhasil disusun oleh Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom Jakarta. Sebagai salah satu elemen penting dalam proses pendidikan, kurikulum harus senantiasa disesuaikan secara berkala dengan perkembangan zaman. Selain itu berdasarkan peraturan pemerintah Indonesia perlu dilakukan pembaruan kurikulum yang diadakan setiap empat tahun sekali, maka disusunlah buku ini oleh Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom Jakarta sebagai pembaharuan kurikulum dari kurikulum 2020.

Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual (DKV) di Telkom University Jakarta merupakan Program Studi Di Luar Kampus Utama (PSDKU) di bawah Fakultas Industri Kreatif Telkom University kampus pusat yang ada di Bandung. Program Studi ini berdiri sejak tahun 2022 ketika Telkom University Jakarta masih bernama Institut Teknologi Telkom Jakarta. Institut Teknologi Telkom Jakarta dan Telkom University resmi bergabung pada tanggal 25 Januari 2023, sesuai keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 115/E/O/2023 yang diselenggarakan oleh Yayasan Pendidikan Telkom.

Industri Desain Komunikasi Visual terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi dan dinamika pasar yang terus berubah. Oleh karena itu, kurikulum ini dirancang untuk mengakomodasi kebutuhan industri masa kini dan masa depan, serta mempersiapkan lulusan yang kompeten dan siap bersaing di dunia kerja. Dalam pengelolaannya Program Studi S1 DKV di Fakultas Industri Kreatif Telkom University Jakarta berupaya untuk mengakomodir kebutuhan pasar dan Industri di Jakarta dengan mengadopsi kurikulum peminatan *advertising*. Kurikulum peminatan *advertising* dipilih karena memiliki prospek yang baik dan memiliki kesesuaian dengan kebutuhan Industri di Jakarta saat ini.

Dalam rangka penyempurnaan kurikulum Prodi S1 DKV Telkom University di tahun 2022-2023 ini, dirancanglah mata kuliah-mata kuliah tambahan yang dapat mendukung kurikulum dengan orientasi kebutuhan industri. Mata kuliah tambahan tersebut dirancang menjadi mata kuliah pilihan bagi mahasiswa yang dapat memperkaya cakupan keilmuan di program studi DKV Jakarta.

Kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi terbaiknya dalam proses pemutakhiran kurikulum ini. Diharapkan kurikulum baru ini akan membawa kebermanfaatan yang besar bagi seluruh civitas akademika dan masyarakat luas.

Jakarta, 28 Juni 2024
Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual
Universitas Telkom



Reza Ramadhani Firman, S.Ds., M.Ds.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN **I**

PENGANTAR **ii**

DAFTAR ISI **iii**

DAFTAR GAMBAR **Vi**

DAFTAR TABEL **Viii**

1. PROFIL PROGRAM STUDI **1**

1.1 Sejarah Program Studi 1

1.2 Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran 2

1.2.1 Visi 2

1.2.2 Misi 2

1.2.3 Tujuan 2

1.2.4 Sasaran 2

2. ACUAN DASAR **4**

2.1 Regulasi Nasional 4

2.2 Regulasi Internal 7

2.3 Taksonomi Bloom 7

2.4 Pendidikan Berbasis Capaian Pembelajaran (Outcome Based Education/OBE) 9

2.5 Program Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM) 12

2.6 Sustainable Development Goals (SDGs) 13

2.7 Program Kompetisi Kampus Merdeka (PKKM) 14

2.8 Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual (ASPRODI DKV) 16

2.9 Asosiasi Profesi Desain Komunikasi Visual Indonesia (AIDIA) 17

2.10 International Council Of Design (ICOD) 17

3. EVALUASI KURIKULUM SEBELUMNYA **18**

3.1 Alur Evaluasi Kurikulum 18

3.2 Data 19

3.2.1 Tracer Study 20

3.2.2 Market Signal 24

3.2.3 Perkembangan Keilmuan 27

3.2.4 FGD dengan Pakar 29

3.2.5 FGD dengan Industri Sasar dan Alumni 32

3.5.3 Focus Group Discussion (FGD) Dengan Asosiasi 44

3.5.4 Focus Group Discussion (FGD) Dengan Alumni 47

3.5.5 Focus Group Discussion (FGD) Dengan Pemerintah 52

3.2.6 Benchmark dan Positioning 53

3.2.6.1 Benchmark Luar Negeri 53

3.2.6.2 Benchmark Dalam Negeri 54
3.2.6.3 Benchmark Internal Universitas Telkom 56
3.3 Analisis 57
3.3.1 SWOT 57
3.4 Strategi Pengembangan 61
4. PROFIL LULUSAN 60
4.1 Alur Penentuan Profil Lulusan 61
4.2 Data dan Analisis 61
4.3 Profil Lulusan 65
5. CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN 69
5.1 Proses Penentuan Capaian Pembelajaran Lulusan 69
5.2 Capaian Pembelajaran Lulusan 73
5.3 Matrix Capaian Pembelajaran Lulusan dengan Profil Lulusan 76
5.4 Matriks Capaian Pembelajaran Lulusan dengan Bahan Kajian 77
5.5 Matriks Capaian Pembelajaran Dengan Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CLO) 78
6. BAHAN KAJIAN 81
6.1 Proses Penentuan Bahan Kajian 81
6.2 Matriks Bahan Kajian dan Capaian Pembelajaran Lulusan 83
6.3 Matriks Bahan Kajian dan Capaian Pembelajaran Lulusan (Program Learning Outcome/PLO) dan Capaian pembelajaran mata kuliah (Course Learning Outcome/CLO) 85
7. KEDALAMAN DAN KELUASAN KAJIAN 87
7.1 Proses Penentuan Kedalaman dan Keluasan Kajian 8 7
7.2 Kedalaman dan Keluasan Kajian 88
8. MATA KULIAH 92
8.1 Alur Penentuan Mata Kuliah 92
8.2 Matriks Relasi Mata Kuliah dan Bahan Kajian beserta Bobotnya 93
9. STRUKTUR MATA KULIAH 115
9.1. Proses Penentuan Struktur Kurikulum 115
9.2. Struktur Kurikulum 124
10. RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER 132
10.1 Penentuan Rencana Pembelajaran Semester dan Metode Pembelajaran 132
10.2 Rencana Pembelajaran Semester 133
11. SKEMA EKUIVALENSI, IMPLEMENTASI, DAN SKPI. 133
11.1 Skema Ekuivalensi 133
11.2 Skema Implementasi 135
11.2.1 Perhitungan dan Penyiapan Sumber Daya Manusia 135
11.2.2 Perhitungan dan Penyiapan Sumber Daya Pendukung 146
11.3 SKPI 146

12. HASIL REVIEW KURIKULUM **149**

REFERENSI **152**

LAMPIRAN **153**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Alur Capaian Pembelajaran (Outcome Based Education/OBE)	10
Gambar 2.	Pengelolaan Pemetaan CLO ke *Tools Assessment*	10
Gambar 3.	Pengelolaan RPS Mata Kuliah	11
Gambar 4.	Pengelolaan Portofolio Mata Kuliah	11
Gambar 5.	Siklus *Plan-Do-Check-Act* (PDCA)	12
Gambar 6.	Sustainable Development Goals (SDGs)	13
Gambar 7.	Diskusi Bersama Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud RI)	14
Gambar 8.	Jumlah Responden Fakultas Industri Kreatif	20
Gambar 9.	Waktu Tunggu Alumni Fakultas Industri Kreatif Untuk Mendapatkan Pekerjaan	20
Gambar 10.	Tingkat *Response Rate* Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual	21
Gambar 11.	Kondisi Terkini Alumni Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual	21
Gambar 12.	Waktu Tunggu Lulusan Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Untuk Mendapatkan Pekerjaan	22
Gambar 13.	Kategori Perusahaan Tempat Alumni Bekerja	22
Gambar 14.	Pendapatan Alumni	23
Gambar 15.	Kesesuaian Tingkat Pendidikan dengan Pekerjaan	23
Gambar 16.	Tingkat Keeratan Antara Pekerjaan Dengan Prodi di Fakultas Industri Kreatif	24
Gambar 17.	Tingkat Keeratan Antara Pekerjaan Dengan Prodi	24
Gambar 18.	Penyerapan Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Tahun 2019	25
Gambar 19.	Distribusi Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Berdasarkan Subsektor Tahun 2019	25
Gambar 20.	17 Sub sektor ekonomi kreatif	26
Gambar 21.	Sasaran SDM	27
Gambar 22.	FGD dengan *Design Culture Unit*, Chiba University, Jepang	30
Gambar 23.	FGD dengan *Systems Planning Lab*, Chiba University, Jepang	31
Gambar 24.	FGD dengan Peneliti Ahli Utama Bidang Kebudayaan, Pusat Riset Kesejahteraan Sosial, Desa, dan Konektivitas, Badan Riset Inovasi Nasional (BRIN)	32
Gambar 25.	FGD dengan Jevis Studio	33
Gambar 26.	FGD dengan Dassein Design Bureau	34
Gambar 27.	FGD dengan *Co-Founder & Principal Designer*	36
Gambar 28.	FGD dengan *IndoArtNow*	36

Gambar 29.	FGD dengan Galeri Nasional Indonesia	37
Gambar 30.	FGD dengan Leboye Design	38
Gambar 31.	FGD dengan Thinking Room	39
Gambar 32.	FGD dengan Bit Group Asia & Chairman ADGI	40
Gambar 33.	FGD dengan Wanara Studio	41
Gambar 34.	FGD dengan POT Branding House	42
Gambar 35.	FGD Dengan Industri Alumni Dari PT Assemblr Teknologi Indonesia	43
Gambar 36.	FGD Dengan Industri Dari Telkom Indonesia	44
Gambar 37.	FGD dengan Asosiasi Profesional Desain Komunikasi Visual Indonesia (AIDIA)	46
Gambar 38.	FGD dengan Alumni	47
Gambar 39.	FGD Dengan Pemerintah	52
Gambar 40.	Alur Penentuan Profil Lulusan	61
Gambar 41.	Proses Penentuan Capaian Pembelajaran Lulusan	69
Gambar 42.	Jenjang Kualifikasi KKNI	72
Gambar 43.	Alur Penentuan Mata Kuliah	92
Gambar 44.	Penentuan Bobot SKS	105
Gambar 45.	Contoh Model Pendekatan Kurikulum Hibrida	116
Gambar 46.	Diagram Relasi Antar Matkul di Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual	132

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Dimensi Proses Kognitif	8
Tabel 2.	Dimensi Proses Afektif	8
Tabel 3.	Dimensi Proses Psikomotor	9
Tabel 4.	Profil Lulusan Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual	66
Tabel 5.	Kemampuan Profil Lulusan Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual	66
Tabel 6.	Deskripsi Beserta Sumber Acuan dari Setiap Capaian Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual.	74
Tabel 7.	PLO ke Profil Lulusan Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual	76
Tabel 8.	PLO ke BK Program Studi Desain Komunikasi Visual	77
Tabel 9.	PLO ke CLO Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual.	79
Tabel 10.	Matriks Bahan Kajian dan Capaian Pembelajaran	83
Tabel 11.	Matriks Bahan Kajian dengan PLO	85
Tabel 12.	Matriks Bahan Kajian dengan CLO	86
Tabel 13.	Relasi Bahan Kajian dan Kedalaman Bobot	89
Tabel 14.	Matriks Capaian Pembelajaran (Program Learning Outcome/PLO) ke Bahan Kajian	89
Tabel 15.	Matriks Bahan Kajian ke Deskripsi dan Scope	90
Tabel 16.	Daftar Mata Kuliah Beserta Bahan Kajian	94
Tabel 17.	Capaian Program Studi terhadap Mata Kuliah	99
Tabel 18.	Tabel Peta Jalan PLO per-Semester	101
Tabel 19	Mata Kuliah terhadap Bahan Kajian dan PLO	106
Tabel 20	Matriks Mata Kuliah Terhadap CLO Prodi per-Semester	110
Tabel 21.	Daftar Mata Kuliah Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual (Reguler)	117
Tabel 22.	Susunan Mata Kuliah Lama Pada Peminatan Visual Interactive Design	119

Tabel 23.	Daftar Mata Kuliah Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual (Internasional)	120
Tabel 24.	Daftar Mata Kuliah Work Ready Program (WRAP) dan MBKM	122
Tabel 25.	Struktur Kurikulum di Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual (Reguler)	126
Tabel 26.	Struktur Mata Kuliah Lama Pada Peminatan Visual Interactive Design	129
Tabel 27.	Daftar Mata Kuliah Work Ready Program (WRAP) dan MBKM	130
Tabel 28.	Perhitungan dan Penyiapan Sumber Daya Manusia (Reguler)	135
Tabel 29.	Perhitungan dan Penyiapan Sumber Daya Manusia (Internasional)	137
Tabel 30	Jumlah Dosen di Prodi Desain Komunikasi Visual	139
Tabel 31.	Peta Ekuivalensi Kurikulum – Advertising	143
Tabel 32.	Tabel Perhitungan dan Penyiapan Sumber Daya Pendukung	144
Tabel 33	Capaian Pembelajaran Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual	146

1. PROFIL PROGRAM STUDI

1.1 Sejarah Program Studi

Program Studi (Prodi) S1 Desain Komunikasi Visual (DKV) Fakultas Industri Kreatif (FIK) Telkom University Jakarta merupakan suatu Program Studi di Luar Kampus Utama (PSDKU) yang berada di bawah naungan Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom yang berpusat di Bandung. Program Studi (Prodi) S1 Desain Komunikasi Visual (DKV) Telkom University Jakarta sudah tersusun dalam struktur organisasi dan tata kerja (SOTK) Telkom University pada Nomor: PDP.0661/00/DGS-HK01/YPT/2024. Saat ini Program studi Sarjana Desain Komunikasi Visual Kampus Jakarta sudah memiliki tiga angkatan dengan jumlah total mahasiswa mencapai 170 orang.

Pada awalnya Prodi S1 DKV Telkom University Jakarta merupakan salah satu program studi di bawah pengelolaan Institut Teknologi Telkom Jakarta yang telah memulai perjalanan sejak tanggal 3 Juni 2021. Sebelumnya Institut Teknologi Telkom Jakarta bernama Akademi Telkom (AKATEL) yang sudah berdiri sejak tahun 2002. Pada awal mula berdirinya, Institut Teknologi Telkom Jakarta hanya memiliki 4 program studi, yang terdiri dari: D3 Teknik Telekomunikasi, S1 Teknik Telekomunikasi, S1 Sistem Informasi dan S1 Teknologi Informasi. Sesuai dengan Rencana Strategi (Renstra) Institut Teknologi Telkom tahun 2022 yang sudah ditentukan, diusulkan dua program studi baru, salah satunya adalah Desain Komunikasi Visual. Hal ini dilakukan untuk mendukung industri kreatif, ekonomi digital, dan kewirausahaan (Creative Industries, Digital economy, and Entrepreneurship / CDE) sebagai value utama dari IT Telkom Jakarta. Program pendidikan tinggi pada IT Telkom Jakarta diarahkan untuk menghasilkan lulusan yang memiliki pengetahuan, keahlian, keterampilan di bidang jasa dan industri serta mampu mengembangkan diri, memiliki etos kerja yang tinggi dan mengikuti perkembangan ilmu Desain Komunikasi Visual. Kemudian menyusul program studi Desain Komunikasi Visual yang akhirnya berdiri pada tanggal 6 Oktober 2022, hal ini sesuai dengan keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 726/E/O/2022 yang diselenggarakan oleh Yayasan Pendidikan Telkom di Jakarta.

Seiring berjalannya waktu Yayasan Pendidikan Telkom sebagai induk Yayasan dari Lembaga Pendidikan Tinggi (LEMDIKTI) Telkom membuat kebijakan untuk menggabungkan seluruh LEMDIKTI yang berada di bawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom (YPT) menjadi satu kesatuan menjadi Telkom University. Dari keempat LEMDIKTI Telkom saat itu, yaitu: Institut Teknologi Telkom Jakarta, Institut Teknologi Telkom Surabaya, dan Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Institut Teknologi kota Jakarta yang dipilih pertama kali untuk dilakukannya penggabungan ini. Setelah resmi bergabungnya Institut Teknologi Telkom Jakarta dengan Telkom University yang ada di Bandung, maka lahirlah Telkom Univeristy Jakarta.

1.2 Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran

1.2.1 Visi

Visi jangka panjang program studi hingga tahun 2028, sesuai Rencana Induk Pengembangan (RENIP) adalah:

Menjadi prodi berbasis *creativepreneur* yang mendukung pengembangan inovasi dan kreativitas yang berakar pada budaya nusantara dan bertujuan untuk pemenuhan pembangunan berkelanjutan.

1.2.2 Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan di bidang Desain Komunikasi Visual untuk menghasilkan lulusan dengan jiwa *entrepreneurial* dan kemampuan riset multidisiplin.
2. Melaksanakan dan mempublikasikan penelitian di bidang desain komunikasi visual untuk mengatasi permasalahan lokal dan global sesuai prinsip pembangunan berkelanjutan .
3. Melaksanakan kegiatan pengabdian pada masyarakat dengan masyarakat, industri, akademisi, swasta, dan pemerintah melalui implementasi keilmuan desain komunikasi visual untuk memberdayakan masyarakat dengan semangat *entrepreneurial.*

1.2.3 Tujuan

1. Menanamkan jiwa kewirausahaan khususnya di bidang Industri Kreatif.
2. Menghasilkan karya penelitian dan produk inovasi bidang seni dan desain yang bermanfaat dalam meningkatkan kualitas hidup Masyarakat.
3. Menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi kewirausahaan di bidang Desain Komunikasi Visual.

1.2.4 Sasaran

Sasaran strategis Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual disusun berdasarkan visi, misi, tujuan Fakultas dan Program Studi, serta tantangan dari lingkungan saat ini dan masa depan, atas dasar pertimbangan kondisi sumber daya dan infrastruktur Fakultas dan Program Studi, yaitu:

a. Pengembangan Internasionalisasi (Internationalization Development)

a) **Kerjasama Riset** melakukan Kerjasama riset, conference, dan publikasi dengan Prodi/Fakultas jejaring yang ada di Luar Negeri,

b) **Pertukaran *(Exchange)*** berupa *Lecture Exchange*, *Student Exchange (short course, dual/joint degree)*, dan *Staff Exchange*,

c) ***International class & Dual Degree*** dilakukan untuk program studi DKV (2019) Kriya (2020), Desain Produk (2020),

d) ***International Accreditation*** Pada 2019, 3 Program studi diharapkan dapat terakreditasi ASIC (Kriya, Desain Produk, dan Desain Interior).

b. Pengembangan Kualitas Pendidikan *(Education Quality Development)*

a) Pengembangan kualitas pengajaran dosen: Sertifikasi dosen dan keahlian,

b) Mendorong pengembangan horizontal-vertikal disiplin akademik: membuka program studi S2 Desain dan S1 Arsitektur,

c) Mengaplikasikan hasil riset pada pengajaran dan Pengabdian Masyarakat, d) Menerapkan pembelajaran melalui e-learning untuk sebagian pengajaran, e) Mengembangkan sistem *blended learning*,

f) Mengembangkan prodi kolaborasi dengan fakultas lain.

c. Pengembangan Atmosfer Akademik berbasis Kewirausahaan *(Entrepreneurial Academic Atmosphere Development)*

a) Pembekalan kewirausahaan bagi mahasiswa dengan skema

To Know ⇨ To Do ⇨ To Be

b) Komersialisasi produk hasil karya dosen dan mahasiswa,

c) Internasionalisasi pameran untuk karya-karya dosen dan mahasiswa.

d. Pengembangan Keunggulan Riset *(Development for Research Excellence)*

a) Mendorong keunggulan riset berbasis kreativitas, b) Kewajiban Publikasi dari setiap hasil Penelitian,

c) Riset sebagai sumber dana NTF *(Non-Tuition Fee)* fakultas, d) Kewajiban meng-HKI-kan dari setiap hasil penelitian.

2. ACUHAN DASAR

2.1 Regulasi Nasional

a. Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI);

b. Undang-undang Republik Indonesia No. 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;

c. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 73 tahun 2013 tentang Penerapan KKNI Bidang Pendidikan Tinggi;

d. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 103 tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Jarak Jauh Pada Pendidikan Tinggi;

e. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No.49 tahun 2014 tentang SN Dikti (revisi);

f. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 50 tahun 2014 tentang Sistem Penjaminan Mutu Perguruan Tinggi;

g. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 87 tahun 2014 tentang Akreditasi Program Studi dan Perguruan Tinggi;

h. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 81 tahun 2014 tentang Ijazah, Sertifikat Kompetensi, dan Sertifikat Profesi Pendidikan Tinggi;

i. Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi No. 32 Tahun 2016 tentang Akreditasi Program Studi dan Perguruan Tinggi;

j. Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi No. 62 Tahun 2016 tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;

k. Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi, Direktorat Jenderal Pembelajaran Dan Kemahasiswaan. Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi, 2016;

l. Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi No. 50 Tahun 2018 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi (SN-Dikti);

m. Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi No. 59 Tahun 2018 tentang Ijazah, Sertifikat Kompetensi, Sertifikat Profesi Pendidikan Tinggi;

n. Regulasi Pendidikan Khusus, yaitu: Pendidikan Jarak Jauh (PJJ), Program studi Di luar Domisili (PDD), Program kerjasama Internasional.

o. Pendidikan Berbasis Capaian Pembelajaran (*Outcome-Based Education*/OBE), Direktorat Penjaminan Mutu, Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi.

p. Buku Panduan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2020.

(Belmawa, 2018)

Penyusunan kurikulum 2020 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom juga mengacu pada rekomendasi Rapat Kerja Nasional Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi 2019, yaitu:

1. Pembelajaran dan Kemahasiswaan

Melakukan penyesuaian sistem & kurikulum yang diintegrasikan dengan sistem pembelajaran *online* ataupun *blended learning* tanpa menambah SKS. Penyesuaian ini termasuk fleksibilitas dalam penerapan model semester atau triwulan dan pembentukan sikap dan karakter mahasiswa serta lulusan yang baik.

2. Kelembagaan Iptek dan Dikti

Melakukan penyesuaian Prodi dan Kurikulum Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom dengan mengintegrasikan literasi baru untuk merespon Revolusi Industri 4.0, yaitu literasi data, literasi manusia, dan teknologi. Memiliki penyiapan diri menyambut beroperasinya perguruan tinggi luar negeri.

3. Sumber Daya Iptek dan Dikti

a. Melakukan pengembangan Sumber Daya Manusia Pendidikan Tinggi dengan cara memberikan Beban Kerja Dosen berbasis *Full Time Equivalent* (alat pengukur produktivitas dosen).

b. Memonitoring Sumber Daya Manusia yang terintegrasi dengan SISTER agar digunakan sebagai sarana monitoring dan evaluasi serta kenaikan pangkat bagi dosen di perguruan tinggi.

c. Melakukan sistem melalui pembelajaran model Daring dengan memanfaatkan sarana dan prasarana khas era revolusi industri 4.0 (*smart class room, augmented reality, artificial intelligence, virtual reality, data analytic*, dan *3D printing*) yang sifatnya tidak hanya berfokus pada peningkatan akses dan mutu, tetapi juga efisiensi proses pembelajaran.

4. Riset dan Pengembangan

a. Meningkatkan kualitas publikasi dengan mendorong para dosen dan peneliti serta mahasiswa untuk melakukan publikasi pada jurnal yang bereputasi.

b. Memaksimalkan pemanfaatan SINTA untuk berbagai kegiatan di lingkungannya masing- masing.

c. Semakin meningkatkan output risbang dalam bentuk KI (seperti Paten, Hak Cipta dan lainnya) dan prototipe TRL > 6.

5. Inovasi

Mempersiapkan implementasi RPERMEN Manajemen Inovasi Perguruan Tinggi dengan cara penggunaan KATSINOV, mengembangkan *Blueprint Teaching Industry* untuk mendukung pengembangan klaster inovasi yang berbasis pada produk unggulan daerah dengan mengintegrasikan kapasitas dan sumber daya manusia, serta membentuk UNIMART (*University Market*), sebagai *showroom* untuk memasarkan produk perguruan tinggi dengan memanfaatkan teknologi digital.

6. Reformasi Birokrasi

a. Melakukan '*rights zing*' organisasi, memperbaiki proses bisnis organisasi, dan mengurangi jumlah dosen yang menduduki jabatan administratif.

b. Meningkatkan kualitas pelayanan publik yang ditandai dengan peningkatan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM).

c. Membentuk dan memberdayakan Unit Layanan Terpadu (ULT) sebagai sarana pemberian layanan secara terpusat kepada masyarakat, mahasiswa, dosen, dan tendik.

d. Meningkatkan produktivitas dosen (jumlah publikasi) dan meningkatkan utilisasi penggunaan ruangan/sarana-prasarana bersama.

7. Pengawasan Internal Kemenristekdikti

a. Mengoptimalkan Peran Satuan Pengawas Internal sebagai Konsultan dan *Quality Assurance* di Unit Kerja masing-masing.

b. Melaksanakan Tindak Lanjut Rekomendasi Temuan Hasil Pengawasan Internal dan Eksternal serta melaporkannya kepada Inspektorat Jenderal.

c. Melakukan *Updating* Data Wajib Lapor LHKPN dan melakukan Pelaporan E-LHKPN Secara Tepat Waktu sesuai Permenristekdikti Nomor 43 Tahun 2015.

d. Mencanangkan serta melaksanakan Pembangunan Zona Integritas Menuju

WBK/WBBM.

2.2 Regulasi Internal

a. Buku Pedoman Penyusunan Kurikulum, Universitas Telkom, 2023
b. Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi, Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan Kemristekdikti, 2016.
c. D. Rahadian, “Kurikulum 2020 Universitas Telkom,” Universitas Telkom, 2019.
d. Rencana Strategis Universitas Telkom 2019 - 2023, 2018. e.

Buku Penyusunan Kurikulum IT Telkom, 2012.

2.3 Taksonomi Bloom

Program Studi Desain Komunikasi Visual telah menerapkan taksonomi Bloom versi revisi oleh Anderson dkk. dalam penyusunan kurikulum yang digunakan. Hal ini tercermin dengan penggunaan PLO yang disesuaikan dengan capaian pembelajaran tiap mata kuliah. Pada matakuliah dasar, capaian pembelajaran difokuskan kepada mahasiswa mampu mengingat, mengidentifikasi, dan menjelaskan makna dari tiap pokok bahasan mata kuliah yang diajarkan. Semakin meningkat tingkatan mahasiswa, semakin kompleks pula kata-kata operasional dalam taksonomi yang digunakan. Contoh pengimplementasiannya adalah pada mata kuliah berjenjang yaitu mata kuliah Studio. Mata kuliah ini dilaksanakan secara berjenjang pada setiap setiap semester, semakin keatas, maka output perancangan akan semakin kompleks. Jika pada Studio 1 mahasiswa diharuskan mengingat, memahami, dan menerapkan prinsip desain dalam pembuatan elemen desain, pada Studio 2 mahasiswa mampu menganalisis elemen desain grafis dalam pembuatan aset promosi, pada Studio 3 mahasiswa mampu menganalisis, mengintegrasikan, dan mengevaluasi elemen desain dalam pembuatan sebuah media kemudian mengimplementasikannya ke dalam proses pra produksi desain. Pada mata kuliah Studio 4, mahasiswa telah mampu berkolaborasi dan mensintesis elemen desain untuk menciptakan aset desain baru yang bertujuan untuk memecahkan masalah. Mata kuliah Studio 4 dapat pula digantikan dengan matakuliah MBKM untuk mempertajam kemampuan teknis mahasiswa agar lebih

relevan dengan kebutuhan industri. Pada tingkat akhir, mahasiswa diwajibkan membuat rancangan baru dalam bentuk Tugas Akhir sesuai dengan kompetensi yang sudah dipelajari selama berkuliah. Rancangan ini harus relevan dengan kebutuhan masyarakat atau isu yang terjadi di lingkungan. Pada kesimpulannya, dengan adanya mata kuliah yang berjenjang kemampuan mahasiswa akan lebih

terpetakan dan terarah dengan begitu implementasi taksonomi Bloom pada prodi akan lebih nyata.

Table 1. Dimensi Proses Kognitif

Dimensi Proses Kognitif						
	C1	C2	C3	C4	C5	C6
Pengetahuan Faktual	Menemukenali Membaca Mengingat Kembali Menghafal/Melafadz	Menjelaskan Mengartikan Menginterpretasikan Menceritakan Menampilkan Menerangkan	Melaksanakan Mengimplementasikan Menemukan	Menelaah Mendeteksi Mengaitkan Menguraikan	Merekomendasikan	Membangun Merencanakan Membuat Pola
Pengetahuan Konseptual	Menuliskan Menghafal	Memberikan Contoh Merangkum Membandingkan Mengklasifikasikan Menunjukan Meringkas	Mengkonsepkan Menghitung Menghubungkan Memperagakan Menyesuaikan	Mendiferensiasikan Mengorganisasikan Mengkontribusikan Memisahkan Menyeleksi Membandingkan	Mempertahankan Memproyeksikan Membandingkan Menafsirkan	Mengkombinasikan Merancang Merekonstruksi Mengkombinasikan Mendesain
Pengetahuan Prosedural	Menyusun Daftar Menggaris Bawahi Menjodohkan	Menguraikan Menyadur Mengembangkan	Memproseskan Mendemonstrasikan Melengkapi	Merinci Mendisribusikan Menganalisis	Mengecek Membuktikan Validasi Menilai Evaluasi	Memproduksi Membuat Menciptakan Mengkategorikan Merangkai
Pengetahuan Metakognitif	Memilih Memberi Definisi Menyatakan	Meramalkan Memperkirakan Menyimpulkan Menggantikan Menarik Kesimpulan Membuktikan	Menggunakan Menentukan Melakukan Membuktikan Menghasilkan	Mempertentangkan Memilih Menerima Pendapat	Mengkritik Mendukung Menyimpulkan Memberi Saran Memberi Argument Memutuskan	Mengabstraksi Mengarang Menyusun Kembali Menyimpulkan

Sumber: Nafiati, 2021

Table 2. Dimensi Proses Afektif

Dimensi Proses Afektif					
	A1	A2	A3	A4	A5
Pengetahuan Faktual	Menanyakan	Menyesuaikan Berlatih	Menunjukan Ikut Serta Menggabungkan Diri	Merumuskan Berpegangan Pada Mengintegrasikan	Mempersoalkan Menunjukan
Pengetahuan Konseptual		Mendiskusikan	Mengusulkan	Menghubungkan Mengaitkan Melengkapi Mengatur Membandingkan	Mempertimbangkan
Pengetahuan Prosedural	Melanjutkan Menempatkan	Melaksanakan Melaporkan Menyumbangkan Menampilkan Membawakan Mempraktekan	Melaksanakan Membedakan	Menyusun Mengubah Menyempurnakan Menyesuaikan Menyamarkan	Membuktikan
Pengetahuan Metakognitif	Mengikuti Menjawab Menyatakan Memilih	Membantu Menawarkan Diri Menyambut Menolong Mendatangi Menyesuaikan Diri Menyatakan Setuju	Memilih Menyatakan Pendapat Mengambil Prakarsa Mengikuti Mengundang Membimbing Menolak Mengajak	Mempertahankan Memodifikasi Mengorganisasi Mengkoordinir	Bertindak Menyatakan Memperhatikan Melayani Bertahan

Sumber: Nafiati, 2021

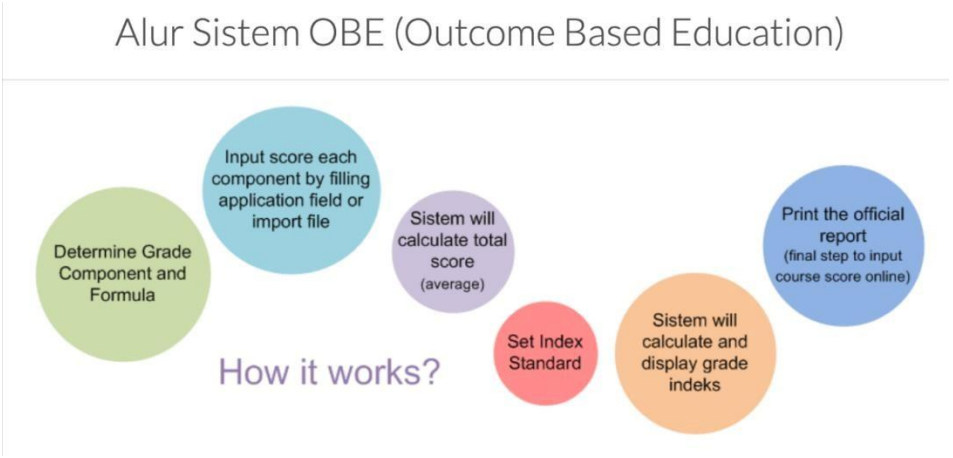
Table 3. Dimensi Proses Psikomotor

Dimensi Proses Psikomotor					
	P1	P2	P3	P4	P5
Pengetahuan Faktual	Mematuhi Mempersiapkan	Mengawali Mempersiapkan	Menunjukan		Menentukan
Pengetahuan Konseptual	Menunjukan	Mempertunjukan	Melengkapi	Merumuskan Mempolakan	Mendesain Menentukan Mengelola Membuat
Pengetahuan Prosedural	Mereplikasikan Mengulangi Membedakan	Membangun Melakukan Melaksanakan Menerapkan	Menyempurnakan Mengkalibrasi Mempraktekan Mengerjakan Memposisikan	Membangun Menggabungkan Koordinat Mengintegrasikan Mengembangkan Memodifikasi Merangkai Memasang Membongkar	Menciptakan Membangun Menghasilkan Karya
Pengetahuan Metakognitif	Menyalin Mengikuti Menirukan	Membuat Kembali Bereaksi Memprakarsai Menanggapi Menggunakan	Mengendalikan Memainkan Membuat Mencoba	Mengatasi Beradaptasi	Mengoperasikan Melakukan Melaksanakan Mengerjakan Menggunakan Memainkan Mengatasi Menyelesaikan

Sumber: Nafiati, 2021

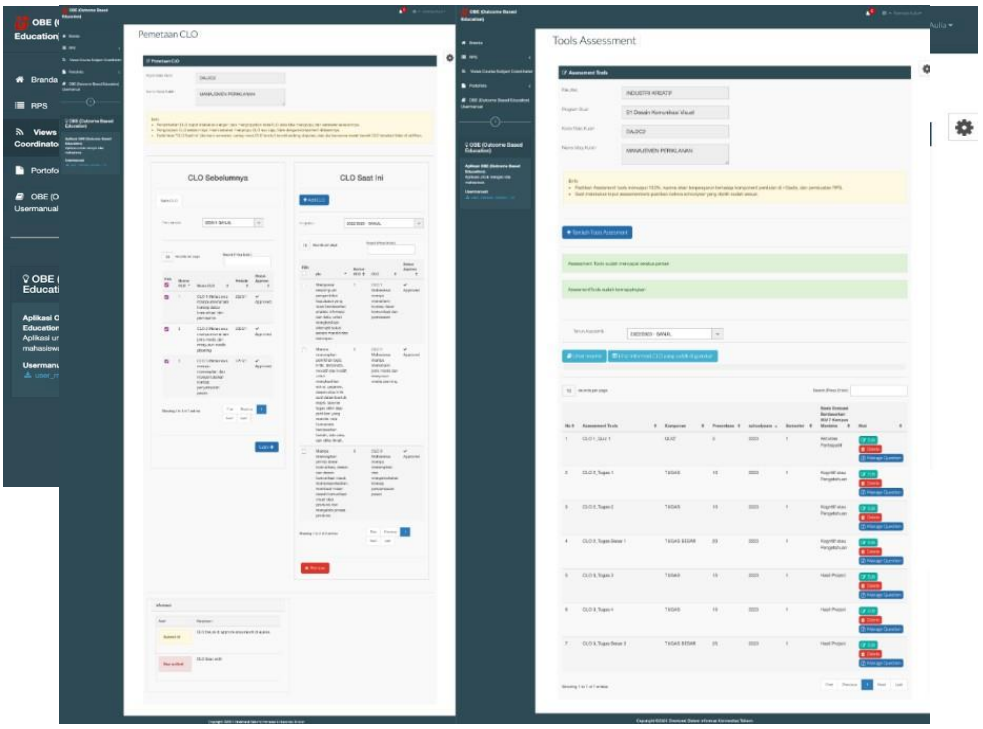
2.4 Pendidikan Berbasis Capaian Pembelajaran (Outcome Based Education/OBE)

Berdasarkan surat keputusan rektor nomor KR.154/AKD1/AKD-BAA/2022, OBE mulai diterapkan pada sistem pembelajaran di seluruh Universitas Telkom. Prinsip pembelajaran di Prodi DKV Universitas Telkom sudah menerapkan kurikulum OBE. Rencana evaluasi mata kuliah pada implementasi OBE terbagi menjadi 3 basis metode evaluasi yakni, Pembelajaran berbasis kasus (*case-based method*); Pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*); dan Kognitif/pengetahuan. Standarisasi bentuk penilaian capaian mata kuliah terbagi menjadi 3 jenis (1). Pembelajaran berbasis kasus: aktivitas partisipatif, (2). Pembelajaran berbasis proyek: hasil proyek (3). Kognitif/ pengetahuan: ujian, tugas, dan kuis. Pada Pendidikan Berbasis Capaian Pembelajaran (*Outcome Based Education*/OBE) capaian pembelajaran prodi harus terpetakan pada capaian pembelajaran mata kuliah. Dari capaian pembelajaran mata kuliah masing-masing akan dipetakan kepada *assessment tools* (instrumen penilaian). Berikut ini adalah alur sistem OBE Universitas Telkom.



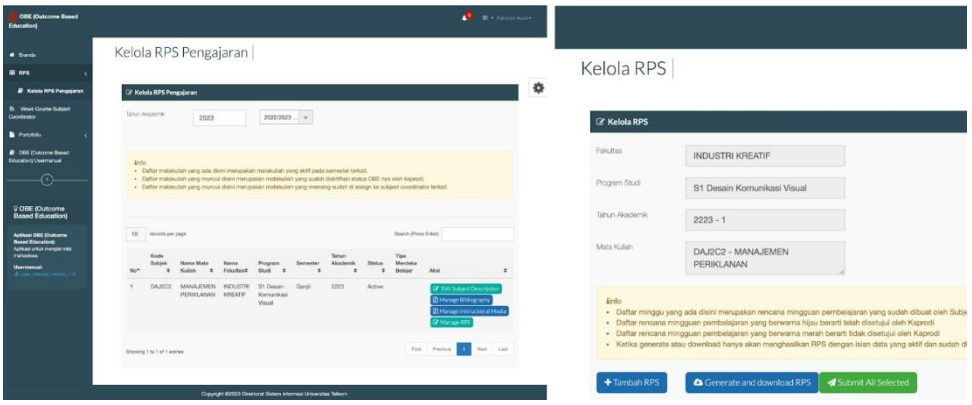
Gambar 1. Alur Capaian Pembelajaran (Outcome Based Education/OBE)

Pengelolaan sistem pembelajaran dilakukan di dalam aplikasi OBE. Pada aplikasi ini, koordinator mata kuliah juga mengelola RPS dan memetakan capaian pembelajaran program studi (PLO) pada masing-masing capaian mata kuliah, serta komponen penilaian beserta dengan bobot nya. Setelah itu sistem dalam aplikasi akan menentukan secara otomatis rata-rata capaian minimum untuk mata kuliah tersebut. Dengan memetakan masing capaian pembelajaran mata kuliah terhadap instrumen penilaian (*assessment tools*) maka evaluasi hasil perkuliahan bisa terlihat, misalnya capaian mata kuliah mana saja yang sudah terpenuhi dan yang mana yang belum.



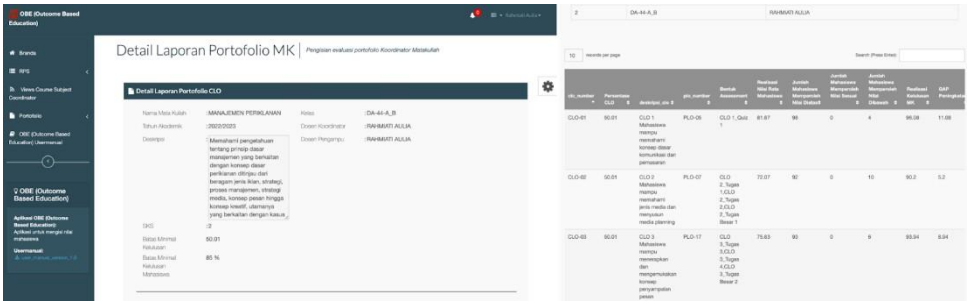
Gambar 2. Pengelolaan Pemetaan CLO ke *Tools Assessment*

Setelah pemetaan PLO pada capaian masing-masing mata kuliah dan juga *assessment* telah dikelola sesuai dengan sasaran capaian mata kuliah, maka selanjutnya koordinator akan mengelola RPS dengan menentukan materi ajar dan capaian setiap pertemuannya. Sebaran capaian mata kuliah dan *assessment tools* harus merata dan tersebar dalam salah satu dari 16 pertemuan. Pada pengelolaan RPS ini juga koordinator mata kuliah menentukan referensi materi ajar, media pembelajaran dan jenis pertemuan. Hasil dari pengelolaan RPS ini adalah parameter ketercapaian hasil pembelajaran yang akan terlihat pada portofolio perkuliahan.



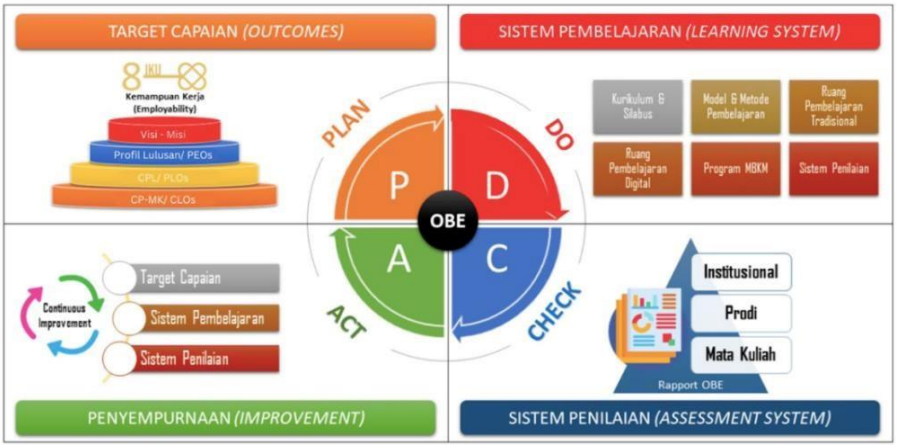
Gambar 3. Pengelolaan RPS Mata Kuliah

Hasil dari capaian perkuliahan akan dihasilkan dan dilihat pada portofolio perkuliahan yang dihasilkan secara otomatis oleh sistem dari aplikasi OBE Universitas Telkom. Pada portofolio perkuliahan dapat dilihat gap pencapaian terhadap CLO (capaian mata kuliah) masing-masing. Portofolio ini dapat menjadi bahan evaluasi untuk *team teaching* dan koordinator mata kuliah untuk memperbaiki segala aspek yang mengacu pada hasil capaian mata kuliah.



Gambar 4. Pengelolaan Portofolio Mata Kuliah

Implementasi kurikulum di lingkungan Universitas Telkom mengadopsi siklus *Plan-Do-Check-Act* (PDCA) seperti yang ditunjukkan pada sistem OBE Universitas Telkom yang meliputi siklus sebagai berikut.



Gambar 5. Siklus *Plan-Do-Check-Act* (PDCA)

Sumber: Buku Panduan Kurikulum Universitas Telkom 2023

2.5 Program Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM)

Proses pembelajaran dalam Kampus Merdeka berpusat kepada mahasiswa (*student centered learning*), mahasiswa mendapatkan kesempatan untuk pengembangan inovasi, kreativitas, kapasitas, kepribadian, dan kebutuhan mahasiswa, serta mengembangkan kemandirian dalam mencari dan menemukan pengetahuan melalui kenyataan dan dinamika lapangan seperti persyaratan kemampuan, permasalahan riil, interaksi sosial, kolaborasi, manajemen diri, tuntutan kinerja, target dan penerapannya. Aktivitas MBKM menurut Kemendikbud-Ristek meliputi praktik industri/magang, proyek di desa, pertukaran pelajar, penelitian, wirausaha, proyek independen, proyek kemanusiaan, dan mengajar di sekolah. Salah satu bentuk implementasi program MBKM pada program studi adalah melalui adanya konversi kegiatan terhadap mata kuliah yang relevan. Mekanisme konversi terdapat 2 kombinasi cara yaitu melalui ekivalensi dan rekognisi ke dalam Mata Kuliah yang telah ditentukan oleh prodi, juga konversi ke dalam SKPI. Proses konversi ini berlaku untuk semua bentuk kegiatan MBKM, kecuali untuk pertukaran pelajar dimana konversi disesuaikan dengan mata kuliah yang diambil pada mata kuliah di perguruan tinggi mitra. Proses ekivalensi mata kuliah memperhatikan: (1) jenis dan lamanya kegiatan MBKM, juga (2) *output* dari kegiatan yang disesuaikan dengan capaian (CLO) mata kuliah. Dalam prodi Desain Komunikasi Visual, jumlah SKS yang dikonversi adalah 20

SKS maksimal, dan minimal adalah 9 SKS. Pada program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom terdapat program yang terintegrasi dengan MBKM yaitu, WRAP (*Work Ready Program*), berikut adalah deskripsi singkatnya:

A. *Work Ready Program* (WRAP)

Dalam menanggapi anjuran Kemendikbud terkait MBKM, Universitas Telkom menerapkan program unggulan WRAP (*Work Ready Program*). Program WRAP terdiri dari

3 pilihan kurikulum untuk mempersiapkan mahasiswa, yaitu; *internship*, *researchship* dan *entrepreneurship*. Dengan mengembangkan 3 pilihan struktur kurikulum tersebut maka mahasiswa akan lebih siap menghadapi tantangan di era industri 4.0. Program WRAP dapat dilakukan baik di tingkat universitas maupun tingkat program studi dibawah pengawasan Fakultas. Dalam Fakultas Industri Kreatif setiap program studi memiliki kekhasan dan kendala teknis masing-masing yang perlu di akomodasi secara strategis. Terkait hal ini maka diperlukan sebuah panduan khusus di tingkat fakultas agar pelaksanaan WRAP di setiap Program Studi dapat lebih sistematis, terarah dan terkendali, sekaligus memungkinkan peluang kolaborasi antar Program Studi. Di tingkat Fakultas, pelaksanaan Program WRAP setara dengan 9 SKS untuk setiap semester. Program WRAP dilaksanakan di tingkat 4 semester 7 – 8. Pelaksanaan Program Wrap ditawarkan bisa dalam rentang waktu 1 semester (9 sks) atau 2 semester (18 sks) sesuai dengan kebijakan Program Studi masing-masing.

2.6 *Sustainable Development Goals* (SDGs)



Gambar 6. Sustainable Development Goals (SDGs)

Sumber: https://socialinvestment.id/

Bidang keilmuan Desain Komunikasi Visual mencakup beberapa *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang telah ditetapkan oleh PBB. Diantara 17 kategori SDGs keilmuan Desain Komunikasi Visual mampu mencakup beberapa tujuan pembangunan berkelanjutan diantaranya adalah: SDGs 8 yaitu Pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, SDGs 9 yaitu Industri, inovasi, dan infrastruktur, dan SDGs 17 yaitu Kemitraan untuk mencapai tujuan. Ketiga SDGs ini menjadi acuan dalam pembentukan kurikulum

2024 yang menyesuaikan perkembangan situasi ekonomi, sosial, politik dan teknologi yang cenderung mendukung adanya pertumbuhan ekonomi merata dan berkelanjutan serta mengedepankan kolaborasi melalui berbagai mitra untuk mencapai tujuan tertentu.

2.7 Program Kompetisi Kampus Merdeka (PKKM)



Gambar 7. Diskusi Bersama DISPERIN Kabupaten Bandung dalam Kegiatan PKKM 2023

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemdikbud) RI untuk mendukung kebijakan kampus merdeka. PKKM bertujuan untuk meningkatkan angka partisipasi perguruan tinggi, memperkuat kualitas dosen dan relevansi pendidikan tinggi, serta memperkuat sistem tata kelola Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (Dikti). Program ini mewujudkan aspirasi masing-masing perguruan tinggi dan memfasilitasi potensi pencapaian delapan Indikator Kinerja Utama (IKU) tanpa bergantung pada pembedaan misi universitas. PKKM mencakup program studi dan program tingkat institusi yang fokus pada sistem pengelolaan kampus merdeka

belajar (sistem pendukung kelembagaan – MBKM). Kedua, PKKM merupakan inisiatif penting untuk memperkuat transformasi pendidikan tinggi di Indonesia.

Program PKKM pada Program Studi (Prodi) Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom memiliki tiga aktivitas utama yang bersinergi dengan visi misi universitas serta mendukung terhadap program MBKM dengan mengedepankan prinsip pengembangan teknologi, sains dan seni untuk kesejahteraan serta kemajuan bangsa. Ketiga aktivitas tersebut di antaranya program 1 yaitu *Dynamic Visual Identity*, kegiatan tersebut terkait branding dan kemasan produk untuk meningkatkan kompetensi agar memahami lebih mendalam serta dapat mengeksplorasi ragam hias budaya di Jawa Barat menjadi berbagai kemasan produk visual berbasis budaya lokal. Program 2 yaitu Brand *Storytelling* dan Media,agar lebih memahami upaya pengembangan *historical culture* untuk berbagai destinasi wisata (*destination branding*) melalui pendekatan *storytelling* dan teknologi media baru. Program 3 yaitu Konservasi Budaya dan New Media bertujuan untuk melakukan konservasi dan perkembangan budaya dengan memanfaatkan media baru seperti *augmented reality, virtual reality, interactive art,* video game dan animasi. Kegiatan pada setiap aktivitas akan berorientasi pada penguasaan *Information Communication Technology,* pemahaman berbasis kebudayaan dan kearifan lokal, serta pengembangan *creativepreneur*.

Ketiga program tersebut disusun berdasarkan pemetaan matakuliah yang telah berjalan, signifikansi ketiga program yang diuraikan di atas dirancang selanjutnya untuk menunjang serta mengakomodir pengembangan dari skema agenda universitas terkait program *Work Ready Program* (WRAP) yang terdiri program *WRAP Researchship, Entrepreneurship,* dan *Internship* serta program KKN-TB yang prodi jalankan dengan mengusung tema Visual Historikal Budaya dalam Ekosistem Digital. Dimana mahasiswa dapat mengaplikasikan keilmuannya secara eksperiensial dalam bidang desain komunikasi visual melalui *storytelling* dan *branding* dengan memanfaatkan budaya tematik untuk mengembangkan kedinamisan identitas visual yang menjadi kebutuhan peningkatan kualitas produk. Kemudian pengembangan destinasi wisata juga menjadi target MBKM melalui ranah *Destination Identity* yang menjadi objektif pada program Proyek Desa Wisata (Prodewi) untuk mengembangkan wisata berbasis *branding destination, storytelling*, dan media baru berbasis potensi kearifan lokal dan sejarah lokal. Selanjutnya, kegiatan peningkatan kompetensi mahasiswa juga dirancang untuk kegiatan Innovillage yang tersentralisasi pada riset dan inovasi dalam penggunaan teknologi berbasis media baru untuk pemecahan masalah terkait konservasi budaya.

Secara keseluruhan kegiatan yang sudah berjalan maupun kegiatan yang akan berjalan mempunyai peta tujuan yang sama yaitu ke arah *Sustainable Development Goals* (SDG's) pada aspek pertumbuhan ekonomi dan penciptaan infrastruktur industri inovasi berbasis ekonomi dan industri kreatif, di antaranya merancang kegiatan yang mendorong pertumbuhan ekonomi lokal seperti pengembangan pariwisata desa, desain kemasan produk lokal, tata kelola berbasis digital, dan peningkatan kapasitas pranata desa. Kegiatan dasar ini ditujukan juga untuk menciptakan industri berbasis budaya lokal dan infrastruktur inovasi di bidang industri kreatif seperti pengembangan aplikasi pemasaran produk desa, perancangan kemasan produk lokal, perancangan destinasi branding desa wisata, dan perancangan *storytelling* berbasis pariwisata lokal.

Program PKKM ini dapat mendorong implementasi inovasi-inovasi baru di bidang industri kreatif yang juga memperkuat program internasionalisasi perguruan tinggi (PT) melalui beberapa kegiatan yang mendukung kompetensi dosen dengan melibatkan beberapa universitas internasional diantaranya adalah kegiatan *virtual visiting lecturer* melalui beberapa seri webinar, *joint-research* maupun kegiatan *co-design* antara civitas PT, mitra universitas internasional, dan mitra DUDI yang membuka kesempatan mahasiswa untuk belajar secara merdeka dan berkreasi secara inovatif lewat aktifitas- aktifitas pada level Internasional.

2.8 Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual (ASPRODI DKV)

Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual telah memperbarui capaian- capaian pembelajaran program studi DKV yang meliputi aspek sikap, penguasaan pengetahuan, keterampilan umum, dan keterampilan khusus. Penetapan capaian ini telah dipresentasikan pertama kali pada RAKORNAS ASPRODI DKV Indonesia pada 12-14 Juli
2023. Tujuan program studi DKV menurut ASPRODI DKV tahun 2023 diantaranya adalah (1) menghasilkan SDM profesional dengan mengaplikasikan kompetensi desain komunikasi visual yang sesuai KKNI dan SKKNI, (2) menghasilkan SDM yang memiliki kemampuan belajar sepanjang hayat, dan mengembangkan kompetensinya melalui integrasi keilmuan DKV dengan bidang keilmuan lain, (3) menghasilkan SDM yang berperan aktif dalam memberikan dampak positif di berbagai tatanan struktur masyarakat melalui kompetensi DKV.

2.9 Asosiasi Profesi Desain Komunikasi Visual Indonesia (AIDIA)

Asosiasi Profesi Desain Komunikasi Visual (AIDIA) mengemukakan sudut pandang profesi DKV sebagai insan pembelajar. AIDIA mengemukakan bahwa terdapat 4 aspek dalam pengembangan kurikulum desain berdasarkan struktur AIDIA yaitu (1) Formal dan terarah, (2) Non-formal, (3) Otodidak, (4) Informal. AIDIA menekankan pentingnya untuk menekankan kepada masyarakat kepentingan dari sebuah proyek desain. Untuk mencapai hal tersebut AIDIA menyarakan konsep pendidikan untuk menopang tujuan ini diantaranya adalah: (1) Kemerdekaan: menghargai kebebasan (2) Demokrasi: interaksi dalam kesetaraan, (3) Hadap-masalah: mencari solusi bersama. AIDIA mengedepankan aspek kolaboratif dalam kurikulum desain komunikasi visual yang melibatkan pemangku kepentingan, dosen dan mahasiswa. Akademisi harus dapat menyampaikan gagasannya,

menciptakan value melalui karya, dan juga menyampaikan nilainya. Dalam hal keilmuan desain yang berbasis *Problem Solving* (pemecahan masalah), penting untuk adanya simulasi untuk pemecahan masalah ini dan sebaiknya menjadi bahan diskusi antara dosen dan mahasiswa sebagai bagian dari pembelajaran.

2.10 *International Council Of Design* (ICOD)

Dewan/Asosiasi Internasional Desain Grafis (ICoD) adalah organisasi non-pemerintah internasional yang berkantor pusat di Montreal, Kanada. Keterjangkauan alat digital yang mudah diakses telah membuat 'desain' tersedia untuk semua orang, termasuk non-desainer, sekaligus meningkatkan pentingnya dan mempersempit garis antara pekerjaan profesional dan nonprofesional. Teknologi juga telah membuka saluran baru untuk aplikasi desain. Dalam hal desain grafis, , multimedia, interaksi dan juga mulai memicu perkembangan yang menarik, mengintegrasikan bahasa desain visual ke dalam arsitektur, *high-tech*, hiburan, musik, dan evolusi bentuk hibrida yang tampaknya tak terbatas. Perkembangan serupa mempengaruhi disiplin desain lainnya— secara signifikan meningkatkan interaksi antara mereka.

ICoD telah menggabungkan lembaga-lembaga pendidikan yang membentuk para desainer masa depan dan pemerintah nasional semakin menyadari kekuatan desain dan sekarang mendukung dewan desain dan badan promosi untuk memanfaatkan hal ini. Industri desain telah menjadi semakin besar dan kompleks, dengan entitas swasta dan publik bermunculan untuk memenuhi kebutuhan audiens global yang terhubung. Desain menyentuh pemerintahan dan kota melalui inovasi dan arsitektur layanan. Ini dilihat di

museum, dan dibicarakan di televisi. Ini adalah bagian dari budaya pop dan juga sentral bagi banyak dari perdebatan seputar kualitas hidup—dengan dampak yang semakin besar pada kesehatan, lingkungan, pengelolaan pertumbuhan populasi, dan lainnya.

3. EVALUASI KURIKULUM SEBELUMNYA

3.1 Alur Evaluasi Kurikulum

Evaluasi kurikulum dilatarbelakangi dengan adanya perubahan pada kebijakan baik secara internal maupun secara eksternal, penambahan program, dan perubahan iklim sosial, politik dan teknologi yang berpengaruh pada perkembangan industri. Dengan melihat berbagai perubahan kebijakan maka dibutuhkan beberapa data diantaranya adalah: melacak lulusan (*tracer study*), *market signal,* perkembangan keilmuan, *Focus Group Discussion* (FGD) dengan berbagai pemangku kepentingan, dan Studi Banding (*benchmark*). Data-data ini kemudian akan dianalisis dengan luaran berupa strategi pengembangan untuk prodi Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom. Namun terdapat beberapa aspek yang masih tetap sama terkait acuan dasar.

Pada tahun 2020, Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom telah mengembangkan perubahan kurikulum untuk menyesuaikan dengan kebijakan eksternal yang baru yaitu MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka). Kebijakan eksternal lainnya adalah mengacu kepada Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual (ASPRODI DKV) dan Asosiasi Profesional Desain Komunikasi Visual Indonesia (AIDIA) yang terkait secara langsung dengan keilmuan dan industri di bidang desain komunikasi visual. Selain itu terdapat kebijakan internal berupa kewajiban untuk memperbarui kurikulum setiap 4 (empat) tahun sekali. Hal ini menghasilkan kurikulum DKV Universitas Telkom
2020 versi 1.1. Pada tahun 2023 terdapat perubahan kebijakan internal berupa kewajiban untuk mencakup Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals* atau SDG's) terhadap kurikulum Desain Komunikasi Visual.

Pada kurikulum 2020 versi 1.1 terdapat perubahan struktur dimana program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dan *Work Ready Programs (WRAP)* terpadu dan juga *Outcome-Based Education (OBE)* sudah menjadi salah satu landasan dalam penyusunan kurikulum. Pada kurikulum 2024 terdapat kebijakan *RPL* (*Recognition Prior to Learning*) di mana dalam hal ini mahasiswa dapat mengkonversi salah satu komponen nilai atau keseluruhan mata kuliah melalui skema rekognisi di luar proses pembelajaran, contohnya adalah: lomba, sertifikasi, dan proyek industri.

Pada kurikulum 2020 Program Studi S1 DKV Universitas Telkom memiliki 4 (empat) peminatan yaitu Desain Grafis, Desain *Advertising*, Multimedia, dan *Designpreneur*. Namun, terdapat perubahan signifikan pada Kurikulum Program Studi S1 DKV Tahun 2024
ketika adanya perubahan peminatan Multimedia yang membawahi mata kuliah film, animasi, dan *games* menjadi peminatan baru bernama Desain Interaktif Visual yang memfokuskan pada mata kuliah games dan desain interaktif. Perubahan peminatan serta mata kuliahnya ini mempengaruhi struktur kurikulum secara keseluruhan.

Perancangan Kurikulum Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual tahun 2024 telah dilaksanakan terlebih dahulu evaluasi kurikulum sebelumnya. Evaluasi Kurikulum sebelumnya dengan melibatkan 4 (empat) peminatan yang ada di Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual. Berdasarkan perubahan kebijakan yang menjadi acuan dasar dan pengumpulan data maka evaluasi kurikulum dapat disimpulkan sebagai berikut:

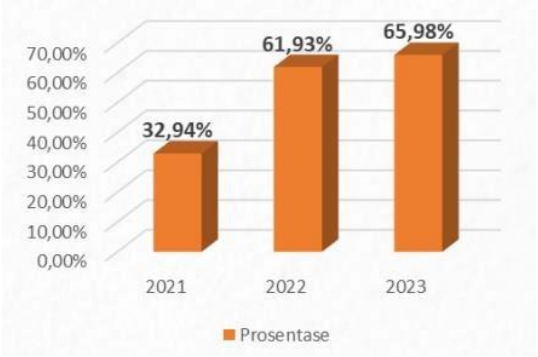
1. Beberapa mata kuliah di masing-masing peminatan perlu disesuaikan kembali sesuai dengan perkembangan keilmuan dan kebutuhan industri.
2. Masih kurangnya materi ajar atau mata kuliah terkait riset dan *entrepreneur* sehingga perlu ada perluasan atau penambahan materi untuk memperkuat aspek *entrepreneur.*
3. Masih kurangnya materi ajar untuk memperkuat pemahaman mahasiswa terkait kemampuan melakukan riset, membaca fenomena dan tren, serta isu sosial budaya sehingga perlu peningkatan pada aspek baru untuk memperkuat dan melengkapi kemampuan mahasiswa pada kemampuan riset.
4. Koordinasi mata kuliah metode penelitian dan seminar perlu masih tumpang tindih sehingga perlu ada satu koordinasi untuk mata kuliah metode penelitian dan seminar yang disesuaikan dengan peminatannya masing-masing.
5. Masih belum kuatnya materi ajar terkait kemampuan mahasiswa dalam aspek komunikasi, presentasi, dan negosiasi sehingga perlu ada materi ajar atau mata kuliah baru untuk meningkatkan kemampuan komunikasi mahasiswa.
6. Mata Kuliah Studio Desain dan Tugas Akhir masih bersifat mengikuti subjektivitas mahasiswa dan cenderung mengarah ke simulasi. Perlu ada perbaikan agar Mata Kuliah Studio dan Tugas Akhir mengarah pada problem-riil yang ada di masyarakat.

3.2 Data

Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual menggunakan berbagai data, diantaranya yaitu:

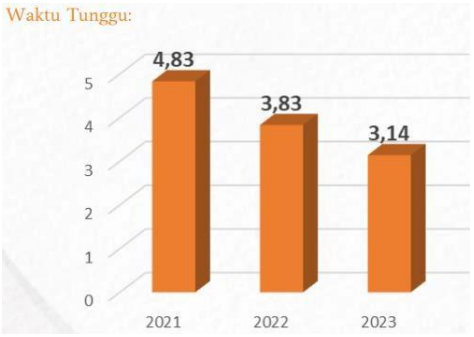
3.2.1 Tracer Study

Berdasarkan Buku *Tracer Study 2023 "Beyond Graduation"* oleh Direktorat Pengembangan Karir, Alumni,dan Endowment dalam tiga tahun terakhir 2021-2023, terdapat peningkatan yang cukup signifikan dalam jumlah responden dari Fakultas Industri Kreatif. Hal ini terwujud berkat kerja sama antara Direktorat Pengembangan Karir, Alumni, dan *Endowment* dengan program studi melalui berbagai cara, seperti kerja sama dengan dosen wali, dosen pembimbing, ketua kelompok keahlian, dan ketua program studi. Berikut data perbandingan kondisi lulusan dari *Tracer Study* 2021-2023:



Gambar 8. Jumlah Responden Fakultas Industri Kreatif

Sumber: Buku *Tracer Study* Direktorat Pengembangan Karir, Alumni, dan *Endowment* 2023



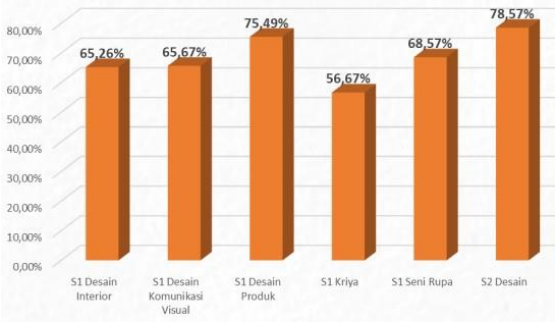
Gambar 9. Waktu Tunggu Alumni Fakultas Industri Kreatif Untuk Mendapatkan Pekerjaan

Sumber: Buku *Tracer Study* Direktorat Pengembangan Karir, Alumni, dan Endowment 2023

Dalam kurun waktu tiga tahun terakhir yaitu 2021-2023, terdapat peningkatan signifikan pada jumlah responden atau *response rate* Fakultas Industri Kreatif. Pada 2023, *response rate* Fakultas Industri Kreatif mencapai hampir 65,98%. Hal senada juga terjadi pada waktu tunggu lulusan Fakultas Industri Kreatif untuk mendapatkan pekerjaan pertama setelah lulus. Dari data *Tracer Study* 2021-2023, waktu tunggu lulusan Fakultas Industri Kreatif semakin singkat, yaitu dari 4,83 bulan pada 2021 menjadi 3,14 bulan pada 2023. Hal ini juga menunjukkan bahwa lulusan dari Fakultas Industri Kreatif sudah sangat

siap untuk memasuki dunia kerja, khususnya Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual. Berikut merupakan hasil *Tracer Study* nya.

A. Response Rate

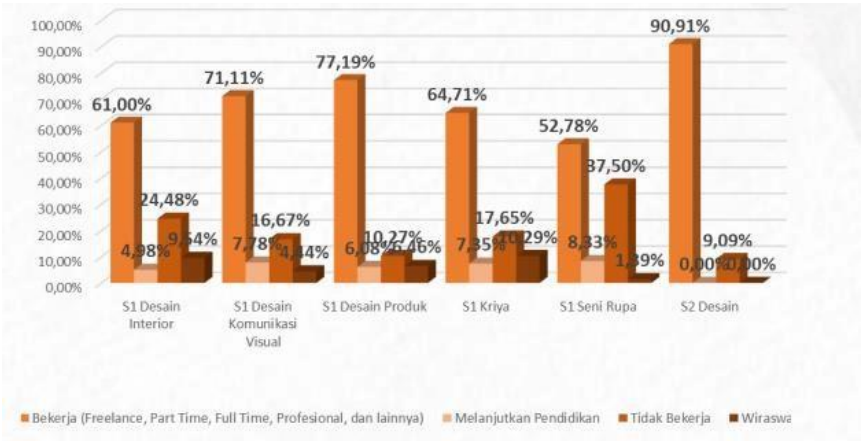


Gambar 10. Tingkat *Response Rate* Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

Sumber: Buku Tracer Study Direktorat Pengembangan Karir, Alumni, dan Endowment 2023

Berdasarkan pencapaian *Tracer Study* 2023, tingkat *response rate* Fakultas Industri Kreatif mencapai 65,98%. Jumlah responden mencapai 675 lulusan dari total populasi 1.023 lulusan. Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual memiliki tingkat *response rate* sebesar 65,67%.

B. Kondisi Lulusan Saat Ini



Gambar 11. Kondisi Terkini Alumni Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

Sumber: Buku *Tracer Study* Direktorat Pengembangan Karir, Alumni, dan Endowment 2023

Mayoritas lulusan Fakultas Industri Kreatif telah memasuki dunia kerja. Lulusan Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual, sebanyak 71,11% sudah bekerja (*freelance*, *part time*, profesional, dan lainnya); 7,78% melanjutkan pendidikan; 16,67% tidak bekerja; dan 4,44% sebagai wiraswasta.

C. Waktu Tunggu Lulusan

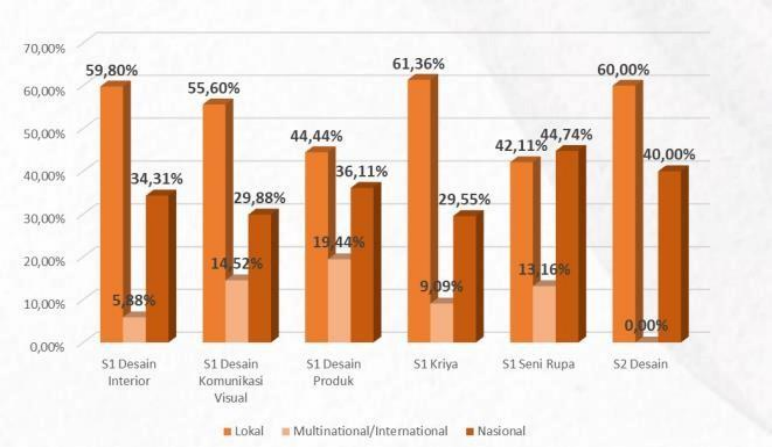


Gambar 12. Waktu Tunggu Lulusan Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Untuk Mendapatkan Pekerjaan

Sumber: Buku *Tracer Study* Direktorat Pengembangan Karir, Alumni, dan Endowment 2023

Rata-rata waktu tunggu lulusan Fakultas Industri Kreatif berdasarkan *Tracer Study* 2023 adalah 3.14 bulan. Seluruh lulusan program studi menunjukkan waktu tunggu yang relatif baik karena masih di bawah 6 bulan. Waktu tunggu lulusan Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual adalah 2,91 bulan.

D. Kategori Perusahaan

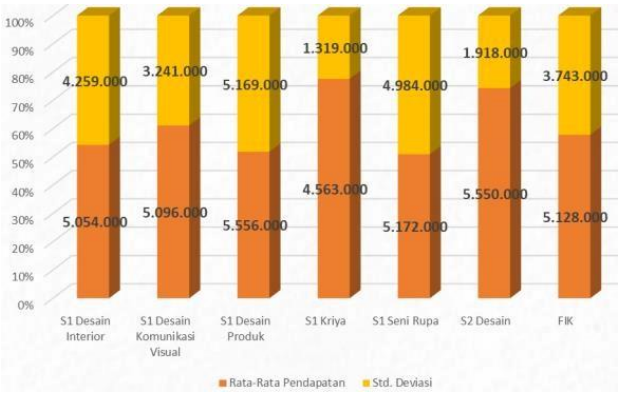


Gambar 13. Kategori Perusahaan Tempat Alumni Bekerja

Sumber: Buku Tracer Study Direktorat Pengembangan Karir, Alumni, dan Endowment 2023

Pada grafik di atas nampak bahwa lulusan Fakultas Industri Kreatif mayoritas bekerja di perusahaan nasional. Sebanyak 55,60% lulusan Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual bekerja di perusahaan lokal, 14,52% bekerja di perusahaan multinational/international, dan 29,88% bekerja di perusahaan nasional.

E. Pendapatan



Gambar 14. Pendapatan Alumni

Sumber: Buku Tracer Study Direktorat Pengembangan Karir, Alumni, dan Endowment 2023

Rata-rata pendapatan lulusan Fakultas Industri Kreatif adalah Rp 5.128.000 dengan standar deviasi sebesar Rp 3.743.000. Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual menunjukkan tingkat stabilitas yang lebih tinggi dengan rata-rata pendapatan Rp 5.096.000 dan standar deviasi yang lebih rendah, yaitu Rp 3.241.000.

F. Kesesuaian Tingkat Pendidikan dengan Pekerjaan

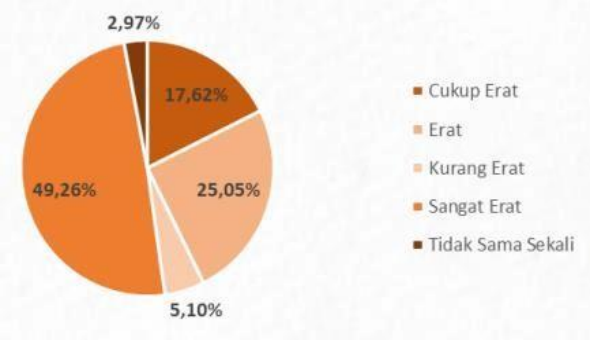


Gambar 15. Kesesuaian Tingkat Pendidikan dengan Pekerjaan

Sumber: Buku *Tracer Study* Direktorat Pengembangan Karir, Alumni, dan Endowment 2023

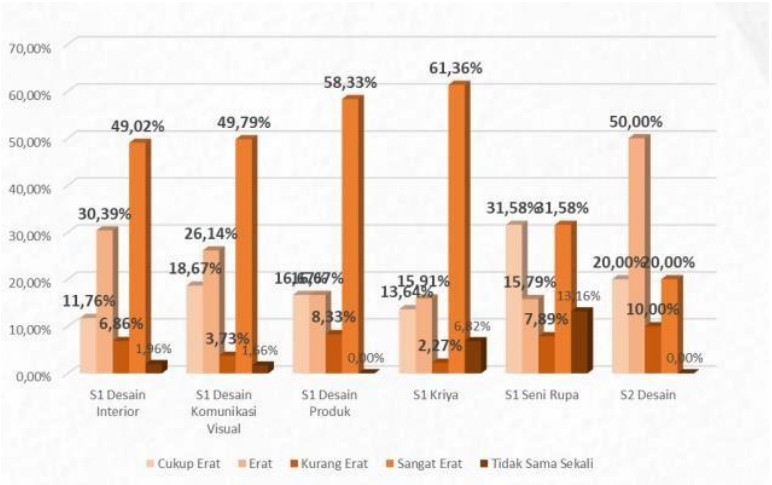
Dari segi kesesuaian tingkat pekerjaan dengan tingkat pendidikan lulusan Fakultas Industri Kreatif, rata-rata lulusan menjawab bahwa pekerjaan yang saat ini dimilikinya sesuai dengan tingkat pendidikan. Untuk Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual, sebanyak 83,40% menjawab tingkat pendidikan dengan pekerjaan setara; 5,39% menjawab tidak memerlukan pendidikan tinggi; 3,73% menjawab setingkat lebih tinggi; dan 7,47% menjawab setingkat lebih rendah.

G. Keeratan



Gambar 16. Tingkat Keeratan Antara Pekerjaan Dengan Prodi di Fakultas Industri Kreatif
Sumber: Buku *Tracer Study* Direktorat Pengembangan Karir, Alumni, dan Endowment 2023

Dari Tracer Study 2023, terlihat bahwa 91,93% lulusan Fakultas Industri Kreatif yang telah bekerja menunjukkan hubungan yang erat antara pekerjaan dengan program studi yang mereka tempuh (Sangat Erat, Erat, Cukup Erat). Hasil di atas menggambarkan bahwa pengalaman selama perkuliahan memiliki hubungan yang signifikan dengan pekerjaan lulusan sehingga lulusan. Berikut tingkat keeratan per prodinya:



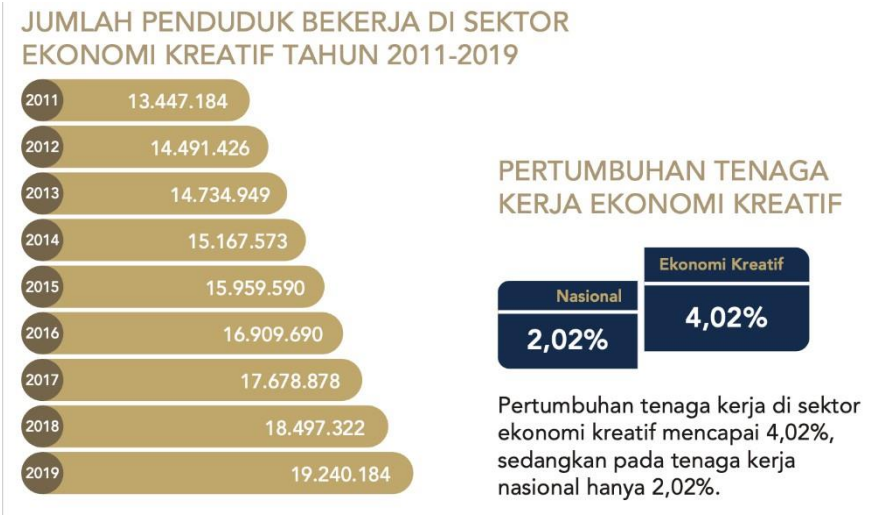
Gambar 17. Tingkat Keeratan Antara Pekerjaan Dengan Prodi
Sumber: Buku Tracer Study Direktorat Pengembangan Karir, Alumni, dan Endowment 2023

Gambar di atas menunjukkan lulusan S1 Desain Komunikasi Visual yang memiliki pekerjaan sesuai dengan latar belakang pendidikannya, yaitu 94,60% (Sangat Erat, Erat dan Cukup Erat). Dengan 49,79% sangat erat; 18,67% menjawab cukup erat; dan 26,14% menjawab erat.

3.2.2 Market Signal

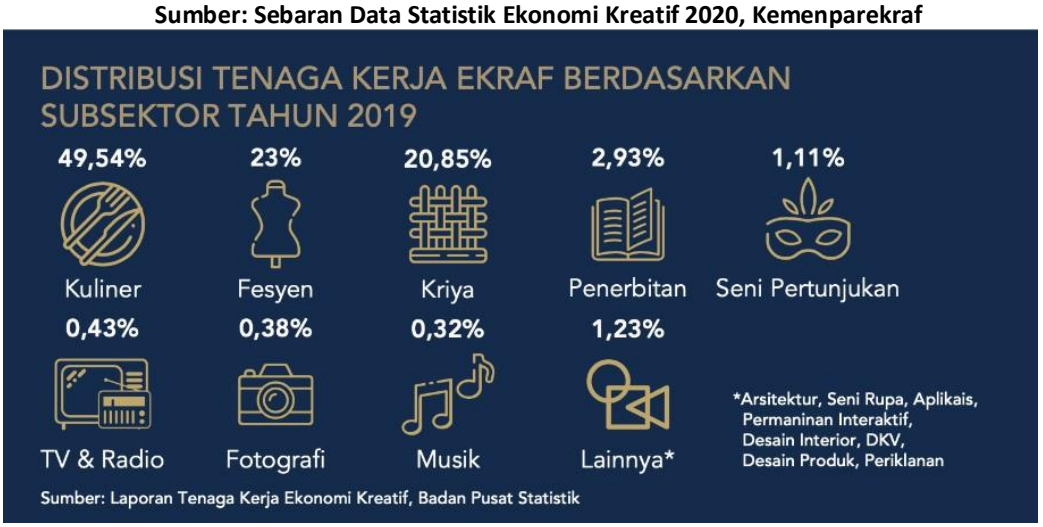
Jumlah Kebutuhan Lulusan dengan Profil dan Kompetensi Seperti Lulusan Program Studi Desain Komunikasi Visual yang dibutuhkan di Tingkat Regional, Nasional dan

Internasional. Potensi tenaga kerja kreatif Indonesia sangat baik karena Indonesia terdiri atas berbagai suku bangsa dengan kreativitas dan keunikan yang beragam. Telah tercatat bahwa ekonomi kreatif mengalami kenaikan dalam PDB dari tahun ke tahun, sampai tahun 2019, ekonomi kreatif mampu menghasilkan 1,1 Triliun Rupiah (Statistik Ekonomi Kreatif 2020). Kontribusi ekonomi kreatif terhadap penyerapan tenaga kerja pada periode 2019 adalah sebesar 4,02% dibandingkan dengan tenaga kerja nasional yang menyerap 2,02% (Statistik Ekonomi Kreatif 2020). Dari gambar di bawah, dapat disimpulkan bahwa penyerapan tenaga kerja sektor ekonomi kreatif selalu mengalami peningkatan selama periode 2015–2019. Data ini menguatkan bahwa peluang kerja dan minat berprofesi di subsektor desain yang menjadi salah satu subsektor ekonomi kreatif masih sangat terbuka.



Gambar 18. Penyerapan Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Tahun 2019

Sumber: Sebaran Data Statistik Ekonomi Kreatif 2020, Kemenparekraf



Gambar 19. Distribusi Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Berdasarkan Subsektor Tahun 2019

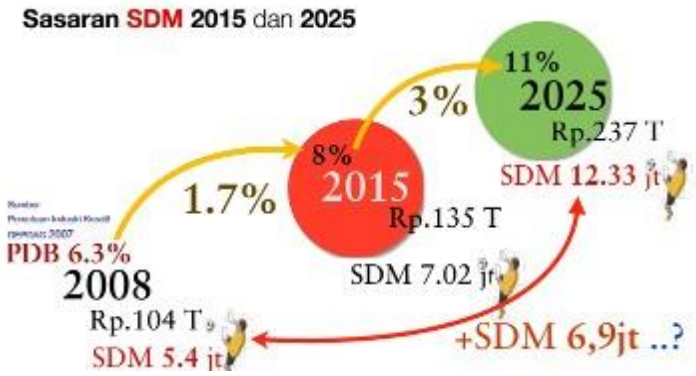
Sumber: Sebaran Data Statistik Ekonomi Kreatif 2020, Kemenparekraf

Data lain menyebutkan bahwa kontribusi PDB Ekonomi Kreatif berdasarkan Subsektor terdiri dari pertumbuhan pesat pada 3 Sub Sektor dan subsektor lainnya, diantaranya adalah 2,93% dari sub sektor penerbitan, 0,38% dari sub sektor fotografi,
0,43% dari sub sektor TV dan radio, sementara itu sub sektor lainnya yang mencakup aplikasi, desain komunikasi visual, permainan interaktif, dan periklanan mampu menyerap
1,23% tenaga kerja.keempat subsektor ini sangat potensial karena terhitung semenjak tahun 2015 pertumbuhannya sangat pesat. Melihat perkembangan industri pada masing-masing subsektor terus berkembang dan mampu menyerap semakin banyak tenaga kerja, maka keilmuan desain komunikasi visual harus mampu menghasilkan lulusan yang kompeten dan siap melakukan kontribusi terhadap perkembangan industri kreatif Indonesia. Berikut adalah sebaran beberapa subsektor ekonomi kreatif.



Gambar 20. 17 Sub sektor ekonomi kreatif
Sumber: Data Statistik Ekonomi Kreatif 2020

Berdasarkan sebaran data statistik ekonomi kreatif di Indonesia tahun 2020 cakupan keilmuan desain komunikasi visual sangat luas dan dapat mencakup beberapa subsektor ekonomi kreatif tercatat terdapat 8 subsektor ekonomi kreatif yang masuk ke dalam cakupan keilmuan desain komunikasi visual dari 17 subsektor yang telah ditetapkan oleh Kemenparekraf.



Gambar 21. Sasaran SDM

3.2.3 Perkembangan Keilmuan

Data perkembangan keilmuan didapatkan dari Asosiasi Profesional Desain Komunikasi Visual Indonesia (AIDIA), Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual (ASPRODI DKV), dan *International Council of Design (ICoD)* yang merumuskan perkembangan keilmuan multidisiplin dan lintas-disiplin di bidang desain komunikasi visual. Perkembangan isu multidisiplin pada keilmuan desain komunikasi visual harus merespon segala perubahan sosial, budaya, teknologi, dan lingkungan yang terjadi di masyarakat, terutama yang berdampak pada sektor industri desain komunikasi visual.

Pada Rapat Koordinasi Nasional (Rakornas) Asosiasi Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual (ASPRODI DKV) yang diselenggarakan di Kampus ITB pada Rabu-Jumat, 12-14 Juli 2023 mengungkapkan bahwa terdapat fenomena yang memberikan warna pendidikan DKV di Indonesia seperti perkembangan revolusi industri 4.0, *Society 5.0 for Sustainable Development Goals (SDG's)*, pascapandemi Covid-19, kebijakan G-20, dan kebijakan kampus merdeka. Kemudian juga tantangan keilmuan DKV kedepannya terkait rekognisi internasional, perkembangan teknologi, *link and match* industri, kolaborasi riset lintas disiplin, pemerataan pengabdian kepada masyarakat, program MBKM hilirisasi karya akademik, serta tantangan lainnya yang relevan. Perkembangan keilmuan DKV juga semestinya merespons berbagai perubahan dan isu di tingkat nasional dan global. Dari hasil Rakornas ASPRODI DKV tersebut, keilmuan desain komunikasi visual telah merumuskan berbagai isu nasional yang perlu diantisipasi oleh keilmuan desain komunikasi visual antara lain: Perkembangan kebijakan pemerintah yang mendorong perkembangan industri kreatif ke arah ekonomi digital *(digital economy)*, Pilar Pembangunan Indonesia 2045: Pembangunan Manusia dan Penguasaan IPTEK, Pembangunan Ekonomi yang Berkelanjutan, Pemerataan Pembangunan, Pemantapan Ketahanan Nasional dan Tata Kelola

Kepemerintahan, Program dan Kebijakan Merdeka Belajar berbasis *Outcome-Based Education (OBE)*, dan Pengembangan keilmuan DKV yang bersifat multidisiplin dan terkait dengan kebutuhan lokal (seperti masalah pariwisata, lingkungan, budaya, ekonomi, sosial, dll). Sedangkan isu global yang perlu diantisipasi oleh keilmuan Desain Komunikasi Visual antara lain: Mengembangkan kemampuan- kemampuan untuk bisa menghadapi Kerangka Kerja Abad 21: Keterampilan berpikir kreatif *(creative thinking)*, berpikir kritis dan pemecahan masalah *(critical thinking and problem solving)*, berkomunikasi *(communication)*, dan berkolaborasi *(collaboration)*, serta peran DKV dalam persoalan pembangunan berkelanjutan *(sustainable development goals/SDG's)*, persoalan *Megatrends* 2045 terkait isu lingkungan, energi, teknologi, dan sosial yang cepat dan kompleks, dan juga peran DKV terkait tantangan revolusi industri 4.0 dan disrupsi teknologi terutama teknologi *Artificial Intelligence (AI)*.

Pada Konferensi Desain Nasional (Kodena) yang diselenggarakan oleh Asosiasi Profesional Desain Komunikasi Visual (AIDIA) di Semarang, 16-17 Juni 2023 menyatakan bahwa pendidikan kurikulum desain itu berlandaskan pada Kemerdekaan (menghargai kebebasan), Demokrasi (Interaksi dalam kesetaraan), dan Hadap-Masalah (solusi bersama antara *user* dan desainer). Secara pedagogis, harus terjadi interaksi dua arah untuk mata kuliah apapun antara pengetahuan dan teori. Kurikulum juga sangat penting untuk menstimulasi mahasiswa untuk berpikir kritis sebagai desainer karena hal ini juga mengacu pada *skill* abad 21 saat ini. Kurikulum pendidikan desain sebaiknya memunculkan pemikiran kritis dan eksperimental, bukan hanya penguasaan alat dan teori berdasarkan buku referensi semata. Namun, sangat penting penguasaan konsep dasar dalam aspek pedagogis keilmuan desain. Kurikulum desain perlu mendorong juga kebutuhan mahasiswa dalam berimajinasi. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka perkembangan keilmuan desain komunikasi visual perlu mendorong ke arah kemampuan berpikir analisis dan berpikir kritis untuk memecahkan masalah sosial yang juga berorientasi pada pengembangan keilmuan yang lintas-disiplin.

Berdasarkan asosiasi internasional di bidang desain yaitu *International Council Of Design (ICoD)* menyatakan bahwa desain adalah disiplin dan praktik yang terfokus pada interaksi antara manusia (*user*) dan rancangan manusia. Keilmuan desain mempertimbangkan kontekstualitas, fungsi, budaya, dan estetika. Desain dapat memberikan dampak pada makna budaya, mengekspresikan, mencerminkan dan bahkan membentuk norma-norma budaya. Desain tidak hanya terdiri dari praktisi tetapi juga pendidik, penulis, jurnalis, kritikus dan peneliti; menghasilkan kanon teoretis yang kaya dan multidisiplin. Desain pun semestinya memperluas kerangka disiplin, konseptual, teoritis,

dan metodologisnya untuk mencakup disiplin, kegiatan, dan praktik yang semakin luas. Pernyataan tersebut membuktikan perkembangan keilmuan Desain Komunikasi Visual yang semakin multidisiplin.

Dari ketiga data tersebut maka perkembangan keilmuan desain komunikasi visual mesti memiliki orientasi kepada keilmuan multidisiplin dan lintas-disiplin, penekanan kemampuan pemecahan masalah pada berpikir kritis, analitis, dan kreatif, dan juga perlu adaptif dalam menghadapi berbagai isu dan tantangan di tingkat lokal dan global melalui berbagai perubahan sosial, ekonomi, politik, budaya, dan teknologi.

3.2.4 FGD dengan Pakar

Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) bersama pakar untuk lebih memahami perkembangan keilmuan desain kedepannya. Dalam hal ini, prodi memiliki kesempatan untuk mendapatkan berbagai *insight* dari para akademisi seperti Profesor Naoto Suzuki, Profesor Akira Ueda, Nondo Jacob Zikaswe (*Design Research Institute, Chiba University*, Jepang dan *Safecast*, Jepang), Hisa Nimi (*Systems Planning Lab, Chiba University,* Jepang), Profesor Shinichi Ito (*Musashino Art University,* Jepang), Prof. Dr. M. Alie Humaedi, M.Ag., M.Hum. (Peneliti Ahli Utama Bidang Kebudayaan Pusat Riset Kesejahteraan Sosial, Desa, dan Konektivitas Badan Riset Inovasi Nasional (BRIN).

1. **Narasumber : Profesor Naoto Suzuki**
   Profesor Akira Ueda
   Nondo Jacob Zikaswe

   Institusi : *Design Research Institute, Chiba University* dan *Safecast*

   Desain perlu berhadapan dengan konteks *living* (berkehidupan) yang paling fundamental, hal ini merujuk pada *contextual design,* bukan hanya desain yang membahas hasil akhir yang berfokus pada luaran. Keilmuan desain harus mau berhadapan dengan isu-isu yang kompleks yang dihadapi manusia pada saat ini. Desain juga perlu menjadi pendekatan filosofis yang mau mempelajari kembali nilai-nilai budaya tradisional (terutama berhubungan dengan TEK - *technological-ecological- knowledge*) karena konteks living *(social-spiritual-economy)* pada manusia tidak bisa dipisahkan dari lingkungan dan alam. Sehingga jika suatu hasil/output dari desain ini tidak *socially acceptable* dan tidak membawa sikap yang mencerminkan *environmental soundness*, tidak akan tercipta budaya baru yang lebih baik. Sebaliknya, suatu hasil/*output* desain yang mudah dipahami dan

diterima akan menghasilkan integrasi ilmu desain sebagai *life support system* yang memotivasi budaya yang lebih baik.



Gambar 22. Dokumentasi kunjungan ke *Design Research Institute*, Chiba University dan *Design Workshop* dengan fasilitator Nondo Jacob Zikaswe dari *Safecast*, Jepang.

2. Narasumber : Profesor Shinichi Ito *(Interior Design)*
Profesor Hisa Nimi (*Systems Planning Lab, Data Science Department, Chiba University,* Jepang)

Institusi : *Musashino Art University* dan *Chiba University,* Jepang

Desain di masa sekarang perlu menyelami isu-isu yang sifatnya sistemik. Dan dalam proses *data collection*, seorang desainer harus mengerti bagaimana data-data lapangan dapat dipahami dan menjadi basis dari desain serta prosesnya. Desainer perlu memiliki ilmu yg ekstensif (transdisiplin) dan perlu memiliki kebebasan dalam menentukan metodologi yang sesuai dengan proses mencari solusi (*design-driven research approach*). Seorang desainer harus menempatkan diri menjadi fasilitator dan membuat ruang kolaboratif dimana ahli-ahli lain bisa berkumpul bersama *stakeholder* untuk sama-sama membahas isu dan mencari solusinya, tanpa dibatasi sekat-sekat ilmu. Sehingga, output desain

sekarang memang ke arah produk (sistem/objek) yang dibangun lewat pendekatan *social innovation by design, environmental-contextual design, TEK-based design, care design* (*inclusion, extreme-user-oriented*, dst).



Gambar 23. Dokumentasi kunjungan ke *Musashino University*, Jepang

3. Narasumber : Prof. Dr. M. Alie Humaedi, M.Ag., M.Hum.

Institusi : Peneliti Ahli Utama Bidang Kebudayaan, Pusat Riset Kesejahteraan Sosial, Desa, dan Konektivitas, Badan Riset Inovasi Nasional (BRIN)

Kurikulum perlu mengedepankan pembelajaran pada aspek budaya karena ada keterkaitan antara belajar desain dan budaya. Terkait itu beberapa langkah ini dapat diaplikasikan kepada kurikulum untuk mempelajari budaya. Ada 5 tahapan yang dapat dikembangkan: 1) Identifikasi dan pemetaan budaya, dengan cara mengaplikasikan etnografi dalam bentuk etnografi desain, atau etnografi budaya. Ruang lingkup juga harus disesuaikan, dengan merekamnya dalam suatu catatan deskriptif dengan subjek masyarakat langsung. Sehingga pemetaan ini dihasilkan dari proses hidup bersama suatu kelompok masyarakat. 2) Pemahaman dan pemaknaan budaya. Seperti misalnya; para desainer dan juga akademisi mengambil suku-suku di Indonesia sebagai subjek penelitian, seperti misalnya suku Sunda dan suku Bugis yang memiliki kuliner serta selera makanan yang berbeda. Di sini tugas desainer dan akademisi adalah untuk mencari pemahaman dan pemaknaan pada aspek budaya, dalam ranah etnografi serta etnografi eksplanasi. 3) Mencari evaluasi dan kritisisme terhadap kebudayaan; dalam hal ini harus ada jiwa zaman *(zeitgeist)*, dimana para pelaku budaya melepas batasannya supaya budaya dapat menjadi lebih dinamis konteksnya dalam masyarakat. Dari sini keilmuan *cultural studies* atau studi budaya diperlukan, yaitu membawa *high culture* menjadi *pop culture*. Dalam menciptakan solusi atau penanganan bagi masalah di kelompok masyarakat, dapat

menggunakan studi budaya sebagai salah satu solusinya. 4) Pemanfaatan dan pengembangan komodifikasi; tahapan ini berfungsi untuk mendorong para mahasiswa berpikir sebab-akibat suatu

budaya diteliti, dan menjadikan suatu budaya di *reinterpretasi* menjadi budaya baru. Metodenya menggunakan metode etnografi kritis, serta etnografi post-kritis, serta memperhatikan apa yang diamati harus mempunyai dampak terhadap masyarakat lokal, dan 5) Proyek budaya; dalam tahapan perkuliahan S1 dan S2, proyek budaya ini dapat diimplementasikan dalam dua macam kegiatan. Yang pertama, alih wahana proses-proses budaya menjadi bentuk *new media*. Kedua, melakukan promosi budaya pada pihak industri. Pihak-pihak yang bertanggung jawab seperti halnya mahasiswa, akademisi, desainer serta pelaku budaya harus melakukan *service learning* secara strategis. Untuk mengajak mahasiswa agar tertarik belajar budaya maka coba untuk memahami pembelajaran paling sederhana di lingkungan sekitar mereka. Dosen harus mampu mengajak mahasiswa untuk mendorong ke kondisi *"lived in"* , atau keterhubungan untuk memahami budayanya. Mahasiswa juga penting untuk memahami komodifikasi kebudayaan yang lahir dari ekonomi kreatif, sehingga budaya menjadi nilai tambah ekonomi. Yang harus diingat juga, mahasiswa harus memiliki kemampuan imajinasi serta berpikir kreatif, sehingga tidak terkungkung dalam cara berpikir yang terlalu kaku.



Gambar 24. FGD dengan Peneliti Ahli Utama Bidang Kebudayaan, Pusat Riset Kesejahteraan Sosial, Desa, dan Konektivitas, Badan Riset Inovasi Nasional (BRIN)

3.2.5 FGD dengan Industri Sasar dan Alumni

Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual melakukan FGD bersama industri desain antara lain Monoponik, Dassein Design Bureau, Jevis Space, IndoArtNow, Galeri Nasional, Leboye Design, Thinking Room, BIT Group Asia, Wanara Studio, Pot Branding House, PT. Assemblr Teknologi Indonesia, dan Tribe Technology Commercialization Telkom Indonesia. Hasil dan masukan dari industri terkait kurikulum desain komunikasi visual sebagai berikut:

1. **Narasumber : Fadhilla Muhammad, S.Ds.**

Jabatan : Desainer Jevis Studio

Institusi : Jevis Studio

Bagi Fadhilla yang berprofesi sebagai desainer, pada kenyataannya adalah elemen desain grafis dari suatu brand dan aplikasinya itu adalah yang paling esensial. Dan pemahaman ini yang paling terasa di lapangan, dalam konteksnya ini adalah masyarakat. Kritik dari Fadhilla, bercermin dari pengalamannya ketika berkuliah, kurikulum yang sebelumnya tidak ada yang mewadahi untuk mengasah cara komunikasi dengan klien, menentukan harga, dan cara presentasi dengan klien. Selama ini di bangku kuliah, aspek komunikasinya tidak diwadahi dalam kurikulum, hanya fokus pada visual saja. Kemampuan untuk berkomunikasi dan berkolaborasi satu sama lain harus ditekankan, sehingga jangan terlalu fokus dengan visual tetapi harus paham bagaimana caranya berkomunikasi. *Value* utama dari sebuah identitas visual tetap sama; memang ide-ide baru yang bermunculan yang membuat pengembangan identitas visual seolah berubah, namun pada kenyataannya tetap sama, meskipun mengalami perubahan-perubahan cara berkomunikasi. Kondisi industri desain sekarang mungkin sama, tapi cara kerja para desainer yang berubah. Transformasi ini terwujud dalam bentuk seperti misalnya kebiasaan *Work From Office*, menjadi *Work From Home*, yang dapat dipahami oleh para *klien*. Kegiatan korespondensi serta presentasi dapat dilakukan secara jarak jauh dan melibatkan perkembangan teknologi, dalam *online meeting*. Beberapa kebiasaan baru ini dapat membuka kemungkinan dan cakupan pasar yang lebih luas seperti pasar internasional, tanpa terbatas oleh ruang dan waktu.



Gambar 25. FGD dengan Jevis Studio

2. Narasumber : Shani Nur Muhammad, S.Ds

Jabatan : *Co-Founder* & Desainer Dassein Design Bureau

Institusi : Dassein Design Bureau

Bagi Shani, kemampuan untuk membangun kepercayaan *(building trust)* itu penting, dan ini diawali dari mahasiswa harus bisa menentukan tujuan dan menggali tujuan dari industri. Usia *brand* terus bertumbuh, market bertumbuh, harus ada *refreshment* atau

penyegaran misalnya melalui upaya *rebranding*. *Brand* harus dapat beradaptasi dengan keadaan sekarang. Beradaptasi dengan berbagai aspek, *Brand* dapat memberikan ruang untuk eksplorasi bagi pihak desainer, sehingga *brand guidelines* penting untuk dimiliki. Brand yang dinamis bisa mengubah sebuah bentuk menjadi sebuah substansi, sistem identitas menjadi sentral, dan terus berubah secara berkelanjutan. *Client* di industri sekarang banyak yang sudah memahami desain seperti apa yang menarik serta cocok bagi mereka. Sektor industri kreatif memiliki banyak potensi yang sangat besar untuk menyampaikan *dynamic brands*. Dan potensi ini dapat digali tergantung dari bagaimana kita berinteraksi dengan klien. Sehingga, mahasiswa harus punya kekuatan dalam berpikir dan harus ulet, serta terampil secara mental. Melihat berbagai macam perubahan dan apa yang sedang trend merupakan salah satu cara mempertahankan keuletan tersebut. Kemampuan komunikasi diperlukan, seperti kemampuan berdiskusi dengan klien dan memberi masukan yang membangun. Mahasiswa tidak hanya harus memaksimalkan teknis dan presentasi visual yang menarik, juga harus didampingi literasi akan industri yang dikembangkan dan disesuaikan dengan kondisi industri saat ini. Selain itu, mahasiswa juga jangan melupakan etika sebagai mahasiswa dan mengimplementasikan etos kerja yang baik.



Gambar 26. FGD dengan Dassein Design Bureau

3. **Narasumber : Ahmad Rifqi Anshorulloh, S.Ds.**

   Jabatan : *Co-Founder* & *Principal Designer*

   Institusi : Monoponik Studio

   Bagi Ahmad Rifqi, sekarang ini terdapat suatu trend dalam *dynamic visual identity* di Indonesia. Identitas visual yang dijelaskan oleh Ahmad RIfqi mencakup konteks pengembangan logo, warna, tipografi, bentuk, pola, penggambaran, pengaplikasiannya pada kemasan, dan sebagainya. Kemampuan dalam memahami

Brand expression yang mencakup implementasi identitas visual ke dalam berbagai bentuk dan warna penting dimiliki oleh mahasiswa. Zaman sekarang juga adalah zaman digital dimana media cetak sudah tidak menjadi sesuatu yang primer lagi, tapi itu tidak berarti bahwa media cetak sudah mati. Di era digital sekarang dengan banyaknya kemunculan media-media baru seperti aplikasi digital, sehingga dapat dikatakan dunia desain, terutama desain grafis mulai berkembang secara progresif dibandingkan era sebelumnya, implementasi desain mulai merambah ke media yang tidak konvensional: video *Tik Tok*, *Instagram reels*, *tweet*, *Threads*, dan sebagainya. Elemen identitas visual dan media aplikasinya sangat beragam, namun masih dalam esensi modul yang sama, dengan kata lain benang merahnya tetap ada. Secara esensi, output design bisa sangat beragam namun masih terintegrasi. Dapat diper-misalkan seperti ini, *chasis* mobil semuanya sama namun luarannya tetap berbeda dan beragam, seperti halnya *chasis* mobil VW, Audi, dan Lamborghini. Elemen identitas visual seperti logo beradaptasi dengan karakteristik medianya. Menurut Rifqi, *approach and style are different*; style itu bisa menjadi sebuah pendekatan. Sebuah identitas bisa direspon dengan *output* visual yang berbeda. Misalnya logo Gramedia dan Ancol yang direspon oleh berbagai seniman. Identitas visual menjadi semakin dinamis yang melibatkan banyak aktor untuk merespon identitas visual tersebut. Maka dari itu dapat dilihat bahwa pada era sekarang cetak biru dari sebuah konsep identitas itu sangat penting, esensi dari sebuah entitas harus bisa tertangkap dengan *style* yang berbeda. "*Each approach has its function and relevance, the most important thing is that the approach has good connection and continuity*." Respon-respon desain masih harus sejalan dengan tujuan dan strategi brand tersebut. Responden harus sejalan dan proses translasi identitas visual harus sesuai dengan visi dan misi dari *brand* tersebut. Sekarang lulusan DKV tidak hanya bisa *mendesign* saja, kemampuannya dapat menjadi sangat *versatile*, contohnya, banyak lulusan DKV yang jadi *influencer*, atau yang jadi *content creator. Versatility*–keserbabisaan ini adalah kemampuan yang sekarang diperlukan.

Sehingga menurut Rifqi, kemampuan seorang mahasiswa DKV–yang didukung dengan *creative and design attitude*, agar mereka terekognisi dan merekognisi dalam suatu perusahaan desain ataupun kerja tim adalah:

a. *Team Player* (Seorang *team player* harus mempunyai *voice*; harus punya pendapat yang bisa dipertanggungjawabkan dan bisa menghargai pendapat orang lain.)
b. *Intrapreneurship* (dorongan untuk lebih baik dalam mengembangkan karya dan visinya, yang kedua adalah membentuk *social currency*, seperti membangun jejaring yang

tidak hanya dengan sesama mahasiswa tapi terhadap dosen juga. Kemampuan berjejaring ini akan ada hukum timbal balik dari sekelilingnya dengan dirinya).

c. *Self ability* (Dalam hal ini adalah kemampuan untuk mempunyai dorongan untuk membawa identitasnya masing-masing atau subjektivitas, dan mempunyai kesadaran akan tujuan berkuliah DKV itu apa saja, yang kedua adalah menjadi seorang *trendsetter*, harus peka terhadap trend, dan terakhir adalah kemampuan *creative science*, yaitu kemampuan untuk mengidentifikasi dan menganalisa dan mempertanyakan kenapa suatu hal dapat menjadi *trend.*



Gambar 27. FGD dengan *Co-Founder & Principal Designer*

4. Narasumber : Bob Edrian Triadi, S.Sn., M.Sn.

Jabatan : Kurator Seni

Institusi : IndoArtNow

Menurut Bob Edrian Triadi, mahasiswa desain harus memiliki kemampuan dalam membuat pesan yang popular dan informatif. Pada industri seni rupa, kemampuan desain komunikasi visual dibutuhkan pada perancangan *exhibition design*, *sign system*, dan konten media sosial untuk promosi/pemasaran. Kemampuan desainer dibutuhkan membuat berbagai konten di media sosial untuk tujuan mempromosikan acara-acara seni rupa. Desainer juga bisa menjembatani pesan-pesan dari kegiatan pameran melalui konten media sosial. Kemampuan yang dibutuhkan oleh desainer salah satunya yaitu kemampuan dalam mengemas informasi yang naratif dan bercerita (*storytelling*) karena era sekarang dibutuhkan pengemasan informasi yang menarik perhatian masyarakat.



Gambar *28*. FGD dengan *IndoArtNow*

5. **Narasumber : Alam Wisesha, S.Sn.M.A.**

   Jabatan : Kurator

   Institusi : Galeri Nasional Indonesia

   Dari hasil FGD yang telah dilakukan, Alam Wisesha menyimpulkan bahwa mahasiswa desain komunikasi visual harus mampu mengemas informasi seni rupa yang ”berat” menjadi informasi yang ringan untuk dikonsumsi publik. Potensi desain komunikasi visual dalam bidang seni rupa yaitu memiliki cara strategis untuk membuat konten yang mudah diterima masyarakat. Karena pada industri seni rupa ada juga peran untuk mengedukasi publik melalui berbagai media sosialnya, sehingga strategi konten harus dimiliki oleh setiap desainer. Karena, beberapa media seni rupa bertujuan untuk menjadi media arsip dan dokumentasi, memproduksi pengetahuan, dan memberikan informasi atau edukasi ke publik. Selain itu, desainer juga harus memiliki kemampuan dalam membuat berbagai aset visual untuk kebutuhan pameran virtual. Karena saat ini pameran virtual dapat menjadi media alternatif untuk mengarsipkan karya di bidang seni rupa.



Gambar 29. FGD dengan Galeri Nasional Indonesia

6. **Narasumber : Ignatius Hermawan Tanzil, B.A.**

   Jabatan : Founder & Creative Director Leboye Design

   Institusi : Leboye Design

   Menurut Ignatius Hermawan Tanzil, mahasiswa DKV harus memiliki kemampuan dalam mengkoordinasi tim. Karena, mahasiswa lulusan DKV ini kelak akan menjadi desainer, dan desainer juga harus memiliki pengalaman bekerja dalam tim serta suatu “ideologi” yang membuat desainer ini mempunyai ciri khas. Sehingga, penting bagi desainer untuk memperluas wawasan desain, terutama untuk mahasiswa sehingga mereka memiliki pengetahuan sebelum terjun ke industri. Mahasiswa harus memiliki portofolio desain sebelum terjun ke industri. Ideologi dalam konteks bekerja tim serta menjadi desainer ini adalah, mahasiswa juga harus memiliki ideologi karena berbicara desain bukan semata persoalan keren dan estetik secara visual, akan tetapi juga bagaimana

menghasilkan sesuatu yang berdampak sosial kepada masyarakat. Sekarang desainer bisa membuat sesuatu yang memiliki pengaruh yang sangat besar. Kontribusi desain komunikasi visual itu tanpa batas, dengan kata lain, dunia desain itu sangat terbuka, sehingga kita, dalam konteks ini adalah seorang desainer, dapat merangkul dunia di luar dunia desain. Menyangkut kemampuan artistik seorang desainer, bagi Hermawan Tanzil, industri saat ini butuh kemampuan yang spesifik dan terarah. Sehingga, orang-orang dengan kemampuan yang spesifik dan terarah ini, ketika dipekerjakan dalam sebuah project yang dikerjakan secara tim, akan berkembang dan mengarahkan project tersebut menuju *goals*, sesuai dengan spesialisasinya masing-masing.



Gambar 30. FGD dengan Leboye Design

7. Narasumber : Eric Widjaja, B.F.A.

Jabatan : Design Principal Thinking Room

Institusi : Thinking Room

Bagi Eric Widjaja, mahasiswa DKV tetap perlu mempertimbangkan aspek estetik, karena di industri desain tetap apa yang dilihat apakah desainnya bagus atau tidak. Kemudian, mahasiswa desain juga perlu memiliki kemampuan dalam mempresentasikan ide dan hasil desainnya secara menarik. Industri desain merupakan

industri yang fleksibel, sehingga tren pada industri desain sangat berpengaruh pada proses perancangan desainer. Tren desain itu sangat bergantung pada industrinya. Mahasiswa juga harus memiliki kemampuan terkait etika, dan harus mau belajar. Mahasiswa harus tahu batasan-batasan terkait etika ketika di industri. Mahasiswa juga perlu untuk mencari banyak referensi di luar kampus, terutama berasal dari buku-buku desain karena selain menambah referensi juga dapat menumbuhkan *culture conscious*. Mahasiswa harus sadar akan pentingnya buku-buku ini sebagai sebuah bentuk kesadaran akan budaya

desain/budaya visual. Industri desain juga saat ini lebih membutuhkan *skill* desain yang spesialis ketimbang generalis.



Gambar 31. FGD dengan Thinking Room

8. Narasumber : Ritchie Ned Hansel, S.Sn

Jabatan : Founder Bit Group Asia & Chairman ADGI

Institusi : Bit Group Asia

Menurut Ritchie, mahasiswa DKV harus membangun kemampuan yang dibutuhkan industri desain seperti kemampuan dalam *internet savvy* (paham dunia internet), *digital native* (menyesuaikan dengan perkembangan teknologi), *culture conscious* (memiliki kemampuan dalam bergaul, update informasi dan tren). Kemudian, mahasiswa desain harus paham akan perkembangan *platform*. Karena mahasiswa harus mampu memiliki kemampuan dalam memahami karakteristik platform, karena di era sekarang desainer banyak bekerja memanfaatkan berbagai platform. Desainer juga perlu pemahaman lebih jauh terkait platform karena media digital sekarang yang lebih cair. Sehingga, mahasiswa dituntut untuk berpikir lebih *fluid* (cair) dan memiliki kemampuan observasi tentang platform media baru. Seperti pada industri digital *agency* yang membutuhkan lulusan DKV untuk membuat konten di berbagai platform. Pada industri desain juga terdapat perbedaan *skill* antara *skill* desain berbasis kreatif dengan *skill* desain berbasis teknologi. Sehingga, sebaiknya ada perbedaan dalam mengembangkan *skill* desain berbasis kreatif seperti *branding*, konten, illustrator, dll dengan desain berbasis teknologi seperti UI/UX *designer* dll. Pekerjaan desainer sangat dekat dengan teknologi, sehingga pemahaman tentang literasi teknologi menjadi sangat penting. Mahasiswa juga harus memiliki kemampuan dalam membuat strategi konten terutama membuat supergrafis yang mempunyai kesinambungan antar elemen-elemen desain lainnya. *Soft skill designer* sekarang harus menyesuaikan dengan spesialisasinya masing-masing. Jangan dipaksakan semua *skill* ke mahasiswa desain, karena di industri, web *designer* tidak bisa dipaksakan menjadi UI/UX *designer,* atau ilustrator tidak bisa

dipaksakan menjadi web *designer* dan seterusnya. Karena yang harus diantisipasi adalah bagaimana lulusan sarjana (S1) menghadapi lulusan *short course*, atau kursus, yang sudah terfokus karena bidang pendidikan S1 yang sangat luas untuk dipelajari semuanya. Mahasiswa juga harus memiliki kemampuan terkait riset karena kemampuan riset yang bagus cukup diperlukan. Dalam sudut pandang Ritchie, akan terlihat perbedaan antara mahasiswa yang mengerjakan proses desainnya melalui riset dengan yang tidak melalui riset. Karena sebaiknya mahasiswa jangan menjadi ”tukang” *(crafter)* akan tetapi harus menjadi *idea generator*. Mahasiswa juga harus melek terhadap literasi dari segala aspek, terutama terhadap buku-buku desain yang masih minim. Mendorong mahasiswa untuk membaca buku desain sangat penting agar melek terkait desain. Mahasiswa juga harus memiliki kemampuan riset dan *trend forecasting* karena perlu untuk mereka membangun intuisi dan membangun kedekatan budaya. Perlu ada pemantik atau pemancing dalam segi visual dan ide-ide baru, sehingga mereka memiliki sensibilitas dalam merancang. Desainer harus memiliki spesialisasi tertentu, karena bersaing dengan pasar yang ketat di industri desain.



Gambar 32. FGD dengan Bit Group Asia & Chairman ADGI

9. Narasumber : Bima Nurin, S.Ds., M.Ds.

Jabatan : Founder Wanara Studio
Institusi : Wanara Studio

Menurut Bima Nurin dalam FGD dengan Wanara Studio, mahasiswa harus memiliki kemampuan *micromanaging*, karena ketika di industri, pekerjaan desainer akan banyak terlibat dan berkolaborasi dengan beberapa pelaku lainnya seperti arsitek, desainer, marketing, dll. Mahasiswa juga harus memiliki kemampuan dalam membuat narasi. Sehingga, sangat penting untuk mahasiswa dapat melakukan riset visual dan narasinya. Mahasiswa juga harus mampu memiliki kemampuan dalam berpikir sistemik karena berupaya untuk memecahkan masalah.



Gambar 33. FGD dengan Wanara Studio

10. Narasumber : Aulia Akbar, S.Ds.

Jabatan : Design Researcher POT Branding House

Institusi : POT Branding House

Bagi Aulia Akbar, mahasiswa harus memiliki kemampuan yang multidisiplin, karena ketika di industri, desainer tak hanya bekerja untuk perancangan semata, akan tetapi juga bisa berfungsi sebagai konsultan dan periset/peneliti desain. Sehingga, penting bagi desainer untuk masuk ke dalam berbagai perspektif keilmuan desain. Industri desain merupakan industri yang *agile* dan fleksibel, meskipun industri desain berbasis kebutuhan klien *(client-based)* namun desainer tidak harus selalu "menghamba" klien dan memiliki otonomi untuk membuat produk sendiri *(product-based)*. Sehingga, mahasiswa desain punya banyak pilihan, antara bekerja atau menjadi *entrepreneur*. Karena banyaknya kesempatan, sehingga mahasiswa desain perlu memperdalam wawasan dan referensi terkait ekosistem industri desain. Mahasiswa desain juga harus memiliki kemampuan dalam meriset terutama meriset terkait industri, budaya, dan *audiens (market)*. Karena, mahasiswa desain harus selalu relevan dengan kebutuhan tren desain. Mahasiswa desain harus memiliki dasar desain yang sangat kuat, akan tetapi banyak *skill* yang bisa dikembangkan di luar kampus, terutama terkait *micro-*

managing dan manajemen proyek. Pola pikir desainer juga harus lentur, adaptif, dan fleksibel karena mesti jadi agen solusi di bidangnya. Mahasiswa desain juga sangat penting untuk memiliki kemampuan berpikir kreatif karena terkait dengan kemampuan mahasiswa dalam membaca permasalahan dan memahami fenomena. Mahasiswa desain juga mesti melek terhadap teknologi media dan kebiasaan manusia yang terus berubah dan perlu memiliki metode desain yang adaptif dan fleksibel untuk mengantisipasi perubahan tersebut. Cara kerja desainer yang *agile* dan fleksibel, tergantung dari cara melihat suatu masalahnya. Sehingga, mahasiswa perlu memiliki kemampuan membangun gagasan yang kuat.



Gambar 34. FGD dengan POT Branding House

11. **Narasumber : Deden Nugraha, M.Pd.**

    Jabatan : Trainer dan Marketing PT Assemblr Teknologi Indonesia

    Institusi : PT Assemblr Teknologi Indonesia

    Menurut Deden Nugraha, industri desain komunikasi visual punya kedekatan yang sangat kuat di bidang teknologi seperti pada industri *games*. Beberapa skill yang dibutuhkan oleh mahasiswa desain antara lain kemampuan berpikir logis *(logic- thinking)*, desain grafis, desain UI/UX, dan *3D Modelling*. Kemampuan *logic-thinking* dibutuhkan oleh mahasiswa untuk menguasai kemampuan *programming* dasar. Untuk mendukung dalam industri *games*, mahasiswa perlu memiliki kemampuan dalam *3D modelling* dan programming dasar. Mahasiswa juga harus paham soal teknologi *immersive* melalui *3D modelling.* Untuk mengembangkan semangat *entrepreneurship*, mahasiswa desain dapat mengembangkan *skill* dalam membangun AR (*Augmented Reality*) karena banyak permintaan klien untuk membuat promosi dan pemasaran produk lewat *augmented reality*. Kebutuhan *augmented reality* bisa menjadi nilai tambah (*added-value*) sebagai bentuk inovasi desain bagi para pelaku *brand*. Mahasiswa dapat memiliki kemampuan untuk menciptakan *added-value* bagi *klien* nya. Mahasiswa juga harus memiliki kemampuan *storytelling, framing,* konsep dan *skill*

    design basic ini sangat penting. Kemampuan *Logic thinking* juga penting untuk *brainstorming.* Pada aspek teknologi pentingnya pentingnya memahami data dan informasi. Kalau *skill* fundamental atau dasarnya kuat, maka teknologi apapun akan mengikuti. *Software* sebaiknya tidak terlalu diajarkan terlalu banyak, akan tetapi diperkuat pada gagasan, konsep, dan kemampuan dasar yang harus dimiliki mahasiswa, pun diperkuat juga dengan praktik dan adanya dosen tamu dari pelaku industri. Penting juga mahasiswa untuk lebih paham terkait literasi media dan platform. Mahasiswa juga akan lebih baik jika punya ketertarikan terhadap isu tertentu karena itu akan menjadi faktor pembeda. Kemampuan public speaking, berpikir konseptual, dan membangun koordinasi

juga sangat penting dikuasai. Karena itu yang terjadi di industri sebenarnya sehingga mahasiswa harus memiliki pengalaman seperti yang terjadi di industri.



Gambar 35. FGD Dengan Industri Alumni Dari PT Assemblr Teknologi Indonesia

12. Narasumber : Yunanda, BICT Hons

Jabatan : Head of Product Tribe Technology Commercialization Telkom Indonesia

Institusi : Telkom Indonesia

Bagi Yunanda, dalam kegiatan FGD yang telah dilakukan, mempunyai pendapat bahwa kurikulum jangan hanya terjebak pada pembelajaran *tools* atau *software.* Sebaiknya dari segi keilmuan harus diperkuat pada kemampuan dasar atau fundamentalnya. Kurikulum harus mendasarkan pada hal kemampuan dasar, fundamental, dan kreativitas. Namun, tetap ada regulasi dan batasan, meski dosen harus memberikan ruang imajinasi kepada mahasiswa. Perkembangan teknologi seiring dengan informasi. Sehingga mahasiswa juga setidaknya memiliki kemampuan membangun *future thinking, imagination,* dan *scenario development thinking.* Contohnya, *Metaverse* yang sedang tren saat ini namun ternyata gagasan ini sudah dibukukan sejak tahun 1968. Tantangan bagi kurikulum di masa yang akan datang itu apakah akan mampu untuk

mengikuti teknologi yang terus pesat berkembang. Untuk itu, peran kampus atau universitas harus menekankan pada aspek kemampuan dasar dan fundamentalnya, karena akan selalu kesulitan jika universitas harus terus-terusan mengikuti teknologi. Kurikulum harus menekankan pada aspek berpikir konsep dan fundamentalnya dulu. Kemudian terkait tools/software belakangan. Contohnya pada materi 3D animasi, konsep dasar ada siluet, volume, dan proporsi. Kemampuan dasar itu yang tak boleh dilupakan. Kemudian kemampuan dasar lainnya seperti *design system.* Mengajarkan kemampuan fundamental ini bisa beraudiensi dengan pakarnya. Perlu ada hubungan antara akademisi dengan pakar industri. Perlu terus *update* dari sisi fundamentalnya, bukan toolsnya. Perlunya mahasiswa ada mentor dari industri. Peran dosen sendiri

hanyalah sebagai pemantik agar mahasiswa tertarik belajar secara mandiri. Mahasiswa juga perlu dibekali terkait kemampuan berpikir kritis, analisis data, analisis informasi, *design thinking,* dan dasar-dasar desain, yang mana semua ini penting dalam industri *games.* Kemudian bagaimana kurikulum bisa merangsang mahasiswa untuk terus belajar. Dosen juga harus mengetahui kebutuhan industri dan tantangan kedepannya apa. Untuk mengembangkan jiwa *entrepreneurship*, mahasiswa perlu memahami perkembangan teknologi yang sedang tren. Contohnya pada *Metaverse* yang kini bisa dikembangkan menjadi *marketplace* untuk membantu UMKM. Mahasiswa juga harus memiliki kemampuan adaptasi. Karena kalau tidak beradaptasi, maka akan ketinggalan zaman. Sebagai contoh, mahasiswa dapat ditantang untuk membuat *startup* kecil berdasarkan apa yang mereka sukai. Kemudian, di industri *games* juga ada spesialisasi tertentu seperti menjadi desainer atau *programmer*, meski ada profesi baru di jalan tengahnya seperti menjadi *technical artist.* Namun, mahasiswa perlu memahami ekosistem industrinya, ada UI/UX desainer yang paham soal *engineering/programming*. Bahkan ada job baru yang makin spesifik seperti UX *writer* yang bekerja untuk menerjemahkan ”bahasa” aplikasi menjadi lebih humanis, sehingga dari sudut pandang Yunanda, memang perlu ada profesi yang menjembatani antara desain dan teknologi.



Gambar 36. FGD Dengan Industri Dari Telkom Indonesia

(a) 3.5.3 Focus Group Discussion (FGD) Dengan Asosiasi

Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual melakukan FGD bersama asosiasi antara lain Asosiasi Profesional Desain Komunikasi Visual Indonesia (AIDIA) dan Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual Indonesia (ASPRODI DKV). Berikut hasil masukan yang disampaikan oleh asosiasi untuk pengembangan kurikulum Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual.

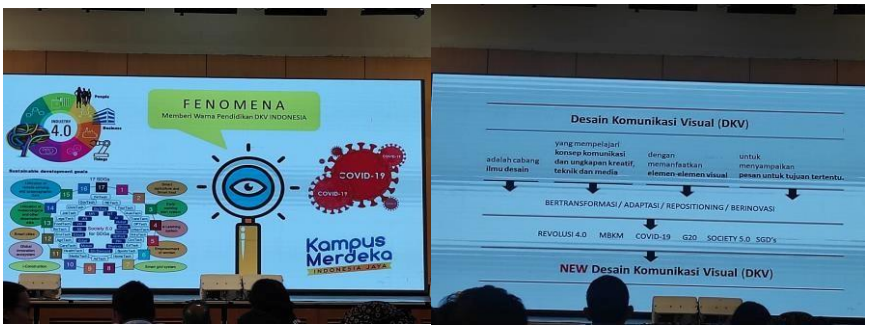
1. **Narasumber : Eka Sofyan Rizal, S.Ds.**

   Jabatan : Ketua Asosiasi Profesional

   Institusi : Asosiasi Profesional Desain Komunikasi Visual Indonesia (AIDIA) Dari penjelasan yang telah dijabarkan oleh Eka Sofyan, terdapat 4 (empat) aspek yang penting

dalam pengembangan kurikulum desain berdasarkan struktur AIDIA yaitu: Formal (Terarah), Non-Formal, Otodidak, dan Informal. Kurikulum harus mampu mengakomodasi kemampuan mahasiswa dalam mendesain terutama pada aspek konsep, metode, dan karya. Pada aspek konsep, mahasiswa harus mampu menciptakan nilai, merumuskan masalah, inovasi dan produk baru. Pada aspek ide, mahasiswa harus mampu membayangkan eksistensi baru yang artinya membayangkan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya. Pada aspek ide ini pun kemampuan mahasiswa dalam menciptakan diferensiasi dapat terukur. Pada aspek metode, mahasiswa harus mengetahui berbagai cara, teknik, dan kemungkinan untuk memproduksi karya yang sesuai dengan berbagai kebijakan dan aturan. Pada aspek karya, mahasiswa harus mampu menguasai alat dan teknik dalam memproduksi karya yang baik dan tepat. Selain itu mahasiswa juga harus mampu untuk mereproduksi konsep visual. Desainer adalah *problem solver* yang berperan di masyarakat, maka dari itu ia harus mampu untuk menekankan kepentingannya di masyarakat. Desainer harus bisa menjelaskan apa fungsi dari proyek desain yang ia kerjakan. Maka dari itu praktisi mengajar sangat penting untuk menstimulasi mahasiswa untuk dapat menjelaskan proyek desain dan membangun mentalitas dasar untuk menjadi desainer. Sebaiknya pendidikan kurikulum desain itu berlandaskan pada Kemerdekaan (menghargai kebebasan), Demokrasi (Interaksi dalam kesetaraan), dan Hadap-Masalah (solusi bersama antara user dan desainer). Secara pedagogis, harus terjadi interaksi dua arah untuk mata kuliah apapun antara pengetahuan dan teori. Kurikulum juga sangat penting untuk menstimulasi mahasiswa untuk berpikir kritis sebagai desainer karena hal ini juga mengacu pada skill abad 21 saat ini. Kurikulum pendidikan desain sebaiknya memunculkan pemikiran kritis dan eksperimental, bukan hanya penguasaan alat dan teori berdasarkan buku referensi semata. Namun, sangat penting penguasaan konsep dasar dalam aspek pedagogis keilmuan desain. Kurikulum desain perlu mendorong juga kebutuhan mahasiswa dalam berimajinasi.





Gambar 37. FGD dengan Asosiasi Profesional Desain Komunikasi Visual Indonesia (AIDIA) & ASPRODI DKV

2. Narasumber : Dr. Intan Rizky Mutiaz, M. Ds.

Jabatan : Ketua Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual

Institusi : Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual (ASPRODI DKV)

Terdapat fenomena yang akan memberikan warna pendidikan Desain Komunikasi Visual (DKV) Indonesia kedepannya, antara lain: Revolusi Industri 4.0, *Society for Sustainable Development Goals* (SDG's), kondisi pasca pandemi Covid 19, Kebijakan G20, dan Kebijakan Kampus Merdeka. Kurikulum DKV juga mesti merespons berbagai isu nasional dan isu global. DKV dapat merespons isu nasional antara lain: Perkembangan kebijakan pemerintah yang mendorong perkembangan industri kreatif ke arah ekonomi digital (*digital economy*), Pilar Pembangunan Indonesia

2045: Pembangunan Manusia dan Penguasaan IPTEK, Pembangunan Ekonomi yang Berkelanjutan, Pemerataan Pembangunan, Pemantapan Ketahanan Nasional dan Tata Kelola Kepemerintahan, Program dan Kebijakan Merdeka Belajar berbasis OBE, dan Pengembangan keilmuan DKV yang bersifat multidisiplin dan terkait dengan kebutuhan lokal (seperti masalah pariwisata, lingkungan, budaya, ekonomi, sosial., dll). Sedangkan pada tahap global, DKV dapat merespons berbagai isu global seperti: Mengembangkan kemampuan-kemampuan untuk bisa menghadapi Kerangka Kerja Abad 21: Keterampilan berpikir kreatif *(creative thinking)*, berpikir kritis dan pemecahan masalah *(critical thinking and problem solving)*, berkomunikasi *(communication)*, dan berkolaborasi *(collaboration)*, peran DKV dalam persoalan SDG's untuk menciptakan pembangunan berkelanjutan, Persoalan Megatrends 2045 terkait isu lingkungan, energi, teknologi, dan sosial yang cepat dan kompleks, dan peran DKV terkait tantangan revolusi industri 4.0 dan disrupsi teknologi terutama teknologi AI (*Artificial Intelligence*). Kurikulum DKV perlu

memahami berbagai tantangan kedepannya yaitu membahas terkait, rekognisi internasional, perkembangan teknologi, *link and match Industri*, kolaborasi riset lintas disiplin, pemerataan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), Program MBKM Hilirisasi Karya Akademik, serta tantangan lainnya yang relevan.

(b) 3.5.4 Focus Group Discussion (FGD) Dengan Alumni

Pembuatan kurikulum Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual melibatkan juga focus group discussion bersama para alumni. Berikut masukan dari hasil FGD bersama alumni:



Gambar 38. FGD dengan Alumni

1. **Narasumber : Fayza Choiriah, S.Ds**

   Jabatan : Desainer

   Institusi : Upgrading Women (Alumni DKV 2018 Peminatan Advertising) Bagi Fayza, *skill* yang dirasakan penting ketika berada di industri yaitu tentang *taste* (selera) dan referensi visual. Karena ketika di bangku kuliah tidak terlalu banyak mengasah terkait *taste* dan referensi visual. Fayza baru mengetahui kalau soal *taste* visual itu sangat penting ketika bekerja. Karena bisa dikatakan materi kuliah yang mengakomodir mahasiswa terkait *taste* dan referensi masih kurang. Ketika kuliah banyak dijejali dengan strategi dan konsep, terutama untuk peminatan DKV *Advertising*. Namun ketika berada di industri justru banyak yang dipakai itu terkait taste visual dan perancangan desain (*craftsmanship*). Kemudian, ketika kuliah lebih banyak teori dibandingkan praktik. Pembelajaran praktik yang dipelajari itu masih pada tingkat dasar (*basic*), namun ketika terjun di industri ternyata itu masih belum cukup. Ketika di industri kebutuhan antara strategi dan visual itu harus seimbang. Di industri bahkan *copywriter* dan *art-director* itu mengerjakan pekerjaan desain grafis juga. Kemudian, tidak semua mahasiswa bisa bekerja di perusahaan, namun kemudian tidak diajarin juga caranya untuk menjadi *freelancer* dan *entrepreneur* itu seperti apa. Padahal di

industri *agency* banyak yang mengeluhkan soal harga dan persaingan dengan lulusan SMK. Tidak ada juga pelatihan untuk menyusun portfolio dan terutama keterampilan terkait presentasi. Karena kebutuhan presentasi itu tidak hanya dengan klien, akan tetapi dengan atasan kita juga. Kalau di perusahaan tempat Fayza bekerja sekarang, memang mengarah lebih ke arah spesialisasi yaitu desainer grafis. Tapi pengalaman ketika saya magang dan permintaan industri banyak menuntut yang generalisasi (bisa mengerjakan apapun dari desain sampai edit video). Terkait pembelajaran *entrepreneur*, persoalannya adalah belum paham cara dan strategi memulainya. Kemarin ketika belajar di peminatan *advertising* kita juga belajar soal marketing, tapi masih terlalu dasar, mungkin perlu ditambahkan soal digital marketing. Ketika kuliah

Fayza merasa tidak punya pengalaman terkait ekosistem industri, bagaimana caranya berjejaring, dsb. Masukan terkait kurikulum, terutama peminatan *advertising*, antara lain bagaimana membuat tugas itu efektif, karena ketika di industri proses kerjanya sangat cepat dan ketat. Tapi ketika belajar kebanyakan proses asistensi untuk mengerjakan satu tugas. Selain itu, peminatan *advertising* itu kebanyakan konsep, mungkin lebih spesifik lagi *skill advertising* itu apa. Kemudian mahasiswa perlu juga untuk diberikan kesempatan kuliah lapangan atau *tour* perusahaan *(company visit)* karena ini bisa memberikan ilmu dan pengalaman yang lebih kepada mahasiswa, dan ini juga bisa jadi sebuah pemahaman terhadap ekosistem industrinya. Seperti di *advertising* mahasiswa tidak tahu sebelum menjadi *art-director* harus menjalani dulu jadi desainer grafis, sehingga penting untuk paham ekosistem industrinya.

2. Narasumber : Fikri Ahmad Suhudi, S.Ds.

Jabatan : Desainer

Institusi : Kanekin Creative (Alumni DKV 2018)

Bagi Fikri, *skill* (kemampuan) yang penting untuk mahasiswa ketika berada di industri itu terkait dengan kemampuan komunikasi atau presentasi. Seperti misalnya kemampuan komunikasi dengan klien. Karena ada perbedaan ketika komunikasi dalam ranah akademis, dengan ketika sudah terjun di industri. Untuk pembelajaran *tools* di kampus dirasakan sudah cukup karena memang hanya memperkenalkan *basicnya* saja, akan tetapi untuk mendalami lebih jauh itu dikembalikan ke pribadinya masing-masing. Kalau dilihat dari

trend market dan *requirement* itu banyak permintaan yang generalis. Namun, menurut FIkri, lebih ideal spesialisasi tapi untuk perusahaan-perusahaan *startup* sekarang banyaknya lebih ke generalis. Jadi memang kadang tergantung industrinya juga. Tapi untuk yang studio desain itu memang kebutuhannya lebih kearah spesialisasi seperti studio ilustrasi itu ada yang spesifik ke *colorist* aja. Jadi, lebih butuh yang spesialis namun ada *skill* pendukungnya juga. Masalah kemampuan *entrepreneurship*, perlu banyak bidang lainnya yang dapat berkolaborasi dan butuh partner yang multidisiplin. Ini mungkin perlu dicampur, adanya kolaborasi keilmuan gitu. Dari pengalaman, perlu ada *learning by doing*, jadi perlu ada pengenalan terhadap ekosistem industri dan jejaring industri. Selain itu, masalah lainnya yaitu terkait masih

belum paham dalam menangani suatu proyek. Banyak yang kaget karena ketika di industri justru sistem kerjanya sangat cepat dengan deadline yang ketat. Sehingga, mahasiswa perlu pengalaman dalam menangani suatu proyek. Kemudian masalah rasa tanggung jawab sebagai desainer juga penting karena kebanyakan mahasiswa itu ngerjain tugas itu untuk tugas aja atau untuk meraih nilai semata, dan tidak ada rasa tanggungjawab lebihnya. *Mindset* mahasiswa itu memang harus diubah, dan perlu nuansa simulasi di industri itu seperti apa. Mereka harus memiliki rasa tanggung jawab terhadap apa yang mereka kerjakan.

3. Narasumber : Hanif Tufail, S.Ds.

Jabatan : Desainer

Institusi : Mavens Studio (Alumni DKV 2017 Peminatan Multimedia)

Bagi Hanif, hambatan yang dirasakan ketika menjadi mahasiswa itu masih kurangnya portofolio terutama untuk terjun ke industri perfilman. Selain itu, ketika sudah lulus, banyak permintaan kerjaannya di bidang desainer grafis. Apa yang dirasakan ketika kuliah yaitu masih kurangnya pemahaman akan ekosistem industri film. Karena pekerjaan di industri film itu lebih banyak ke teknis dan banyak istilah-istilah yang tidak didapat karena ketika kuliah itu hanya diperkenalkan dasarnya saja. Kemudian penting juga untuk mahasiswa lebih paham akan *taste* dan referensi visual. Maka mahasiswa perlu untuk mengeksplor soal *taste* dan referensi sehingga dapat membentuk *stylenya* sendiri. Ketika

kuliah juga kurang dapat kemampuan terkait komunikasi dan presentasi. Untuk *basic design* dirasa sudah memadai, namun masih kurang punya pengalaman lebih dalam untuk riset. Di tempat kerja yang dijalani sekarang cenderung diarahkan lebih menjadi seorang *specialist*, tapi untuk praktiknya itu harus paham juga *skill-skill* lain, untuk memahami divisi-divisi lain ketika melakukan *brainstorming*. Kemudian kesulitan terkait *entrepreneurship,* karena sulit untuk memulainya dan perlunya ada mentor. Kemudian membangun portfolio dan paham akan ekosistem industrinya juga sangat penting. Kalau dari pengalaman ketika berkuliah, itu setiap tugas itu beda-beda, tanpa adanya integrasi antar mata kuliah yang lain sehingga hal ini dirasa menyulitkan. Diharapkan dengan adanya integrasi antar mata kuliah, sehingga menjadi satu karya

besar yang bisa mengakomodir berbagai macam mata kuliah dan menjadi portofolio mahasiswa. Mahasiswa juga perlu untuk eksplorasi dan praktik lapangan itu penting, sehingga dapat mengetahui bagaimana nanti di lapangan dan di industrinya itu seperti apa.

4. Narasumber : Julia Ghaisani, S.Ds.

Jabatan : Desainer

Institusi : Elevante (Alumni DKV Internasional 2018)

Bagi Julia, pada saat kuliah itu tidak banyak dapat skill UI/UX yang mendalam. Karena dengan tidak adanya peminatan di DKV Internasional, pembelajaran skill UI/UX dirasa hanya sebatas di permukaaan, atau pengajaran secara general. Kemudian juga masih kurang untuk belajar *micro-managing* dan koordinasi karena ketika di dunia kerja itu banyaknya pekerjaan terkait *micromanaging* dan koordinasi, seperti halnya koordinasi dengan *programme*r. Kemudian juga tidak terlalu banyak dipelajari soal *basic programming* karena ketika terjun ke industri UI/UX terkadang kita perlu berkoordinasi dengan programer dan sulitnya, mahasiswa tidak mengerti istilah- istilah yang dimaksudkan. Selain itu, kemampuan dalam presentasi desain juga penting. Kalau untuk *skill basic design* dan konsep itu sudah cukup, meskipun perlu ada skill tambahan tentang pengetahuan *tools*, karena permintaan dari perusahaan kadang menuntut desainer UI/UX untuk mengetahui kemampuan yang lebih spesifik. Julia sendiri berprofesi sebagai spesialis UI/UX, bercermin dari tuntutan perusahaan yang meminta kemampuan spesifik dari tiap desainernya. Kesulitan terkait wawasan *entrepreneurship* adalah masih sulit mencari partner yang sesuai untuk memulai. Untuk wawasan dirasa cukup, tapi Julia merasa harus ada pengalaman terjun ke lapangan yang nyata, supaya ilmunya dapat

teraplikasikan. Salah satu masukan Julia adalah, tambahkan peminatan di Program Studi S1 DKV Internasional, supaya para mahasiswa dapat lebih mendalami materi atau kemampuan desain yang mereka inginkan dengan lebih memadai dan terarah.

5. Narasumber : Luqman Rusydan Wiwaha, S.Ds.

Jabatan : Freelancer dan Mahasiswa S2
Institusi : Freelancer & Studi Lanjut S2 Magister Desain Universitas Telkom (Alumni DKV 2017)

Bagi Luqman, ketika belajar di kampus banyak mata kuliah praktik yang mempelajari *tools* tapi kurang mendalam. Kemudian banyak mata kuliah lainnya (terutama mata kuliah dasar) yang kurang relevan dengan kebutuhan industri desain. Karena mata kuliah itu menghalangi jumlah mata kuliah untuk mempelajari suatu *skill* tertentu. Ketika kita masuk ke industri juga kadang ada semacam tidak ada kesinambungan antara kurikulum dan industri, karena biasanya industri itu butuhnya hal yang spesifik, padahal kita sudah mengasah skill tertentu tapi ternyata permintaan di pasar itu lebih banyak kebutuhan desainer grafis. Ketika penulisan tugas akhir banyak metode yang itu-itu saja, sehingga kurang eksploratif dalam penguasaan metode riset. Adanya Program MBKM dan WRAP itu bagus, dan itu bisa membuat mahasiswa fokus terhadap kemampuannya di industri. Selama berkuliah di S2 yang mana lebih banyak menuntun para mahasiswa untuk meriset dan berdiskusi untuk riset. Kemudian agar mahasiswa tertarik riset perlu lebih banyak diajak oleh dosen. Skema-skema riset untuk dosen yang bisa diikuti oleh mahasiswa selama ini kurang disosialisasikan kepada mahasiswa, hal ini membuat mereka kurang pengalaman di bidang riset. Sedangkan untuk kemampuan *entrepreneurship* itu sudah ada mata kuliahnya namun kurang relevan dengan industri desain, dan dirasakan lebih baik mata kuliah dibuat relevan seperti bagaimana membangun *agency* atau studio desain, karena pada akhirnya hal ini bisa menjadi portofolio untuk mahasiswa. Untuk kurikulum Luqman berharap agar kurikulum yang dibuat selanjutnya dapat mengarahkan mahasiswa memiliki pengalaman di industri. Butuh suatu sarana agar ada jembatan antara akademik dan industri dan ini bisa mengasah *skill-skill teamwork* dan manajemen untuk mahasiswa. Sehingga pengenalan dan pemahaman terkait ekosistem industri itu sangat penting. Kalau untuk kemampuan dasar desain sih sudah cukup tapi untuk aspek eksplorasi perlu dikembangkan lagi dari segi *tools* dan *taste.*

(c) 3.5.5 Focus Group Discussion (FGD) Dengan Pemerintah

Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual melakukan FGD Bersama pihak pemangku kepentingan dari pemerintah ingin menyerap dan mendengar aspirasi dari sudut pandang kebutuhan pemerintah. Pihak pemerintah yang terlibat dalam FGD ini yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung, Balai Pelestarian Nilai Budaya Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Wilayah IX, dan KOMPEPAR Kabupaten Bandung. Hasil dan masukan dari pemerintah terkait kurikulum desain komunikasi visual sebagai berikut:



Gambar 39. FGD Dengan Pemerintah

1. **Narasumber : H. Wawan Ahmad Ridwan, S.STP., M.Si**

   Jabatan : Kepala Bidang

   Institusi : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung

   Desain Komunikasi Visual dapat memberikan nilai tambah terhadap berbagai program pemerintah, terutama Pemerintah Kabupaten Bandung. Kabupaten Bandung memiliki berbagai aset dan potensi budaya baik budaya *tangible maupun intangible*, dari budaya ritual, sejarah, alam, kesenian, ragam hias, hingga kuliner. Namun, saat ini pemerintah kesulitan dalam mengembangkan dan mengemas berbagai potensi dan aset budaya tersebut. Saat ini peran penting desain komunikasi visual dalam mengembangkan program pemerintah terkait Desa Wisata. Bagaimana caranya desain komunikasi visual dapat menjadi media yang menarik untuk masyarakat luas. Kebutuhan akan kompetensi keilmuan desain komunikasi visual dibutuhkan dengan berkembangnya industri kreatif di sektor pariwisata.

2. **Narasumber : Dra. Dwi Ratna Nurhajarini. M.Hum**

Jabatan : **Kepala Bidang**

Institusi : **Balai Pelestarian Nilai Budaya Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Wilayah IX**

Desain Komunikasi Visual dibutuhkan dalam konteks membuat kemasan dan presentasi visual yang menarik terhadap berbagai kebutuhan program pemerintah, seperti pengembangan cagar budaya. Melalui kemampuan desain komunikasi visual maka akan melahirkan kemampuan mahasiswa dalam membuat presentasi visual dan narasi yang menarik yang mampu bersinergi sehingga memberikan daya tarik dan nilai tambah dari suatu informasi bisa tersampaikan kepada masyarakat luas. Ranah keilmuan desain komunikasi visual harus mampu memiliki kontribusi dalam merancang informasi yang menarik dan muda disampaikan kepada masyarakat.

3. **Narasumber** : **Ade Sukmana**

Jabatan : **Ketua Bidang Destinasi**

Institusi : **KOMPEPAR Kabupaten Bandung**

Desain Komunikasi Visual sangat penting dalam mempromosikan pariwisata dan cagar budaya di Jawa Barat. Dalam hal ini, dibutuhkan representasi kultural untuk mengemas esensi dari suatu budaya tradisional menjadi bentuk produk budaya baru yang menarik sebagai salah satu upaya pemajuan kebudayaan dan terciptanya nilai ekonomi dari pariwisata berbasis sejarah dan budaya. Peran penting keilmuan desain komunikasi visual adalah dengan merancang dan mengimplementasikan presentasi visual melalui berbagai media yang dapat diakses oleh masyarakat luas.

3.2.6 *Benchmark* dan *Positioning*

3.2.6.1 *Benchmark* Luar Negeri

Benchmark luar negeri Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas dilakukan melalui studi kunjungan dan wawancara ke *Design Culture Unit*, Chiba University, Jepang dan *Systems Planning Lab*, Chiba University, Jepang, pada 10-18 September 2023. Dari hasil kunjungan dan wawancara ke Chiba University dapat disimpulkan jika pengembangan kurikulum desain perlu mempertimbangkan aspek sosial dan budaya, karena pendidikan desain tak bisa dilepaskan dengan aspek manusia dan lingkungannya. Sehingga, kurikulum Pendidikan desain perlu juga memasukkan ke dalam pembelajarannya terkait isu-isu kompleksitas sosial yang dihadapi manusia pada saat ini.

Pendidikan desain pun perlu lebih multidisiplin dan transdisiplin dalam menemukan berbagai metode desainnya sehingga bisa memiliki banyak alternatif dalam perancangannya. Desain pun tak melulu tentang produk (objek) akan tetapi bisa lebih fleksibel lagi dalam perancangannya dengan pendekatan berbasis inovasi sosial, lingkungan, sains dan teknologi, dan *"care-design" (inclusion dan extreme-user oriented)*. Dari hasil benchmark tersebut dapat disimpulkan jika perlu ada orientasi dalam pengembangan kurikulum untuk mempertimbangkan ruang lingkup sosial ke dalam materi pembelajarannya.

3.2.6.2 *Benchmark* Dalam Negeri

Kegiatan *benchmarking* dilakukan dengan metode studi literatur kepada beberapa perguruan tinggi di Indonesia. Kriteria perguruan tinggi yang dipilih dalam kegiatan *benchmarking* ini merupakan program studi desain komunikasi visual yang memiliki akreditasi A dan Unggul dari Kemenristekdikti. Perguruan tinggi yang dipilih untuk kegiatan *benchmarking* ini adalah Universitas Multimedia Nusantara, Universitas Pelita Harapan, Universitas Bina Nusantara, Universitas Ciputra, dan Institut Teknologi Bandung. Pada kegiatan *benchmarking* ini, informasi yang ingin didapatkan terkait dengan profil lulusan, pembagian peminatan dan *body of knowledge*, dan mata kuliah. Profil lulusan Universitas Multimedia Nusantara dikaitkan dengan konsep *triple-helix* yaitu *Society and Government, Professional and Industrial, and Academic and Scientific.* Temuan menarik dari Universitas Multimedia Nusantara adalah kompetensi lulusan terkait *Society and Government* yang menitikberatkan pada aspek pemberdayaan program pemerintah, komunitas, asosiasi, dan aktivitas sosial. Juga adanya aspek kompetensi pada *leadership and entrepreneurial.* Pada pembagian peminatan dan *body of knowledge,* Universitas Multimedia Nusantara hanya memiliki 2 (dua) peminatan yaitu *Visual Brand Design* dan *Interaction Design*. Pada pembagian mata kuliah, Universitas Multimedia Nusantara memiliki spesifik kompetensi yaitu pada aspek kemampuan menghitung *budget* produksi, kemampuan integrasi antara *branding* dan komunikasi pemasaran melalui desain visual, dan kemampuan mengembangkan serta memahami konsep monetisasi IP (*Intellectual Property*). Profil lulusan Universitas Pelita Harapan memiliki empat kriteria yaitu Cendikiawan Seni Rupa dan Desain, Pemimpin Visioner dalam bidang ilmu dan kerja Seni Rupa dan Desain, Penatalayan di bidang desain komunikasi visual, dan Praktik Komunikasi Visual. Temuan menarik dari profil lulusan Universitas Pelita Harapan adalah adanya pada Pemimpin Visioner dalam bidang ilmu dan kerja Seni Rupa dan

Desain dan Penatalayan di bidang desain komunikasi visual. Universitas Pelita Harapan mendorong adanya lulusan
yang menjadi pemimpin dan seorang penatalayanan yang mengintegrasi antara desain komunikasi visual dan aspek spiritual (ketuhanan).

Universitas Pelita Harapan memiliki 4 (empat) peminatan antara lain Desain Grafis, Desain Animasi, Sinematografi, dan Ilustrasi. Pada aspek pengembangan mata kuliah, Universitas Pelita Harapan terkait dengan pengembangan keilmuan di bidang seni rupa, desain, ilmu sosial, teknologi, etika, dan budaya. Universitas Bina Nusantara (Binus) memiliki 3 kampus desain komunikasi visual yaitu DKV Binus, DKV Binus Bandung, dan DKV Binus Internasional. Profil lulusan pada DKV Binus tidak tertulis secara eksplisit, namun pada Program Objectivesnya DKV Binus Bandung menuliskan kompetensi terkait global mindset dan solusi teknologi. Pada DKV Binus terdapat 3 (tiga) peminatan yaitu *New Media, Creative Advertising, and Animation*. Sedangkan DKV Binus Internasional memiliki
2 (dua) peminatan yaitu *Graphic Design and New Media*. Temuan menarik dari DKV Binus adalah adanya kompetensi lulusan yang mengarah pada global mindset untuk mendorong permintaan industri desain secara global dan kompetisi global. Universitas Ciputra memiliki profil lulusan antara lain Pencipta Konten Kreatif, Pencipta Solusi Kreatif, *Professional Designer*, *Design Entrepreneur,* dan Akademisi. Temuan menarik dari profil lulusan adalah terdapat perbedaan antara profesi desain sebagai perancang konten, perancang desain solusi, dan penyusun dokumen rancangan desain dalam suatu proyek. Kurikulum Universitas Ciputra disusun berdasarkan visi misi Universitas Ciputra Surabaya dan visi keilmuan/keahlian program studi serta kebutuhan dunia kerja yg memerlukan kecakapan: karakter, kewarganegaraan (*citizenship*), berpikir kritis (*critical thinking*), kreatif (*creativity*), kolaborasi (*collaboration*), komunikasi (*communication*), pemecahan masalah (*problem solving*). Lulusan Universitas Ciputra dibekali kemampuan yang memungkinkan dapat memenuhi perkembangan kebutuhan abad 21.

Prodi DKV Institut Teknologi Bandung tidak secara eksplisit menuliskan profil lulusannya. Namun, Prodi DKV ITB menekankan lulusannya untuk memiliki kompetensi spesialisasi pada 4 (empat) bidang antara lain *Graphic Design, Advertising Visual Communication, Multimedia Visual Communication, and Digital Visual Narrative*. Temuan menarik dari *benchmarking* Prodi DKV ITB ini yaitu mendorong studi pada target *audiens, visual language*, dan teknologi digital untuk mendorong pengembangan *cultural heritage* dan wawasan archipelago Nusantara sebagai dasar pengembangan desain komunikasi visualnya.

Berdasarkan *benchmarking* ini, kurikulum Prodi S1 DKV Universitas Telkom memiliki kekhasan terutama pada aspek pengembangan *design entrepreneur* yang mengembangkan budaya lokal berbasis teknologi digital yang memiliki kompetensi dan kecakapan khusus dan spesialisasi tertentu di industri desain komunikasi visual.

(d) 3.2.6.3 Benchmark Internal Universitas Telkom

Kegiatan *benchmark* internal memilih ke Prodi S1 Teknik Industri Universitas Telkom karena Prodi S1 Teknik Industri Universitas Telkom telah menerapkan kurikulum OBE. Pada setiap capaian merupakan turunan dari PEO (*Profile Educational Objective*), Capaian Program Studi (PLO/ CPL), dan Capaian Mata Kuliah. Aspek-aspek penyampaian mata kuliah pada Prodi S1 Teknik Industri terdiri dari metode pengajaran, kegiatan pembelajaran, bahan ajar dan instruksi ajar, juga referensi. Setiap aspek pada penyampaian mata kuliah akan ditanggapi melalui rubrik dan instrumen *assessment*. Dengan begitu siklus peningkatan mutu berkesinambungan terus berjalan secara dialektis. Profil lulusan (PEO) dari S1 Teknik Industri Universitas Telkom berdasarkan pada panduan buku kurikulum Universitas Telkom yang terdiri dari professional, studi lanjut, dan *entrepreneur*. PLO dari Prodi S1 Teknik Industri terdiri dari 6 diantaranya adalah: penguasaan dan penerapan ilmu dasar sains dan matematik, kemampuan perumusan solusi permasalahan, aspek kemampuan perancangan dan penelitian, kemampuan penguasaan teknik umum dan teknologi informasi dan Komunikasi (TIK) dalam upaya implementasi keilmuan, penguasaan keilmuan pendukung kewirausahaan, penguasaan aspek non-akademis pendukung. Keenam aspek ini terakomodir terhadap 16 PLO/CPL. Pada pembaharuan PEO program studi S1 Teknik Industri Universitas Telkom mengacu pada panduan penyusunan kurikulum dari Universitas Telkom. Data-data pembaharuan PEO meliputi *benchmark*, FGD, *referensi literatur, tracer study,* dan masukan unit internal. Untuk pembaharuan PLO prodi S1 Teknik Industri mengacu pada KKNI yang telah ditetapkan SN DIKTI, Asosiasi Program Studi (BKSTI), dan Badan Akreditasi (IABEEE), serta visi dan misi universitas. Melalui pembaharuan PLO prodi teknik industri memformulasikan indikator kinerja capaian yang dipetakan melalui mata kuliah. Kesimpulan berdasar hasil benchmark internal ini maka Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual telah mengumpulkan berbagai data sebagai bahan acuan untuk pembaharuan PEO, diantaranya adalah *focus group discussion* (FGD) bersama industri, alumni, dan pakar serta benchmark secara eksternal dan internal. Pembaharuan PLO prodi DKV berdasar pada ASPRODI DKV serta SDGs yang sejalan dengan visi dan misi universitas. Acuan lain dalam penyusunan kurikulum diantaranya adalah lembaga akreditasi internasional AQAS.

3.3 Analisis

(e) 3.3.1 SWOT

	STRENGTH (S)	**WEAKNESS (W)**
	1. Industri desain komunikasi visual (DKV) merupakan industri yang *agile*, adaptif, dan fleksibel dalam artian punya potensi untuk berkembang di segala sektor industri karena berorientasi kebutuhan mitra; 2. Punya peluang karir cukup luas baik sebagai *entrepreneur*, akademisi, profesional yang bekerja di industri maupun pemerintah; 3. Potensi pengembangan *entrepreneurship* di bidang desain komunikasi visual yang berbasis pada kebutuhan mitra/klien (client-based) dan kebutuhan produk (*product-based*); 4. Keilmuan desain komunikasi visual yang sifatnya multidisiplin sehingga memberikan peluang mahasiswa untuk belajar dan bereksperimen; 5. Potensi desain komunikasi visual untuk membuat konten yang mudah diterima masyarakat terutama dalam mengemas informasi yang naratif dan bercerita (*storytelling*) karena era sekarang dibutuhkan pengemasan informasi yang menarik perhatian masyarakat; 6. Potensi komersialisasi produk desain komunikasi visual melalui pemanfaatan *intellectual property* (IP); 7. Potensi riset yang sangat luas terkait desain komunikasi visual seperti riset budaya, riset konsumen, riset visual, dan riset media.	1. Mitra industri banyak sudah paham terkait referensi visual ; 2. Masih kurangnya orientasi ke arah pengembangan kemampuan komunikasi, presentasi, negosiasi dan koordinasi (*micro-managing*) karena kemampuan tersebut begitu digunakan di industri desain; 3. Masih minimnya juga pembahasan isu etika pada aspek kurikulum desain komunikasi visual; 4. Masih kurangnya pengalaman mahasiswa untuk mengetahui ekosistem industri desain komunikasi visual dan manajemen proyek ketika perkuliahan; 5. Mahasiswa belum memiliki portofolio yang kuat untuk terjun ke industri; 6. Masih kurangnya pembahasan terkait ke arah kultur digital dan *platform* karena industri desain komunikasi visual saat ini banyak bersinggungan dengan media digital; 7. Belum adanya sarana untuk menjembatani '*link and match*' antara universitas dengan industri; 8. Mahasiswa belum memiliki '*global-mindset*' agar bisa mendorong kebutuhan industri desain skala internasional; 9. Mahasiswa desain komunikasi visual kurang memiliki kemampuan adaptif dalam mengantisipasi perubahan tren dan teknologi.
OPPORTUNITIES (O)	**Strategi (S-O)**	**Strategi (W-O)**
1. Masih banyaknya permasalahan sosial yang bisa menjadi ide inovasi untuk pemecahan masalah berbasis desain komunikasi visual; 2. Pengembangan budaya lokal yang bisa menjadi aset visual yang bisa dikembangkan ke berbagai produk desain komunikasi visual; 3. Mendukung pengembangan kebijakan pemerintah terkait ekonomi digital dan *sustainable development goals* (SDG's); 4. Pemanfaatan kebutuhan desain komunikasi visual dalam pengembangan kebijakan pemerintah lokal seperti Desa Wisata dan Budaya Lokal;	1. Mendorong kemunculan desainer profesional, akademisi, dan *entrepreneur* di bidang desain komunikasi visual yang memiliki kontribusi dalam pemecahan masalah sosial di masyarakat berlandaskan *sustainable development goals* (SDG's); 2. Menciptakan *entrepreneur* di bidang desain komunikasi visual yang dapat menciptakan berbagai nilai tambah (*added-value*) untuk melakukan inovasi terkait aspek budaya lokal dan ekonomi digital dan terutama pemanfaatan *Intellectual Property* (IP); 3. Mendorong kemampuan *entrepreneur* yang memiliki kemampuan multidisiplin dan berani bereksperimen untuk membuat produk desain komunikasi visual berbasis kebutuhan mitra (*client-*	1. Meningkatkan kemampuan soft-skill seperti: komunikasi, presentasi, negosiasi dan koordinasi (*micro-managing*); 2. Meningkatkan kemampuan observasional pada kurikulum untuk mendorong terbentuknya kesadaran akan riset yang mendalam; 3. Membangun jejaring dan kerjasama antara industri dan program studi untuk menstimulasi adanya kolaborasi serta pengetahuan mahasiswa akan ekosistem industri; 4. Mendorong mahasiswa untuk menghasilkan karya-karya sebagai basis portofolio melalui kurikulum demi menghasilkan lulusan yang terarah; 5. Meningkatkan rasa kesadaran akan tanggung jawab mahasiswa

5. Kebutuhan skill yang spesifik karena industri desain komunikasi visual begitu luas 6. Munculnya peluang baru menjadi peneliti di industri dan akademik karena semakin cepatnya perubahan metode desain; 7. Peluang untuk pemisahan kemampuan antara desain berbasis kreatif dengan berbasis teknologi; 8. Pengembangan keilmuan desain komunikasi visual yang multidisiplin untuk merespons berbagai perubahan sesuai dengan kebutuhan industrinya.	*based*) atau kebutuhan produk (*product-based*); 4. Menanamkan nilai-nilai *entrepreneurship* yang berorientasi pada kemampuan riset kebutuhan pengguna; 5. Mendorong profesional desainer untuk memiliki kemampuan spesialisasi agar memiliki karakteristik dan diferensiasi di industri desain komunikasi visual; 6. Menciptakan desainer profesional dan akademisi yang memiliki kemampuan menciptakan narasi (*storytelling*) berbasis desain komunikasi visual; 7. Menciptakan desainer profesional yang memiliki kemampuan riset multidisiplin yang sesuai dengan kebutuhan di industri desain; 8. Menciptakan akademisi yang memiliki etika, tanggung jawab, dan kepekaan sosial untuk menciptakan kebaruan keilmuan desain komunikasi visual; 9. Menciptakan akademisi yang memiliki keilmuan multidisiplin untuk mendorong kebaruan riset di bidang desain komunikasi visual; 10. Menciptakan akademisi yang inovatif dan berorientasi pada hilirisasi produk desain komunikasi visual berbasis riset (*research-based product*) .	terhadap karya yang dihasilkan melalui mata kuliah; 6. Meningkatkan literasi digital dan literasi estetika pada mahasiswa melalui kurikulum demi terciptanya *mindset culture conscious*; 7. Meningkatkan daya tanggap terhadap isu-isu global dalam materi ajar.
THREATS (T) 1. Tren pada industri desain yang sangat cepat berubah; 2. Perubahan *tools* dan teknologi yang sangat cepat dalam aspek akademik dan industri; 3. Ancaman dalam sektor perubahan teknologi seperti *artificial intelligence* (AI) baik di bidang akademik maupun industri; 4. Persaingan dengan lulusan SMK, peserta sertifikasi desain, dan peserta *short-course* terkait kemampuan teknis desain di industri; 5. Banyaknya jenis pekerjaan baru di bidang desain komunikasi visual yang mengadaptasi tren teknologi membuat pendidikan desain harus sigap mengatasinya (misal: UX Writer, Design Researcher, Product Development, dll); 6. Kebutuhan industri desain yang masih membutuhkan kemampuan generalis terutama untuk lulusan *fresh-graduate* dan terutama masih banyaknya permintaan hanya di bidang desain grafis.	**Strategi (S-T)** 1. Meningkatkan kesadaran untuk terus mengikuti perubahan teknologi dan perangkat terbaru; 2. Menerapkan diversifikasi *skillset* untuk mengakomodir mahasiswa agar dapat terjun sebagai *fresh graduate* yang siap untuk menghadapi dunia industri; 3. Menekankan kemampuan entrepreneurial dan riset demi terbentuknya kekhasan lulusan program studi; 4. Mendorong lulusan desain komunikasi visual agar mampu meningkatkan kemampuan di bidang literasi teknologi dan literasi media agar bisa beradaptasi di tengah perubahan teknologi media dan *artificial intelligence* (AI); 5. Mengasah kemampuan riset dan berpikir analisis agar tidak terpatok pada kemampuan teknis dan praktik sehingga berbeda dengan lulusan SMK, peserta sertifikasi, dan peserta *short-course*; 6. Memiliki kemampuan spesialisasi akan jenis pekerjaan baru yang dibutuhkan sesuai dengan kebutuhan industri namun tetap memiliki kemampuan dasar desain; 7. Meningkatkan kemampuan narasi (*storytelling*) di berbagai platform media; 8. Mendorong keilmuan yang multidisiplin agar bisa memiliki	**Strategi (W-T)** 1. Melakukan monitoring terhadap perubahan tren dan perkembangan teknologi dengan terus mengembangkan konten materi ajar; 2. Meningkatkan kemampuan teknis mahasiswa pada mata kuliah praktik dengan menekankan pada riset dan entrepreneurial pada kurikulum agar terbentuk perbedaan antara lulusan SMK, peserta sertifikasi desain, dan peserta *short-course;* 3. Mendorong hadirnya kuliah umum, dosen tamu, praktisi mengajar, atau kuliah lapangan agar mahasiswa bisa lebih memahami ekosistem industri dan jenis pekerjaan baru terkait bidang desain komunikasi visual; 4. Meningkatkan literasi visual mahasiswa agar memiliki kemampuan dan wawasan visual yang membedakan dengan kemampuan *artificial intelligence* (AI); 5. Mendorong kemampuan literasi media agar mahasiswa bisa lebih paham persoalan *platform*, budaya digital, dan perkembangan teknologi media; 6. Mendorong cara berpikir agile dan adaptif untuk bisa memiliki kemampuan desain yang sesuai dengan kebutuhan industri,

	kemampuan desain yang spesifik namun	juga memiliki kemampuan pendukung lainnya.

perkembangan tren dan teknologi;
7. Mendorong munculnya etika profesi agar bisa lebih memiliki kesadaran terkait persoalan teknologi dan *artificial intelligence* (AI);
8. Mendorong agar mahasiswa memiliki *global-mindset* dan terjun ke bidang industri desain skala internasional;

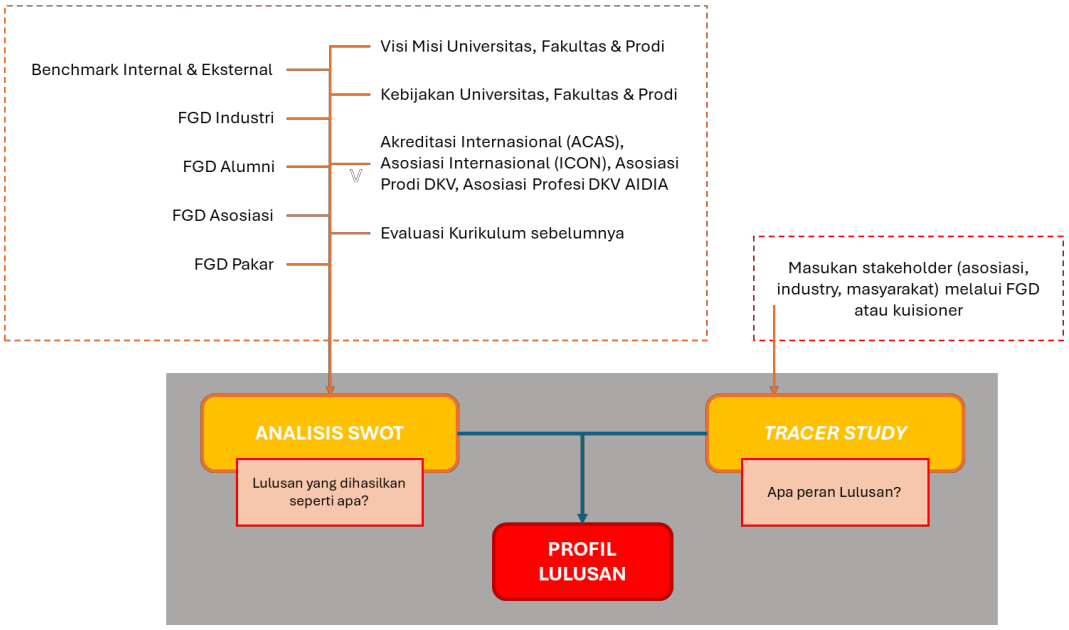
3.4 Strategi Pengembangan

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan ditemukan beberapa peluang yang dimiliki oleh keilmuan DKV diantaranya adalah tingkat relevansi yang masih tinggi terhadap permasalahan sosial, kebijakan pemerintah terhadap SDGs dimana prodi harus mengakomodir tujuan-tujuan pembangunan berkelanjutan secara global. Hal ini juga bersinergi dengan kelebihan yang dimiliki prodi DKV Universitas Telkom yakni masih tingginya kebutuhan industri akan lulusan Desain Komunikasi Visual, serta cakupan keilmuan DKV yang semakin luas membuka berbagai macam kemungkinan pengembangan keilmuan prodi DKV Universitas Telkom. Beberapa ancaman dan kelemahan telah ditemukan dan melalui analisis ini strategi yang komprehensif telah diformulasikan untuk merespon ancaman dan memperbaiki kelemahan.

Melalui hasil analisis SWOT ini profil lulusan prodi DKV telah dibentuk berdasarkan pada perkembangan kondisi sosial, perkembangan teknologi, perkembangan keilmuan DKV, serta kebijakan pemerintah. Hal ini juga sejalan dengan S1 yang telah ditentukan oleh SN DIKTI dimana pada jenjang pendidikan S1 harus memiliki HOTS (*high order thinking skill*). Dapat dilihat bahwa adanya kecenderungan multidisiplin pada keilmuan DKV serta adanya potensi jenis pekerjaan baru pada industri. temuan dari analisis SWOT ini adalah adanya potensi dan kebutuhan akan kompetensi dan kemampuan *entrepreneur* di bidang DKV yang kompeten dan inovatif terkait dengan penciptaan *added-value*, komersialisasi/hilirisasi karya desain, dan pemecahan masalah sosial, kemudian profesional desainer yang adaptif dan berintegritas karena terkait dengan kemampuan *hard-skill* dan *soft-skill* di industri, memahami etika profesi, dan adaptif terhadap kemampuan spesial di bidang desain komunikasi visual, serta akademisi
yang memiliki etika akademik dan kemampuan riset multidisiplin yang mendalam.

4. PROFIL LULUSAN

4.1 Alur Penentuan Profil Lulusan



Gambar 40. Alur Penentuan Profil Lulusan

Proses penentuan Profil Lulusan Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) dilakukan melalui 2 (dua) tahapan alur yaitu melalui penelusuran *Tracer Study* dan Analisis SWOT. Pada tahap penelusuran *Tracer Study* dilakukan untuk mengetahui "*Market Signals*" atau "analisis kebutuhan pasar" untuk mengetahui sejauh mana peran lulusan DKV berkiprah dan berkontribusi pada sektor industri desain komunikasi visual. Pertanyaan paling relevan terkait "*Market Signals*" ini yaitu seperti apa peran lulusan DKV setelah mereka menyelesaikan pendidikannya dan seperti apa industri menyerap kebutuhan pasar akan lulusan desain komunikasi visual.

4.2 Data dan Analisis

Pada tahap penelusuran *Tracer Study* 2023 maka dapat disimpulkan jika kondisi lulusan Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual yaitu 71,11% Bekerja (*Freelance, Part Time, Full Time,* Profesional, dan lainnya), 7,78% Melanjutkan Pendidikan, 16,67% Tidak bekerja, dan 4,44% Wiraswasta. Dari data tersebut, dapat disimpulkan jika Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual memiliki keterserapan tenaga kerja yang tinggi karena berada di angka 70%, meskipun memiliki tantangan yang cukup besar untuk mendorong

ke arah pengembangan wiraswasta (*entrepreneur*) karena masih memiliki nilai yang rendah (4,44%). (Gambar 11).

Dari data *Tracer Study* 2023 juga menjelaskan jika Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual memiliki waktu tunggu lulusan yang sangat baik yaitu 2,91 bulan. Hal ini menunjukkan jika lulusan desain komunikasi visual memiliki waktu tunggu bekerja yang relatif baik yaitu di bawah 6 bulan. Data ini juga menunjukkan jika industri desain komunikasi visual memiliki keterserapan tenaga kerja yang besar. Karena potensi industri desain komunikasi visual sangat luas mulai dari UMKM, studio desain, agensi, konten kreator, *production-house, event-management,* galeri seni, media massa, penerbitan, BUMN, lembaga non-pemerintahan, lembaga pemerintah, dan lainnya. Luasnya peluang industri ini menunjukkan jika kebutuhan dan keterserapan pada lulusan desain komunikasi visual sangat besar. (Gambar 12).

Pada data Tracer Study 2023, lulusan S1 Desain Komunikasi Visual banyak bekerja di perusahaan lokal (55,60%), perusahaan multinasional/internasional (14,52%), dan perusahaan nasional (29.88%). Data tersebut menunjukkan jika lulusan Desain Komunikasi Visual memiliki peluang untuk menciptakan berbagai perusahaan skala lokal dan berkontribusi pada peningkatan ekonomi di daerahnya masing-masing. Perusahaan skala lokal ini menunjukkan jika lulusan desain komunikasi visual bisa berpeluang bekerja pada UMKM, studio desain, agensi konten kreator, *production-house, event- management,* galeri seni, media massa, penerbitan, dan lainnya yang berskala lokal. Sehingga, pengembangan industri kreatif lokal sangat punya peran dalam terserapnya lulusan desain komunikasi visual (Gambar 13).

Dari segi Pendapatan, pada data *Tracer Study* 2023 menunjukkan jika lulusan S1 Desain Komunikasi Visual menunjukkan tingkat stabilitas yang lebih tinggi dengan rata- rata pendapatan Rp 5.096.000 dan standar deviasi yang lebih rendah,yaitu Rp 3.241.000. Data ini menunjukkan jika Tingkat Pendapatan lulusan Desain Komunikasi Visual terhitung cukup tinggi dan sesuai dengan Upah Minimum Regional di tingkat lokal (Bandung dan Jabodetabek) (Gambar 14).

Pada *Tracer Study* 2023 terkait Kesesuaian Tingkat Pendidikan dan Pekerjaan maka lulusan S1 Desain Komunikasi Visual memiliki kesesuaian antara bidang pekerjaan dengan pendidikan yang dicapai. Lulusan S1 Desain Komunikasi Visual memiliki kesesuaian 83,40% antara tingkat pendidikan dan pekerjaan, sedangkan 7,47% setingkat lebih rendah, 3,73% Setingkat Lebih Tinggi, dan 5,39% Tidak Perlu Pendidikan Tinggi. Data

tersebut menunjukkan jika lulusan S1 Desain Komunikasi Visual sudah memiliki kesesuaian yang sangat tinggi antara tingkat pendidikan dan pekerjaan. Banyak lulusan S1
Desain Komunikasi Visual yang bekerja di bidang desain atau industri kreatif lainnya yang relevan. (Gambar 15).

Dari segi keeratan juga menunjukkan jika 91,93% lulusan Fakultas Industri Kreatif yang telah bekerja menunjukkan hubungan yang erat antara pekerjaan dengan program studi yang mereka tempuh (SangatErat, Erat, Cukup Erat). Hasil di atas menggambarkan bahwa pengalaman selama perkuliahan memiliki hubungan yang signifikan dengan pekerjaan yang ditemukan oleh lulusan sehingga lulusan memiliki keeratan yang tinggi terhadap pekerjaan saat ini. (Gambar 16).

Maka, dari hasil data Tracer Study tersebut menunjukkan jika lulusan Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual memiliki potensi dan peluang yang tinggi berkontribusi di bidang industri kreatif terutama di subsektor desain. Data di atas juga menunjukkan jika kesesuaian antara tingkat pendidikan dan tingkat pekerjaan yang sangat tinggi membuktikan jika pasar industri desain masih membutuhkan lulusan-lulusan desain komunikasi visual. Luasnya kategori perusahaan di bidang desain komunikasi visual terutama di tingkat lokal dan nasional seperti UMKM, studio desain, agensi, konten kreator, *production-house, event-management,* galeri seni, media massa, penerbitan, BUMN, lembaga non-pemerintah, lembaga pemerintah, dan lainnya membutuhkan banyak lulusan desain komunikasi visual.

Dari data *"Market Signal"* dapat disimpulkan bahwa penyerapan tenaga kerja sektor ekonomi kreatif selalu mengalami peningkatan selama periode 2015–2019. Data ini menguatkan bahwa peluang kerja dan minat berprofesi di subsektor desain yang menjadi salah satu subsektor ekonomi kreatif masih sangat terbuka. Berdasarkan sebaran data statistik ekonomi kreatif di Indonesia tahun 2020 cakupan keilmuan desain komunikasi visual sangat luas dan dapat mencakup beberapa subsektor ekonomi kreatif tercatat terdapat 8 subsektor ekonomi kreatif yang masuk ke dalam cakupan keilmuan desain komunikasi visual dari 17 subsektor yang telah ditetapkan oleh Kemenparekraf. Misalnya, dari sub-sektor pengembang permainan, seni rupa, fesyen, kuliner, film, animasi dan video, fotografi, desain komunikasi visual, televisi dan radio, periklanan, seni pertunjukan, penerbitan, dan aplikasi menunjukkan bahwa sub-sektor-sub-sektor tersebut memiliki irisan dan keterkaitan dengan sektor desain komunikasi visual. Hal ini menunjukkan jika lulusan Desain Komunikasi Visual dapat berkontribusi pada sub-sektor
kreatif lainnya, dan lulusan desain komunikasi visual memiliki keluasan dalam bekerja di bidang industri kreatif. (Gambar 18).

Dari hasil data *"Tracer Study dan "Market Signal"* maka dapat disimpulkan jika ada kesesuaian antara lulusan desain komunikasi visual dengan tingkat pekerjaannya dan keluasan peluang kerja lulusan desain komunikasi visual di bidang subsektor industri kreatif. Pada tahap berikutnya, penentuan "Profil Lulusan" dilakukan melalui Analisis SWOT. Data-data yang dibutuhkan pada tahap analisis SWOT ini merupakan bauran antara data-data dari visi dan misi Universitas, Fakultas dan Program Studi, Kebijakan Universitas, Fakultas, dan Program Studi, Akreditasi Internasional, *Asosiasi Internasional International Council of Design* (ICoD), Asosiasi Profesional Desain Komunikasi Visual Indonesia (AIDIA), Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual (ASPRODI DKV), dan Evaluasi Kurikulum Sebelumnya. Data-data lainnya dalam penentuan "Profil Lulusan" melalui *benchmarking* internal dan eksternal. *Benchmark* ini dilakukan untuk mengetahui gambaran kurikulum dan mata kuliah yang dilakukan oleh prodi-prodi lainnya. Kegiatan *benchmark* internal memilih ke Prodi S1 Teknik Industri Universitas Telkom karena Prodi S1 Teknik Industri Universitas Telkom telah menerapkan kurikulum OBE. Pada setiap capaian merupakan turunan dari PEO (*Profile Educational Objective*), Capaian Program Studi (PLO/ CPL), dan Capaian Mata Kuliah. Kesimpulan berdasar hasil *benchmark* internal ini maka Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual telah mengumpulkan berbagai data sebagai bahan acuan untuk pembaruan Profil Lulusan (PEO). Kegiatan *benchmarking* dilakukan dengan metode studi literatur kepada beberapa perguruan tinggi di Indonesia. Kriteria perguruan tinggi yang dipilih dalam kegiatan *benchmarking* ini merupakan program studi desain komunikasi visual yang memiliki akreditasi A dan Unggul dari Kemenristekdikti. Perguruan tinggi yang dipilih untuk kegiatan benchmarking ini adalah Universitas Multimedia Nusantara, Universitas Pelita Harapan, Universitas Bina Nusantara, Universitas Ciputra, dan Institut Teknologi Bandung. Pada kegiatan *benchmarking* ini, informasi yang ingin didapatkan terkait dengan profil lulusan, pembagian peminatan dan *body of knowledge*, dan mata kuliah. Berdasarkan *benchmarking* ini, kurikulum Prodi S1 DKV Universitas Telkom memiliki kekhasan terutama pada aspek pengembangan *designpreneur* yang mengembangkan budaya lokal berbasis teknologi digital yang memiliki kompetensi dan kecakapan khusus dan spesialisasi tertentu di industri desain komunikasi visual untuk memecahkan masalah (*problem-solving)* di masyarakat. .

Penelusuran data lainnya yaitu dengan melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) bersama para pemangku kepentingan (*stakeholder*) seperti dari industri, asosiasi, pakar, dan alumni seperti yang telah dijelaskan pada Bab 3. Hasil-hasil FGD itu kemudian dibuat analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman program studi untuk memunculkan profil lulusan. Dari hasil Analisis SWOT tersebut, kemudian muncul

beberapa kata kunci yang relevan untuk disesuaikan menjadi Profil Lulusan. Profil Lulusan merupakan peran dan fungsi lulusan, dan bukan jabatan ataupun jenis pekerjaan, namun dengan mengidentifikasi jenis pekerjaan dan jabatan dapat membantu menentukan profil lulusan. Pernyataan "Profil Lulusan" pun harus sesuai dengan bidang keilmuan dan keahlian dari Program Studi Desain Komunikasi Visual. Proses FGD bersama pemangku kepentingan (*stakeholder*) ini berguna untuk memperoleh konektivitas dan konvergensi antara institusi pendidikan dengan pemangku kepentingan yang akan menggunakan lulusan, dan menjamin mutu lulusan. Sehingga, daftar pertanyaan yang diajukan pada saat FGD sangat terkait erat dengan kemampuan dan kompetensi yang harus dimiliki oleh lulusan program studi. Kompetensi dan kemampuan yang dibutuhkan pada "Profil Lulusan" merupakan masukan dari industri, asosiasi, dan alumni yang memiliki relevansi dengan kebutuhan industri. Sedangkan, masukan dari pakar dan pemerintah untuk mengetahui secara lebih jauh konteks kebijakan pemerintah, tren sosial budaya, dan perkembangan keilmuan desain komunikasi visual. Maka, setelah dilakukan FGD akan diketahui seperti apa "Profil Lulusan" yang sesuai dengan kebutuhan industri, akan tetapi juga konteks lebih luasnya adalah mengantisipasi juga kebijakan pemerintah, tren sosial budaya, dan relevansi bidang keilmuan.

Penentuan "Profil Lulusan" juga disesuaikan dengan kebijakan yang ada di Universitas Telkom. Universitas Telkom mengharuskan program studi untuk mendefinisikan 3 (tiga) profil lulusan yang wajib ada, antara lain: *Entrepreneur,* Studi Lanjut, dan Profil yang disesuaikan dengan kemampuan yang dicapai berdasarkan kekhasan prodi yang kemudian perlu ditetapkan aspek karakter yang diturunkan dari profil yang didefinisikan. Maka, pada penentuan "Profil Lulusan" berdasarkan hasil dari Analisis SWOT dan Tracer Study menyimpulkan 3 (tiga) Profil Lulusan Program Studi S1
Desain Komunikasi Visual antara lain: *Professional di bidang desain komunikasi visual yang berintegritas tinggi, Akademisi yang beretika dalam bidang desain komunikasi visual dengan lingkup multidisiplinnya, entrepreneur yang kompeten dan inovatif dalam bidang desain komunikasi visual.*

4.3 Profil Lulusan

Dalam rangka mencapai tujuan yang telah dijelaskan sebelumnya, Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom telah merancang *Program Educational Outcome* (PEO) atau Profil Lulusan yang mencerminkan kemampuan, pengetahuan, dan

sikap yang harus dimiliki oleh setiap lulusan. Berikut adalah deskripsi lengkap dari Profil Lulusan Program Studi Desain Komunikasi Visual:

Table 4. Profil Lulusan Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

PEO	Profil Lulusan (PEO)
PEO 1	Professional di bidang desain komunikasi visual yang berintegritas tinggi
PEO 2	Akademisi yang beretika dalam bidang desain komunikasi visual dengan lingkup multidisiplinnya
PEO 3	Entrepreneur yang kompeten dan inovatif dalam bidang desain komunikasi visual

Tabel di atas menunjukkan "Profil Lulusan" yang dibuat berdasarkan susunan kata benda dan kemampuan serta kompetensi yang wajib dimiliki oleh setiap "Profil Lulusan". Profesional desainer yang berintegritas dimaksudkan dengan kemampuan *hard-skill* dan *soft-skill* di industri, memahami etika profesi, dan adaptif terhadap kemampuan spesial di bidang desain komunikasi visual. Akademisi yang memiliki etika akademik dan kemampuan riset multidisiplin yang mendalam. Dan, *Entrepreneur* di bidang Desain Komunikasi Visual yang kompeten dan inovatif terkait dengan penciptaan *added-value*, komersialisasi/hilirisasi karya desain, dan pemecahan masalah sosial.**Table 5. Kemampuan Profil Lulusan Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual**

PEO	Profil Lulusan (PEO)	Profesi
1	**Professional di bidang desain komunikasi visual yang berintegritas tinggi** *Deskripsi* a Menjunjung tinggi etika profesionalisme dengan mengaplikasikan kompetensi desain komunikasi visual yang sesuai dengan standarisasi industri, asosiasi, KKNI, dan SKKNI b Memiliki sikap dan prinsip yang dapat menginternalisasikan identitas dan jiwa profesionalisme sebagai seorang desainer yang berkontribusi di masyarakat dan industri c Menerapkan kemampuan untuk belajar multidisiplin melalui pengembangan kompetensi dengan mengintegrasikan keilmuan desain komunikasi visual dengan bidang keilmuan lain yang terkait d Mampu memiliki kepekaan terhadap budaya, tren, dan ekosistem di bidang industri desain komunikasi visual sehingga mampu mengembangkan produk desain komunikasi visual yang adaptif dan relevan e Memiliki kemampuan dasar perancangan desain komunikasi visual sesuai dengan nilai dan prinsip desain yang baik dan benar	Graphic Designer, Branding Designer, Packaging Designer, UI/UX Designer, Product Developer, Comic Artist, Illustrator, Photographer, Book Designer, Boardgame Designer, Interactive Designer, 2D & 3D Animator, Motion Graphic Artist, Character Artist for Animation & Game, Background Artist for Animation & Game, Game Artist, Movie Maker, Photographer, Concept & Storyboard Artist, Program Director for Television and Broadcasting, Creative Director, Art Director, Visualizer, Copywriter, Content Writer, Content Creator, Exhibition Designer

	f Menerapkan pemahaman yang kuat terhadap perkembangan media dan teknologi sehingga mampu menjadi desainer yang adaptif dengan berbagai perubahan media dan platform sesuai dengan perkembangan zaman g Mampu memanfaatkan berbagai informasi dan data untuk dikemas menjadi produk desain komunikasi visual yang informatif, efektif, dan efisien h Memiliki kemampuan komunikasi dalam mengungkapkan ide, gagasan, dan pendapat ke dalam tim maupun klien seperti kemampuan *pitching* dan presentasi i Memiliki kemampuan dalam membangun kerjasama dan berkolaborasi dalam sebuah tim j Mampu melakukan analisis permasalahan sesuai dengan kebutuhan pengguna yang sesuai dengan praktik di industri desain komunikasi visual k Mampu menerapkan kemampuan dalam membangun narasi yang kuat sehingga dapat mengemas pesan dalam bentuk desain komunikasi visual yang menarik	
2	**Akademisi yang beretika dalam bidang desain komunikasi visual dengan lingkup multidisiplinnya** *Deskripsi* a Menerapkan sikap dan semangat belajar yang multidisiplin melalui keterbukaan dengan berbagai disiplin ilmu lainnya di luar bidang ilmu desain komunikasi visual (sikap) b Memiliki prinsip, nilai, norma, dan etika akademik yang menjunjung integritas akademik secara terbuka, jujur, dan bertanggungjawab (sikap) c Memiliki kemampuan berpikir analisis dan sistemik dalam memecahkan permasalahan sosial di bidang desain komunikasi visual (keterampilan umum)	Lecturer, Design Researcher, Design Consultant

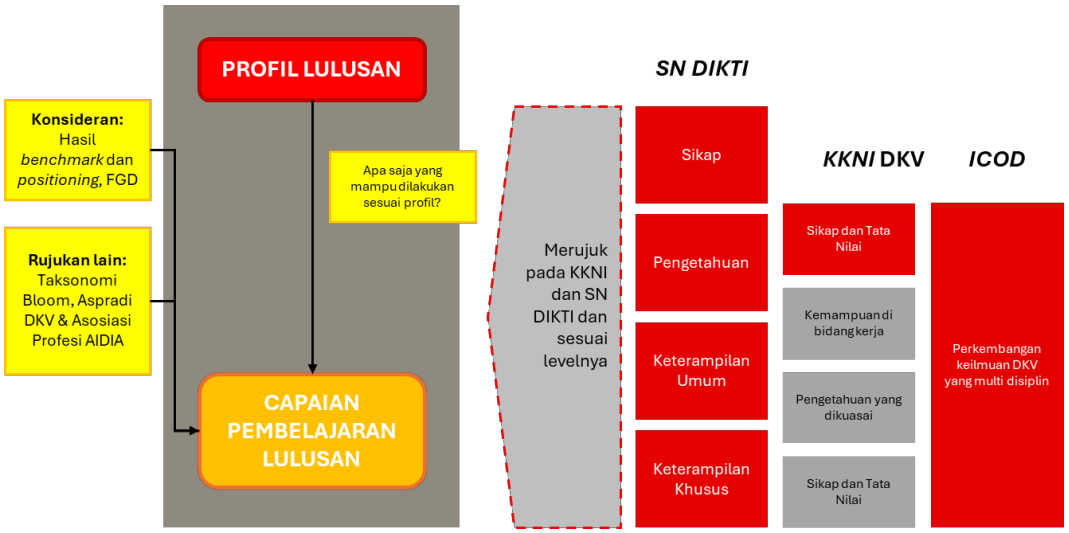
PEO	Profil Lulusan (PEO)	Profesi
	d Memiliki kemampuan dalam melakukan riset terkait industri, budaya, dan *audiens* (*market*) terkait bidang desain komunikasi visual (keterampilan umum) e Memahami dan membaca fenomena teraktual yang dapat memunculkan kebaruan keilmuan desain komunikasi visual (keterampilan umum) f Menerapkan kemampuan dalam membuat narasi yang sistematis dan objektif sesuai dengan prinsip-prinsip akademik (keterampilan umum)	
3	**Entrepreneur yang kompeten dan inovatif dalam bidang desain komunikasi visual** *Deskripsi* a Memiliki kemampuan wirausaha melalui pengembangan sikap dan semangat untuk berani belajar dan bereksperimen b Mampu menerapkan sikap dan *mindset* yang *agile*, adaptif, dan fleksibel sehingga mampu untuk menyesuaikan dengan kebutuhan dan perubahan di industri pendukung	Branding Designer & Consultant, Startup Creator

	c Memahami ekosistem industri desain komunikasi visual dari hulu ke hilir serta kemampuan interaksi dan negosiasi dengan klien dan *stakeholder*-nya	
	d Memiliki kemampuan *micromanaging*, membangun jejaring, dan berkolaborasi dalam mengelola suatu proyek desain komunikasi visual	
	e Memiliki kemampuan dalam literasi data dan literasi teknologi untuk memasarkan berbagai produk desain komunikasi visual melalui berbagai media (cetak maupun digital)	
	f Menerapkan kemampuan dalam mempresentasikan proyek desain komunikasi visual yang menarik dan efisien	
	g Mengembangkan ide dan gagasan kreativitasnya untuk menciptakan nilai baru dalam suatu produk desain komunikasi visual yang mampu memecahkan masalah di sekitar	
	h Menerapkan kemampuan dalam menganalisis kebutuhan pengguna berdasarkan fenomena dan tren	
	i Menciptakan berbagai portofolio desain yang menarik serta memiliki *personal branding* yang baik	

Tabel di atas menunjukkan beberapa deskripsi kemampuan dan kompetensi yang wajib dimiliki oleh “Profil Lulusan” baik sebagai Profesional Desainer, Akademisi, dan *Entrepreneur.* Kemampuan dan kompetensi tersebut diperoleh dari hasil analisis SWOT dengan *stakeholder* (pemangku kepentingan) yang terkait di bidang desain komunikasi visual. Kemudian setelah ditetapkan kemampuan dan kompetensi yang wajib dimiliki oleh “Profil Lulusan” maka akan digambarkan pula profesi dan jenis pekerjaan yang terkait dengan masing-masing “Profil Lulusan” sebagai Profesional Desainer, Akademisi, dan *Entrepreneur*.

5. CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN

5.1 Proses Penentuan Capaian Pembelajaran Lulusan



Gambar 41. Proses Penentuan Capaian Pembelajaran Lulusan

Proses penentuan Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) atau *Program Learning Outcome* (PLO) dilakukan melalui beberapa tahapan antara lain: Rujukan dari KKNI, Standar Nasional Pendidikan Tinggi (SN-Dikti), rumusan capaian pembelajaran lulusan dari komunitas keilmuan/program studi terkait yaitu asosiasi internasional di bidang desain *International Council of Design* (ICoD). Setiap butir Capaian Pembelajaran Lulusan atau *Program Learning Outcome* (PLO) mesti mengandung: Kemampuan *(Behaviour/Cognitive Process),* Bahan Kajian *(Subject-Matters)*, dan bahkan dapat ditambah konteksnya *(Context)*. Sedangkan, tahapan lainnya dari penentuan Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) atau *Program Learning Outcome* (PLO) merupakan turunan dari kemampuan dan kompetensi yang ada pada "Profil Lulusan" yang merupakan hasil analisis dari *benchmarking* dan *positioning*, FGD bersama pemangku kepentingan *(stakeholder)*, Taksonomi Bloom, ASPRODI DKV, dan Asosiasi Profesi AIDIA). Penyusunan CPL/PLO dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

a. Deskripsi CPL unsur Sikap dan Keterampilan Umum dapat diambil dari dari SN-Dikti bagian lampiran sesuai dengan jenjang program studi. Deskripsi yang tertera pada lampiran tersebut merupakan rumusan dasar dan dapat dikembangkan maupun ditambah deskripsi capaian lain sesuai dengan keunggulan dan kekhasan program studi (termasuk unsur tanggung jawab dan hak). Deskripsi CPL unsur sikap dan keterampilan umum yang disusun oleh program studi dapat dibuat dengan redaksiyang berbeda namun dibuat kesetaraannya dengan deskripsi unsur sikap dan keterampilan dari SN-Dikti.

b. Unsur Keterampilan Khusus dan Pengetahuan dapat merujuk pada deskriptor KKNI unsur Kemampuan dan Pengetahuan sesuai dengan jenjangnya. Unsur keterampilan dan kemampuan juga dapat mengacu pada *society* lain di mana program studi tergabung. Jika merujuk pada KKNI, Jenjang S1 atau D4 setara dengan jenjang 6 KKNI. Unsur keterampilan khusus dan Pengetahuan program studi dapat disusun dengan redaksi yang berbeda namun tetap setarakan dengan deskriptor KKNI unsur kemampuan dan pengetahuan.

c. Gunakan profil dengan deskripsi kemampuannya untuk menyatakan CPL. Ajukan pertanyaan "agar dapat berperan seperti pernyataan dalam profil tersebut, kemampuan dan pengetahuan apa yang harus dicapai dan dikuasai?" jawabannya bisa hanya satu atau lebih.

d. Capaian Pembelajaran Lulusan harus menunjukkan kemampuan yang perlu dimiliki dan bahan kajian yang harus dipelajari oleh mahasiswa serta menunjukkan keunggulan dan kekhasan program studi (Gambar 41). Oleh karena itu, hasil *benchmark* dan *positioning* yang dilakukan pada saat menentukan profil lulusan pada Sub Bab 2.2 dapat digunakan kembali sebagai bahan pertimbangan untuk membuat butir Capaian Pembelajaran Lulusan.

e. Setiap butir dari Capaian Pembelajaran Lulusan yang dirumuskan harus jelas, dapat diamati, dapat diukur, dan dapat dicapai dalam proses pembelajaran, serta dapat dinilai pencapaiannya.

Kemudian merujuk pada kemampuan khusus yang dimiliki untuk mengantisipasi perubahan sosial, budaya, dan teknologi maka Rumusan CPL pada era Pendidikan 4.0 disarankan membuat kemampuan terkait:

a. Literasi data, kemampuan pemahaman untuk membaca, menganalisis, menggunakan data dan informasi (*big data*) di dunia digital .

b. Literasi teknologi, kemampuan memahami cara kerja mesin, aplikasi teknologi *(coding, artificial intelligence, dan engineering principle).*

c. Literasi manusia, kemampuan pemahaman tentang *humanities*, komunikasi dan desain;

d. Keterampilan abad 21 yang menumbuhkan kemampuan HOTS *(high order thinking skills)*, meliputi C*ommunication, Collaboration, Critical Thinking, Creative Thinking, Computational Logic, Compassion* dan *Civic Responsibility*.e. Pemahaman era industri 4.0 dan perkembanganya.

f. Pemahaman ilmu untuk diamalkan bagi kemaslahatan bersama secara lokal, nasional, dan global.
g. Capaian pembelajaran dan kompetensi tambahan yang dapat dicapai di luar program studi melalui program MBKM.

Sebagai perwujudan mutu dan jati diri bangsa Indonesia terkait dengan sistem pendidikan nasional, sistem pelatihan kerja nasional serta sistem penilaian kesetaraan capaian pembelajaran nasional yang dimiliki Indonesia untuk menghasilkan sumber daya manusia nasional yang bermutu dan produktif, telah disusun Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI). Sebagai perwujudan mutu dan jati diri bangsa Indonesia dalam sistem pendidikan nasional, sistem pelatihan kerja nasional serta sistem pengakuan kompetensi nasional, KKNI dimaksudkan sebagai pedoman untuk:

a) Menetapkan kualifikasi capaian pembelajaran yang diperoleh melalui pendidikan formal, non formal, informal, pelatihan atau pengalaman kerja;
b) Menetapkan skema pengakuan kualifikasi capaian pembelajaran yang diperoleh melalui pendidikan formal, non formal, informal, pelatihan atau pengalaman kerja;
c) Menyetarakan kualifikasi antara capaian pembelajaran yang diperoleh melalui pendidikan formal, non formal, informal, pelatihan atau pengalaman kerja;
d) Mengembangkan metode dan sistem pengakuan kualifikasi sumber daya manusia dari negara lain yang akan bekerja di Indonesia.

Kesetaraan antara capaian pembelajaran setiap jenjang program pendidikan pada ke-3 jalur pendidikan tinggi dengan jenjang kualifikasi KKNI dapat dilihat pada Gambar 42. Terlihat dalam Gambar 42 bahwa program diploma 3, diploma 4, sarjana dan magister, dan

doctoral adalah berada pada level 5, 6, 8, dan 9.



Gambar 42. Jenjang Kualifikasi KKNI

Sumber: Buku Panduan Penyusunan Kurikulum 2023

Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual merujuk pada KKNI Level 6 di tingkat Sarjana yang berisikan kemampuan sebagai berikut:

a. Mampu mengaplikasikan bidang keahliannya dan memanfaatkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan/atau seni pada bidangnya dalam penyelesaian masalah serta mampu beradaptasi terhadap situasi yang dihadapi.
b. Menguasai konsep teoritis bidang pengetahuan tertentu secara umum dan konsep teoritis bagian khusus dalam bidang pengetahuan tersebut secara mendalam, serta mampu memformulasikan penyelesaian masalah prosedural.
c. Mampu mengambil keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan data, dan mampu memberikan petunjuk dalam memilih berbagai alternatif solusi secara mandiri dan kelompok.
d. Bertanggung jawab pada pekerjaan sendiri dan dapat diberi tanggung jawab atas pencapaian hasil kerja organisasi.

Rujukan yang kemudian digunakan dalam Penentuan CPL/PLO antara lain Rekomendasi CPL/PLO dari ASPRODI DKV, *International Council of Design* (ICoD), SN- DIKTI, dan Universitas Telkom. Pada tahapan Proses Penentuan Capaian Pembelajaran Lulusan

(CPL) atau *Program Learning Outcome* (PLO) didapatkan dari hasil Rakornas Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual (ASPRODI DKV) yang diselenggarakanpada Rabu-Jum'at, 12-14 Juli 2023 di ITB Bandung. Hasil dari Rakornas bersama seluruh program studi DKV di Indonesia tersebut yaitu menyepakati CPL atau PLO yang sudah dirumuskan oleh ASPRODI DKV. Namun, dari semua poin-poin CPL/PLO tidak semua mesti diambil semuanya oleh Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom, akan tetapi juga mesti menyesuaikan dengan karakteristik, ciri khas, dan kebutuhan prodi. PLO hasil rekomendasi ASPRODI DKV yang diambil dan diadaptasi kemudian disesuaikan dengan kemampuan dan kompetensi "Profil Lulusan" (Profesional, Akademisi, dan *Entrepreneur*) seperti yang dapat terlihat pada Tabel Profil Lulusan kemudian disesuaikan juga dengan Visi dan Misi Universitas, Fakultas, dan Program Studi, dan Ciri Khas Program Studi. Selain CPL/PLO yang diadaptasi dari rekomendasi ASPRODI DKV, Universitas Telkom mewajibkan penggunaan CPL/PLO pada Aspek Sikap yaitu *"Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika"* dan Aspek Keterampilan Umum yaitu *"Mampu mengevaluasi, memberi saran, dan memutuskan hasil proyek pada kelompok kerja yang berada di bawah tanggungjawabnya melalui kinerja mandiri, bermutu, dan terukur dalam bidang keilmuan agar memberikan kontribusi kepada masyarakat luas."* Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom wajib menggunakan kedua CPL/PLO tersebut ke dalam kurikulumnya.

Pada tahapan berikutnya, setelah mengadaptasi CPL/PLO dari hasil rekomendasi ASPRODI DKV dan CPL/PLO Wajib Universitas Telkom, kemudian Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom menentukan 12 (dua belas) CPL/PLO dari aspek Sikap, Pengetahuan, Keterampilan Umum, dan Keterampilan Khusus yang dapat dilihat pada Tabel Capaian Pembelajaran Lulusan. Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual kemudian mencoba membuat elemen kata kerja pada masing-masing CPL/PLO sesuai dengan tingkatannya masing-masing merujuk pada level Taksonomi Bloom. Hal ini dilakukan untuk memperkuat kompetensi dan kemampuan yang mesti dimiliki oleh lulusan mahasiswa sesuai tingkatannya dari aspek menerapkan, menganalisis, mengevaluasi, dan menciptakan.

5.2 Capaian Pembelajaran Lulusan

Berikut ini merupakan capaian pembelajaran di Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual. Sesuai dengan ketentuan dari SN-DIKTI maka PLO (*Program Learning Outcomes*)

Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual dibagi menjadi empat aspek yaituSikap, Pengetahuan, Keterampilan Umum dan Keterampilan Khusus. Masing-masing dari capaian ini memiliki bobot yang berjenjang dimulai dari bobot C3 pada taksonomi bloom yaitu "Implementasi"/*Applying.* Aspek sikap terfokus pada konteks kewirausahaan, etika keprofesian dan akademik. Aspek pengetahuan terfokus pada *foundational knowledge* spesifik berorientasi pada keilmuan Desain Komunikasi Visual serta disiplin yang terkait. Keterampilan umum terfokus pada jenjang pendidikan S1 disesuaikan dengan SKKNI level 6 yang telah terstandarisasi oleh SN-DIKTI yang berarti bahwa capaian kemampuan ini tidak terfokus pada keilmuan Desain Komunikasi Visual saja namun kemampuan general yang dimiliki oleh jenjang pendidikan S1. Keterampilan khusus merupakan capaian tertinggi yang terfokus spesifik kepada keilmuan Desain Komunikasi Visual dimana capaian-capaian ini hanya dimiliki oleh Program Studi S1

Desain Komunikasi Visual. Merujuk pada jenjang kemampuan dari Benjamin Bloom capaian pada aspek Keterampilan Khusus sudah mencapai pada bobot 6 yaitu mencipta atau "*create*", dimana mahasiswa harus mampu untuk menciptakan karya- karya yang aplikatif dan solutif yang terkait dalam keilmuan Desain Komunikasi Visual. Berikut ini adalah tabel deskripsi beserta sumber acuan dari setiap capaian Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual.

Table 6. Deskripsi Beserta Sumber Acuan dari Setiap Capaian Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual.

ASPEK	No.PLO	PLO	Bobot	Sumber Bahan Kajian
Sikap	1	Mampu **menerapkan** pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika.	3	**ASPRODI DKV; SN DIKTI; UNIVERSITAS; SKKNI DKV**
	2	Mampu **mengimplementasikan** semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan di bidang desain komunikasi visual.	3	
Pengetahuan	3	Mampu **mengimplementasikan** dan **mendemonstrasikan** teori, sejarah, dan prinsip seni rupa/desain di tingkat lokal serta global.	3	**ICOD; ASPRODI DKV; SKKNI DKV**
	4	Mampu **mengimplementasikan** dan **menggunakan** teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya desain komunikasi visual.	3	
	5	Mampu **mengonsep, melaksanakan** dan **menghasilkan** proyek desain melalui prinsip manajemen proyek, Hak Kekayaan Intelektual (HKI), dan etika keprofesian terkait desain komunikasi visual.	3	

	6	Mampu **menelaah** dan **menganalisis** data melalui metode riset multidisiplin terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual.	4	
Keterampilan Umum	7	Mampu **menelaah dan menganalisis** ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian berupa tulisan ilmiah berdasarkan kaidah serta etika ilmiah.	4	**ASPRODI DKV; SN DIKTI; UNIVERSITAS; SKKNI DKV**
	8	Mampu **mengevaluasi, memberi saran, dan memutuskan hasil proyek** pada kelompok kerja yang berada di bawah tanggungjawabnya melalui kinerja mandiri, bermutu, dan terukur dalam bidang keilmuan agar memberikan kontribusi kepada masyarakat luas.	5	
Keterampilan Khusus	9	Mampu **merancang dan menciptakan** aset visual dan/atau audio visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual.	6	**ICOD; ASPRODI DKV; SKKNI DKV**
	10	Mampu **merencanakan** dan **membuat** konsep perancangan karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin.	6	
	11	Mampu **merencanakan, membuat, dan menyimpulkan** strategi desain komunikasi visual sebagai pemecahan masalah secara kreatif dan kolaboratif melalui pendekatan berpikir kritis dan inovatif.	6	
	12	Mampu **merencanakan**, **merancang**, dan **menciptakan** karya desain komunikasi visual yang dapat dipresentasikan sebagai pemecahan masalah yang memiliki nilai kewirausahaan.	6	

Dari tabel di atas dapat disimpulkan jika Capaian Pembelajaran (PLO) sudah menyesuaikan dengan jenjang kemampuan dari Taksonomi Bloom. Capaian ini merupakan pembaruan dari capaian pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom di kurikulum 2020. Tabel ini menunjukkan jika pembuatan Capaian Pembelajaran (PLO) digunakan sesuai dengan tingkatan yang akan digunakan pada setiap tingkatan mahasiswa. Capaian Pembelajaran (PLO) ini kemudian menggunakan "kata kerja" yang sesuai dengan Taksonomi Bloom agar memudahkan dalam mengukur capaian pembelajaran di setiap mata kuliah. Penggunaan "kata kerja" pada Capaian Pembelajaran (PLO) ini pun memudahkan untuk membuat turunan kata kerja dalam mengukur Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK) atau *Course Learning Outcome* (CLO) yang telah dibuat oleh prodi.

5.3 Matrix Capaian Pembelajaran Lulusan dengan Profil Lulusan

Capaian Lulusan Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual harus mendukung Profil lulusan (PEO) yang telah ditentukan. Maka dari itu, pemetaan antara PLO dengan PEO (Profil Lulusan) harus dilakukan untuk menjustifikasi keterkaitan antara PLO dengan PEO dan memastikan bahwa dua komponen pada kurikulum 2024 ini sudah terintegrasi. Berikut tabel PLO ke Profil lulusan Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual.

Table 7. PLO ke Profil Lulusan Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

ASPEK	Kode	PLO	PLO (PROGRAM LEARNING OUTCOMES) ATAU CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN (CPL)	Profess	Akade	P Entrep
Sikap	S.1	1	Mampu **menerapkan** pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika.		✔	
	S.2	2	Mampu **mengimplementasikan** semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan di bidang desain	✔		✔
Pengetahuan	P.1	3	Mampu **mengimplementasikan** dan **mendemonstrasikan** teori, sejarah, dan prinsip seni rupa/desain di tingkat lokal serta global	✔		
	P.2	4	Mampu **mengimplementasikan** dan **menggunakan** teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi,	✔		✔
	P.3	5	Mampu **mengonsep, melaksanakan** dan **menghasilkan** proyek desain melalui prinsip manajemen proyek, Hak Kekayaan Intelektual (HKI), dan etika keprofesian terkait desain komunikasi visual.	✔	✔	✔
	P.4	6	Mampu **menelaah** dan **menganalisis** data melalui metode riset multidisiplin terkait khalayak sasar di	✔		✔
Keterampilan Umum	U.1	7	Mampu **menelaah dan menganalisis** ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian berupa tulisan ilmiah berdasarkan kaidah serta etika ilmiah		✔	
	U.2	8	Mampu **mengevaluasi, memberi saran, dan memutuskan hasil proyek** pada kelompok kerja yang berada di bawah tanggungjawabnya melalui kinerja mandiri, bermutu, dan terukur dalam bidang	✔		✔
	K.1	9	Mampu **merancang dan menciptakan** aset visual dan/atau audio visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual	✔		
	K.2	10	Mampu **merencanakan** dan **membuat** konsep perancangan karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin	✔		✔

Keterampilan Khusus	K.3	11	Mampu **merencanakan, membuat, dan menyimpulkan** strategi desain komunikasi visual sebagai pemecahan masalah secara kreatif dan kolaboratif melalui pendekatan berpikir	✔		✔
	K4	12	Mampu **merencanakan**, **merancang**, dan **menciptakan** karya desain komunikasi visual yang dapat dipresentasikan sebagai pemecahan masalah yang memiliki nilai kewirausahaan.		✔	✔

Dari tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa Capaian Pembelajaran (PLO) sudah sesuai untuk mengakomodir kebutuhan Profil Lulusan (PEO). Hal ini dapat disimpulkan dengan meratanya sebaran PLO terhadap PEO. Hal ini menunjukkan jika Capaian Pembelajaran (PLO) dapat digunakan untuk menciptakan Profil Lulusan (PEO). Sehingga, Capaian Pembelajaran (PLO) ini sudah bisa menjadi parameter dalam
mengukur kemampuan dan kompetensi pada masing-masing Profil Lulusan (PEO).

5.4 Matriks Capaian Pembelajaran Lulusan dengan Bahan Kajian

Salah satu komponen penting dalam kurikulum adalah Bahan Kajian, yang berperan sebagai aspek *body of knowledge* dari keilmuan di prodi. Bahan Kajian ini mencakup berbagai disiplin ilmu yang sesuai dan relevan dengan Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom. *Body of Knowledge* (BoK) atau Bahan Kajian (BK) ini sangat berguna untuk mengembangkan materi-materi pembelajaran yang akan disampaikan pada mahasiswa. Oleh karena itu, Capaian Pembelajaran juga harus menyesuaikan dengan Bahan Kajian (BK) yang ada pada prodi. Tabel 8 ini disusun untuk menunjukkan pemerataan dan distribusi bahan kajian terhadap *Program Learning Outcomes* (PLO) dalam Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual. Tabel ini memberikan gambaran jelas tentang bagaimana setiap bahan kajian terkait dengan dan mendukung PLO yang telah ditetapkan, memastikan bahwa seluruh aspek pembelajaran terpenuhi secara komprehensif.

Tabel 8. PLO ke BK Program Studi Desain Komunikasi Visual

PLO	PLO (PROGRAM LEARNING OUTCOMES) ATAU CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN (CPL)	BK 1	BK 2	BK 3	BK 4	BK 5	BK 6	BK 7
1	Mampu **menerapkan** pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika.						✔	
2	Mampu **mengimplementasikan** semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan di bidang desain komunikasi visual			✔				
3	Mampu **mengimplementasikan** dan **mendemonstrasikan** teori, sejarah, dan prinsip seni rupa/desain di tingkat lokal serta global	✔						✔
4	Mampu **mengimplementasikan** dan **menggunakan** teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya desain komunikasi visual	✔			✔			

5	Mampu **mengonsep, melaksanakan** dan **menghasilkan** proyek desain melalui prinsip manajemen proyek, Hak Kekayaan Intelektual (HKI), dan etika keprofesian terkait desain komunikasi visual.			✔			✔	
6	Mampu **menelaah** dan **menganalisis** data melalui metode riset multidisiplin terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual.		✔				✔	
7	Mampu **menelaah dan menganalisis** ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian berupa tulisan ilmiah berdasarkan kaidah serta etika ilmiah					✔		
8	Mampu **mengevaluasi, memberi saran, dan memutuskan hasil proyek** pada kelompok kerja yang berada di bawah tanggungjawabnya melalui kinerja mandiri, bermutu, dan terukur dalam bidang keilmuan agar memberikan kontribusi kepada masyarakat luas				✔		✔	
9	Mampu **merancang dan menciptakan** aset visual dan/atau audio visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual	✔						✔
10	Mampu **merencanakan** dan **membuat** konsep perancangan karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin	✔					✔	✔
11	Mampu **merencanakan, membuat, dan menyimpulkan** strategi desain komunikasi visual sebagai pemecahan masalah secara kreatif dan kolaboratif melalui pendekatan berpikir kritis dan inovatif		✔				✔	✔
12	Mampu **merencanakan**, **merancang**, dan **menciptakan** karya desain komunikasi visual yang dapat dipresentasikan sebagai pemecahan masalah yang memiliki nilai kewirausahaan.		✔	✔	✔			✔

Pada tabel di atas dapat dilihat jika terdapat kesesuaian antara Capaian Pembelajaran (PLO) dengan Bahan Kajian (BK) sehingga dapat disimpulkan jika Capaian Pembelajaran (PLO) ini sudah meliputi ruang lingkup disiplin keilmuan Desain Komunikasi Visual serta telah mendukung capaian program studi. Hal ini menunjukkan jika Capaian Pembelajaran (PLO) sudah menyesuaikan dengan kebutuhan Bahan Kajian (BK) yang sesuai dan relevan dengan keilmuan-keilmuan yang ada di Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom.

5.5 Matriks Capaian Pembelajaran Dengan Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CLO)

Pada tahapan berikutnya, kemudian Capaian Pembelajaran (PLO) yang telah dibuat berdasarkan tingkatan pada Taksonomi Bloom diturunkan menjadi masing-masing Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK) atau *Course Learning Outcome* (CLO) yang sudah disesuaikan dengan kemampuan dan kompetensi yang telah ditetapkan oleh prodi. Dari tabel di bawah, terdapat 31 Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK) atau *Course*

Learning Outcome (CLO) yang dikhususkan untuk diimplementasikan pada setiap mata kuliah. Berikut ini tabel turunan capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK) atau *Course Learning Outcome* (CLO) dari hasil Capaian Pembelajaran (PLO).

Table 9. PLO ke CLO Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual.

PLO	Deskripsi PLO	Kode CLO	CLO
1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika.	**1**	Mampu menerapkan kemampuan berpikir logis dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi.
		2	Mampu menerapkan nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika.
2	Mampu mengimplementasikan semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan di bidang desain komunikasi visual	**3**	Mampu mengimplementasikan semangat kemandirian dan kejuangan
		4	Mampu mengimplementasikan semangat kewirausahaan di bidang desain komunikasi visual
3	Mampu mengimplementasikan dan mendemonstrasikan teori, sejarah, dan prinsip seni rupa/desain di tingkat lokal serta global	**5**	Mampu mengimplementasikan teori dan sejarah seni rupa dan desain di tingkat lokal
		6	Mampu mengimplementasikan teori dan sejarah seni rupa dan desain di tingkat global
		7	Mampu mendemonstrasikan prinsip seni rupa/desain
4	Mampu mengimplementasikan dan menggunakan teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya desain komunikasi visual	**8**	Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, dan pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya desain komunikasi visual
		9	Mampu menggunakan perangkat dan media komunikasi untuk produksi karya desain komunikasi visual
5	Mampu mengonsep, melaksanakan dan menghasilkan proyek desain melalui prinsip manajemen proyek, Hak Kekayaan Intelektual (HKI), dan etika keprofesian terkait desain komunikasi visual.	**10**	Mampu mengonsep proyek desain melalui prinsip manajemen proyek
		11	Mampu melaksanakan etika keprofesian terkait desain komunikasi visual
		12	Mampu menghasilkan hak kekayaan intelektual terkait desain komunikasi visual
6		**13**	Mampu menelaah data melalui metode riset multidisiplin

PLO	Deskripsi PLO	Kode CLO	CLO
	Mampu menelaah dan menganalisis data melalui metode riset multidisiplin terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual.	**14**	Mampu menganalisis berbagai data terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual
7	Mampu menelaah dan menganalisis ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian berupa tulisan ilmiah berdasarkan kaidah serta etika ilmiah	**15**	Mampu menelaah ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian dan tulisan ilmiah
		16	Mampu menganalisis ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya berdasarkan kaidah dan etika ilmiah
8	Mampu mengevaluasi, memberi saran, dan memutuskan hasil proyek pada kelompok kerja yang berada di bawah tanggungjawabnya melalui kinerja mandiri, bermutu, dan terukur dalam bidang keilmuan agar memberikan kontribusi kepada masyarakat luas	**17**	Mampu mengevaluasi kelompok kerja yang berada di bawah tanggungjawabnya
		18	Mampu memberi saran dalam bidang keilmuan agar memberikan kontribusi kepada masyarakat luas
		19	Mampu memutuskan hasil proyek melalui kinerja mandiri, bermutu, dan terukur
9	Mampu merancang dan menciptakan aset visual dan/atau audio visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual	**20**	Mampu merancang aset visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual
		21	Mampu merancang audio visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual
		22	Mampu menciptakan aset visual untuk media desain komunikasi visual
		23	Mampu menciptakan audio visual untuk media desain komunikasi visual
10	Mampu merencanakan dan membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin	**24**	Mampu merencanakan perancangan konsep karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin
		25	Mampu membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual
11	Mampu merencanakan, membuat, dan menyimpulkan strategi desain komunikasi visual sebagai pemecahan masalah secara kreatif dan kolaboratif melalui pendekatan berpikir kritis dan inovatif	**26**	Mampu merencanakan strategi desain komunikasi visual
		27	Mampu membuat strategi desain komunikasi sebagai pemecahan masalah secara kreatif dan kolaboratif
		28	Mampu menyimpulkan strategi desain komunikasi visual sebagai pemecahan masalah melalui pendekatan berpikir kritis dan inovatif
12	Mampu merencanakan, merancang, dan menciptakan karya desain komunikasi visual yang dapat dipresentasikan sebagai pemecahan masalah yang memiliki nilai kewirausahaan.	**29**	Mampu merencanakan karya desain komunikasi visual
		30	Mampu merancang karya desain komunikasi visual
		31	Mampu menciptakan karya desain komunikasi visual yang dapat dipresentasikan untuk pemecahan masalah yang memiliki nilai kewirausahaan

Dari tabel di atas dapat disimpulkan jika Capaian Pembelajaran (PLO) dapat diturunkan menjadi Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK/CLO). Setiap kompetensi dan kemampuan yang ada pada Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK/CLO) merupakan turunan modifikasi dari kata kerja, kalimat, dan konteks pada kompetensi yang

ada pada Capaian Pembelajaran (PLO). Sehingga, Capaian Pembelajaran (PLO) ini sudah sesuai dengan setiap kompetensi dan kemampuan yang dapat dicapai oleh mahasiswa pada setiap mata kuliah yang menggunakan Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK/CLO) tersebut.

6. BAHAN KAJIAN

6.1 Proses Penentuan Bahan Kajian

Proses penentuan Bahan Kajian (BK) diambil dari peta keilmuan (rumpun ilmu) yang menjadi ciri program studi atau dari khasanah keilmuan (*domain of practice*) yang akan dibangun oleh program studi atau bahkan dapat diambil dari hasil forum *Focus Group Discussion* (FGD) bersama pemangku kepentingan *(stakeholder)* terkait. Namun, Bahan Kajian (BK) tersebut dapat ditambahkan, diperbarui, atau dikembangkan sesuai perkembangan bidang/cabang IPTEKS tertentu yang diperlukan untuk mengantisipasi perkembangan ilmu di masa yang akan datang, atau dipilih berdasarkan analisis kebutuhan di dunia kerja/profesi yang akan ditekuni oleh lulusan mahasiswa. Bahan Kajian (BK) juga dapat berupa satu atau lebih cabang ilmu beserta ranting ilmunya, atau sekelompok pengetahuan yang telah terintegrasi dalam suatu pengetahuan baru yang sudah disepakati oleh forum/asosiasi keilmuan prodi sejenis sebagai ciri bidang ilmu prodi tersebut. Bahan Kajian (BK) dapat bersifat multidisiplin untuk menggambarkan konsep, metodologi, dan wawasan dari berbagai disiplin ilmu yang berbeda untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap suatu topik tertentu. Bahan Kajian (BK) dengan yang bersifat multidisiplin diharapkan dapat membantu mahasiswa untuk mengembagkan keterampilan lintas-disiplin.

Proses penentuan Bahan Kajian (BK) pada Kurikulum 2024 Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom didapatkan dari berbagai tahapan antara lain hasil forum/asosiasi ilmiah Rakornas Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual (ASPRODI DKV) dan memetakan perkembangan keilmuan berdasarkan rumpun ilmu dan ciri khas prodi, kebijakan dan ciri khas perguruan tinggi, asosiasi profesi dan asosiasi keilmuan, dan IPTEK Pendukung lainnya. Bahan Kajian (BK) yang digunakan pada Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom merupakan hasil dari Rakornas Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual (ASPRODI DKV) yang diselenggarakan pada Rabu-Jum'at, 12-
14 Juli 2023 di ITB Bandung. Ada pun dari hasil FGD bersama Ketua Program Studi (Kaprodi) DKV menyebutkan beberapa isu, antara lain:

1. Perlunya penajaman terkait *body of knowledge* di masing-masing peminatan sehingga memiliki ciri khas dalam keilmuannya

2. Perlunya materi tentang tren kebudayaan/masyarakat agar mahasiswa bisa lebih peka tentang kebutuhan masyarakat kontemporer, seperti *trend forecasting* atau *cultural/critical studies*
3. Perlunya arahan agar riset Tugas Akhir mahasiswa menyentuh aspek SDG's agar TA mahasiswa tidak "semaunya" tapi lebih peka pada kondisi masyarakat sekitar
4. Perlunya materi kuliah yang memberikan pengalaman mahasiswa untuk untuk memahami dan menyelesaikan masalah nyata *(project-based research)* di beberapa mata kuliah (MK studio, seminar, dan inovasi) serta program WRAP, MBKM, dan PKKM
5. Perlunya pembagian dan penajaman antara desain sebagai substansi/konten dan media/luaran di beberapa mata kuliah

Body of Knowledge (BoK) atau Bahan Kajian (BK) terkait Taksonomi dan Landasan Teori Desain Komunikasi Visual dari paparan Rakornas Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual (ASPRODI DKV) antara lain: *Visual Communication General Theory/Philosophy, Psychology, Education, Audience Factors/Effects/Responses, Art/Illustrations, Communication Studies, Cultural/Critical Studies, Professional Practice/Discipline, History and Research Methodology,* dan *Economy*. Dari hasil *Body of Knowledge* (BoK) atau Bahan Kajian (BK) tersebut maka keilmuan desain komunikasi visual sudah bersifat multidisiplin dengan membaurkan disiplin ilmu dari seni rupa, desain, ilmu humaniora, psikologi, pendidikan, komunikasi, kajian budaya, antropologi, sosiologi, sejarah dan metode desain, dan ekonomi. *Body of Knowledge* (BoK) atau Bahan Kajian (BK) tersebut sifatnya dapat disesuaikan tergantung dari kebutuhan di masing-masing program studi. Program studi dapat menambahkan, memperbarui, atau mengembangkan sesuai dengan ciri khas, karakteristik, dan kebutuhan prodi masing-masing.

Tahapan berikutnya untuk penentuan Bahan Kajian (BK) adalah dengan memetakan rumpun ilmu dan ciri khas prodi, kebijakan dan ciri khas perguruan tinggi, asosiasi profesi dan asosiasi keilmuan, dan IPTEK Pendukung lainnya yang sesuai dengan keilmuan pada Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom. Hasil yang kemudian didapat dari pemetaan tersebut adalah Bahan Kajian (BK) yang dapat mengakomodir ciri khas dan kebutuhan program studi terkait keilmuan *entrepreneurship*, budaya lokal, dan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development goals*/SDG's) sesuai dengan visi dan misi serta kebijakan perguruan tinggi. Untuk penentuan Bahan Kajian (BK) maka dilakukanlah modifikasi untuk menambah, memperbarui, atau mengembangkan

keilmuan tersebut agar sesuai dan relevan dengan ciri khas dan kebutuhan program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom. Maka, setelah dilakukan modifikasi agar

menemukan Bahan Kajian (BK) yang sesuai dengan kebutuhan prodi ditentukanlah 7 (tujuh) Bahan Kajian (BK) yang sesuai dan relevan dengan ciri khas dan kebutuhan prodi yaitu *Visual Communication General Theory/History/Philosophy, Psychology & Audience Factors/Effects/Responses, Entrepreneurship, Communication Studies, Cultural/Critical Studies, Professional Practice/Discipline & Research Methodology,* dan V*isualization Techniques and Methods.* Bahan Kajian (BK) tersebut digunakan untuk memetakan mata kuliah yang akan digunakan di prodi. Kemudian, Bahan Kajian (BK) tersebut dibuat deskripsinya bersama Ketua Kelompok Keahlian (KK) di Fakultas untuk memetakan dan menggambarkan kesesuaian Bahan Kajian (BK) dengan keilmuan di program studi.

6.2 Matriks Bahan Kajian dan Capaian Pembelajaran Lulusan

Berikut ini adalah bahan kajian dan capaian pembelajaran program studi S1 Desain Komunikasi Visual

Table 10. Matriks Bahan Kajian dan Capaian Pembelajaran

Kode Bahan Kajian	Bahan Kajian (BK)	Deskripsi Bahan Kajian	SCOPE	Keilmuan Prodi	Ciri PT	Association Domain Practice	IPTEK Pendukung
BK 1	***Visual Communication General Theory/History/Philosophy***	Bahan kajian yang terkait pengetahuan dasar spesifik terkait dengan desain komunikasi visual yang mencakup tentang teori, sejarah, dan filosofi dari komunikasi visual, filosofi dan epistemologi	1. *Images, Content and Meaning* 2. *Mental Imagery/Visualization* 3. *Philosophy: Epistemology* 4. *Information/Content* 5. *The Language Metaphor* 6. *History of art and design* 7. *Visual Rhetoric*	✔			
BK 2	***Psychology & Audience Factors/Effects/Responses***	Bahan kajian yang mengasah pengetahuan dan kemampuan kognitif/afektif mahasiswa. *Psychology* mencakup pengasahan persepsi dan kemampuan memproses informasi dan proses *encoding* dan *decoding*. *Psychology* juga mengasah kemampuan pemahaman persepsi masyarakat dan perilaku *user*/konsumen dalam	1. *Psychology of Art (psychology of design*) 2. *Perception* 3. *Information Processing/Cognition* 4. *Code/Decoding/Encoding* 5. *Attitudes and Beliefs* 6. *Arousal and Emotion* 7. *Creativity/Imagination*				✔
BK 3	***Entrepreneurship***	Bahan kajian yang mengakomodir sensibilitas *entrepreneurial* pada mahasiswa. Implementasi bahan kajian ini dimulai dari aspek teoritis dasar untuk mengakomodir pengetahuan dasar mahasiswa	1. *Entrepreneurship* 2. *Project Management* 3. *Marketing* 4. *Design Strategy*		✔		

BK 4	***Communication Studies***	Bahan kajian yang mencakup pengasahan kemampuan perancangan informasi dan media kreatif yang lebih spesifik mengarah pada retorika dan *creative thinking*. Bahan kajian ini juga mengakomodir proses merancang narasi/informasi juga	1. *Rhetoric/Myth/Persuasion* 2. *Kinesics/Body Language/Signing* 3. *Literary/Literature* 4. *Symbols/Symbolization* 5. *Sign/Semiotics* 6. Media 7. *Interpersonal Communication & Public Speaking*	✔			

Kode Bahan Kajian	Bahan Kajian (BK)	Deskripsi Bahan Kajian	SCOPE	Keilmuan Prodi	Ciri PT	Association Domain Practice	IPTEK Pendukung
BK 5	***Cultural/Critical Studies***	Bahan kajian yang mengasah kemampuan berpikir kritis dan analisis dan juga pemahaman terhadap sebuah fenomena sosial dan budaya baik dalam konteks global maupun dalam	1. *Sociology/Anthropology* 2. *Critical/Cultural Studies* 3. *Visual multi modal studies*		✔		✔
BK 6	***Professional Practice/ Discipline & Research/Methodology***	Bahan kajian yang mengakomodir implementasi dari bahan-bahan kajian sebelumnya yang mengedepankan pendekatan berbasis riset dan metodologi di berbagai profesi/praktisi. Bahan kajian ini memberikan simulasi proyek yang relevan dengan	1. *Moving Image Media (General)* 2. *Still image media* 3. *Journalism/Consumer Behavior* 4. *Design ethics* 5. *Design studies*			✔	
BK 7	***Visualization Techniques and Methods***	Bahan kajian yang mencakup kemampuan khusus terkait teknik dan metode perancangan karya desain komunikasi visual. Aspek teknikal mancakup bagaimana membuat visual yang memukau dan relevan dengan audiens yang dituju. Beberapa aspek teknis yang dikaji diantaranya adalah: komposisi, estetika, warna, tipografi, tata letak, ilustrasi, dan komputer grafis.	1. *Aesthetics* 2. *Composition* 3. *Graphic Design* 4. *Information Graphics* 5. *Computer Graphics/Videotext/Electronic Publishing* 6. *Typography* 7. *Color* 8. *Cartoons* 9. *Illustration* 10. *Comics* 11. *Photography* 12. *Graphic Production* 13. *Visual Branding*	✔			

Dari tabel di atas maka dapat disimpulkan jika Bahan Kajian (BK) pada Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom sudah menyesuaikan dengan keilmuan pada prodi, ciri khas dan visi misi perguruan tinggi, asosiasi profesi, dan IPTEKS Pendukung. Pemetaan matriks tersebut digunakan untuk memahami penggunaan Bahan Kajian (BK) serta deskripsinya yang sesuai dan relevan dengan ciri khas dan kebutuhan di Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan jika Bahan Kajian (BK) yang ada pada Kurikulum 2024 Program Studi S1

Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom sudah sesuai dengan relevan dengan keilmuan prodi, ciri khas dan visi misi perguruan tinggi, asosiasi profesi, dan IPTEKS Pendukung ada keilmuan Desain Komunikasi Visual.

6.3 Matriks Bahan Kajian dengan Capaian Pembelajaran Lulusan (*Program Learning Outcome*/PLO) dan Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (*Course Learning Outcome*/CLO)

Tahapan berikutnya adalah mencoba memetakan Bahan Kajian (BK) terhadap Capaian Pembelajaran (*Program Learning Outcome*/PLO) dan Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (*Course Learning Outcome*/CLO) untuk mengetahui kesesuaian dan ketersebaran antara Bahan Kajian (BK) dengan PLO dan CLO. Hal ini bertujuan agar Bahan Kajian (BK) yang digunakan tersebut dapat mengakomodir setiap kemampuan dan kompetensi serta capaian yang harus dimiliki oleh mahasiswa. Berikut merupakan tabel bahan kajian ke PLO program studi S1 Desain Komunikasi Visual:

Table 11. Matriks Bahan Kajian dengan PLO

Kode Bahan Kajian	Bahan Kajian (BK)	BOBOT	LEVEL KEMAMPUAN	Sikap		Pengetahuan				Keterampilan Umum		Keterampilan Khusus			
				PLO1	PLO2	PLO5	PLO6	PLO8	PLO7	PLO3	PLO4	PLO9	PLO10	PLO11	PLO12
BK 1	Visual Communication General Theory/History/Philosophy	2	*Understand*			✔	✔					✔	✔		
BK 2	Psychology & Audience Factors/Effects/Responses	2	*Understand*						✔					✔	✔
BK 3	Entrepreneurship	3	*Apply*		✔			✔							✔
BK 4	Communication Studies	4	*Analyze*				✔				✔				✔
BK 5	Cultural/Critical Studies	4	*Analyze*							✔					
BK 6	Professional Practice/ Discipline & Research/Methodology	5	*Evaluate*	✔				✔	✔		✔		✔	✔	
BK 7	Visualization Techniques and Methods	6	*Create*			✔						✔	✔	✔	✔

Dari tabel di atas maka dapat disimpulkan jika Bahan Kajian (BK) sudah disesuaikan dengan tahapan pada Taksonomi Bloom dan SN-DIKTI. Matriks pemetaan Bahan Kajian (BK) tersebut digunakan untuk mengetahui bobot dan level kemampuan yang ada pada Capaian Pembelajaran (CPL). Level kemampuan dimulai pada aspek *Understand, Apply, Analyze, Evaluat*e, dan *Create.* Dari gambaran tersebut akan diketahui masing-masing bobot dan level kemampuan pada setiap Capaian Pembelajaran (PLO). Sehingga, dengan mengetahui ketersebaran dari pemetaan matriks ini akan memudahkan dalam penentuan capaian dan kompetensi mata kuliah yang merupakan turunan dari Bahan Kajian (BK) yang sesuai dengan level kemampuan mahasiswa di setiap tingkatnya.

Setelah melakukan pemetaan matriks Bahan Kajian (BK) terhadap Capaian Pembelajaran (PLO), maka tahapan berikutnya adalah dengan memetakan Bahan Kajian (BK) dengan Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (*Course Learning Outcome*/CLO) untuk mengetahui kesesuaian dan ketersebaran antara Bahan Kajian (BK) dengan CLO. Berikut ini merupakan Tabel Matriks Bahan Kajian (BK) terhadap CLO:

Table 12. Matriks Bahan Kajian dengan CLO

Kode Bahan Kajian	Bahan Kajian (BK)	BOBOT	LEVEL KEMAMPUAN	PLO1		PLO2		PLO3			PLO4		PLO5			PLO6		PLO7		PLO8			PLO9				PLO10		PLO11			PLO12		
				CLO		CLO		CLO			CLO		CLO			CLO		CLO		CLO			CLO				CLO		CLO			CLO		
				1	2	1	2	1	2	3	1	2	1	2	3	1	2	1	2	1	2	3	1	2	3	4	1	2	1	2	3	1	2	3
BK 1	Visual Communication General Theory/History/Philosophy	2	*Understand*					✔			✔																							
BK 2	Psychology & Audience Factors/Effects/Responses	2	*Understand*														✔												✔		✔		
BK 3	Entrepreneurship	3	*Apply*			✔	✔						✔																				
BK 4	Communication Studies	4	*Analyze*									✔									✔		✔	✔										
BK 5	Cultural/Critical Studies	4	*Analyze*															✔	✔															
BK 6	Professional Practice/ Discipline & Research/Methodology	5	*Evaluate*	✔	✔								✔	✔	✔					✔		✔					✔		✔					
BK 7	Visualization Techniques and Methods	6	*Create*						✔	✔															✔	✔		✔			✔		✔	✔

Dari tabel di atas maka dapat disimpulkan jika Bahan Kajian (BK) sudah meliputi semua elemen Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CLO). Matriks yang digunakan hampir sama dengan yang digunakan untuk memetakan ketersebaran yang ada pada Capaian Pembelajaran (PLO). Dari hal tersebut dapat terlihat jika Bahan Kajian (BK) tersebut sudah mengakomodir semua Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CLO). Sehingga, semua Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CLO) dan turunan mata kuliahnya telah memiliki rujukan keilmuan yang sesuai dengan Bahan Kajian (BK) yang digunakan oleh Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom.

7. KEDALAMAN DAN KELUASAN KAJIAN

7.1 Proses Penentuan Kedalaman dan Keluasan Kajian

Penentuan kedalaman dan keluasan kajian mesti mengacu pada SN-Dikti dan Permendikbud No 3 Tahun 2020 Pasal 9 yang berbunyi sebagai berikut:

a. Lulusan program diploma satu paling sedikit menguasai konsep umum, pengetahuan, dan keterampilan operasional lengkap;
b. Lulusan program diploma dua paling sedikit menguasai prinsip dasar pengetahuan dan keterampilan pada bidang keahlian tertentu;
c. Lulusan program diploma tiga paling sedikit menguasai konsep teoritis bidang pengetahuan dan keterampilan tertentu secara umum;
d. Lulusan program diploma empat dan sarjana paling sedikit menguasai konsep teoritis bidang pengetahuan dan keterampilan tertentu secara umum dan konsep teoritis bagian khusus dalam bidang pengetahuan dan keterampilan tersebut secara mendalam;
e. Lulusan program profesi paling sedikit menguasai teori aplikasi bidang pengetahuan dan keterampilan tertentu;
f. Lulusan program magister, magister terapan, dan spesialis paling sedikit menguasai teori dan teori aplikasi bidang pengetahuan tertentu; dan
g. Lulusan program doktor, doktor terapan, dan subspesialis paling sedikit menguasai filosofi keilmuan bidang pengetahuan dan keterampilan tertentu.

Kedalaman dan keluasan kajian merupakan proses yang sangat penting untuk menentukan besaran SKS dari mata kuliah. Besarnya SKS setiap mata kuliah dihitung dengan membagi bobot mata kuliah dibagi dengan jumlah bobot dari seluruh mata kuliah kemudian dikalikan dengan total sks yang wajib ditempuh dalam satu siklus studi pada program studi. Namun sebelum proses tersebut dilakukan, kedalaman dan keluasan dari matakuliah harus ditentukan. Kedalaman dan keluasan mata kuliah ataupun bahan kajian dibuat berdasarkan Taksonomi Bloom yang telah diperbarui dan memperhatikan deskriptor KKNI untuk program Sarjana (S1)/Diploma 4 (D4).

Mengacu pada aturan SN-Dikti dan Permendikbud No 3 Tahun 2020 Pasal 9 maka Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual mestilah merujuk pada Poin d yaitu “Lulusan program diploma empat dan sarjana paling sedikit menguasai konsep teoritis bidang pengetahuan dan keterampilan tertentu secara umum dan konsep teoritis bagian khusus

dalam bidang pengetahuan dan keterampilan tersebut secara mendalam". Sehingga, dalam menentukan kedalaman dan keluasan kajian mestilah menciptakan mahasiswa agar memiliki pengetahuan dan keterampilan pada level Sarjana (S1)/Diploma 4 (D4).

Penentuan tingkat kedalaman dan keluasan kajian bersifat kumulatif dan integratif. Pada Kurikulum 2024, pemilihan Taksonomi Bloom mestilah diarahkan kepada suatu proses berpikir mahasiswa dalam level kognitif yang lebih tinggi yaitu pada level HOTS (*High Order Thinking Skill*) berupa kemampuan pemecahan masalah, kemampuan berpikir kreatif, berpikir kritis, kemampuan berargumen, dan kemampuan mengambil keputusan.

Proses penentuan tingkat kedalaman dan keluasan kajian yaitu dengan mengasosiasikan Bahan Kajian (BK) dengan Taksonomi Bloom. Misalnya, seperti pada Tabel 15 Bahan Kajian 1 (BK1) dipelajari mahasiswa dengan menerapkan/mengaplikasikan pengetahuannya untuk memperoleh suatu pemahaman teoritis atau praktikal. Penguasaan Bahan Kajian 1 (BK1) digunakan pada level menerapkan atau "*apply*". Atau, Bahan Kajian 7 (BK7) digunakan mahasiswa untuk menciptakan atau merancang suatu produk desain untuk memecahkan suatu masalah tertentu. Penguasaan Bahan Kajian 7 (BK7) digunakan pada level "menciptakan" atau "*create*".

7.2 Kedalaman dan Keluasan Kajian

Proses penentuan kedalaman dan keluasan kajian dengan cara membuat terlebih dahulu kedalaman bobot berdasarkan Taksonomi Bloom, antara lain *Apply = 3, Analyse = 4, Evaluate = 5, dan Create = 6.* Tahapan berikutnya adalah dengan membuat matriks antara Bahan Kajian (BK) dengan kedalaman bobot sesuai Taksonomi Bloom. Sehingga, dari hasil matriks tersebut setiap Bahan Kajian (BK) memiliki tingkatan Taksonomi Bloom, sesuai dengan kedalaman kajiannya. Seperti pada tabel di bawah, BK1 = 3 yang memiliki artian bahwa Bahan Kajian 1 (BK1) memiliki kedalaman bobot pada penerapan level Taksonomi Bloom Tingkat 3 yaitu "Kemampuan *Apply*". BK2 = 4 yang memiliki artian bahwa Bahan Kajian 2 (BK2) memiliki kedalaman bobot pada penerapan level Taksonomi Bloom Tingkat 4 yaitu "Kemampuan *Analyse*". BK3 = 5 yang memiliki artian bahwa Bahan Kajian 3 (BK3) memiliki kedalaman bobot pada penerapan level Taksonomi Bloom Tingkat 5 yaitu "Kemampuan *Evaluate*". BK4 = 3 yang memiliki artian bahwa Bahan Kajian 4 (BK4) memiliki kedalaman bobot pada penerapan level Taksonomi Bloom Tingkat 3 yaitu "Kemampuan *Apply*". BK5 = 4 yang memiliki artian bahwa Bahan Kajian 5 (BK5) memiliki kedalaman bobot pada penerapan level Taksonomi Bloom Tingkat 4 yaitu "Kemampuan

Analyse". BK6 = 5 yang memiliki artian bahwa Bahan Kajian 6 (BK6) memiliki kedalaman bobot pada penerapan level Taksonomi Bloom Tingkat 5 yaitu "Kemampuan *Evaluate*". Dan BK 7 = 6 yang memiliki artian bahwa Bahan Kajian 7 (BK7) memiliki kedalaman bobot pada penerapan level Taksonomi Bloom Tingkat 6 yaitu "Kemampuan *Create*".

Table 13. Relasi Bahan Kajian dan Kedalaman Bobot

Bahan Kajian	Kedalaman Bobot	Referensi
BK 1	3	Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual
BK 2	4	Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual
BK 3	5	Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual
BK 4	3	Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual
BK 5	4	Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual
BK 6	5	Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual
BK 7	6	Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual

Dari tabel di atas maka dapat disimpulkan jika Bahan Kajian (BK) sudah disesuaikan dengan kedalaman bobot berdasarkan urutan tingkat Taksonomi Bloom dari Level 3 = *Apply*, Level 4 = *Analyze*, Level 5 = *Evaluate*, dan Level 6 = *Create*. Tabel di atas juga menunjukkan jika Kedalaman Bobot pada Bahan Kajian (BK) di Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual cukup merata antara kemampuan di Level 3, Level 4, dan Level 6 dengan masing-masing memiliki 2 (dua) tingkatan kedalaman bobot. Hanya Bahan Kajian 6 (BK6) yang hanya memiliki 1 (satu) jenis Kedalaman Bobot yaitu Level 5 (*Evaluate*). Setelah bahan kajian ditentukan, maka selanjutnya dilakukan pemetaan Capaian Pembelajaran (*Program Learning Outcome*/PLO) terhadap Bahan Kajian (BK) untuk menunjukkan bahwa Bahan Kajian setiap Capaian Pembelajaran (PLO) telah ditetapkan. Berikut ini adalah tabel matriks relasi capaian pembelajaran lulusan dengan bahan kajian dan kedalamannya. Pada Tabel 14, memiliki artian bahwa untuk dapat satu Capaian Pembelajaran (PLO) yang berada di kolom paling kiri, maka diperlukan satu Bahan Kajian (BK) atau terkait BK 6 dengan masing-masing bobotnya. Begitupun seterusnya.

Table 14. Matriks Capaian Pembelajaran (Program Learning Outcome/PLO) ke Bahan Kajian

PLO (PROGRAM LEARNING OUTCOMES) ATAU CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN (CPL)	BK 1	BK 2	BK 3	BK 4	BK 5	BK 6	BK 7
Mampu **menerapkan** pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika.						✔	

Mampu **mengimplementasikan** semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan di bidang desain komunikasi visual			✔				
Mampu **mengimplementasikan** dan **mendemonstrasikan** teori, sejarah, dan prinsip seni rupa/desain di tingkat lokal serta global	✔						✔
Mampu **mengimplementasikan** dan **menggunakan** teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya desain komunikasi visual	✔			✔			
Mampu **mengonsep, melaksanakan** dan **menghasilkan** proyek desain melalui prinsip manajemen proyek, Hak Kekayaan Intelektual (HKI), dan etika keprofesian terkait desain komunikasi visual.			✔			✔	
Mampu **menelaah** dan **menganalisis** data melalui metode riset multidisiplin terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual.		✔				✔	
Mampu **menelaah dan menganalisis** ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian berupa tulisan ilmiah berdasarkan kaidah serta etika ilmiah					✔		
Mampu **mengevaluasi, memberi saran, dan memutuskan hasil proyek** pada kelompok kerja yang berada di bawah tanggungjawabnya melalui kinerja mandiri, bermutu, dan terukur dalam bidang keilmuan agar memberikan kontribusi kepada masyarakat luas				✔		✔	
Mampu **merancang dan menciptakan** aset visual dan/atau audio visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual	✔						✔
Mampu **merencanakan** dan **membuat** konsep perancangan karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin	✔					✔	✔
Mampu **merencanakan, membuat, dan menyimpulkan** strategi desain komunikasi visual sebagai pemecahan masalah secara kreatif dan kolaboratif melalui pendekatan berpikir kritis dan inovatif		✔				✔	✔
Mampu **merencanakan**, **merancang**, dan **menciptakan** karya desain komunikasi visual yang dapat dipresentasikan sebagai pemecahan masalah yang memiliki nilai kewirausahaan.		✔	✔	✔			✔

Pada tabel di atas dapat dilihat jika terdapat sebaran antara Capaian Pembelajaran (PLO) dengan Bahan Kajian (BK) sehingga dapat disimpulkan jika Capaian Pembelajaran (PLO) ini sudah didukung dengan Bahan Kajian (BK) beserta kedalaman bobotnya masing-masing. Berdasarkan tabel di atas maka PLO 12 memiliki Bahan Kajian (BK) paling banyak yaitu 4 (empat) Bahan Kajian. Sedangkan PLO 1, PLO 2, dan PLO 7 memiliki Bahan Kajian (BK) paling sedikit yaitu 1 (satu) Bahan Kajian. Namun, secara keseluruhan setiap PLO sudah memiliki ketersebaran Bahan Kajian (BK) yang merata dan tersebar sesuai dengan kemampuan dan kompetensi yang telah ditetapkan oleh Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom.

Table 15. Matriks Bahan Kajian ke Deskripsi dan Scope

Kode Bahan Kajian	Bahan Kajian (BK)	Deskripsi Bahan Kajian	SCOPE	Keilmuan Prodi	Ciri PT	Association Domain Practice	IPTEK Pendukung

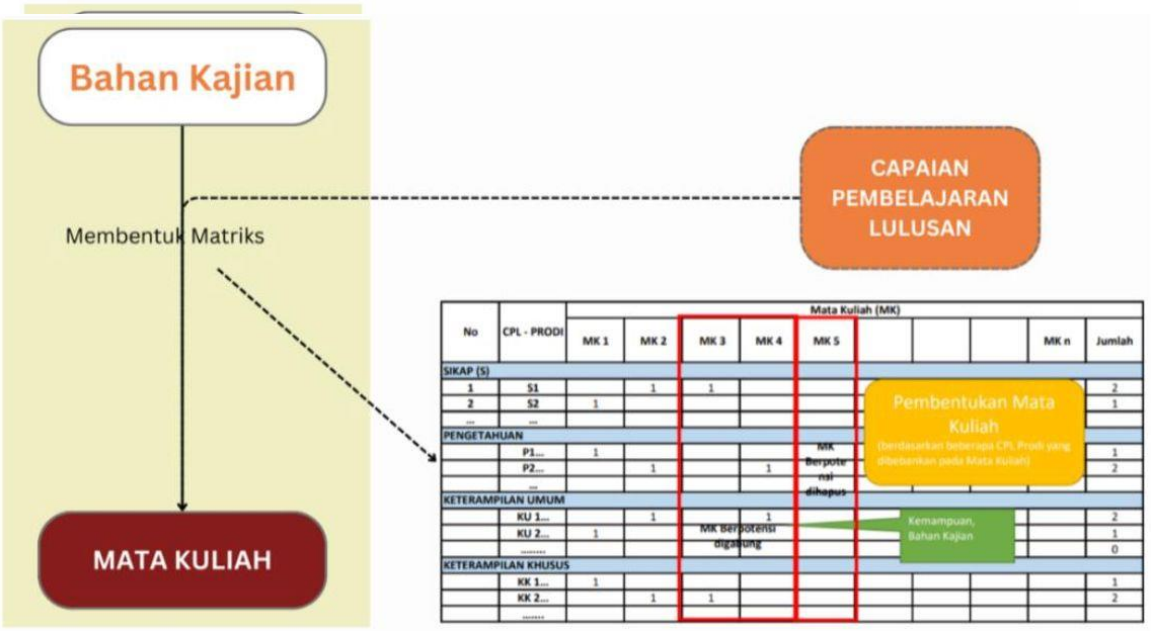
BK 1	**Visual Communication General Theory/History/Philosophy**	Bahan kajian yang terkait pengetahuan dasar spesifik terkait dengan desain komunikasi visual yang mencakup tentang teori, sejarah, dan filosofi dari komunikasi visual, filosofi dan epistemologi seni dan desain, dan juga makna dan bahasa visual. Bahan kajian ini ditempelkan pada mata kuliah teori yang mengakomodir pengetahuan dasar mahasiswa tentang seni dan desain komunikasi visual.	1. Images, Content and Meaning 2. Mental Imagery/Visualization 3. Philosophy: Epistemology 4. Information/Content 5. The Language Metaphor 6. History of art and design 7. Visual Rhetoric	✔			
K 2	**Psychology & Audience Factors/Effects/Responses**	Bahan kajian yang mengasah pengetahuan dan kemampuan kognitif/afektif mahasiswa. Psychology mencakup pengasahan persepsi dan kemampuan memproses informasi dan proses encoding dan decoding. Psychology juga mengasah kemampuan pemahaman persepsi masyarakat dan perilaku user/konsumen dalam konteks bidang desain komunikasi visual. Termasuk memahami respon masyarakat terhadap sebuah desain. Kreativitas dan imajinasi menjadi kemampuan yang diasah dalam bahan kajian ini, dalam konteks memformulasikan informasi menjadi sebuah ide.	1. Psychology of Art (psychology of design) 2. Perception 3. Information Processing/Cognition 4. Code/Decoding/Encoding 5. Attitudes and Beliefs 6. Arousal and Emotion 7. Creativity/Imagination				✔
BK 3	**Entrepreneurship**	Bahan kajian yang mengakomodir sensibilitas entrepreneurial pada mahasiswa. Implementasi bahan kajian ini dimulai dari aspek teoritis dasar untuk mengakomodir pengetahuan dasar mahasiswa sampai pada implementasi yang mencakup simulasi hilirisasi proyek entrepreneurship, manajemen proyek, dan marketing dalam dalam konteks desain komunikasi visual.	1. Entrepreneurship 2. Project Management 3. Marketing (lebih spesifik lagi ke arah mana, misalnya social media) 4. Design Strategy		✔		
BK 4	**Communication Studies**	Bahan kajian yang mencakup pengasahan kemampuan perancangan informasi dan media kreatif yang lebih spesifik mengarah pada retorika dan creative thinking. Bahan kajian ini juga mengakomodir proses merancang narasi/informasi juga pemahaman tentang media dan target audiens.	1. Rhetoric/Myth/Persuasion 2. Kinesics/Body Language/Signing 3. Literary/Literature 4. Symbols/Symbolization 5. Sign/Semiotics 6. Media 7. Interpersonal Communication & Public Speaking	✔			
BK 5	**Cultural/Critical Studies**	Bahan kajian yang mengasah kemampuan berpikir kritis dan analisis dan juga pemahaman terhadap sebuah fenomena sosial dan budaya baik dalam konteks global maupun dalam konteks lokal. Bahan kajian ini melibatkan keilmuan lain seperti sosiologi dan antropologi sehingga mata kuliah yang mengakomodir bahan kajian ini bersifat multidisiplin.	1. Sociology/Anthropology 2. Critical/Cultural Studies 3. Visual multi modal studies		✔		✔
BK 6	**Professional Practice/ Discipline & Research/Methodology**	Bahan kajian yang mengakomodir implementasi dari bahan-bahan kajian sebelumnya yang mengedepankan pendekatan berbasis riset dan metodologi di berbagai profesi/praktisi. Bahan kajian ini memberikan simulasi proyek yang relevan dengan industri saat ini yang multidisiplin. Bahan kajian yang mengakomodir kemampuan umum mahasiswa terkait metode penelitian yang relevan dengan desain komunikasi visual. Kemampuan riset yang mendalam untuk mahasiswa menjadi target utama dalam bahan kajian ini.	1. Moving Image Media (General) 2. Still image media 3. Journalism/Consumer Behavior 4. Design ethics 5. Design studies			✔	
BK 7	**Visualization Techniques and Methods**	Bahan kajian yang mencakup kemampuan khusus terkait teknik dan metode perancangan karya desain komunikasi visual. Aspek teknikal mancakup bagaimana membuat visual yang memukau dan relevan dengan audiens yang dituju. Beberapa aspek teknis yang dikaji diantaranya adalah: komposisi, estetika, warna, tipografi, tata letak, ilustrasi, dan komputer grafis.	1. Aesthetics 2. Composition 3. Graphic Design 4. Information Graphics 5. Computer Graphics/Videotext/Electronic Publishing 6. Typography 7. Color 8. Cartoons 9. Illustration 10. Comics 11. Photography 12. Graphic Production 13. Visual Branding	✔			

Dari tabel di atas maka dapat disimpulkan jika deskripsi dan *scope* Bahan Kajian, sudah sesuai dengan keilmuan prodi, ciri khas dan visi misi perguruan tinggi, asosiasi profesi, dan IPTEKS pendukung. Maka, Bahan Kajian (BK) yang digunakan oleh Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom sudah memiliki ketersebaran yang sesuai dan relevan dengan kebutuhan prodi.

8. MATA KULIAH

8.1 Alur Penentuan Mata Kuliah

Salah satu cara efektif untuk menentukan mata kuliah yang sesuai dengan bidang keilmuan Desain Komunikasi Visual adalah dengan mengembangkan mata kuliah tersebut dari turunan Bahan Kajian yang telah ditetapkan sebelumnya. Proses ini melibatkan pemetaan Bahan Kajian secara mendetail untuk memastikan bahwa setiap mata kuliah yang disusun dapat memenuhi kebutuhan kompetensi dan keterampilan yang relevan dengan Desain Komunikasi Visual. Dengan demikian, mata kuliah yang dihasilkan tidak hanya relevan secara teoritis tetapi juga aplikatif dalam konteks profesional, sehingga mahasiswa dapat menerima pendidikan yang holistik dan terstruktur sesuai dengan tuntutan industri kreatif.



Gambar 43. Alur Penentuan Mata Kuliah

Sumber: Buku Panduan Kurikulum Universitas Telkom 2023

Alur penentuan mata kuliah diperlihatkan dalam gambar 43, langkah pertama dalam menentukan mata kuliah adalah dengan menemukan hubungan antara PLO dengan bahan kajian. Mata kuliah dibuat secara berjenjang sesuai dengan capaian, selain itu mata kuliah mengerucut menyesuaikan peminatan Prodi Desain Komunikasi Visual yang terbagi menjadi 4 (empat) yaitu: *Advertising, Designpreneur,* Desain Grafis, *Visual Interactive Design.* Sebelumnya bahan kajian telah ditentukan berdasarkan acuan dasar dari ASPRODI DKV, maka langkah selanjutnya adalah melihat keterkaitan antara satu bahan kajian

dengan bahan kajian lain, dan menyesuaikannya dengan PLO. dengan melihat PLO dan bahan kajian, mata kuliah terbentuk.

8.2 Matriks Relasi Mata Kuliah dan Bahan Kajian beserta Bobotnya

Mata kuliah tidak terbatas pada satu bahan, artinya dalam satu mata kuliah bisa terdiri dari satu atau dua bahan kajian, merujuk kembali pada salah acuan dasar dari kurikulum Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual yaitu *International Council of Design* (ICOD) bahwa perkembangan keilmuan Desain Komunikasi Visual berkembang sehingga keilmuan ini tidak hanya berpijak pada satu disiplin keilmuan dan bahan kajian saja. Maka dari itu beberapa mata kuliah Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual dapat memiliki lebih dari satu bahan kajian.

Mata kuliah dapat dibangun dari satu bahan kajian untuk mencapai satu capaian pembelajaran atau beberapa capaian pembelajaran sekaligus. Sehingga dengan adanya penggabungan bahan kajian ini, ada kecenderungan jumlah mata kuliah menjadi lebih sedikit dengan bobot sks yang lebih besar.

Dengan menganalisis hubungan antara rumusan capaian pembelajaran lulusan dan bahan kajian, dapat dibentuk mata kuliah beserta perkiraan besarnya beban atau alokasi waktu. Nama matakuliah penting untuk menyesuaikan dengan penamaan yang lazim dalam program studi sejenis baik yang ada di Indonesia maupun di negara lain. Melihat keterkaitan antara satu bahan kajian dengan bahan kajian lainnya yang didasari pada data FGD dengan asosiasi, industri, alumni, dan lembaga pemerintahan memungkinkan adanya pengintegrasian untuk mencapai hasil yang mendukung PLO untuk menghasilkan lulusan yang lebih kompetitif dan pembelajaran yang komprehensif. Bahan Kajian (BK) yang terdiri dari 7 yaitu: *Visual Communication General Theory/History/Philosophy* (BK1), *Psychology & Audience Factors/Effects/Responses* (BK2), *Entrepreneurship* (BK3), *Communication Studies* (BK4), *Cultural/Critical Studies* (BK5), *Professional Practice/ Discipline & Research/Methodology* (BK6), *Visualization Techniques and Methods* (BK7), membentuk mata kuliah program studi beserta peminatannya. Mata kuliah yang ada di Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual sudah menyesuaikan dengan visi dan misi Universitas dan Fakultas untuk menunjang keberhasilan program Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals) yaitu mata kuliah *Desain Sosial, Inovasi Grafis,* dan *Studio 3 dan 4*. Unsur SDG's yang diusung ke dalam mata kuliah di Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

menyangkut pada poin SDG's terkait poin SDG's nomor 8 yaitu *Decent Work and Economic Growt*h, poin SDG's nomor 9 yaitu *Industry, Innovation, and Infrastructure*, dan poin SDG's poin nomor 10 yaitu *Reduced Inequalities*. Topik-topik terkait SDG's juga bisa menjadi topik yang diangkat pada mata kuliah *Metode Penelitian, Seminar,* dan *Tugas Akhir.* Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan pada Konferensi Asprodi DKV pada 12-14 Juli 2023 bahwa isu sosial yang diangkat pada tugas akhir sebaiknya memiliki relevansi dengan SDG's. Mata kuliah Wajib Universitas (MKWU) yaitu *Literasi Data, Literasi Teknologi,* dan *Literasi Manusia* juga sudah disisipkan pada beberapa mata kuliah yang ada di Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual. Misalnya, Mata Kuliah *Literasi Data* disisipkan materi pembelajarannya pada mata kuliah *Metode Penelitian* dan *Seminar,* kemudian mata kuliah *Literasi Teknologi* juga materi pembelajarannya sudah dimasukkan ke mata kuliah *Komputer Grafis* dan *Komputer Multimedia*, dan mata kuliah *Literasi Manusia s*udah disisipkan ke mata kuliah *Design Thinking, Metodologi Desain Interface Design, Market Research and Consumer Behaviour, Desain Pengalaman Pengguna, dan User Experience Design.* Mata kuliah Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual sudah mengakomodir kebutuhan materi pembelajaran MKWU (Literasi Data, Literasi Teknologi, dan Literasi Manusia).

Berikut ini adalah daftar mata kuliah yang terdiri dari 4 (empat) peminatan beserta dengan bahan kajian yang telah terpetakan.

Table 16. Daftar Mata Kuliah Beserta Bahan Kajian

				BAHAN KAJIAN (BK)							
Kode	Nama Mata Kuliah	Course Name	SKS	BK 1	BK 2	BK 3	BK 4	BK 5	BK 6	BK 7	TOTAL
FAK1AAB2	Budaya Nusantara	Indonesian Culture	2	2				2			4
FAK1BAB3	Pengantar Desain Komunikasi Visual	Intoduction to Visual Communication Design	3	3				2	1		6
FAK1CAB3	Rupa Dasar	Basic Design	3	6							6
FAK1DAB3	Menggambar Bentuk	Basic Drawing	3	4				2			6
FAK1EAB3	Menggambar Figuratif	Figurative Drawing	3	6							6

FAK1FAB3	Komputer Grafis	Computer Graphics	3				3			3	6
UCK1FDB1	Internalisasi Budaya dan Pembentukan Karakter	Cultural Internalization and Character Building	1							2	2
FAK1GAB2	Estetika dan Sejarah Komunikasi Visual	Aesthetics and History of Visual Communication	2	2				2			4
FAK1HAB2	Bahasa Inggris untuk Seni dan Desain	English for Art and Design	2						4		4
FAK1IAB2	Komunikasi dan Media Literasi	Communication and Media Literacy	2				3		1		4
FAK1JAB3	Tipografi Dasar	Basic Typography	3	6							6
FAK1KAB3	Komputer Multimedia	Computer Multimedia	3				5		1		6
FAK1LAB3	Teknologi Grafika	Graphics Technology	3				3			3	6
FAK1MAB4	Studio DKV 1 Literasi Visual dan Ikonografi	VCD Studio 1 - Iconography and Visual Literacy	4				4			4	8
FAK2AAB2	Pengantar Branding	Introduction to Branding	2		2		2				4
FAK2BAB3	Copywriting	Copywriting	3		2		2		2		6
FAK2CAB2	Semiotika dan Bahasa Visual	Semiotics and Visual Language	2				4				4
FAK2DAB3	Tipografi dan Tata Letak	Typography and Layout	3		2		2			2	6
FAK2EAB3	Fotografi Dasar	Basic Photography	3				4		2		6
FAK2FAB3	Ilustrasi Dasar	Basic Illustration	3	1			2			3	6
FAK2GAB4	Studio DKV 2 Desain Informasi	VCD Studio 2 - Information Design	4		1		3			4	8
FAK2HAB2	Design Thinking	Design Thinking	2		2				2		4
FAK2IAB3	Visual Storytelling	Visual Storytelling	3				4			2	6
FAK2JAB4	Studio DKV 3 Identitas Brand	VCD Studio 3 - Brand Identity	4				3		1	4	8
FAK2AFB3	*Prinsip Animasi*	Animation Principles					2		4		6
FAK2AHB3	*Multimedia Interaktif*	Interactive Multimedia	3							6	6

FAK2AIB3	*Copywriting 2*	Copywriting 2				2			2	2		6
FAK2CGB3	*Graphic Innovation*	Graphic Innovation				1				1		2
		Visual Concept 1										
FAK2BHC3	*Retail Packaging*	*Retail Packaging*									6	6
FAK2BIB3	*Advertising and Media*	*Advertising and Media*						4		2		6
FAK2AJB3	*Prints and Packaging*	*Prints and Packaging*		3		1		2			3	6
FAK2CHB3	*Business Design*	*Business Design*				3	3					6
FAK2CIB3	*Market Research and Consumer Behaviour*	*Market Research and Consumer Behaviour*				4				2		6
FAK2BGB3	*Advanced Illustration*	*Advanced Illustration*		3				3			3	6
FAK2DFB2	*Antropologi Desain*	*Design Anthropology*				1			3			4
FAK2DHB2	*Manajemen Desain*	*Design Management*				4						4
FAK2DIB2	*Manajemen Periklanan*	*Advertising Management*						2		2		4
FAK2BJB2	*International Graphic Design Review*	*International Graphic Design Review*		2	6							6
FAK3AAB2	Metodologi Desain	Design Methodology		2		2				2		4
FAK3BAB3	Desain Sosial	Social Design		3		2			2	2		6
FAK3CAB3	Portofolio and Visual Presentation	Portofolio and Visual Presentation		3			2			4		6
FAK3AFB4	*Studio VID 4 - Design Exploration*	*VID Studio 4- Design Exploration*				3				5		8
FAK3AHB4	*Studio DE 4 -Brand Communication*	*DE Studio 4- Brand Communication*								4	4	8
FAK3AIB4	*Studio CA 4 (Digital Media)*	*CA Studio 4 - Digital Media*						2		4	2	8
FAK3AJB4	*VCD Studio 4 - Personal Branding*	*VCD Studio 4 - Personal Branding*						2	2	2	2	8
FAK3BFB3	*Visual Concept 2 (Environmental Design)*	*Visual Concept 2 (Environmental Design)*								2	4	6
	Digital Startup dan	*Interaction Design*										
FAK3BIB3	*Print Media*	*Print Media*						2			4	6

FAK3JFB3	*3D Assets*	*3D Assets*		3					2	4	6
FAK3CFB3	*Desain Audio*	*Audio Design*					6				6
FAK3CGB3	*Desain Pengalaman Pengguna*	*User Experience Design*			2				2		4
FAK3CHB3	*Transmedia Project*	*Transmedia Project*							3	3	6
FAK3CIB3	*Non-commercial Advertising*	*Non-commercial Advertising*			1		2	1	2		6
FAK3CJB3	*Brand and Promotion*	*Brand and Promotion*		3	2				2	2	6
FAK3DFB2	*Interactive Media Studies*	*Interactive Media Studies*						1	3		4
Kreatif FAK3DIB2	*Creative Content*	*Creative Content*			1		1			2	4
FAK3DAB2	Kerja Profesi	Internship		2		2			2		4
FAK3EAB2	Cultural Studies	Cultural Studies		2	2			2			4
FAK3FAC2	Manajemen Proyek	Project Management		2		2			2		4
FAK3EFB4	*Studio VID 5 - Interactive Media Production*	*VID Studio 5 - Interactive Media Production*			2	1			2	3	8
FAK3EHB4	*Studio DE 5 -Strategic Design*	*DE Studio 5 - Strategic Design*			2	1			2	3	8
FAK3EIB4	*Studio CA 5 - Brand Communication)*	*CA Studio 5 - Brand Communication*					3		5		8
FAK3GAB2	*Metodologi Penelitian*	*Research Methodology*		2					4		4
FAK3GAB2	*Research Methodology*	*Research Methodology*							4		4
FAK3GFB3	*Gamifikasi*	*Gamification*		3	2				4		6
FAK3GHB3	*Designpreneur Project*	*Designpreneur Project*				3				3	6
FAK3GIB3	*Creative Strategy and Art Directing*	*Creative Strategy and Art Directing*			3		2		1		6
FAK3IFB3	*2D Assets (MK PILIHAN)*	*2D Assets*		3					2	4	6
FAK3JFB3	*3D Assets (MK PILIHAN)*	*3D Assets*							2	4	6
FAK3IHB3	*Ilustrasi Terapan (MK PILIHAN)*	*Applied Illustration*					2			4	6
FAK3JHB3	*Fotografi Komersial (MK PILIHAN)*	*Commercial Photography*					2			4	6
FAK3KHB3	*Videografi Komersial (MK PILIHAN)*	*Commercial Videography*					2			4	6

FAK3HIB3	*Sinematografi Periklanan (MK PILIHAN)*	*Advertising Cinematography*					3			3	6
FAK3JIB3	*Persuasive Illustration (MK PILIHAN)*	*Persuasive Illustration*					3			3	6
FAK3KIB3	*Advertainment (MK PILIHAN)*	*Advertainment*					3			3	6
FAK2BFC3	*Visual Character Design*	*Visual Character Design*							2	4	6
FAK4AAB2	Etika Industri Desain	Design Industry Ethic	2						4		4
UAKXACB2	Agama Islam	Islamic Religion	2						4		4
UAKXBCB2	AGAMA KRISTEN	Christian Religion	2						4		4
UAKXCCB2	AGAMA KATOLIK	Catholic Religion	2						4		4
UAKXDCB2	AGAMA HINDU	Hindu Religion	2						4		4
UAKXECB2	AGAMA BUDHA	Buddhism Religion	2						4		4
UAKXFCB2	AGAMA KONG HU CU	Confucianism	2						4		4
UAKXGCB2	PENGHAYAT KEPERCAYAAN TERHADAP TUHAN YANG MAHA ESA	Adherents Of The Belief In The Divinity of The Almighty God	2						4		4
UBKXACB2	Kewarganegaraan	Civics	2						4		4
UCKXADB2	Bahasa Inggris	English	2						4		4
FAK4BAB3	*Seminar*	*Seminar*	3						6		6
FAK4BFB2	*Showcase Media Design*	*Showcase Media Design*	2			2				2	4
FAK4BHB2	*Human Centred Design*	*Human Centred Design*							4		4
FAK4BIB2	*Visual Merchandise (Product Promotion)*	*Visual Merchandise (Product Promotion)*				1	2			3	6
FAK4BJB2	*Consumer Behaviour*	*Consumer Behaviour*					2	1			4
FAK4CFB3	*Virtual Design*	*Virtual Design*	3						2	4	6
FAK4CIB3	*Creative Advertising Communication*	*Creative Advertising Communication*					2	2	2		6
FAK4DFB3	*2D Implementation (MK PILIHAN)*	*2D Implementation*	3						1	5	6
FAK4EFB3	*3D Implementation (MK PILIHAN)*	*3D Implementation*							1	5	6
FAK4CHB3	*Digital Marketing Design (MK PILIHAN)*	*Digital Marketing Design (MK PILIHAN)*							2	4	6

FAK4FHB3	*Concept Design (MK PILIHAN)*	*Concept Design (MK PILIHAN)*					2			4	6
FAK4DIB3	*Content Writing (MK PILIHAN)*	*Content Writing (MK PILIHAN)*				1	2		3		6
FAK4EIB3	*Destination Branding (MK PILIHAN)*	*Destination Branding (MK PILIHAN)*			1	1	2			2	6
FAK4FIB3	*Advertising Campaign and Media Planning (MK PILIHAN)*	*Advertising Campaign and Media Planning (MK PILIHAN)*			2		3		1		6
FAK4DJB3	*Design Thinking and Global Entrepreneurship*	*Design Thinking and Global Entrepreneurship*		6							6
FAK4BAA6	Tugas Akhir	Final Project	6		2	2			4	4	12
UBKXBCB2	Pancasila	Pancasila	2						4		4
UCKXBDB2	Kewirausahaan	Entrepreneurship	2						4		4

Menurut SN-Dikti, Permendikbud No 49 Tahun 2014 Pasal 9 yang menyatakan bahwa lulusan program diploma empat dan sarjana menguasai konsep teoritis bidang pengetahuan dan keterampilan tertentu secara umum, pengetahuan dan keterampilan secara khusus dan mendalam. Yang juga berarti bahwa jenjang pendidikan sarjana harus memiliki HOTS (*high order thinking skill*).

Tingkat kedalaman dan keluasan materi pembelajaran bersifat kumulatif dan integratif. Oleh karena itu, Program Studi S1 Desain Komunikasi sebagai program studi yang memiliki jenjang pendidikan berkelanjutan, perlu untuk merancang kurikulum secara berkesinambungan dan integratif dari jenjang ke jenjang. Salah satu acuan dasar dalam hal ini adalah jenjang dari Taksonomi Bloom yang juga menjadi salah satu acuan dalam pembentukan capaian pembelajaran lulusan program studi Desain Komunikasi Visual. Bobot capaian dibagi menjadi enam (6) yang dimulai dari tingkat terendah yaitu 1 (*Remember*) hingga 6 (*Create*). Tabel berikut menjadi acuan dalam menentukan capaian program studi terhadap mata kuliah

Table 17. Capaian Program Studi terhadap Mata Kuliah

Tingkatan	Kemampuan	Definisi	Deskripsi
1	*Remember*	Kemampuan mahasiswa untuk mengingat informasi yang relevan.	Tentukan, duplikat, sebutkan, diingat, ulangi, nyatakan.
2	*Understand*	Kemampuan mahasiswa untuk menjelaskan ide atau maksud dari sebuah konsep.	Menggolongkan, menjelaskan, mendiskusikan, mengidentifikasi.

3	*Apply*	Kemampuan mahasiswa menggunakan informasi atau metoda dan diterapkan pada sebuah kondisi, atau situasi.	Memilih, mendemokan, mengilustrasikan, menginterpretasikan, menyelesaikan.
4	*Analyze*	Kemampuan mahasiswa membedakan konsep bagian menjadi informasi untuk dipahami secara keseluruhan.	Membandingkan, memisahkan, membedakan, menguraikan.
5	*Evaluate*	Kemampuan mahasiswa untuk melakukan justifikasi konsep kemudian mempertahankan pendapat dan membuat keputusan.	Mengevaluasi, mengkategorisasikan, mempertahankan, membantah, membuat pilihan/ menentukan, memberikan argumen.
6	*Create*	Kemampuan mahasiswa menyusun komponen atau elemen untuk membentuk sebuah produk utuh yang memiliki keterbaharuan.	Menyusun, membangun, menciptakan, mendesain, mengembangkan.

Menurut Permendikbud No. 3 Tahun 2020 pasal 16, beban belajar mahasiswa dinyatakan dalam besaran satuan kredit semester (SKS). Penetapan SKS dilakukan dengan mempertimbangkan beban kerja yang diperlukan mahasiswa dalam proses pembelajarannya untuk mencapai kompetensi hasil pembelajaran yang telah ditetapkan.

Tabel 18. Tabel Peta Jalan PLO Per Semester

No.	PLO		Semester							
			1	2	3	4	5	6	7	8
1	S.1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika.	• Pengantar Desain Komunikasi Visual •Komunikasi dan Media Literasi •Internalisasi Budaya dan Pembentukan Karakter •Budaya Nusantara	•Estetika & Sejarah Komunikasi Visual •Studio DKV 1 - Literasi Visual dan Ikonografi		• Prinsip Animasi		•Cultural Studies	•Bahasa Inggris •Agama Islam •Agama Kristen •Agama Katolik •Agama Hindu •Agama Budha •Agama Kong Hu Cu •Penghayat Kepercayaan Terhadap Tuhan Yang Maha Esa •English •Relligion Education and Ethics •Civics	•Kewirausahaan •Pancasila
2	S.2	Mampu mengimplementasikan semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan di bidang desain komunikasi visual				•Studio DKV 3 - Identitas Brand •Business Design •VCD Studio 3 - Brand Identity	•VCD Studio 4 - Personal Branding	•Kerja Profesi	•Etika Industri Desain	
3	P.1	Mampu mengimplementasikan dan mendemonstrasikan teori, sejarah, dan prinsip seni rupa/desain di tingkat lokal serta global	•Menggambar Bentuk •Rupa Dasar •Pengantar Desain Komunikasi Visual •Budaya Nusantara	•Estetika & Sejarah Komunikasi Visual •Menggambar Figuratif •Basic Typography •Studio DKV 1 - Literasi Visual dan Ikonografi			•Desain Sosial •Komik Cetak (MK Pilihan)	•Komik Cetak Pilihan Desain Grafis 2)		
4	P.2	Mampu mengimplementasikan dan menggunakan teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya desain komunikasi visual	•Bahasa Inggris untuk Seni dan Desain •Komputer Grafis •Komunikasi dan Media Literasi	•Tipografi Dasar •Komputer Multimedia •Teknologi Grafika •Studio DKV 1 - Literasi Visual dan Ikonografi	•Studio DKV 2 Literasi Media & Desain Informasi •Pengantar Branding •Copywriting •Tipografi dan Tata Letak •Fotografi Dasar •Semiotika dan Bahasa Visual •Ilustrasi Dasar	•Antropologi Desain •Advertising and Media •Prints and Packaging	•Studio VID 4 - Design Exploration •Desain Audio •Print Media •Non-Commercial Advertising	•Studio VID 5 - Interactive Media Production • Creative Strategy and Art Directing •Showcase Media Design •Content Writing		

No.	PLO		Semester							
			1	2	3	4	5	6	7	8
5	P.3	Mampu mengonsep, melaksanakan dan menghasilkan proyek desain melalui prinsip manajemen proyek, Hak Kekayaan Intelektual (HKI), dan etika keprofesian terkait desain komunikasi visual.			•Pengantar Branding •Ilustrasi Dasar	•Manajemen Periklanan		•Manajemen Proyek •Project Management	•Etika Industri Desain	
6	P.4	Mampu menelaah dan menganalisis data melalui metode riset multidisiplin terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual.				•Design Thinking •Inovasi Grafis •Tinjauan Desain Grafis •Manajemen Desain •Market Research and Consumer Bahaviour •Graphic Innovation •International Graphic Design Review	•Metodologi Desain •Interactive Media Studies •Studio DG 4 - Etno Identity •Studio MD 4-Brand Communication •Strategi Desain •Studio CA 4-Digital Media	•Metodologi Penelitian •Studio DG 5-Brand Building and Product Development •Studio CA 5-Brand Communication •VCD Studio 5-New Media •Research Methodology	•Seminar •Design and Trend Forecasting •Consumer Behavior •Integrated Media •Design Thinking and Global Entrepreneurship	•Tugas Akhir
7	U.1	Mampu menelaah dan menganalisis ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian berupa tulisan ilmiah berdasarkan kaidah serta etika ilmiah	• Bahasa Inggris untuk Seni dan Desain			•Interface Design •Fotografi Design •Tinjauan Desain Grafis •International Graphic Design Review	•Metodologi Desain •Desain Sosial •Interactive Media Studies •Brand and Promotion	•Kerja Profesi •Cultural Studies	•Seminar	•Tugas Akhir
8	U.2	Mampu mengevaluasi, memberi saran, dan memutuskan hasil proyek pada kelompok kerja yang berada di bawah tanggungjawabnya melalui kinerja mandiri, bermutu, dan terukur dalam bidang keilmuan agar memberikan kontribusi kepada masyarakat luas		•Teknologi Grafika		•Ilustrasi Lanjut •Advanced Illustration	•Environmental •Graphic Design	• Manajemen Proyek • Tipografi Digital • Sinematografi Periklanan • Project Management	• Ilustrasi Eksploratif	
9	K.1	Mampu merancang dan menciptakan aset visual dan/atau audio visual menggunakan teknologi untuk		• Tipografi Dasar • Komputer Multimedia • Teknologi Grafika	• Copywriting • Studio DKV 2-Desain Informasi	• Visual Concept 1 (Character Design) • Fotografi Desain • Ilustrasi Lanjut • Multimedia Interaktif	• Portofolio and Visual Presentation • Visual Concept 2 (Environment Design) • Desain Audio	• 2D Assets • 3D Assets • Desain Antar Muka • Komik Cetak	• Virtual Design • 2D Implementation • 3D Implementation • Publishing and Editorial Design	

No.	PLO		Semester							
			1	2	3	4	5	6	7	8
		media desain komunikasi visual				• Retail Packaging • Copywriting 2 • Advertising and Media • Prints and Packaging • Advanced Illustration	• STUDIO DG 4-Etno Identity • Transmedia Project • Print Media	• Tipografi Digital • Ilustrasi Terapan • Fotografi Komersial • Videografi Komersial • Creative Strategy and Art Directing • Sinematografi Periklanan • Persuasive Illustration • Advertainment	• Ilustrasi Eksploratif • Komik Digital • Motion Design • Digital Marketing Design • Concept Design	
10	K.2	Mampu merencanakan dan membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin			•Pengantar Branding •Copywriting	•Visual Storytelling •Advertising and Media •Prinsip Animasi •Konsep Visual 1 •Graphic Innovation	• Desain Sosial •Studio Advertising 4 (Digital Media) •Non-commercial Advertising •Portofolio and Visual Presentation •Studio DE 4 (Brand Communication) •Digital Startup & Interaction Design •Transmedia Project •Studio VID 4 (Design Exploration) •Konsep Visual 2 •Desain Pengalaman Pengguna Visual Communication Design 4 (Personal Branding) •Brand & Promotion •Visual Konsep	• MBKM •Studio DG 5 (Brand Building and Product Development) •Visual Communication Design 5 - New Media •Gamifikasi	• Publishing and Editorial Design • Human Centered Design • UX Writing • Visual Merchandise (Product Promotion) • Creative Advertising Communication • Content Writing • Advertising Campaign and Media Planning • Consumer Behaviour • Integrated Media	
11	K.3	Mampu merencanakan, membuat, dan menyimpulkan strategi desain komunikasi visual sebagai pemecahan masalah secara kreatif dan				• Business Design	• Studio VID 4 - Design Exploration • Environmental Graphic Design	• Studio VID 5 - Interactive Media Production • Gamifikasi • Desain Antar Muka	• Digital Marketing Design • Visual Merchandise (Product Promotion)	•Tugas Akhir

No.	PLO		Semester							
			1	2	3	4	5	6	7	8
		kolaboratif melalui pendekatan berpikir kritis dan inovatif					• Interaction Design for Startup	• Studio DE 5 - Strategic Design • Studio CA 5 - Brand Communication	• Destination Branding • Advertising Campaign and Media Planning • Integrated Media	
12	K.4	Mampu merencanakan, merancang, dan menciptakan karya desain komunikasi visual yang dapat dipresentasikan sebagai pemecahan masalah yang memiliki nilai kewirausahaan.					• Portofolio and Visual Presentation • Studio DG 4 - Etno Identity	• Studio VID 5 - Interactive Media Production • Studio DG 5 - Brand Building and Product Development • Komik Cetak • Studio DE 5 - Strategic Design • Designpreneur Project • VCD Studio 5 - New Media	• Komik Digital	• Tugas Akhir

Menurut petunjuk umum penyusunan kurikulum 2024 Universitas Telkom, Variabel yang perlu dipertimbangkan dalam penentuan besarnya sks adalah:

1. Tingkat kemampuan yang harus dicapai (CPL yang dibebankan pada mata kuliah) yang direpresentasikan dalam Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK);
2. Tingkat keluasan dan kedalam bahan kajian yang harus dikuasai
3. Metode/strategi pembelajaran yang dipilih untuk mencapai kemampuan tersebut
4. Posisi/letak semester suatu mata kuliah atau suatu kegiatan pembelajaran yang dilakukan
5. Perbandingan terhadap keseluruhan beban studi di satu semester yang menunjukkan peran/besarnya sumbangan suatu mata kuliah dalam mencapai kompetensi lulusan.

Berdasarkan petunjuk umum penyusunan kurikulum 2024 Universitas Telkom,
Dalam menentukan besarnya sks setiap mata kuliah dapat dihitung dengan membagi bobot mata kuliah dibagi dengan jumlah bobot dari seluruh mata kuliah kemudian dikalikan dengan total sks yang wajib ditempuh dalam satu siklus studi pada program studi.

Gambar 44. Penentuan Bobot SKS

$$\frac{Jumlah\ bobot\ MK_A}{Total\ bobot\ seluruh\ Mata\ Kuliah} \times total\ SKS\ wajib\ dalam\ 1\ siklus\ studi = \frac{SKS}{MK_A}$$

Pada program studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom, beban belajar mahasiswa dalam empat (4) tahun masa studi mencapai 146 SKS, dimana mata kuliah yang diambil selama masa studi memiliki jenjang. Jumlah 146 ini adalah berdasarkan No.

3 Tahun 2020 pasal 17. Berikut ini adalah matriks model relasi capaian pembelajaran dengan bobot SKS nya, pada kurikulum 2024 Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

Universitas Telkom.

Tabel 19. Mata Kuliah Bahan Kajian dan PLO

				Bahan Kajian								PLO											
												Sikap		Pengetahuan				Ketrampilan Umum		Ketrampilan Khusus			
Kode	**Nama Mata Kuliah**	**Nama Mata Kuliah Bahasa Inggris**	**SKS**									**PLO1**	**PLO2**	**PLO3**	**PLO4**	**PLO5**	**PLO6**	**PLO7**	**PLO8**	**PLO9**	**PLO10**	**PLO11**	**PLO12**
				BK1	BK2	BK3	BK4	BK5	BK6	BK7	∑	**S1**	**S2**	**P1**	**P2**	**P3**	**P4**	**U1**	**U2**	**K1**	**K2**	**K3**	**K4**
FAK1AAB2	Budaya Nusantara	Indonesian Culture	2	2				2			4	✔		✔									
FAK1BAB3	Pengantar Desain Komunikasi Visual	Intoduction to Visual Communication Design	3	3				2	1		6	✔		✔									
FAK1CAB3	Rupa Dasar	Basic Design	3	6							6			✔									
FAK1DAB3	Menggambar Bentuk	Basic Drawing	3	4				2			6			✔									
FAK1EAB3	Menggambar Figuratif	Figurative Drawing	3	6							6			✔									
FAK1FAB3	Komputer Grafis	Computer Graphics	3				3			3	6				✔								
UCK1FDB1	Internalisasi Budaya dan Pembentukan Karakter	Cultural Internalization and Character Building	1							2	2		✔										
FAK1GAB2	Estetika dan Sejarah Komunikasi Visual	Aesthetics and History of Visual Communication	2	2				2			4	✔		✔									
FAK1HAB2	Bahasa Inggris untuk Seni dan Desain	English for Art and Design	2						4		4				✔			✔					
FAK1IAB2	Komunikasi dan Media Literasi	Communication and Media Literacy	2				3		1		4	✔			✔								

FAK1JAB3	Tipografi Dasar	Basic Typography	3	6							6			✔								
FAK1KAB3	Komputer Multimedia	Computer Multimedia	3				5		1		6				✔							
FAK1LAB3	Teknologi Grafika	Graphics Technology	3				3			3	6				✔							
FAK1MAB4	Studio DKV 1 - Literasi Visual dan Ikonografi	VCD Studio 1 - Iconography and Visual Literacy	4				4			4	8	✔		✔	✔							
FAK2AAB2	Pengantar Branding	Introduction to Branding	2		2		2				4				✔	✔						
FAK2BAB3	*Copywriting*	Copywriting	3		2		2		2		6				✔			✔				
FAK2CAB2	Semiotika dan Bahasa Visual	Semiotics and Visual Language	2				4				4				✔							
FAK2DAB3	Tipografi dan Tata Letak	Typography and Layout	3		2		2			2	6				✔							
FAK2EAB3	Fotografi Dasar	Basic Photography	3				4		2		6			✔	✔							
FAK2FAB3	Ilustrasi Dasar	Basic Illustration	3	1			2			3	6				✔	✔						
FAK2GAB4	Studio DKV 2 - Desain Informasi	VCD Studio 2- Information Design	4		1		3			4	8				✔					✔		
FAK2HAB2	Design Thinking	Design Thinking	2		2				2		4						✔				✔	
FAK2IAB3	Visual Storytelling	Visual Storytelling	3				4			2	6										✔	
FAK2JAB4	Studio DKV 3 - Identitas Brand	VCD Studio 3- Brand Identity	4				3		1	4	8						✔			✔		
FAK2AHB3	*Multimedia Interaktif*	Interactive Multimedia	3							6	6									✔		
FAK2AIB3	*Copywriting 2*	Copywriting 2	3		2			2	2		6									✔	✔	
FAK2BIB3	*Advertising and Media*	*Advertising and Media*					4		2		6			✔	✔							
FAK2CIB3	*Market Research and Consumer Behaviour*	*Market Research and Consumer Behaviour*			4				2		6						✔				✔	
FAK2DIB2	*Manajemen Periklanan*	*Advertising Management*					2		2		4			✔		✔						
FAK3AAB2	Metodologi Desain	Design Methodology	2		2				2		4						✔	✔				
FAK3BAB3	Desain Sosial	Social Design	3		2			2	2		6			✔				✔				
FAK3CAB3	Portofolio and Visual Presentation	Portofolio and Visual Presentation	3			2			4		6									✔		✔

FAK3AHB4	*Studio DE 4 - Brand Communication*	*DE Studio 4- Brand Communication*							4	4	8						✔			✔		
FAK3AIB4	Studio CA 4 - Digital Media	CA Studio 4 - Digital Media					2		4	2	8								✔	✔	✔		
FAK3BIB3	*Print Media*	*Print Media*					2			4	6								✔	✔			
FAK3CIB3	*Non-commercial Advertising*	*Non-commercial Advertising*			1		2	1	2		6						✔				✔		
FAK3DIB2	*Creative Content*	*Creative Content*			1		1			2	4								✔	✔			
FAK3DAB2	Kerja Profesi	Internship	2			2			2		4		✔					✔					
FAK3EAB2	Cultural Studies	Cultural Studies	2		2			2			4	✔						✔					
FAK3FAC2	Manajemen Proyek	Project Management	2			2			2		4					✔			✔				
FAK3EIB4	*Studio CA 5 - Brand Communication*	*CA Studio 5 - Brand Communication*					3		5		8								✔			✔	
FAK3GAB2	*Metodologi Penelitian*	*Research Methodology*	2						4		4						✔						
FAK3FJB2	*Research Methodology*	*Research Methodology*									4						✔						
FAK3JIB3	*Persuasive Illustration (MK PILIHAN)*	*Persuasive Illustration*					3			3	6								✔	✔			
FAK3KIB3	*Advertainment (MK PILIHAN)*	*Advertainment Design Industry*					3			3	6								✔	✔			
FAK4AAB2	Etika Industri Desain	Ethic	2						4		4		✔			✔							
UAKXACB2	AGAMA ISLAM	Islamic Religion	2						4		4	✔											
UAKXBCB2	AGAMA KRISTEN	Christian Religion	2						4		4	✔											
UAKXCCB2	AGAMA KATOLIK	Catholic Religion	2						4		4	✔											
UAKXDCB2	AGAMA HINDU	Hindu Religion	2						4		4	✔											
UAKXECB2	AGAMA BUDHA	Buddhism Religion	2						4		4	✔											
UAKXFCB2	AGAMA KONG HU CU	Confucianism	2						4		4	✔											
UAKXGCB2	PENGHAYAT KEPERCAYAAN TERHADAP TUHAN YANG MAHA ESA	Adherents of the Belief in the Divinity of the Almighty God	2						4		4	✔											

UBKXACB2	Kewarganegaraan	Civics	2						4		4	✔											
UCKXADB2	Bahasa Inggris	English	2						4		4	✔											
FAK4BAB3	*Seminar*	*Seminar*	3						6		6						✔	✔					
FAK4CIB3	*Creative Advertising Communication*	*Creative Advertising Communication*					2	2	2		6						✔				✔		
FAK4DIB3	*Content Writing*	*Content Writing*				1	2		3		6								✔		✔		
FAK4EIB3	*Destination Branding (MK PILIHAN)*	*Destination Branding (MK PILIHAN)*			1	1	2			2	6								✔			✔	
FAK4FIB3	*Advertising Campaign and Media Planning (MK PILIHAN)*	*Advertising Campaign and Media Planning (MK PILIHAN)*			2		3		1		6			✔								✔	
FAK4DJB3	*Design Thinking and Global Entrepreneurship*	*Design Thinking and Global Entrepreneurship*									0						✔					✔	
FAK4BAA6	Tugas Akhir	Final Project	6		2	2			4	4	12						✔	✔				✔	✔
UBKXBCB2	Pancasila	Pancasila	2						4		4	✔											
UCKXBDB2	Kewirausahaan	Entrepreneurship	2						4		4	✔											

Setiap PLO dari program studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom memiliki turunan course learning outcomes (CLO) atau capaian mata kuliah (CPMK). CLO program studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom dirancang untuk memastikan sebaran PLO sudah cukup merata dan mencakup konteks dari PLO Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom. CLO di sini bersifat spesifik terhadap mata kuliah namun masih dalam cakupan umum dalam keilmuan Desain Komunikasi Visual. Dalam hal ini masing-masing koordinator mata kuliah dapat menggunakan CLO yang telah dirancang oleh program studi atau merancang CLO yang spesifik ditujukan pada mata kuliah tertentu. Koordinator mata kuliah juga dapat menggabungkan penggunaan CLO program studi dan CLO yang dirancang khusus untuk mata kuliah tersebut. Sebagai contoh, koordinator dapat menggunakan CLO program studi untuk capaian 1 dan CLO yang

dirancang khusus sebagai capaian 2 dst. Maka dari itu, terdapat beberapa CLO program studi yang tidak secara langsung digunakan oleh mata kuliah tertentu. Namun, implementasi dan pemetaan CLO program studi sudah tersebar secara merata pada setiap semester dan mata kuliah, baik itu mata kuliah peminatan ataupun mata kuliah

program studi. berikut ini adalah matriks pemetaan CLO terhadap mata kuliah per semester pada program studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom.

Tabel 20. Matriks Mata Kuliah Terhadap CLO Prodi Per Semester

PLO	CLO	Semester							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	**1**	1. Pengantar Desain Komunikasi Visual 2. Budaya Nusantara	1. Literasi dan Media Komunikasi 2. VCD Studio 1 - Visual Literacy & Iconography		1. Prinsip Animasi		1. Cultural Studies		
	2	1. Budaya Nusantara							
2	**3**				1. Business Design 2. Studio DKV 3 Identitas Brand 3. VCD Studio 3 - Brand Identity		1. Kerja Profesi		
	4				1. Business Design 2. Studio DKV 3 Identitas Brand	1. SDKV 4 - (Personal Branding) 2. VCD Studio 4 - Personal Branding			

3	**5**	1. Budaya Nusantara 2. Pengantar Desain Komunikasi Visual 2. Rupa Dasar							
	6	1.Budaya Nusantara 2. Pengantar Desain Komunikasi Visual	1. Estetika dan Sejarah Komunikasi Visual		1. Manajemen Periklanan,	1. Desain Sosial	1. Komik Cetak	1. Komik Digital	
	7	1. Rupa Dasar 2. Menggambar Bentuk	1. Studio DKV 1 (Iconography & Visual Literacy)						
4	**8**	1. Komputer Grafis 2. Bahasa Inggris untuk Seni dan Desain 3. Komunikasi dan	1. Komputer Multimedia 2. Studio DKV 1 (Iconography &	1. Copywriting 2. Tipografi dan Tata Letak	1. Advertising and Media 2. Antropologi Desain	1. Print Media, 2. Studio VID 4 - Design Exploration	1. Creative Strategy & Art Directing. 2. Studio Vid 5	1. Showcase Media Design 2. Content	
	9	1. Komputer Grafis	1. Komputer Multimedia	1. Tipografi dan Tata Letak	1. Fotografi Desain	1. Desain Audio 2. Non Commercial Advertising			
5	**10**		1. Menggambar Figuratif	1. Pengantar Branding			1. Manajemen Proyek		
	11			1. Illustrasi Dasar	1. Manajemen Periklanan			1. Etika Industri Desain	

	12								
6	**13**				1. Design Thinking 2. Inovasi Grafis 3. Tinjauan Design Grafis 4. Manajemen Desain 5. Market Research and Consumer Behaviour 6. Graphic Innovation 7. International Graphic Design Review	1. Metodologi Desain 2. Interactive Media Studies 3. Studio DG 4 - Etno Identity 4. Studio MD 4 - Brand Communication 5. Strategi Desain 6. Studio CA 4 - Digital Media	1. Studio CA 5 - Brand Communication 2. VCD Studio 5 - New Media 3. Research Methodology	1. Design and Trend Forecasting 2. Consumer Behaviour 3. Integrated Media 4. Design Thinking and Global Entrepreneurship	
	14				1. Design Thinking 2. Inovasi Grafis 3. Manajemen Desain 4. Market Research and Consumer Behaviour 5. Graphic Innovation	1. Metodologi Desain 2. Interactive Media Studies 3. Studio DG 4 - Etno Identity 4. Studio CA 4 - Digital Media	1. Studio DG 5 (Brand Building and Product Development) 2. Studio CA 5 - Brand Communication 3. VCD Studio 5 - New Media 4. Research Methodology	1. Seminar 2. Design and Trend Forecasting 3. Integrated Media 4. Design Thinking and Global Entrepreneurship	
7	**15**	1. Bahasa Inggris untuk Seni dan Desain			1. Interface Design 2. Tinjauan Desain Grafis 3. International Graphic Design Review	1. Metodologi Desain 2. Desain Sosial 3. Interactive Media Studies	1. Kerja Profesi 2. Cultural Studies	1. Seminar	
	16					1. Metodologi Desain 2. Desain Sosial 3. Interactive Media Studies	1. Kerja Profesi		
8	**17**								

	18					1. Environmental Graphic Design	1. Manajemen Proyek		
	19		1. Teknologi Grafika		1. Ilustrasi Lanjut 2. Advanced Illustration 3. Desain Kemasan 4 Environment	1. Tipografi Digital	1. Prints & Packaging, 2. Tipografi Digital	1. Ilustrasi Eksploratif	

9	**20**		1. Teknologi Grafika	1. Studio DKV 2 Desain Informasi	1. Visual Concept 1 (Character Design))\ 2. Fotografi Desain 3. Retail Packaging 4. Portfolio and Visual Presentation	1. Portofolio and Visual Presentation 2. Visual Concept 2 (Environment Design) 3. Studio DG4 - Etno Identity 4. Transmedia Project 5. Print Media	1. Persuasive Illustration, 2. User Interface Design 3. Tipografi Digital 4. Ilustrasi Terapan 5. Fotografi Komersial 6. 2D Asset	1. Publishing & Editorial Design 2. Motion Design 3. Digital Marketing Design 4. Concept Design 5. 2D Implementation 6. Virtual Design	
	21					1. Desain Audio	1. Videografi Komersial	1. 2D Implementation 2. 3D Implementation	
	22		1. Tipografi Dasar	1. Copywriting	1. Visual Concept 1 (Character Design) 2. Prints and Packaging 3. Copywriting 2 4. Ilustrasi Lanjut 5. Advertising	1. Visual Concept 2 (Environmental Design) 2. , Transmedia Project	1. Komik Cetak, 2. Tipografi Digital 3. Fotografi Komersial 4. 2D Assets 5. Sinematografi Periklanan 6. Creative Strategy & Art Directing	1. Ilustrasi Eksploratif 2. Komik Digital 3. Motion Design 4. Concept Design 5. Virtual Design	
	23					1. Desain Audio	1. Videografi Komersial		

10	**24**				1. Konsep Visual 1 (Character Design) 2. Inovasi Grafis 3, Design Thinking 4. Graphic Innovation 5. Visual Storytelling	1. Studio VID 4-Design Exploration 2. Visual Concept 2 (Environment Design) 3. Desain Pengalaman Pengguna 4. Studio MD4 - Brand Communication 5. Interaction Design for Startup 6. Transmedia Project 7. Studio CA4-Digital Media 8. Creative Content 9. VCD Studio 4-Personal Branding 10. User Experience Design	1. Gamifikasi 2. 2D Assets 3. Studio DG 5 - Brand Building and Product Development 4. Studio CA 5 - Brand Communication 5. Sinematografi Periklanan 6. VCD Studio 5 - New Media	1. Human Centered Design 2. UX Writing 3. Advertising Campaign and Media Planning 4. Integrated Media	

	25				1. Design Thinking 2. Visual Storytelling 3. Studio DKV 3 - Identitas Brand 4. Prinsip Animasi 5. Prinsip Animasi 6. Visual Concept 1 (Character Design) 7. Interface Design 8. Antropologi Desain 9.Inovasi Grafis 10.Copywriting 2 11.Market Research and Consumer Behaviour 12.Graphic Innovation	1. Studio VID 4 - Design Exploration 2. Visual Concept 2 (Environment Design) 3. Interaction Design for Startup 4. Transmedia Project 5. Studio CA 4 - Digital Media 6. Creative Content 7. Brand and Promotion	1. 2D Assets 2. Persuasive Illustration	1. Publishing and Editorial Design 2. Human Centered Design 3. UX Writing 4. Visual Merchandise (Product Promoti on) 5. Creative Advertising Communica tion 6. Content Writing 7. Integrated Media	

11	**26**				1. Design Business			1. Destination Branding 2. Design Thinking and Global Entrepreneurship	
	27					1. Studio VID 4 - Design Exploration 2. Interaction Design for Startup 3. Studio VID 5 - Interactive Media Production	1. Gamifikasi 2. Desain Antar Muka 3. Studio DE 5 - Strategic Design 4. Studio CA 5 - Brand Communication 5. User Interface Design	1. Digital Marketing Design 2. Creative Advertising Communication 3. Destination Branding 4. Design Thinking and Global Entrepreneurship 5. English	
	28				1. Business Design	1. Studio VID 4 - Design Exploration 2. Interaction Design for Startup	1.Studio VID 5 - Interactive Media Production		
12	**29**						1. Studio VID 5 - Interactive Media Production 2. Studio DE 5 - Strategic Design		

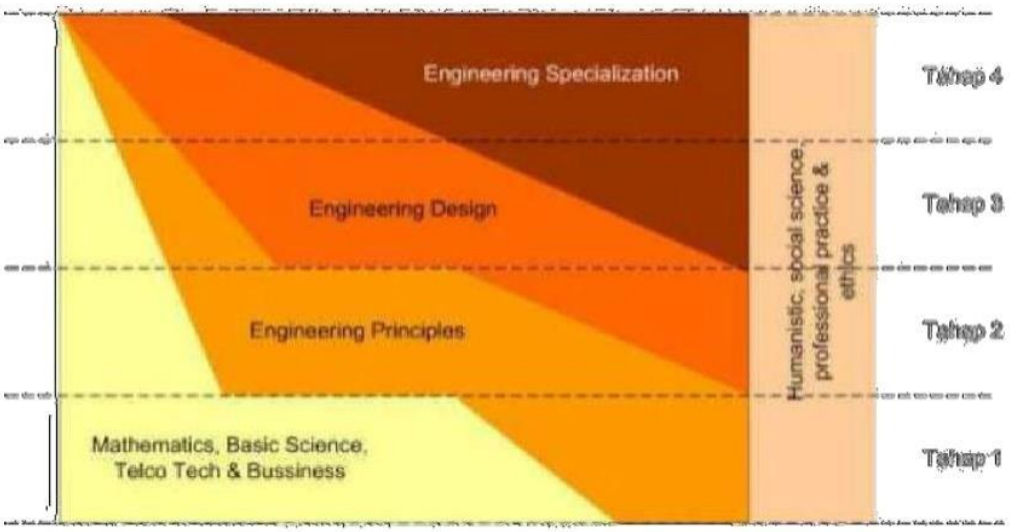
	30					1. STUDIO DG 4 - Etno Identity 2. Studio VID 5 - Interactive Media Production 3. Studio DE 5 - Strategic Design	1. Studio MD 5 2. Studio VID 5 - Interactive Media Asset Production		

	31					1. Portofolio and Visual Presentation 2. STUDIO DG 4 - Etno Identity	1. Studio DG 5 - Brand Building and Product Development 2. Komik Cetak	1. Komik Digital	

9. STRUKTUR MATA KULIAH

9.1. Proses Penentuan Struktur Kurikulum

Dalam rangka memenuhi capaian pembelajaran lulusan (PLO) maka perlu disusun struktur kurikulum yang terencana dan berjenjang. Penyusunan struktur kurikulum terbentuk dalam organisasi matriks mata kuliah per semester. Menurut petunjuk penyusunan kurikulum Universitas Telkom 2024, secara teoritis terdapat dua macam pendekatan struktur kurikulum, yaitu pendekatan horizontal dan pendekatan vertikal. Pendekatan horizontal dalam semester dimaksudkan untuk perluasan wacana dan keterampilan mahasiswa dalam konteks yang lebih luas dan general. Sedangkan pendekatan secara vertikal dalam jenjang semester dimaksudkan untuk memberikan ke dalam penguasaan kemampuan sesuai dengan tingkat kesulitan belajar untuk mencapai CPL Program studi yang telah ditetapkan. Dalam hal ini kurikulum Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom tahun 2024 mengimplementasikan pendekatan hibrida yaitu penggabungan antara pendekatan horizontal dan pendekatan vertikal.



Gambar 45. Contoh Model Pendekatan Kurikulum Hibrida

Pada pendekatan horizontal kurikulum Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom tahun 2024 menyusun mata kuliah yang berkonteks luas dan general namun masih bersifat dasar pada tingkat 1, konteks luas dan dasar di sini adalah mata kuliah pada tingkat 1 memiliki konten yang mengarah pada prinsip dasar seni rupa, estetika, dan komunikasi . Menuju tingkat 2, tingkat 3, dan tingkat 4 susunan mata kuliah akan lebih mengerucut dan spesifik terarah pada kemampuan khusus pada keilmuan desain komunikasi visual.

Pada pendekatan vertikal kurikulum Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom tahun 2024, mata kuliah disusun dari yang paling dasar (berdasarkan logika keilmuannya) sampai di semester akhir yang merupakan mata kuliah lanjutan (*advanced*). Setiap mata kuliah saling berhubungan, dengan ditunjukkan dari adanya mata kuliah pre-requisite (prasyarat). Mata kuliah yang tersaji di semester awal akan menjadi syarat bagi mata kuliah di atasnya.

Mata kuliah yang tersaji di semester awal akan menjadi syarat bagi matakuliah di atasnya sehingga membentuk kerangka duri ikan *(Fish Bone)*, dimana mata kuliah di semester sebelumnya akan mendukung mata kuliah studio utama DKV. Mata Kuliah studio DKV tersebut bersyarat dengan mata kuliah studio sebelumnya, dengan demikian mata kuliah studio DKV hanya dapat diambil apabila mahasiswa telah lulus mata kuliah studio DKV sebelumnya.

Table 21. Daftar Mata Kuliah Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual (Reguler)

Semester	CODE	SK MK		NO	NAMA MK	Couse Name	SKS
		P	T				
1	FAK1AAB2		1	A	Budaya Nusantara	Indonesian Culture	2
	FAK1BAB3	1		B	Pengantar Desain Komunikasi Visual	Intoduction to Visual Communication Design	3
	FAK1CAB2		1	C	Bahasa Inggris untuk Seni dan Desain	English for Art and Design	2
	FAK1DAB2		1	D	Komunikasi dan Media Literasi	Communication and Media Literacy	2
	FAK1EAB3	1		E	Rupa Dasar	Basic Design	3
	FAK1FAB3	1		F	Menggambar Bentuk	Basic Drawing	3
	FAK1GAB3	1		G	Komputer Grafis	Computer Graphics	3
	UCK1FDB1		1		Internalisasi Budaya dan Pembentukan Karakter	Cultural Internalization and Character Building	1
2	FAK1HAB2		1	H	Estetika dan Sejarah Komunikasi Visual	Aesthetics and History of Visual Communication	2
	FAK1IAB3	1		I	Menggambar Figuratif	Figurative Drawing	3
	FAK1JAB3	1		J	Tipografi Dasar	Basic Typography	3
	FAK1KAB3	1		K	Komputer Multimedia	Computer Multimedia	3
	FAK1LAB3	1		L	Teknologi Grafika	Graphics Production Technology	3
	FAK1MAB4	1		M	Studio DKV 1 - Literasi Visual dan Ikonografi	VCD Studio 1 - Visual Literacy and Iconography	4
3	FAK2AAB2		1	A	Pengantar Branding	Introduction to Branding	2
	FAK2BAB3	1		B	Copywriting	Copywriting	3
	FAK2CAB2		1	C	Semiotika dan Bahasa Visual	Semiotics and Visual Language	2
	FAK2DAB3	1		D	Tipografi dan Tata Letak	Typography and Layout	3
	FAK2EAB3	1		E	Fotografi Dasar	Basic Photography	3
	FAK2FAB3	1		F	Ilustrasi Dasar	Basic Illustration	3

	FAK2GAB4	1		G	Studio DKV 2 - Desain Informasi	VCD Studio 2 - Information Design	4
4	FAK2HAB2		1	H	Design Thinking	Design Thinking	2
	FAK2IAC3	1		I	Visual Storytelling	Visual Storytelling	3
	FAK2JAB4	1		J	Studio DKV 3 - Identitas Brand	VCD Studio 3 - Brand Identity	4
	FAK2AIB3	1		AI	Copywriting 2	Copywriting 2	3
	FAK2BIB3	1		BI	Advertising and Media	Advertising and Media	3
	FAK2CIB3	1		CI	Market Research and Consumer Behaviour	Market Research and Consumer Behaviour	3
	FAK2DIB2	1		DI	Non-Commercial Advertising	Non-Commercial Advertising	2
	UBKXCCB2		1	h	Manajemen Periklanan	Advertising Management	2
	FAK2AIB3		1	H	Bahasa Indonesia	Indonesian Language	2
5	FAK3AAB2		1	A	Metodologi Desain	Design Methodology	2
	FAK3BAB	1		B	Desain Sosial	Social Design	3
	FAK3CAB3	1		C	Portofolio and Visual Presentation	Portfolio and Visual Presentation	3
	FAK3AIB4	1		AI	***Studio CA 4 - Digital Media***	***CA Studio 4 - Digital Media***	4
	FAK3BIB3	1		BI	***Print Media***	***Print Media***	3
	FAK3CIB3		1	CI	***Non-Commercial Advertising***	***Non-Commercial Advertising***	3
	FAK3DIB2		1	DI	***Creative Content***	***Creative Content***	2
6	FAK3DAB2	1		D	Kerja Profesi	Internship	2
	FAK3EAB2		1	E	Cultural Studies	Cultural Studies	2
	FAK3FAC2		1	F	Manajemen Proyek	Project Management	2
	FAK3EIB4	1		EI	***Studio CA 5 - Brand Communication***	***CA Studio 5 - Brand Communication***	4
	FAK3GAB2		1	G	***Metodologi Penelitian***	***Research Methodology***	2
	FAK3FIB3	1		FI	***Creative Strategy and Art Directing***	***Creative Strategy and Art Directing***	3
	FAK3GIB3	1		GI	*Sinematografi Periklanan*	*Advertising Cinematography*	3
	FAK3HIB3	1		HI	*Persuasive Illustration*	*Persuasive Illustration*	3
	FAK3IIB3	1		II	*Advertainment*	*Advertainment*	3

7	FAK4AAB2		1	A	Etika Industri Desain	Design Industry Ethic	2
	FAK4BAB3		1	B	Seminar	Seminar	3
	FAK4AIB2		1	AI	***Visual Merchandise (Product Promotion)***	***Visual Merchandise (Product Promotion)***	2
	FAK4BIB3	1		BI	***Creative Advertising Communication***	***Creative Advertising Communication***	3
	FAK4CIB3	1		CI	*Content Writing*	*Content Writing*	3
	FAK4DIB3	1		DI	*Destination Branding*	*Destination Branding*	3
	FAK4EIB3	1		EI	*Advertising Campaign and Media Planning*	*Advertising Campaign and Media Planning*	3
	UCKXADB2		1		Bahasa Inggris	English	2
	UAKXACB2		1		Agama Islam	Islam Religion	2
	UAKXBCB2		1		Agama Kristen	Christian Religion	2
	UAKXCCB2		1		Agama Katolik	Catholik Religion	2
	UAKXDCB2		1		Agama Hindu	Hindu Religion	2
	UAKXECB2		1		Agama Budha	Buddha Religion	2
	UAKXFCB2		1		Agama Kong Hu Cu	Kong Hu Cu Religion	2
	UAKXGCB2		1		PENGHAYAT KEPERCAYAAN TERHADAP TUHAN YANG MAHA ESA	ADHERENTS OF THE BELIEF IN THE DIVINITY OF THE ALMIGHTY GOD	2
	UBKXACB2		1		Kewarganegaraan	Civics	2
8	FAK4CAA6	1		C	Tugas Akhir	Final Project	6
	UCKXBDB2		1		Kewirausahaan	Entrepreneurship	2
	UBKXBCB2		1		Pancasila	Pancasila	2

Pada tahun 2023, peminatan Film dan Animasi yang terdapat pada kurikulum 2020 berpindah menjadi program studi mandiri sehingga beberapa mata kuliah yang memiliki relevansi tinggi terhadap Film dan Animasi dipindahkan pada program studi tersebut. Namun untuk beberapa angkatan yang masih menggunakan kurikulum 2020 beberapa mata kuliah telah disusun untuk memfasilitasi mahasiswa yang terdampak pada perubahan kurikulum, berikut ini adalah susunan mata kuliah lama pada peminatan Visual Interactive Design.

Table 22. Susunan Mata Kuliah Lama Pada Peminatan Visual Interactive Design

TINGKAT	SEMESTER	SKS	NAMA MK		KODE MK

3	5	4	STUDIO MULTIMEDIA 3 (MULTIMEDIA COMMERCIAL)	Multimedia 3 (Commercial Multimedia)	FAK3AKB4
3	5	3	NASKAH DAN STORYBOARD	Script and Storyboard	FAK3BKB3
3	5	3	SINEMATOGRAFI	Cinematograohy	FAK3CKB3
3	5	3	PEMROGRAMAN GIM	Game Programing	FAK3DKB3
3	5	3	ANIMASI 3D	3d Animation	FAK3EKB3
3	5	3	SETTING AND PROPERTY		FAK3FKB3
3	6	4	STUDIO MULTIMEDIA 4 (MULTIMEDIA DESIGN AND PRODUCTION)		FAK3GKB4

Untuk memfasilitasi program kelas internasional, Prodi S1 Desain Komunikasi Visual

3	6	3	ANIMASI STOP MOTION		FAK3HKB3
3	6	3	PENYUTRADARAAN		FAK3IKB3
4	7	4	STUDIO MULTIMEDIA 5 (PRA TA)		FAK4AKB4
4	7	3	PASCA PRODUKSI		FAK4BKB3
4	7	2	MANAJEMEN PRODUKSI MEDIA		FAK4CKB2
2	3	3	ANIMASI DASAR		FAK2AKB3
2	3	3	MEDIA BUSSINES CONTENT		FAK2BKB3
2	4	3	VISUAL CONCEPT		FAK2CKB3
2	4	3	FOTOGRAFI MULTIMEDIA		FAK2DKB3
2	4	2	STORYTELLING AND DRAMATURGI		FAK2EKB3
2	4	3	DESAIN GIM		FAK2FKB3
2	4	3	ANIMASI 2D		FAK2GKB3
2	4	3	TEORI FILM		FAK2HKB3

Universitas Telkom menyusun struktur mata kuliah kurikulum 2024 yang dikhususkan untuk program tersebut. Mata kuliah untuk program kelas internasional disusun dengan konten dan penyampaian bahasa Inggris, secara struktur mata kuliah ini tidak berbeda dengan program reguler kecuali pada semester 4, terdapat beberapa mata kuliah mengadaptasi dari peminatan prodi.

Table 23. Daftar Mata Kuliah Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual (Internasional)

Semester	CODE	SK MK		NO	Course Name	SKS	Total
		P	T				

1	FAK1AAB2		1	A	Indonesian Culture	2	18
	FAK1BAB3	1		B	Intoduction to Visual Communication Design	3	
	FAK1CAB2		1	H	English for Art and Design	2	
	FAK1DAB2		1	I	Communication and Media Literacy	2	
	FAK1EAB3	1		C	Basic Design	3	
	FAK1FAB3	1		D	Basic Drawing	3	
	FAK1GAB3	1		F	Computer Graphics	3	
	UCK1FDB1		1		Cultural Internalization and Character Building	1	
2	FAK1HAB2		1	G	Aesthetics and History of Visual Communication	2	19
	FAK1IAB3	1		E	Figurative Drawing	3	
	FAK1JAB3	1		J	Basic Typography	3	
	FAK1KAB3	1		K	Computer Multimedia	3	
	FAK1LAB3	1		L	Graphics Production Technology	3	
	FAK1MAB4	1		M	VCD Studio 1 - Visual Literacy and Iconography	4	
3	FAK2AAB2		1	1	Introduction to Branding	2	20
	FAK2BAB3	1		2	Copywriting	3	
	FAK2CAB2		1	3	Semiotics and Visual Language	2	
	FAK2DAB3	1		4	Typography and Layout	3	
	FAK2EAB3	1		5	Basic Photography	3	
	FAK2FAB3	1		6	Basic Illustration	3	
	FAK2GAB4	1		7	VCD Studio 2 - Information Design	4	
4	FAK2HAB2		1		Design Thinking	2	20
	FAK2IAC3	1			Visual Storytelling	3	
	FAK2JAB4	1			VCD Studio 3 - Brand Identity	4	
	UBKXCCB2			h	Indonesian Language	2	
5	FAK3AAB2		1	A	Design Methodology	2	20
	FAK3BAB	1		B	Social Design	3	

	FAK3CAB3	1		C	Portfolio and Visual Presentation	3	20
6	FAK3DAB2			A	Internship	2	
	FAK3EAB2		1	B	Cultural Studies	2	
	FAK3FAC2		1	C	Project Management	2	
	FAK3GAB2		1	G	Research Methodology	2	
7	FAK41AB2		1	A	Design Industry Ethic	2	19
	FAK4BAB3		1	B	Seminar	3	
	UCKXADB2		1	C	English	2	
	UAKXACB2		1	AC	Islam Religion	2	
	UAKXBCB2		1	BC	Christian Religion	2	
	UAKXCCB2		1	CC	Catholik Religion	2	
	UAKXDCB2		1	DC	Hindu Religion	2	
	UAKXECB2		1	EC	Buddha Religion	2	
	UAKXFCB2		1	FC	Kong Hu Cu Religion	2	
	UAKXGCB2		1	GC	ADHERENTS OF THE BELIEF IN THE DIVINITY OF THE ALMIGHTY GOD	2	
8	FAK4CAA6	1		C	Final Project	6	1O
	UCKXBDB2		1	C	Entrepreneurship	2	
	UBKXBCB2		1	B	Pancasila	2	

Dalam rangka memfasilitasi program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang diselenggarakan oleh pihak pemerintah program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom menyusun struktur mata kuliah untuk program tersebut. berikut ini adalah daftar mata kuliah yang mendukung program MBKM.

Table 24. Daftar Mata Kuliah Work Ready Program (WRAP) dan MBKM

KODE MK	NAMA MK	SKS	NAMA MK DALAM BAHASA INGGRIS
Work Ready Program (WRAP)			

UDKXAEB4	Entrepreneurship – Validasi Ide	4	Entrepreneurship – Idea Validation
UDKXBEB4	Entrepreneurship – Validasi Konsumen	4	Entrepreneurship - Consumer Validation
UDKXCEB4	Entrepreneurship – Strategi Pemasaran	4	Entrepreneurship - Marketing Strategy
UDKXDEB4	Entrepreneurship – Validasi Produk	4	Entrepreneurship - Product Validation
UDKXEEB4	Entrepreneurship – Validasi Model Bisnis	4	Entrepreneurship - Business Model Validation
UDKXFEB4	Entrepreneurship – Pengembangan Bisnis	4	Entrepreneurship - Business Development
UDKXGEB4	Entrepreneurship – Pengembangan Purwarupa	4	Entrepreneurship - Prototype Development
UDKXHEB4	Entrepreneurship – Pengembangan Produk	4	Entrepreneurship - Product Development
UEKXAEB4	Internship – Keterampilan Komunikasi	4	Internship – Communication Skill
UEKXBEB4	Internship – Kerja Sama dan Kolaborasi dalam Tim	4	Internship - Teamwork and Collaboration
UEKXCEB4	Internship – Keselamatan Kerja	4	Internship - Occupational Safety
UEKXDEB4	Internship – Praktik Profesional	4	Internship – Professional Practice
UEKXEEB4	Internship – Proyek Industri	4	Internship – Industrial Projects
UFKXAEB4	Researchship – Pendahuluan dan Metodologi Riset	4	Researchship – Introduction and Research Methodology
UFKXBEB4	Researchship – Pengelolaan dan Analisis Data Riset	4	Researchship – Research Data Management and Analysis
UFKXCEB4	Researchship – Perancangan dan Pengujian Riset	4	Researchship – Research Design and Testing
UFKXDEB4	Researchship – Pengembangan dan Implementasi Riset	4	Researchship – Research Development and Implementation
UFKXEEB4	Researchship – Laporan Riset dan Publikasi Ilmiah	4	Researchship – Research Reports and Scientific Publications
MKMB Universitas			
UGKXAEB4	Wawasan dan Budaya Nusantara	4	Archipelagic Insight and Culture
UGKXBEB4	Kepemimpinan	4	Leadership
UGKXCEB4	Public Speaking	4	Public Speaking
UGKXDEB4	Pemecahan Masalah Kompleks	4	Complex Problem Solving
UGKXEEB4	Berpikir Kritis dan Kreatif	4	Critical and Creative Thinking
UHKXAEB5	Merdeka Belajar – Magang 1	5	Emancipated Learning – Internship 1
UHKXBEB5	Merdeka Belajar – Magang 2	5	Emancipated Learning – Internship 2
UHKXCEB5	Merdeka Belajar – Magang 3	5	Emancipated Learning – Internship 3
UHKXDEB5	Merdeka Belajar – Magang 4	5	Emancipated Learning – Internship 4
UIKXAEB5	Merdeka Belajar – Penelitian 1	5	Emancipated Learning - Research 1
UIKXBEB5	Merdeka Belajar – Penelitian 2	5	Emancipated Learning - Research 2
UIKXCEB5	Merdeka Belajar – Penelitian 3	5	Emancipated Learning - Research 3
UIKXDEB5	Merdeka Belajar – Penelitian 4	5	Emancipated Learning - Research 4
UJKXAEB5	Merdeka Belajar – Membangun Desa 1	5	Emancipated Learning - Village Development 1
UJKXBEB5	Merdeka Belajar – Membangun Desa 2	5	Emancipated Learning - Village Development 2
UJKXCEB5	Merdeka Belajar – Membangun Desa 3	5	Emancipated Learning - Village Development 3
UJKXDEB5	Merdeka Belajar – Membangun Desa 4	5	Emancipated Learning - Village Development 4

UKKXAEB5	Merdeka Belajar – Studi Independen 1	5	Emancipated Learning – Independent Study 1
UKKXBEB5	Merdeka Belajar – Studi Independen 2	5	Emancipated Learning – Independent Study 2
UKKXCEB5	Merdeka Belajar – Studi Independen 3	5	Emancipated Learning – Independent Study 3
UKKXDEB5	Merdeka Belajar – Studi Independen 4	5	Emancipated Learning – Independent Study 4
ULKXAEB5	Merdeka Belajar – Kegiatan Wirausaha 1	5	Emancipated Learning - Entrepreneurship 1
ULKXBEB5	Merdeka Belajar – Kegiatan Wirausaha 2	5	Emancipated Learning - Entrepreneurship 2
ULKXCEB5	Merdeka Belajar – Kegiatan Wirausaha 3	5	Emancipated Learning - Entrepreneurship 3
ULKXDEB5	Merdeka Belajar – Kegiatan Wirausaha 4	5	Emancipated Learning - Entrepreneurship 4
UMKXAEB5	Merdeka Belajar – Asistensi Mengajar 1	5	Emancipated Learning - Teaching Assistance 1
UMKXBEB5	Merdeka Belajar – Asistensi Mengajar 2	5	Emancipated Learning - Teaching Assistance 2
UMKXCEB5	Merdeka Belajar – Asistensi Mengajar 3	5	Emancipated Learning - Teaching Assistance 3
UMKXDEB5	Merdeka Belajar – Asistensi Mengajar 4	5	Emancipated Learning - Teaching Assistance 4
UNKXAEB5	Merdeka Belajar – Bela Negara 1	5	Emancipated Learning - Patriotism 1
UNKXBEB5	Merdeka Belajar – Bela Negara 2	5	Emancipated Learning - Patriotism 2
UNKXCEB5	Merdeka Belajar – Bela Negara 3	5	Emancipated Learning - Patriotism 3
UNKXDEB5	Merdeka Belajar – Bela Negara 4	5	Emancipated Learning - Patriotism 4
UOKXAEB5	Merdeka Belajar – Proyek Kemanusiaan 1	5	Emancipated Learning - Humanitarian Projects 1
UOKXBEB5	Merdeka Belajar – Proyek Kemanusiaan 2	5	Emancipated Learning - Humanitarian Projects 2
UOKXCEB5	Merdeka Belajar – Proyek Kemanusiaan 3	5	Emancipated Learning - Humanitarian Projects 3
UOKXDEB5	Merdeka Belajar – Proyek Kemanusiaan 4	5	Emancipated Learning - Humanitarian Projects 4
Mata Kuliah Pilihan Universitas (MKPU)			
UPKXAEB2	Keuangan untuk Mahasiswa Non- Keuangan	2	Finance for Non-Finance Student
UPKXBEB2	Komputasi untuk Mahasiswa Non-Komputasi	2	Computing for Non-Computing Student

9.2. Struktur Kurikulum

Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual (DKV) di Universitas Telkom menawarkan dua jalur pendidikan, yaitu kelas reguler dan kelas internasional. Kelas reguler terbagi

menjadi empat jalur peminatan yaitu; Desain Grafis, Multimedia, Periklanan, dan Designpreneur.

Pembentukan jalur peminatan ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan industri dengan menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi khusus di bidang desain komunikasi visual. Selain itu, langkah ini juga merupakan upaya Universitas Telkom untuk terus mengikuti perkembangan ilmu di bidang tersebut. Sedangkan kelas internasional lebih fokus pada penguasaan ilmu DKV secara umum (generalist) dengan Bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar. Struktur kurikulum Desain Komunikasi Visual tahun 2024 mencakup:

a. Mata kuliah universitas, yaitu mata kuliah dasar yang dikelola oleh universitas dan wajib diikuti oleh semua program studi, sebagai perwujudan nilai-nilai Universitas Telkom (PRIME)
b. Mata kuliah fakultas, yang mencakup pengetahuan dan kompetensi Seni Rupa dan Desain, inti dari Fakultas Industri Kreatif, serta implementasi visi dan misi fakultas.
c. Mata kuliah program studio, yang meliputi mata kuliah dasar, kompetensi utama, dan kompetensi pendukung DKV yang wajib diambil oleh semua jalur peminatan.
d. Mata kuliah peminatan, yaitu mata kuliah lanjutan untuk mencapai kemahiran di bidang DKV sesuai dengan jalur peminatan yang dipilih.

Jumlah 146 SKS di Universitas Telkom ditetapkan sesuai dengan peraturan kemendikbud yang menyatakan bahwa jumlah minimum SKS untuk jenjang sarjana adalah 144 SKS untuk memastikan bahwa kurikulum yang disusun mencakup seluruh kompetensi yang dibutuhkan oleh mahasiswa, hal ini sesuai dengan Permendikbud No. 3 Tahun 2020 pasal 16. Dengan jumlah SKS tersebut, program studi desain komunikasi visual Telkom University dapat mengintegrasikan MKDU, mata kuliah prodi, serta mata kuliah peminatan dan pilihan yang relevan dengan perkembangan industri dan kebutuhan pasar kerja. Selain itu, 146 SKS memungkinkan mahasiswa untuk memperoleh pengetahuan mendalam di bidang mereka, mengembangkan keterampilan praktis, dan mempersiapkan diri untuk tantangan profesional di masa depan. Penetapan ini juga telah melalui kajian akademis yang mendalam serta *benchmark* dengan universitas lain untuk memastikan kualitas dan kesesuaian kurikulum. Komposisi jumlah SKS per semester dimulai dari 18 hingga 20 SKS. Hal ini dikarenakan komposisi mata kuliah praktek dan teori disesuaikan dengan jumlah mata kuliah yang bisa diambil mahasiswa per semester. Menurut peraturan penyusunan kurikulum dari Universitas Telkom jumlah mata kuliah per semester maksimal 7 hingga 8

mata kuliah, maka dari itu komposisi struktur kurikulum program studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom menyesuaikan dengan peraturan tersebut.

Dengan memperhatikan hal tersebut diatas, struktur kurikulum Desain Komunikasi Visual disusun dengan memperhatikan pengembangan bidang keilmuan DKV di masa yang akan datang. Dimana pembentukan peminatan-peminatan baru akan dapat dibuat sesuai dengan kebutuhan market dan perkembangan keilmuan DKV. Berikut merupakan struktur kurikulum di Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual.

Table 25. Struktur kurikulum di Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual (Reguler)

Semester	Code	SKS MK		No	Nama MK	Course Name	SKS	RPL	Total
		P	T						
1	FAK1AAB2		1	A	Budaya Nusantara	*Indonesian Culture*	2	Ya	19
	FAK1BAB3	1		B	Pengantar Desain Komunikasi Visual	*Intoduction to Visual Communication Design*	3	Ya	
	FAK1CAB2		1	C	Bahasa Inggris untuk Seni dan Desain	*English for Art and Design*	2	Ya	
	FAK1DAB2		1	D	Komunikasi dan Media Literasi	*Communication and Media Literacy*	2	Ya	
	FAK1EAB3	1		E	Rupa Dasar	*Basic Design*	3	Ya	
	FAK1FAB3	1		F	Menggambar Bentuk	*Basic Drawing*	3	Ya	
	FAK1GAB3	1		G	Komputer Grafis	*Computer Graphics*	3	Ya	
	UCK1FDB1		1		Internalisasi Budaya dan Pembentukan Karakter	*Cultural Internalization and Character Building*	1	Tidak	
2	FAK1HAB2		1	H	Estetika dan Sejarah Komunikasi Visual	*Aesthetics and History of Visual Communication*	2	Ya	18
	FAK1IAB3	1		I	Menggambar Figuratif	*Figurative Drawing*	3	Ya	
	FAK1JAB3	1		J	Tipografi Dasar	*Basic Typography*	3	Ya	
	FAK1KAB3	1		K	Komputer Multimedia	*Computer Multimedia*	3	Ya	

	FAK1LAB3	1		L	Teknologi Grafika	*Graphics Technology*	3	Ya	
	FAK1MAB4	1		M	Studio DKV 1 - Literasi Visual dan Ikonografi	*VCD Studio 1 - Iconography and Visual Literacy*	4	Ya	
3	FAK2AAB2		1	A	Pengantar Branding	*Introduction to Branding*	2	Ya	20
	FAK2BAB3	1		B	*Copywriting*	*Copywriting*	3	Ya	
	FAK2CAB2		1	C	Semiotika dan Bahasa Visual	*Semiotics and Visual Language*	2	Ya	
	FAK2DAB3	1		D	Tipografi dan Tata Letak	*Typography and Layout*	3	Ya	
	FAK2EAB3	1		E	Fotografi Dasar	*Basic Photography*	3	Ya	
	FAK2FAB3	1		F	Ilustrasi Dasar	*Basic Illustration*	3	Ya	
	FAK2GAB4	1		G	Studio DKV 2 - Desain Informasi	*VCD Studio 2- Information Design*	4	Ya	
4	FAK2HAB2		1	H	*Design Thinking*	*Design Thinking*	2	Ya	22
	FAK2IAC3	1		I	*Visual Storytelling*	*Visual Storytelling*	3	Ya	
	FAK2JAB4	1		J	Studio DKV 3 - Identitas Brand	*VCD Studio 3 - Brand Identity*	4	Ya	
	UBKXCCB2			h	Bahasa Indonesia	*Bahasa Indonesia*	2		
	FAK2AIB3	1		AI	*Copywriting 2*	*Copywriting 2*	3	Tidak	
	FAK2BIB3	1		BI	*Advertising and Media*	*Advertising and Media*	3	Tidak	
	FAK2CIB3	1		CI	*Market Research and Consumer Behaviour*	*Market Research and Consumer Behaviour*	3	Tidak	
	FAK2DIB2		1	DI	*Manajemen Periklanan*	*Advertising Management*	2	Tidak	
5	FAK3AAB2		1	A	Metodologi Desain	Design Methodology	2	Tidak	20
	FAK3BAB3	1		B	Desain Sosial	Social Design	3	Ya	
	FAK3CAB3	1		C	*Portofolio and Visual Presentation*	Portofolio and Visual Presentation	3	Ya	

	FAK3AIB4	1		AI	*Studio CA 4 - Digital Media*	*CA Studio 4 - Digital Media*	4	Ya	
	FAK3BIB3	1		BI	*Print Media*	*Print Media*	3	Tidak	
	FAK3CIB3	1		CI	*Non-commercial Advertising*	*Non-commercial Advertising*	3	Tidak	
	FAK3DIB2		1	DI	*Creative Content*	*Creative Content*	2	Tidak	
6	FAK3DAB2	1		D	Kerja Profesi	*Internship*	2	Tidak	18
	FAK3EAB2		1	E	Cultural Studies	*Cultural Studies*	2	Ya	
	FAK3EIB4	1		EI	*Studio CA 5 - Brand Communication*	*CAStudio 5 - Brand Communication*	4	Tidak	
	FAK3FIB3	1		FI	*Creative Strategy and Art Directing*	*Creative Strategy and Art Directing*	3	Tidak	
	FAK3GIB3	1		GI	*Sinematografi Periklanan*	*Advertising Cinematography*	3	Tidak	
	FAK3HIB3	1		HI	*Persuasive Illustration*	*Persuasive Illustration*	3	Tidak	
	FAK3IIB3	1		II	*Advertainment*	*Advertainment*	3	Tidak	
7	FAK4AAB2		1	A	Etika Industri Desain	*Design Industry Ethic*	2	Ya	19
	FAK4BAB3		1	B	*Seminar*	*Seminar*	3	Ya	
	UCKXADB2		1	AD	Bahasa Inggris	*English*	2	Ya	
	UAKXACB2		1	AC	Agama Islam	*Islamic Religion*	2	Ya	
	UAKXBCB2		1	BC	Agama Kristen	*Christian Religion*	2	Ya	
	UAKXCCB2		1	CC	Agama Katolik	*Catholic Religion*	2	Ya	
	UAKXDCB2		1	DC	Agama Hindu	*Hindu Religion*	2	Ya	
	UAKXECB2		1	EC	Agama Budha	*Buddhism Religion*	2	Ya	
	UAKXFCB2		1	FC	Agama Kong Hu Cu	*Confucianism*	2	Ya	

	UAKXGCB2		1	GC	Penghayat Kepercayaan Terhadap Tuhan Yang Maha Esa	ADHERENTS OF THE BELIEF IN THE DIVINITY OF THE ALMIGHTY GOD	2	Ya	
	UBKXACB2		1	AC	Kewarganegaraan	*Civics*	2	Ya	
	FAK4AIB2		1	AI	*Visual Merchandise (Product Promotion)*	*Visual Merchandise (Product Promotion)*	2	Tidak	
	FAK4BIB3	1		BI	*Creative Advertising Communication*	*Creative Advertising Communication*	3	Tidak	
	FAK4CIB3	1		CI	*Content Writing*	*Content Writing*	3	Tidak	
	FAK4DIB3			DI	*Destination Branding*	*Branding Destination*	3	Tidak	
	FAK4EIB3			EI	*Advertising Campaign and Media Planning*	*Advertising Campaign and Media Planning*	3	Tidak	
8	FAK4CAA6				Tugas Akhir	*Final Project*	6	Tidak	10
	UCKXBDB2	1		C	Kewirausahaan	*Entrepreneurship*	2	Ya	
	UBKXBCB2		1		Pancasila	Pancasila	2	Ya	

Tabel 26. Struktur Mata Kuliah Lama Pada Peminatan Visual Interactive Design

TINGKAT	SEMESTER	SKS	NAMA MK	KODE MK
3	5	4	STUDIO MULTIMEDIA 3 (MULTIMEDIA COMMERCIAL)	FAK3AKB4
3	5	3	NASKAH DAN STORYBOARD	FAK3BKB3
3	5	3	SINEMATOGRAFI	FAK3CKB3
3	5	3	PEMROGRAMAN GIM	FAK3DKB3
3	5	3	ANIMASI 3D	FAK3EKB3
3	5	3	SETTING AND PROPERTY	FAK3FKB3
3	6	4	STUDIO MULTIMEDIA 4 (MULTIMEDIA DESIGN AND PRODUCTION)	FAK3GKB4
3	6	3	ANIMASI STOP MOTION	FAK3HKB3

3	6	3	PENYUTRADARAAN	FAK3IKB3
4	7	4	STUDIO MULTIMEDIA 5 (PRA TA)	FAK4AKB4
4	7	3	PASCA PRODUKSI	FAK4BKB3
4	7	2	MANAJEMEN PRODUKSI MEDIA	FAK4CKB2
2	3	3	ANIMASI DASAR	FAK2AKB3
2	3	3	MEDIA BUSSINES CONTENT	FAK2BKB3
2	4	3	VISUAL CONCEPT	FAK2CKB3
2	4	3	FOTOGRAFI MULTIMEDIA	FAK2DKB3
2	4	2	STORYTELLING AND DRAMATURGI	FAK2EKB3
2	4	3	DESAIN GIM	FAK2FKB3
2	4	3	ANIMASI 2D	FAK2GKB3
2	4	3	TEORI FILM	FAK2HKB3

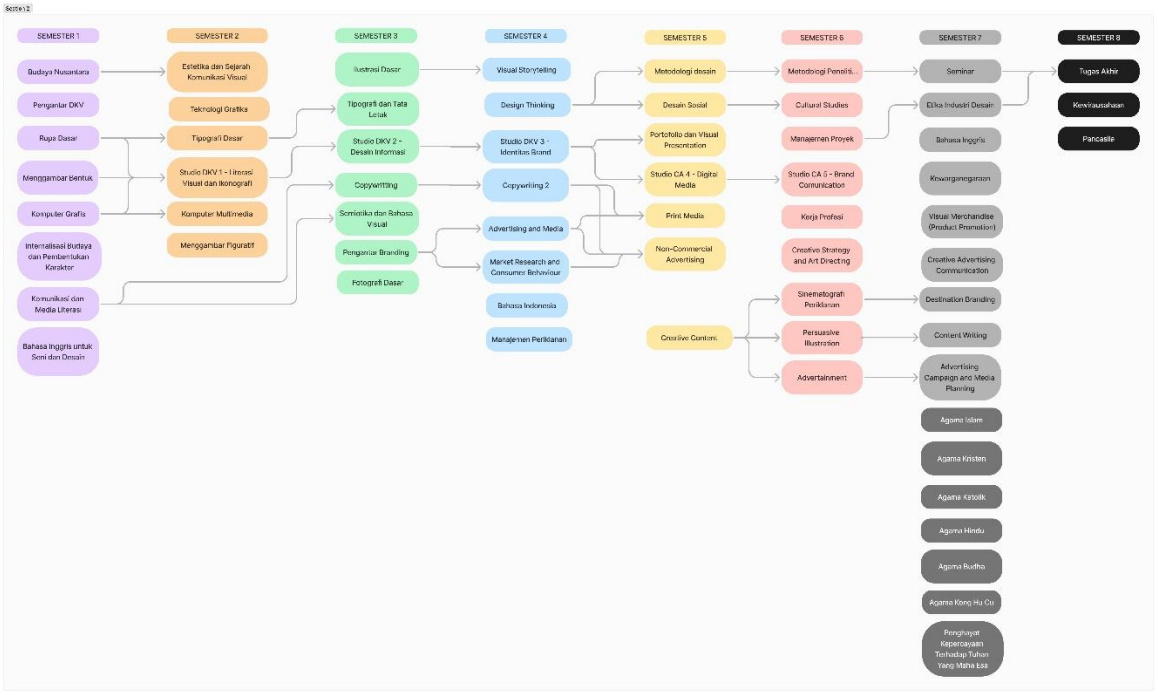
Table 27. Daftar Mata Kuliah Work Ready Program (WRAP) dan MBKM

Work Ready Program (WRAP)		
ENTREPRENEURSHIP	UDKXAEB4	Entrepreneurship – Validasi Ide
	UDKXBEB4	Entrepreneurship – Validasi Konsumen
	UDKXCEB4	Entrepreneurship – Strategi Pemasaran
	UDKXDEB4	Entrepreneurship – Validasi Produk
	UDKXEEB4	Entrepreneurship – Validasi Model Bisnis
	UDKXFEB4	Entrepreneurship – Pengembangan Bisnis
	UDKXGEB4	Entrepreneurship – Pengembangan Purwarupa
	UDKXHEB4	Entrepreneurship – Pengembangan Produk
INTERNSHIP	UEKXAEB4	Internship – Keterampilan Komunikasi
	UEKXBEB4	Internship – Kerja Sama dan Kolaborasi dalam Tim
	UEKXCEB4	Internship – Keselamatan Kerja
	UEKXDEB4	Internship – Praktik Profesional
	UEKXEEB4	Internship – Provek Industri

RESEARCHSHIP	UFKXAEB4	Researchship – Pendahuluan dan Metodologi Riset
	UFKXBEB4	Researchship – Pengelolaan dan Analisis Data Riset
	UFKXCEB4	Researchship – Perancangan dan Pengujian Riset
	UFKXDEB4	Researchship – Pengembangan dan Implementasi Riset
	UFKXEEB4	Researchship – Laporan Riset dan Publikasi Ilmiah
MBKM		
MBKM	UGKXAEB4	Wawasan dan Budaya Nusantara
	UGKXBEB4	Kepemimpinan
	UGKXCEB4	Public Speaking
	UGKXDEB4	Pemecahan Masalah Kompleks
	UGKXEEB4	Berpikir Kritis dan Kreatif
	UHKXAEB5	Merdeka Belajar – Magang 1

Program studi ini membutuhkan peserta didiknya untuk menyelesaikan total 146 SKS yang terbagi dalam empat kategori mata kuliah. Pertama, peserta didik harus mengikuti mata kuliah universitas yang mencakup nilai-nilai inti Universitas Telkom (PRIME) dan wajib diambil oleh semua program studi sebagai dasar pengembangan kepribadian. Kedua, terdapat mata kuliah fakultas yang menawarkan pengetahuan dan keterampilan khusus dalam Seni Rupa dan Desain, yang merupakan inti dari Fakultas Industri Kreatif, serta memperkuat visi dan misi fakultas. Ketiga, terdapat mata kuliah program studio yang terdiri dari mata kuliah dasar, kompetensi utama, dan kompetensi pendukung dalam bidang Desain Komunikasi Visual (DKV), yang harus diambil oleh semua jalur peminatan sebagai landasan dalam menguasai disiplin tersebut. Terakhir, terdapat mata kuliah peminatan yang menyediakan pengetahuan lanjutan dan keterampilan spesifik sesuai dengan jalur peminatan yang dipilih oleh peserta didik untuk memperdalam pemahaman mereka dalam bidang DKV. Dengan mengikuti rangkaian mata kuliah ini, peserta didik diharapkan dapat mengembangkan pemahaman yang komprehensif.

Berikut merupakan diagram relasi antar matkul di Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual.



Gambar 46. Diagram Relasi Antar Matkul di Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

10. RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

10.1 Penentuan Rencana Pembelajaran Semester dan Metode Pembelajaran

Rencana Pembelajaran Semester (RPS) merupakan dokumen penting dalam proses pendidikan yang merinci tujuan, strategi, dan evaluasi pembelajaran dalam suatu semester akademik. Salah satu komponen kunci dalam RPS adalah metode pembelajaran yang akan digunakan dalam proses mengajar dan belajar. Metode pembelajaran memainkan peran vital dalam memfasilitasi pemahaman dan penerimaan materi pembelajaran oleh mahasiswa. Pemilihan metode pembelajaran harus mempertimbangkan karakteristik mahasiswa, tujuan pembelajaran, serta konteks dan materi yang diajarkan. Metode pembelajaran dapat bervariasi, mulai dari ceramah, diskusi kelompok, studi kasus, hingga pembelajaran berbasis proyek atau praktik langsung. Dengan mempertimbangkan keberagaman metode pembelajaran, RPS dapat dirancang secara holistik untuk menciptakan pengalaman pembelajaran yang efektif dan beragam bagi mahasiswa, memungkinkan mereka untuk mencapai pencapaian pembelajaran yang optimal.

Dalam proses pembuatan Rencana Pembelajaran Semester (RPS), langkah-langkahnya harus terperinci untuk memastikan efektivitasnya. Pertama-tama, penentuan SKS harus mempertimbangkan apakah RPS tersebut bersifat teori atau praktek, dengan memperhatikan kebutuhan kurikulum dan standar keilmuan yang berlaku. Tahun ajaran RPS

juga perlu dicantumkan untuk jelasnya konteks pembelajaran. Deskripsi mata kuliah yang dibuat harus mencakup minimal 70 kata, menjelaskan konten, tujuan, dan relevansinya dengan kurikulum.

Selanjutnya, integrasi dengan PLO (*Program Learning Outcome*) sebagai patokan penting, yang harus tercermin dalam CLO (*Course Learning Outcome*) yang sesuai dan dapat diukur. Bobot penilaian harus mencakup dimensi partisipatif, kognitif, dan hasil proyek, memastikan penilaian holistik terhadap pencapaian kompetensi. Pemilihan pustaka harus mengutamakan jurnal dosen pengampu untuk memperkaya perspektif dan mendukung pembelajaran yang berbasis bukti.

Sub-CLO (*Sub Course Learning Outcome*) harus disesuaikan dengan materi, dengan indikator yang mendukungnya. Bentuk assessment dan model pembelajaran perlu ditentukan untuk mencapai tujuan pembelajaran secara efektif. Selain itu, pendekatan pembelajaran luring dan daring harus disesuaikan dengan kebutuhan dan ketersediaan sumber daya, dengan memanfaatkan pertemuan-pertemuan yang ada. Bobot Sub-CLO juga harus dipertimbangkan dengan cermat, memastikan distribusi bobot yang seimbang sesuai dengan kebutuhan pencapaian kompetensi dan jumlah pertemuan yang tersedia. Dengan memperhatikan KKO yang menyatakan dimensi proses pembelajaran dalam indikator pencapaian kompetensi dan tujuan pembelajaran, RPS dapat dirancang secara holistik dan terpadu untuk mendukung pencapaian hasil pembelajaran yang optimal.

10.2 Rencana Pembelajaran Semester

(terlampir)

11. SKEMA EKUIVALENSI, IMPLEMENTASI, DAN SKPI

11.1 Skema Ekuivalensi

Dengan diterapkannya kurikulum baru sebagai pengganti kurikulum sebelumnya, mahasiswa yang sedang mengalami transisi akan mengalami perubahan dalam struktur mata kuliah yang mereka pelajari. Oleh karena itu, diperlukan suatu ketentuan ekuivalensi (penyepadanan mata kuliah) dari kurikulum sebelumnya ke kurikulum yang baru.

Beberapa prinsip dasar yang harus diperhatikan dalam proses ekuivalensi ini adalah: proses ekuivalensi harus disusun dengan sederhana dan tidak boleh merugikan mahasiswa, upaya harus dilakukan agar mahasiswa tidak mundur ke semester atau tingkat sebelumnya (bergerak ke arah maju), serta jika diperlukan, mata kuliah semester genap dari kurikulum lama dapat diselenggarakan pada semester ganjil dari kurikulum

baru.

Aturan-aturan yang perlu diperhatikan dalam pembuatan ekivalensi kurikulum antara lain:

a. Kelulusan tingkat yang telah dicapai dalam kurikulum lama tidak perlu diulang kembali untuk ekuivalensi dengan kurikulum baru. Ekuivalensi dimulai pada tingkat perkuliahan yang belum dicapai oleh kelulusan tingkat.
b. Tidak ada SKS (Satuan Kredit Semester) yang hilang, kecuali jika diminta oleh mahasiswa dengan persetujuan dari dosen pembimbing.
c. Jumlah SKS yang sudah lulus diakui, dengan syarat nilai yang diperoleh adalah A, B, C, atau D, yang mengakibatkan IPK (Indeks Prestasi Kumulatif) minimal 2,00; pada tingkat 4, tidak ada nilai D yang diperbolehkan.
d. Transkrip akademik akan mencantumkan nama mata kuliah yang telah diambil (dari kurikulum lama) dan dinyatakan lulus, ditambah dengan nama mata kuliah yang diambil pada kurikulum baru.
e. Mata kuliah praktikum akan diekuivalenkan dengan jumlah SKS dan materi yang berbeda; jika materi pada kurikulum baru lebih banyak, mahasiswa yang sudah lulus praktikum tersebut tidak perlu mengulangi materi praktikum yang baru.
f. Jumlah SKS yang harus diambil pada kurikulum baru untuk program S1 adalah 144, dikurangi dengan jumlah SKS yang sudah lulus dari kurikulum lama, dengan prioritas pada mata kuliah wajib. Apabila terdapat SKS sisa, mahasiswa dapat mengambil mata kuliah pilihan.
g. Jumlah SKS yang harus diambil pada kurikulum baru untuk program D3 adalah 110, dikurangi dengan jumlah SKS yang sudah lulus dari kurikulum lama, dengan prioritas pada mata kuliah wajib. Apabila terdapat SKS sisa, mahasiswa dapat mengambil mata kuliah pilihan.
h. Dalam menentukan mata kuliah yang harus diambil pada kurikulum baru, dosen pembimbing dan mahasiswa diharapkan untuk melengkapi semua kelompok mata kuliah sebaik mungkin.
i. Mahasiswa yang sudah menyelesaikan seluruh mata kuliah dan hanya tinggal menyelesaikan tugas akhir/proyek akhir/tesis akan dibebaskan dari proses ekivalensi mata kuliah.

11.2 Skema Implementasi

11.2.1 Perhitungan dan Penyiapan Sumber Daya Manusia

Perhitungan jumlah kelas yang ditawarkan per matkul serta kebutuhan dosen dan asisten dosen.

Table 28. Perhitungan dan Penyiapan Sumber Daya Manusia (Reguler)

NO	KODE MK	NAMA MK DKV	Course Name	JUMLAH KELAS PER PENAWARAN	KEBUTUHAN	
					DOSEN	ASISTEN
1	FAK1AAB2	Budaya Nusantara	Indonesian Culture	11	4	
2	FAK1BAB3	Pengantar Desain Komunikasi Visual	Intoduction to Visual Communication Design	11	5	
3	FAK1CAB3	Rupa Dasar	Basic Design	22	6	
4	FAK1DAB3	Menggambar Bentuk	Basic Drawing	22	6	
5	FAK1EAB3	Menggambar Figuratif	Figurative Drawing	22	6	
6	FAK1FAB3	Komputer Grafis	Computer Graphics	22	6	
7	UCK1FDB1	Internalisasi Budaya dan Pembentukan Karakter	Cultural Internalization and Character Building (HEI)	11	5	
8	FAK1GAB2	Estetika & Sejarah Komunikasi Visual	Aesthetics and History of Visual	11	4	
9	FAK1HAB2	Bahasa Inggris untuk Seni dan Desain	English for Art and Design	11	3	
10	FAK1IAB2	Komunikasi dan Media Literasi	Communication and Media Literacy	11	3	
11	FAK1JAB3	Tipografi Dasar	Basic Typography	22	6	
12	FAK1KAB3	Komputer Multimedia	Multimedia Computer	22	5	
13	FAK1LAB3	Teknologi Grafika	Graphics Technology	22	5	
14	FAK1MAB4	Studio DKV 1 - Literasi Visual dan Ikonografi	VCD 1 - Iconography and Visual Literacy	22	8	8
15	FAK2AAB2	Pengantar Branding	Introduction to Branding	11	4	
16	FAK2BAB3	Copywriting	Copywriting	22	6	
17	FAK2CAB2	Semiotika dan Bahasa Visual	Semiotics and Visual Language	11	4	
18	FAK2DAB3	Tipografi dan Tata Letak	Typography and Layout	22	6	
19	FAK2EAB3	Fotografi Dasar	Basic Photography	22	6	
20	FAK2FAB3	Ilustrasi Dasar	Basic Illustration	22	6	
21	FAK2GAB4	Studio DKV 2 - Desain Informasi	VCD Studio 2- Information Design	22	8	8
22	FAK2HAB2	Design Thinking	Design Thinking	11	5	
23	FAK2IAC3	Visual Storytelling	Visual Storytelling	22	7	
24	FAK2JAB4	Studio DKV 3 - Identitas Brand	VCD Studio 3- Brand Identity	22	8	8
25	FAK2AIB3	*Copywriting 2*	*Copywriting 2*	4	2	

26	FAK2BIB3	*Advertising and Media*	*Advertising and Media*	4	2	
27	FAK2CIB3	*Market Research and Consumer Behaviour*	*Market Research and Consumer Behaviour*	4	2	
28	FAK2DIB2	*Manajemen Periklanan*	*Advertising Management*	2	1	
29	FAK3AAB2	Metodologi Desain	*Design Methodology*	11	4	
30	FAK3BAB3	Desain Sosial	Social Design	22	6	
31	FAK3CAB3	Portofolio and Visual Presentation	Portfolio and Visual Presentation	22	6	
32	FAK3AIB4	*Studio CA 4 - Digital Media*	*CA Studio 4 - Digital Media*	4	2	
33	FAK3BIB3	*Print Media*	Print Media	4	2	
34	FAK3CIB3	*Non-commercial Advertising*	Non-commercial Advertising	4	2	
35	FAK3DIB2	*Creative Content*	Creative Content	2	1	
36	FAK3DAB2	Kerja Profesi	*Internship*			
37	FAK3EAB2	Cultural Studies	*Cultural Studies*	11	3	
38	FAK3FAB2	Manajemen Proyek	*Project Management*	11	3	
39	FAK3EIB4	*Studio CA 5 - Brand Communication*	*CA Studio 5 - Brand Communication*	4	3	3
40	FAK3GIB3	*Creative Strategy and Art Directing*	*Creative Strategy and Art Directing*	4	2	
41	FAK3HIB3	*Sinematografi Periklanan*	Advertising Cinematography	2	1	
42	FAK3JIB3	*Persuasive Illustration*	Persuasive Illustration	1	1	
43	FAK3KIB3	*Advertainment*	Advertainment	1	1	
44	FAK4AAB2	Etika Industri Desain	Design Industry Ethic	11	3	
45	FAK4BAB3	*Seminar*	Seminar	10	4	
46	UCKXADB2	Bahasa Inggris	English	11	3	
47	UAKXACB2	Agama Islam	*Islam* Religion	11	3	
48	UAKXBCB2	Agama Kristen	*Christian* Religion	1	1	
49	UAKXCCB2	Agama Katolik	*Catholic* Religion	1	1	
50	UAKXDCB2	Agama Hindu	*Hindu* Religion	1	1	
51	UAKXECB2	Agama Budha	Buddha Religion	1	1	
52	UAKXFCB2	Agama Kong Hu Cu	Confucianism	1	1	
53	UAKXGCB2	Penghayat Kepercayaan Terhadap Tuhan Yang Maha Esa	Adherents of the Belief in the Divinity of the Almighty God			
54	UBKXACB2	Kewarganegaraan	*Civics*	11	4	
55	FAK4BIB2	*Visual Merchandise (Product Promotion)*	Visual Merchandise (Product Promotion)	2	1	
56	FAK4CIB3	*Creative Advertising Communication*	Creative Advertising Communication	4	2	
57	FAK4DIB3	*Content Writing*	Content Writing	1	1	
58	FAK4EIB3	*Destination Branding*	Branding Destination	1	1	
59	FAK4FIB3	*Advertising Campaign and Media Planning*	*Advertising Campaign and Media Planning*	2	1	
60	FAK4BAA6	Tugas Akhir	Final Project			
61	UCKXBDB2	Kewirausahaan	Enterpreneurship	11	3	

62	UBKXBCB2	Pancasila	Pancasila	11	3	

Table 29. Perhitungan dan Penyiapan Sumber Daya Manusia (Internasional)

NO	KODE MK	NAMA MK DKV INTERNASIONAL	JUMLAH KELAS PER PENAWARAN	KEBUTUHAN	
				DOSEN	ASISTEN
1	FAK1AAB2	Indonesian Culture	1	1	
2	FAK1BAB3	Introduction to Visual Communication Design	1	1	
3	FAK1CAB3	Basic Design	1	1	
4	FAK1DAB3	Basic Drawing	1	1	
5	FAK1EAB3	Figurative Drawing	1	1	
6	FAK1FAB3	Computer Graphics	1	1	
7	UCK1FDB1	Cultural Internalization and Character Building	1	1	
8	FAK1GAB2	Aesthetics and History of Visual Communication	1	1	
9	FAK1HAB2	English for Arts and Design	1	1	
10	FAK1IAB2	Communication and Media Literacy	1	1	
11	FAK1JAB3	Basic Typography	1	1	
12	FAK1KAB3	Multimedia Computer	1	1	
13	FAK1LAB3	Graphics Technology	1	1	
14	FAK1MAB4	VCD 1 iconography dan visual literacy	1	1	
15	FAK21AB2	Introduction To Branding	1	1	
16	FAK22AB3	Copywriting	1	1	
17	FAK23AB2	Semiotics and Visual Language	1	1	
18	FAK24AB3	Typography and Layout	1	1	
19	FAK25AB3	Basic Photography	1	1	
20	FAK26AB3	Basic Illustration	1	1	
21	FAK27AB4	VCD 2 Information Design	1	1	
22	FAK28AB2	Design Thinking	1	1	
23	FAK29AB3	Visual Storytelling	1	1	
24	FAK210AB4	Visual Communication Design Studio 3 (Brand Identity	1	1	
25	FAK2CGB3	*Graphic Innovation*	1	1	
26	FAK2AJB3	*Prints and Packaging*	1	1	
27	FAK2BGB3	*Advanced Illustration*	1	1	
28	FAK2BJB2	*International Graphic Design Review*	1	1	
29	FAK3AAB2	Design Methodology	1	1	
30	FAK3BAB3	Social Design	1	1	
31	FAK3CAB3	Portofolio and Visual Presentation	1	1	
32	FAK3AJB4	*VCD Studio 4 - Personal Branding*	1	1	
33	FAK3BJB3	*Visual Concept*	1	1	
34	FAK3CJB3	*Brand & Promotion*	1	1	
35	FAK3DGB2	*User Experience Design*	1	1	
36	FAK3DAB2	Internship	1	1	
37	FAK3EAB2	Cultural Studies	1	1	
38	FAK3FAB2	Project Management	1	1	
39	FAK3EJB4	*VCD Studio 5 - New Media*	1	1	
40	FAK3FJB2	*Research Methodology*	1	1	
41	FAK3JFB3	*3D Assets*	1	1	

42	UBKXCCB2	Bahasa Indonesia	1	1	
43	FAK41AB2	Design Industry Ethic	1	1	

44	FAK4AJB3	*Seminar*	1	1	
45	FAK4BJB2	*Consumer Behaviour*	1	1	
46	FAK4CJB3	*Integrated Media*	1	1	
47	FAK4DJB3	*Design Thinking and Global Entrepreneurship*	1	1	
48	UCKXADB2	English	1	1	
59	UAKXACB2	Islamic Religion	1	1	
51	UAKXBCB2	Christian Religion	1	1	
52	UAKXCCB2	Catolic Religion	1	1	
53	UAKXDCB2	Hindu Religion	1	1	
54	UAKXECB2	Buddhism Religion	1	1	
55	UAKXFCB2	Confucianism	1	1	
56	UAKXGCB2	Adherents Of The Believe In The Divnity Of The Almighty God	1	1	
57	UBKXACB2	Kewarganegaraan	1	1	
58	FAK4BAA6	Final Project	1	1	
59	UCKXBDB2	Entrepreneurship	1	1	
60	UBKXBCB2	Pancasila	1	1	

Berikut merupakan daftar Dosen di Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual beserta mata kuliah

Table 30. Jumlah Dosen di Prodi Desain Komunikasi Visual

No.	Mata Kuliah			Identitas Dosen							JFA	Instansi
	Kode	Nama	SKS	NIP	NIDN	Nama Dosen	Kode Dosen	Strata	Keahlian	Perguruan Tinggi		
1	FAK1AAB2	Budaya Nusantara	2	24930015		Raden Daru Ramadinoto, S.I.Kom., M.Ds.	RDM	S2	Illustration, Visual Storytelling, Visual Communication Interpretation	Institut Teknologi Bandung	Non JFA	Universitas Telkom
2	FAK1BAB3	Pengantar Desain Komunikasi Visual	3	24930015		Raden Daru Ramadinoto, S.I.Kom., M.Ds.	RDM	S2	Illustration, Visual Storytelling, Visual Communication Interpretation	Institut Teknologi Bandung	Non JFA	Universitas Telkom
3	FAK1CAB2	Bahasa Inggris untuk Seni dan Desain	2		302108202	Alva Nurvina Sularso, S.Sos., M.Hum	VVI	S2	Applied Linguistics, Language Pedagogy, ESL/EFL, Sociolinguistics, Proffesional Development & Education.	Universitas Indonesia	Asisten Ahli	Universitas Telkom
4	FAK1DAB2	Komunikasi dan Media Literasi	2		312129202	Trimalda Nur Fitriati, S.Sn., M.Ds.	TMF	S2	Desain Komunikasi Visual, Videography, VR, Video Ads	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom
5	FAK1EAB3	Rupa Dasar	3		419078901	Rizka Rachmawati, S.Ds.,MBA	RCI	S2	Environmental Graphic Design	Institut Teknologi Bandung	Lektor	Universitas Telkom
6	FAK1FAB3	Menggambar Bentuk	3		312129202	Trimalda Nur Fitriati, S.Sn., M.Ds.	TMF	S2	Desain Komunikasi Visual, Videography, VR, Video Ads	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom
7	FAK1GAB3	Komputer Grafis	3		327089003	Gagas Ezhar Rahmayadi, M.Ds.	GGZ	S2	Advertising, Creative Campaign, Branding, Videography	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom
8	UCK1FDB1	Internalisasi Budaya dan Pembentukan Karakter	1		419078901	Rizka Rachmawati, S.Ds.,MBA	RCI	S2	Environmental Graphic Design	Institut Teknologi Bandung	Lektor	Universitas Telkom
9	FAK1HAB2	Estetika dan Sejarah Komunikasi Visual	2		316029402	Reza Ramadani Firman, S.Ds., M.Ds.	RZG	S2	Desain Komunikasi Visual	Magister Desain ITB	Asisten Ahli	Universitas Telkom
10	FAK1IAB3	Menggambar Figuratif	3		315069403	R. Bhima Danniswara, S.Sn., M.Ds.	BMS	S2	Photography, Branding, Graphic Design	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom
11	FAK1JAB3	Tipografi Dasar	3		312129202	Trimalda Nur Fitriati, S.Sn., M.Ds.	TMF	S2	Desain Komunikasi Visual, Videography, VR, Video Ads	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom
12	FAK1KAB3	Komputer Multimedia	3		327089003	Gagas Ezhar Rahmayadi, M.Ds.	GGZ	S2	Advertising, Creative Campaign, Branding, Videography	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom
13	FAK1LAB3	Teknologi Grafika	3		327089003	Gagas Ezhar Rahmayadi, M.Ds.	GGZ	S2	Advertising, Creative Campaign, Branding, Videography	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom
14	FAK1MAB4	Studio DKV 1 - Literasi Visual dan Ikonografi	4		312129202	Trimalda Nur Fitriati, S.Sn., M.Ds.	TMF	S2	Desain Komunikasi Visual, Videography, VR, Video Ads	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom
15	FAK2AAB2	Pengantar Branding	2		327089003	Gagas Ezhar Rahmayadi, M.Ds.	GGZ	S2	Advertising, Creative Campaign, Branding, Videography	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom
16	FAK2BAB3	Copywriting	3		316029402	Reza Ramadani Firman, S.Ds., M.Ds.	RZG	S2	Desain Komunikasi Visual	Magister Desain ITB	Asisten Ahli	Universitas Telkom

17	FAK2CAB2	Semiotika dan Bahasa Visual	2		315069403	R. Bhima Danniswara, S.Sn., M.Ds.	BMS	S2	Photography, Branding, Graphic Design	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom
18	FAK2DAB3	Tipografi dan Tata Letak	3				RCI	S2				Universitas Telkom
19	FAK2EAB3	Fotografi Dasar	3		315069403	R. Bhima Danniswara, S.Sn., M.Ds.	BMS	S2	Photography, Branding, Graphic Design	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom
20	FAK2FAB3	Ilustrasi Dasar	3	24930015		Raden Daru Ramadinoto, S.I.Kom., M.Ds.	RDM	S2	Illustration, Visual Storytelling, Visual Communication Interpretation	Institut Teknologi Bandung	Non JFA	Universitas Telkom
21	FAK2GAB4	Studio DKV 2 - Desain Informasi	4	24930015		Raden Daru Ramadinoto, S.I.Kom., M.Ds.	RDM	S2	Illustration, Visual Storytelling, Visual Communication Interpretation	Institut Teknologi Bandung	Non JFA	Universitas Telkom
22	FAK2HAB2	Design Thinking	2		316029402	Reza Ramadani Firman, S.Ds., M.Ds.	RZG	S2	Desain Komunikasi Visual	Magister Desain ITB	Asisten Ahli	Universitas Telkom
23	FAK2IAC3	Visual Storytelling	3	24930015		Raden Daru Ramadinoto, S.I.Kom., M.Ds.	RDM	S2	Illustration, Visual Storytelling, Visual Communication Interpretation	Institut Teknologi Bandung	Non JFA	Universitas Telkom
24	FAK2JAB4	Studio DKV 3 - Identitas Brand	4		419078901	Rizka Rachmawati, S.Ds.,MBA	RCI	S2	Environmental Graphic Design	Institut Teknologi Bandung	Lektor	Universitas Telkom
25	FAK2AIB3	*Copywriting 2*	3		316029402	Reza Ramadani Firman, S.Ds., M.Ds.	RZG	S2	Desain Komunikasi Visual	Magister Desain ITB	Asisten Ahli	Universitas Telkom
26	FAK2BIB3	*Advertising and Media*	3		316029402	Reza Ramadani Firman, S.Ds., M.Ds.	RZG	S2	Desain Komunikasi Visual	Magister Desain ITB	Asisten Ahli	Universitas Telkom
27	FAK2CIB3	*Market Research and Consumer Behaviour*	3	24930015		Raden Daru Ramadinoto, S.I.Kom., M.Ds.	RDM	S2	Illustration, Visual Storytelling, Visual Communication Interpretation	Institut Teknologi Bandung	Non JFA	Universitas Telkom
28	FAK2DIB2	*Manajemen Periklanan*	2		327089003	Gagas Ezhar Rahmayadi, M.Ds.	GGZ	S2	Advertising, Creative Campaign, Branding, Videography	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom
29	UBKXCCB2	Bahasa Indonesia	2					S2				Universitas Telkom
30	FAK3AAB2	Metodologi Desain	2		316029402	Reza Ramadani Firman, S.Ds., M.Ds.	RZG	S2	Desain Komunikasi Visual	Magister Desain ITB	Asisten Ahli	Universitas Telkom
31	FAK3BAB	Desain Sosial	3				BMS	S2				Universitas Telkom
32	FAK3CAB3	Portofolio and Visual Presentation	3	24930015		Raden Daru Ramadinoto, S.I.Kom., M.Ds.	RDM	S2	Illustration, Visual Storytelling, Visual Communication Interpretation	Institut Teknologi Bandung	Non JFA	Universitas Telkom
33	FAK3AIB4	*Studio CA 4 - Digital Media*	4		312129202	Trimalda Nur Fitriati, S.Sn., M.Ds.	TMF	S2	Desain Komunikasi Visual, Videography, VR, Video Ads	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom
34	FAK3BIB3	*Print Media*	3		419078901	Rizka Rachmawati, S.Ds.,MBA	RCI	S2	Environmental Graphic Design	Institut Teknologi Bandung	Lektor	Universitas Telkom
35	FAK3CIB3	*Non-Commercial Advertising*	3		316029402	Reza Ramadani Firman, S.Ds., M.Ds.	RZG	S2	Desain Komunikasi Visual	Magister Desain ITB	Asisten Ahli	Universitas Telkom
36	FAK3DIB2	*Creative Content*	2		327089003	Gagas Ezhar Rahmayadi, M.Ds.	GGZ	S2	Advertising, Creative Campaign, Branding, Videography	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom

37	FAK3DAB2	Kerja Profesi	2		419078901	Rizka Rachmawati, S.Ds.,MBA	RCI	S2	Environmental Graphic Design	Institut Teknologi Bandung	Lektor	Universitas Telkom
38	FAK3EAB2	Cultural Studies	2	24930015		Raden Daru Ramadinoto, S.I.Kom., M.Ds.	RDM	S2	Illustration, Visual Storytelling, Visual Communication Interpretation	Institut Teknologi Bandung	Non JFA	Universitas Telkom
39	FAK3FAC2	Manajemen Proyek	2		315069403	R. Bhima Danniswara, S.Sn., M.Ds.	BMS	S2	Photography, Branding, Graphic Design	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom
40	FAK3EIB4	*Studio CA 5 - Brand Communication*	4		327089003	Gagas Ezhar Rahmayadi, M.Ds.	GGZ	S2	Advertising, Creative Campaign, Branding, Videography	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom
41	FAK3GAB2	*Metodologi Penelitian*	2		419078901	Rizka Rachmawati, S.Ds.,MBA	RCI	S2	Environmental Graphic Design	Institut Teknologi Bandung	Lektor	Universitas Telkom
42	FAK3FIB3	*Creative Strategy and Art Directing*	3		327089003	Gagas Ezhar Rahmayadi, M.Ds.	GGZ	S2	Advertising, Creative Campaign, Branding, Videography	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom
MK Pilihan												
44	FAK3GIB3	*Sinematografi Periklanan*	3		316029402	Reza Ramadani Firman, S.Ds., M.Ds.	RZG	S2	Desain Komunikasi Visual	Magister Desain ITB	Asisten Ahli	Universitas Telkom
45	FAK3HIB3	*Persuasive Illustration*		24930015		Raden Daru Ramadinoto, S.I.Kom., M.Ds.	RDM	S2	Illustration, Visual Storytelling, Visual Communication Interpretation	Institut Teknologi Bandung	Non JFA	Universitas Telkom
46	FAK3IIB3	*Advertainment*			312129202	Trimalda Nur Fitriati, S.Sn., M.Ds.	TMF	S2	Desain Komunikasi Visual, Videography, VR, Video Ads	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom
47	FAK4AAB2	Etika Industri Desain	2	24930015		Raden Daru Ramadinoto, S.I.Kom., M.Ds.	RDM	S2	Illustration, Visual Storytelling, Visual Communication Interpretation	Institut Teknologi Bandung	Non JFA	Universitas Telkom
48	FAK4BAB3	Seminar	3		419078901	Rizka Rachmawati, S.Ds.,MBA	RCI	S2	Environmental Graphic Design	Institut Teknologi Bandung	Lektor	Universitas Telkom
49	FAK4AIB2	*Visual Merchandise (Product Promotion)*	2		312129202	Trimalda Nur Fitriati, S.Sn., M.Ds.	TMF	S2	Desain Komunikasi Visual, Videography, VR, Video Ads	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom
50	FAK4BIB3	*Creative Advertising Communication*	3		327089003	Gagas Ezhar Rahmayadi, M.Ds.	GGZ	S2	Advertising, Creative Campaign, Branding, Videography	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom
MK Pilihan												
51	FAK4CIB3	*Content Writing*	3		316029402	Reza Ramadani Firman, S.Ds., M.Ds.	RZG	S2	Desain Komunikasi Visual	Magister Desain ITB	Asisten Ahli	Universitas Telkom
52	FAK4DIB3	*Destination Branding*			315069403	R. Bhima Danniswara, S.Sn., M.Ds.	BMS	S2	Photography, Branding, Graphic Design	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom
53	FAK4EIB3	*Advertising Campaign and Media Planning*			312129202	Trimalda Nur Fitriati, S.Sn., M.Ds.	TMF	S2	Desain Komunikasi Visual, Videography, VR, Video Ads	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom

54	UCKXADB2	Bahasa Inggris	2		302108202	Alva Nurvina Sularso, S.Sos., M.Hum	VVI	S2	Applied Linguistics, Language Pedagogy, ESL/EFL, Sociolinguistics, Proffesional Development & Education.	Universitas Indonesia	Asisten Ahli	Universitas Telkom
55	UAKXACB2	Agama Islam	2			A.Cecep Damanhuri, M.Pd	CDH	S2	Pendidikan Agama Islam, Kewarganegaraan, Ilmu Pancasila	Universitas Islam Negeri Jakarta	Non JFA	Universitas Satyagama
56	UAKXBCB2	Agama Kristen						S2				Universitas Telkom
57	UAKXCCB2	Agama Katolik						S2				Universitas Telkom
58	UAKXDCB2	Agama Hindu						S2				Universitas Telkom
59	UAKXECB2	Agama Budha						S2				Universitas Telkom
60	UAKXFCB2	Agama Kong Hu Cu						S2				Universitas Telkom
61	UAKXGCB2	PENGHAYAT KEPERCAYAAN TERHADAP TUHAN YANG MAHA ESA						S2				Universitas Telkom
62	UBKXACB2	Kewarganegaraan	2			A.Cecep Damanhuri, M.Pd	CDH	S2	Pendidikan Agama Islam, Kewarganegaraan, Ilmu Pancasila	Universitas Islam Negeri Jakarta	Non JFA	Universitas Satyagama
63	FAK4CAA6	Tugas Akhir	6		316029402	Reza Ramadani Firman, S.Ds., M.Ds.	RZG	S2	Desain Komunikasi Visual	Magister Desain ITB	Asisten Ahli	Universitas Telkom
64	UCKXBDB2	Kewirausahaan	2		315069403	R. Bhima Danniswara, S.Sn., M.Ds.	BMS	S2	Photography, Branding, Graphic Design	Institut Teknologi Bandung	Asisten Ahli	Universitas Telkom
65	UBKXBCB2	Pancasila	2			A.Cecep Damanhuri, M.Pd	CDH	S2	Pendidikan Agama Islam, Kewarganegaraan, Ilmu Pancasila	Universitas Islam Negeri Jakarta	Non JFA	Universitas Satyagama

Tabel 31. Peta Ekuivalensi Kurikulum – Advertising

KURIKULUM 2020 ver 1.1					KURIKULUM 2024			
SMSTR	KODE	MATA KULIAH	SKS		SMSTR	KODE	MATA KULIAH	SKS
Mata Kuliah Wajib Kurikulum (MKWK)					**Mata Kuliah Wajib Kurikulum (MKWK)**			
8	UKJXC2	Bahasa Indonesia	2		6	UBKXCCB2	Bahasa Indonesia	2
7	UAJXA2	Pendidikan Agama Islam dan Etika	2		7	UAKXACB	Pendidikan Agama Islam dan Etika	2
	UAJXB2	Pendidikan Agama Kristen dan Etika		→			Pendidikan Agama Kristen dan Etika	
	UAJXC2	Pendidikan Agama Katholik dan Etika		→			Pendidikan Agama Katholik dan Etika	
	UAJXD2	Pendidikan Agama Hindu dan Etika		→			Pendidikan Agama Hindu dan Etika	
	UAJXE2	Pendidikan Agama Budha dan Etika		→			Pendidikan Agama Budha dan Etika	
	UAJXF2	Pendidikan Agama Khong Hu Cu dan Etika		→			Pendidikan Agama Khong Hu Cu dan Etika	
7	UKJXA2	Kewarganegaraan	2	→	7	UBKXACB2	Kewarganegaraan	2
8	UKJXB2	Pancasila	2	→	8	UBKXBCB2	Pancasila	2
Mata Kuliah Universitas (MKWU)				→	**Mata Kuliah Universitas (MKWU)**			
1	UWJ1E1	HEI	1	→	1	UCK1EDB1	Internalisasi Budaya dan Pembentukan Karakter	1
5	UWJXA2	Bahasa Inggris	2	→	7	UCKXDB2	Bahasa Inggris	2
8	UWJXA2	Kewirausahaan	2	→	8	UCKXADB2	Kewirausahaan	2
				→	**Mata Kuliah Prodi (MKWP)**			
7	UWJXC2	Literasi Teknologi	2	→	7	FAK3AFB2	Manajemen Proyek	2
8	UWJXB2	Literasi Data	2	→	8	FAK3AEB2	Cultural Studies	2
Mata Kuliah Fakultas (MKWF)				↓				
1	DCI1A3	Menggambar Dasar	3	↓	1	FAK1DAB3	Menggambar Bentuk	3
1	DCI1B3	Rupa Dasar 1	3	→	1	FAK1CAB3	Rupa Dasar	3
1	DCI1C3	Pengantar Studi Seni Rupa, Desain, Kriya dan Industri Kreatif	3	→	1	FAK1BAB3	Pengantar Desain Komunikasi Visual	3
2	DCI1D2	Budaya Nusantara	2	→	2	FAK1AAB2	Budaya Nusantara	2
8	DCJ4E6	Tugas Akhir/Skripsi	6	→	8	FAK4AAA6	Tugas Akhir	6
Mata Kuliah Prodi (MKWP)				→				
1	DVJ1A3	Komputer Grafis	3		1	FAK1FAB3	Komputer Grafis	3
1	DVJ1B2	Komunikasi dan Media Literasi	2		1	FAK1IAB2	Komunikasi dan Media Literasi	2
2	DVI1B3	Menggambar Lanjut	3	→	2	FAK1EAB3	Menggambar Figuratif	3
2	DVI1D3	Tipografi Dasar	3	→	2	FAK1JAB3	Tipografi Dasar	3
2	DVI1E3	Fotografi Dasar	3	→	2	FAK2AEB3	Fotografi Dasar	3
2	DVJ1C3	Komputer Multimedia	3	→	2	FAK1KAB3	Komputer Multimedia	3
2	DVJ1D2	Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	2	→	2	FAK4AAB2	Etika Industri Desain	2
3	DVI2D3	Teknologi Grafika	3	→	2	FAK1LAB3	Teknologi Grafika	3
3	DVI2E3	Estetika & Sejarah Komunikasi Visual	3	→	2	FAK1GAB2	Estetika & Sejarah Komunikasi Visual	2
3	DVI2A4	Studio DKV 1 (*Identity Design*)	4	→	3	FAK1MAB4	Studio DKV 1 Literasi Visual dan Ikonografi	4
3	DVI2C3	Ilustrasi Dasar	3	→	3	FAK2AFB3	Ilustrasi Dasar	3
5	DVI3A2	Semiotika dan Bahasa Visual	2	→	3	FAK2CAB2	Semiotika dan Bahasa Visual	2
3	DAI2F2	Psikologi Persepsi	2	→	3	FAK2AAB2	Pengantar Branding	2
4	DAI2J3	*Copywriting 1*	3	↑	3	FAK2BAB3	*Copywriting*	3
4	DAI2K3	Tipografi dan Tata Letak Iklan	3	↑	3	FAK2BDB3	Tipografi dan Tata Letak	3
6	DVI3K2	Bahasa Inggris untuk Seni dan Desain	2	↑	4	FAK2AHB2	Bahasa Inggris untuk Seni dan Desain	2
4	DVI2G4	Studio DKV 2 (*Information Design*)	4	→	4	FAK2AGB4	Studio DKV 2 Desain Informasi	4
4	DVI2I3	*Design Thinking & Metodologi Desain*	3	→	4	FAK2AHB2	*Design Thinking*	2
				→	5	FAK3AAB2	Metodologi Desain	2
7	DVI4B2	Kerja Profesi	2	→	6	FAK3ADB2	Kerja Praktek	2
4	DAJ2D2	*Advertising* dan Media Lanjut	2	→	5	FAK3ABB3	Desain Sosial	2
5	DAI3B4	*Studio Advertising 3 (Softsell + Hard Sell)*	4	↑	5	FAK2AJB4	*Studio DKV 3 Identitas Brand*	4
5	DAI3C3	*Brand and Identity*	3	↑	5	FAK2AIB3	*Visual Storytelling*	3
6	DAI3O3	Visual Presentation		↑	5	FAK3ACB3	Portofolio and Visual Presentation	3
5	DAI3D3	*Copywriting 2*	3	↑	4	FAK2AIB3	*Copywriting 2*	3
3	DAJ2B2	*Advertising* dan Media Dasar	2	→	4	FAK2BIB3	*Advertising* dan Media	2
3	DAJ2A3	*Creative Writing*	3	→	4	FAK2CIB3	*Market Research and Consumer Behaviour*	3
4	DAJ2C2	Manajemen Periklanan	2	→	4	FAK2DIB2	Manajemen Periklanan	2

6	DAI3L4	Studio Advertising 4 (Digital Media)	4	→	5	FAK3AIB4	Studio Advertising 4 (Digital Media)	4
5	DAI3E3	*Print Media*	3	→	5	FAK3BIB3	*Print Media*	3
2	DVI1C3	Rupa Dasar 2	3	↓	5	FAK3CIB3	Non-commercial Advertising	3
6	DAI3M3	*Creative Content*	3	→	5	FAK3DIB2	*Creative Content*	3
					6	**MK Pilihan 1**		3
1	DVI1A3	Menggambar Konstruktif	3	↓		FAK3JIB3	Persuasive Illustration	
4	DAI2L3	Fotografi Eksploratif	3	→		FAK3HIB3	Sinematografi Periklanan	
7	DAI4G3	Ilustrasi Digital		→		FAK3KIB3	Advertainment	
7	DAI4C4	Studio Advertising 5 (Pra TA)	4	→	6	FAK3EIB4	Studio Advertising 5 (Brand Communication)	4
6	DAJ3B2	Metodologi Penelitian Advertising	2	→	6	FAK3FIB2	Metodologi Penelitian Advertising	2
6	DAI2N3	*New Media*	3	→	6	FAK3GIB3	*Creative Strategy & Art Directing*	3
8	DAJ4A3	Seminar Advertising	3	→	7	FAK4AIB3	Seminar Advertising	3
5	DAJ3A3	*Video Content*	3	→	7	FAK4BIB2	*Visual Merchandise (Product Promotion)*	3
6	DAI3P3	Fotografi Periklanan	3	→	7	FAK4CIB3	Creative Advertising Communication	3
	MK Pilihan 2		3		7	**MK Pilihan 2**		3
7	DAI4F3	Creative Media		→		FAK4DIB3	Advertising Campaign & Media Planning	
6	DAI3Q3	Content Writing		→		FAK4EIB3	Content Writing	
7	DAI4H3	Branding Destination		→		FAK4FIB3	Destination Branding	

11.2.2 Perhitungan dan Penyiapan Sumber Daya Pendukung

Berikut merupakan tabel perhitungan dan penyiapan sumber daya pendukung untuk perkuliahan.

Tabel 32. Tabel Perhitungan dan Penyiapan Sumber Daya Pendukung

NO	Kode Ruangan	Keperluan Ruangan	Prodi	Kapasistas	RFID
1	RKA.KJ.01.013	Ruang Praktek	DKV	30	
2	RKA.KJ.01.014	Ruang Praktek	DKV	30	
3	RKA.KJ.01.015	Ruang Teori	DKV	30	
4	RLA.KJ.01.008	Ruang LAB	DKV	30	
5	RDA.KJ.01.016	Ruang Dosen	DKV	15	

11.3 SKPI

Surat Keterangan Pendamping Ijazah (SKPI) atau *Diploma Supplement* adalah surat pernyataan resmi yang dikeluarkan oleh Perguruan Tinggi, berisi informasi tentang pencapaian akademik atau kualifikasi dari lulusan pendidikan tinggi bergelar. Kualifikasi lulusan diuraikan dalam bentuk narasi deskriptif yang menyatakan capaian pembelajaran lulusan pada jenjang KKNI yang relevan, dalam suatu format standar yang mudah dipahami oleh masyarakat umum. SKPI bukan pengganti dari ijazah dan bukan transkrip akademik. SKPI juga bukan media yang secara otomatis memastikan pemegangnya mendapatkan pengakuan.

1. Manfaat SKPI Untuk lulusan:

a. Merupakan dokumen tambahan yang menyatakan kemampuan kerja, penguasaan pengetahuan, dan sikap/moral seorang lulusan yang lebih mudah dimengerti oleh pihak pengguna di dalam maupun luar negeri dibandingkan dengan membaca transkrip;
b. Merupakan penjelasan yang objektif dari prestasi dan kompetensi pemegangnya;
c. Meningkatkan kelayakan kerja (*employability*) terlepas dari kekakuan jenis dan jenjang program studi.

2. Untuk institusi pendidikan tinggi:

a. Menyediakan penjelasan terkait dengan kualifikasi lulusan, yang lebih mudah dimengerti oleh masyarakat dibandingkan dengan membaca transkrip;
b. Meningkatkan akuntabilitas penyelenggaraan program dengan pernyataan capaian pembelajaran suatu program yang transparan. Pada jangka menengah dan panjang, hal ini akan meningkatkan "*trust*" dari pihak lain dan *sustainability* dari institusi;
c. Menyatakan bahwa institusi pendidikan berada dalam kerangka kualifikasi nasional yang diakui secara nasional dan dapat disandingkan dengan program pada institusi luar negeri melalui *qualification framework* masing-masing negara;
d. Meningkatkan pemahaman tentang kualifikasi pendidikan yang dikeluarkan pada konteks pendidikan yang berbeda-beda.

3. Manfaat lainnya, SKPI juga membantu pemegangnya dalam:

a. Meningkatkan transparansi dan pengakuan (rekognisi);
b. Kemudahan dibaca dan diperbandingkan antar negara;
c. Memberikan rekaman karir akademik, keterampilan, dan prestasi mahasiswa selama masa kuliah;
d. Menekankan pada kelayakan bekerja di dalam dan luar negeri;
e. Menekankan pembelajaran sepanjang hayat;
f. Memfasilitasi mobilitas mahasiswa;
g. Meningkatkan kelayakan bekerja lulusan di pasaran kerja internasional;
h. Memperlancar penerimaan mahasiswa baru;
i. Meningkatkan profil institusi PT ke dunia internasional.

Berikut dibawah ini Capaian Pembelajaran program studi S1 (Sarjana) Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom yang akan menjadi acuan dalam pembuatan SKPI.

Table 33. Capaian Pembelajaran Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual

PROGRAM STUDI: S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
SIKAP
PLO 1. Taat hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, kepercayaan serta pendapa atau temuan orisinal orang lain.
PLO 2. Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahlianny a dan menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan dan kewirausahaan.
PENGUASAAN PENGETAHUAN
PLO 3. Menguasai teori, konsep dan proses desain komunikasi visual secara mendalam, sesuai arahan dan mampu beradaptasi terhadap situasi yang dihadapi.
PLO 4. Menguasai kemampuan pengambilan keputusan yang tepat berdasarkan analisis informasi dan data, untuk menghasilkan alternatif solusi secara mandiri dan kelompok.
PLO 5. Menguasai kemampuan untuk memanfaatkan kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi dan/atau seni untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi.
KETERAMPILAN UMUM
PLO 6. Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, inovatif dan kreatif, untuk menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni dalam bentuk skripsi, laporan tugas akhir atau publikasi yang memiliki nilai humaniora berdasarkan kaidah, tata cara, dan etika ilmiah.
PLO 7. Mampu bekerja secara mandiri maupun *teamwork*, *transdisciplinary*, bermutu, terukur, dan bertanggung jawab atas pencapaian hasilnya.
PLO 8. Mampu mendokumentasikan, menyimpan, serta mengamankan hasil analisis informasi dan data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi.
KETERAMPILAN KHUSUS
PLO 9. Mampu mengorganisir Informasi proyek desain, mengembangkan konsep, menerapkan strategi dan mengelola proses desain komunikasi visual.
PLO 10. Mampu menerapkan prinsip dasar komunikasi, desain dan desain komunikasi visual, mempresentasikan, membuat materi desain komunikasi visual siap produksi dan mengelola proses produksi.

12. HASIL REVIEW KURIKULUM

Menurut peraturan Universitas Telkom Nomor : PU.023/AKD06/AKD-BPA/2023 dan Peraturan Universitas Telkom Nomor PU.025/AKD1/AKD- BAA/2022 tentang Pedoman Akademik Universitas Telkom. Evaluasi terhadap implementasi kurikulum program studi di Universitas Telkom dilakukan dalam tiga jenjang waktu, yakni evaluasi berjangka panjang, berjangka menengah, dan evaluasi berjangka pendek. Buku kurikulum program studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom 2024 merupakan hasil evaluasi kurikulum jangka panjang yakni 4 (empat) tahun. Sementara itu implementasi evaluasi jangka menengah dilakukan secara internal per tahun sementara itu evaluasi jangka pendek dilakukan per semester untuk mengevaluasi metode dan materi pembelajar

Pelaksanaan kurikulum 2020 versi 1.1 yang telah berjalan selama dua tahun dengan tetap mengacu kepada peraturan pemerintah dalam menghadapi perubahan perkembangan revolusi industri 4.0. Implementasi pendidikan khususnya dalam pelaksanaan pendidikan tinggi akan semakin fleksibel dan otonom. Pembelajaran berbasis *outcome learning base* menjadikan mahasiswa sebagai pusat perhatian pengembangan dan pembelajaran atau *center learning point*. Dengan pembelajaran berdasarkan capaian lulusan disesuaikan dengan kebutuhan industri dan dunia kerja. Hasil evaluasi kurikulum program studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom 2024 mengacu pada masukan oleh berbagai stakeholder yang telah disebutkan di BAB sebelumnya seperti: pemerintah, industri, pakar dan akademisi, asosiasi, dan alumni, Program Studi Desain Komunikasi Visual melakukan pembaharuan kurikulum pada tahun 2024. Kurikulum program studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom 2024 merupakan hasil evaluasi jangka panjang dari kurikulum 2020.

Penyusunan kurikulum 2024 telah mengadaptasi dari perubahan setelah melaksanakan kegiatan FGD bersama berbagai *stakeholder* diantaranya adalah instansi pemerintah yaitu DISBUDPAR, industri yang terkait dengan bidang Desain Komunikasi Visual, alumni, asosiasi, pakar dan, akademisi. Prodi DKV melakukan berbagai penyesuaian yang secara berjenjang dan bertahap disesuaikan dengan perkembangan dan masukan dari *stakeholder* terkait yang telah disebutkan sebelumnya, diantaranya adalah: (1) berkembangnya keilmuan Desain Komunikasi Visual yang semakin multidisiplin sehingga mempengaruhi kepada capaian lulusan pada kurikulum baru, (2) sistem pembelajaran yang semakin terfokus pada luaran dan capaian dari lulusan, (3)

adanya keterkaitan antara keilmuan Desain Komunikasi Visual dengan pembangunan berkelanjutan (SDGs) . Hasil dari FGD ini telah diformulasikan menjadi profil lulusan (PEO) dan capaian pembelajaran (PLO), dimana kemampuan profesional dan kemampuan berbasis riset dan juga kewirausahaan menjadi profil lulusan dari Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual, Universitas Telkom. Kemudian, capaian pembelajaran yang berbasis dari OBE yang diturunkan dalam satuan PLO (*Programme Learning Outcome*) telah tersusun secara efektif dari RPS berupa kegiatan pembelajaran, beban studi sampai pada sistem evaluasi. Seluruh proses pembelajaran memastikan akan ketercapaian (*Course Learning Outcome*) yang telah ditetapkan agar tujuan capaian dapat sesuai harapan.

Program WRAP yang bertujuan untuk lebih menyiapkan tenaga lulusan siap kerja dan kompeten menjadi program unggulan yang terus dikembangkan guna meningkatkan kemampuan secara skill maupun mental bagi calon lulusan. MBKM yang menjadi sebuah langkah awal yang membuka kesempatan bagi mahasiswa sebelum lulus untuk melakukan kegiatan diluar program studi. Kegiatan WRAP merupakan upaya dalam menimba ilmu dan mengambil pengalaman sebanyak mungkin dari luar kampus agar dapat menangkap relevansi keilmuan dengan implementasi di dunia industri. Hal ini juga sejalan dengan hasil FGD bersama berbagai *stakeholder*, dimana hubungan antara mahasiswa dan industri Desain Komunikasi Visual harus dimulai agar mahasiswa memiliki pengalaman terhadap dunia industri terkait. *Outcome Based Education* (OBE) yang dijadikan sebagai pedoman utama dalam pembentukan visi misi prodi sangat terbantu dengan hadirnya program MBKM pemerintah. Hal tersebut telah terimplementasi secara tepat pada program studi desain komunikasi visual. Pelaksanaan program WRAP baik secara *internship, research ship* dan *entrepreneurship* diberikan bagi mahasiswa yang mengambil program WRAP secara ketat tanpa mengurangi sks yang dimiliki sebanyak 2 semester. Program MBKM terus dikembangkan dan ditingkatkan agar menjadi bagian yang terpisahkan dari program studi guna menjadikan capaian lulusan yang semakin berkarakter dan berkualitas.

Selain itu, Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom telah menjalankan PKKM (Program Kompetensi Kampus Merdeka) yang berupaya untuk memajukan kemampuan mahasiswa dan dosen. Pada kegiatan ini juga mahasiswa dapat mengasah kemampuan riset, sensibilitas estetika, dan semangat kewirausahaan.

Pada evaluasi jangka menengah, program studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom, melakukan tinjauan ulang secara internal terhadap berbagai aspek pembelajaran yang mencakup capaian pembelajaran, referensi materi mata kuliah,

metode pembelajaran, materi pembelajaran dan juga sistem penilaian (*assessment*). Pada evaluasi jangka pendek, setiap semester program studi S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Telkom 2024 melakukan rapat koordinasi bersama dosen koordinator setiap mata kuliah untuk melakukan tinjauan kembali pada aspek metode pembelajaran dan materi pembelajaran, serta beban setiap komponen penilaian.

Perkembangan keilmuan Desain Komunikasi Visual berkembang pesat dimana menurut asosiasi dan industri, sekarang keilmuan Desain Komunikasi Visual adalah keilmuan yang multidisiplin dimana ilmu sosial, manajemen dan psikologi menjadi disiplin yang erat. Hal itu membuktikan bahwa kemampuan di bidang ini tidak hanya kemampuan dalam merancang visual saja, namun kemampuan riset dan sensibilitas kewirausahaan menjadi *core* keilmuan Desain Komunikasi Visual

Prodi DKV mewadahi berbagai masukan dari *stakeholder* terkait guna terus meningkatkan kualitas dari lulusan. Tujuan pendidikan dari prodi Desain Komunikasi Visual dalam menyongsong era revolusi industri 4.0 dan SDGs menjadikan mahasiswa sebagai sasaran pembelajaran menjadikan lulusannya dapat diserap oleh industri. Upaya penguatan OBE bersamaan dengan hadirnya program MBKM menjadi jembatan untuk lebih menjamin tercapainya seluruh capaian prodi, fakultas dan universitas dengan melibatkan pemangku kepentingan yang terkait langsung dengan keilmuan desain komunikasi visual.

REFERENSI

Kemenparekraf. (2020). *Statistik ekonomi kreatif 2020*.

What is design? | International Council of Design. (n.d.). Retrieved June 4, 2024, from https://www.theicod.org/en/professional-design/what-is-design/what-is-design

Nafiati, Dewi Amaliah. 2021. Revisi Taksonomi Bloom: Kognitif, Afektif, dan Psikomotorik. Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia. Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum, ISSN: 1412-1271 (p); 2579-4248 (e). Vol. 21. No. 2. (2021). pp. 151-172 doi: 10.21831/hum.v21i2.29252. 151-172.

Buku Pedoman Penyusunan Kurikulum, Universitas Telkom, 2023

Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi, Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan Kemristekdikti, 2016.

D. Rahadian, "Kurikulum 2020 Universitas Telkom," Universitas Telkom, 2019.

Buku *Tracer Study* Direktorat Pengembangan Karir, Alumni, dan *Endowmen*

LAMPIRAN

RPS MKWK MKWU
Kurikulum 2024
Universitas Telkom

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
PROGRAM STUDI DIPLOMA/SARJANA .....
FAKULTAS .....

Identitas Mata Kuliah	**NAMA MK**	**KODE MK**	**RUMPUN MATA KULIAH**	**MITRA PENGEMBANG RPS**	**BOBOT(SKS)**		**SEMESTER**	**Direvisi**
	AGAMA BUDDHA	**UAKXECB2**	**ILMU KEAGAMAAN**		**2**		**GENAP**	19/06/2024

Otoritas	**Pengembang RPS**	**Ketua Kelompok Keahlian**	**Ka PRODI**
	SARTIMAN, S.Pd.B.		

Deskripsi Mata Kuliah	Kuliah ini merupakan usaha untuk menghasilkan manusia Disiplin, bertanggung jawab, menghayati dan mengamalkan Dharma Ajaran Agama Buddha dalam kehidupan sehari-hari.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes

Program Learning Outcomes (PLO) / CPL PRODI

Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika.

Course Learning Outcomes (CLO)		**PLO yang di dukung**
CLO 1	Mampu memahami konsep akhlak mulia melalui ajaran agama untuk membentuk manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa serta menghargai perbedaan (C2)	PLO 1
CLO 2	Mampu mengimplementasikan konsep keimanan dan ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa dalam kehidupan sehari-hari (C3, P3)	PLO 1

Penilaian

Id CLO	**Bobot per Bentuk Penilaian**				**TOTAL BOBOT PER CLO**
	AKTIVITAS	**KOGNITIF/PENGETAHUAN**	**HASIL PROYEK**		
	MENTORING	**KUIS**	**TUGAS BESAR 1**	**TUGAS BESAR 2**	
CLO 1	10	10	30		50%
CLO 2	10	10		30	50%
Total per penilaian	**20**	**20**	**30**	**30**	**100%**

Pustaka

Utama:

[1] Mulyadi Wahyono, SH, 2002, *Pokok-Pokok Dasar Agama Buddha*, Jakarta;
[2] Tim Penyusun, 2003, Materi Kuliah Sejarah Agama Buddha. CV. Dewi Karya Abadi, Jakarta;
[3] Pandit Jinaratana Kaharudin, 2005, *Abhidhamma ttasangaha* , Jakarta;
[4] Pandit J. Kaharuddin, 2002, *Kamma dan Punarbhava* , Jakarta;
[5] Dharma K. Widya, 1992, *Riwayat Hidup Buddha Gautama I, Direktorat Jendra Bimbingan Masyarakat Hindu dan Buddha* , Jakarta.

Pustaka Pendukung : Dhammapada Sabda-Sabda Buddha Gautama, Kemenag, Bimas Buddha, Jawa Barat, 2011.

Media Pembelajaran	**Software:**	**Hardware :**
	CELOE (LMS)	Laptop/Komputer
TeamTeaching	Pengajar Pendidikan Agama Buddha dan Etika Buddha	
Matakuliah Syarat	-	
Ambang Batas Kelulusa	50,01	
Ambang Batas Kelulusa	85,50%	

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESMEN	MATERI	METODE	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT SUB CLO
1	CLO 1	Mampu menjelaskan kehidupan Buddha Gautama : Masa kecil, remaja, dan masa berkeluarga	Ketepatan menjelaskan sejarah perjuangan Siddharta Gautama	Forum Diskusi/Mentoring	1. Pengertian Sejarah - Sejarah Perjuangan Sidharta Gautama sebelum mencapai Kebuddhaan	***[Kognitif/ Pengetahuan]*** - Membuat ringkasan materi - Menyampaikan materi	Luring (2 x 50 menit)		5%
2	CLO 1	Mampu menyebutkan tahap pelepasan agung dan perjuangan pencapaian penerangan sempurna	Ketepatan menyebutkan tahap-tahap dan perjuangan Buddha secara benar	KUIS	2. Arti Pelepasan Agung - Perjuangan Pencapaian Penerangan Sempurna	***[Kognitif/ Pengetahuan]*** - Penyampaian Materi - Membuat Ringkasan	Luring (2 x 50 menit)		2%
3	CLO 1	Mampu merumuskan pembabaran Dhamma / Dharma dan Parinibbana	Ketepatan merumuskan pembabaran Dhamma / Dharma dan Parinibbana	KUIS	3. Pengertian Dhamma / Dharma - Pengertian Parinibbana	***Aktivitas Partisipatif (Case-based)*** - Penyampaian materi -Tugas Membuat ringkasan	Luring (2 x 50 menit)		2%
4	CLO 1	Mampu menjelaskan hukum Cattari Aryasaccani sebagai hukum kesunyataan mulia	Ketepatan menjelaskan manfaat mempelajari Cattari Aryasaccani serta kesesuaian meletakan makna / nilai Cattari Aryasaccani	KUIS	4. Pengertian Cattari Aryasaccani - Makna / Nilai - nilai Cattari Aryasaccani	***[Kognitif/ Pengetahuan]*** - Penyampaian materi - Membuat ringkasan - Penugasan Diskusi	Luring (2 x 50 menit)		2%
5	CLO 1	Mampu menyebutkan ringkasan khotbah pertama sang Buddha kepada 5 pertapa	Ketepatan menyebutkan pokok - pokok isi khotbah pertama sang Buddha	Forum Diskusi/Mentoring	5. Saat, tempat, isi dari khotbah - Tentang 5 Pertapa	***[PROJECT BASED LEARNING]*** - Penugasan Deskripsi dari khotbah - Latar belakang pertapa	Luring (2 x 50 menit)		5%
6	CLO 1	Mampu menjelaskan Tahapan pembabaran Dhamma dan hukum-hukum Tilakkhana	Ketepatan menjelaskan tahapan pembabaran Dhamma dan hukum-hukum Tilakkhana dalam 3 keadaan	KUIS	6. Arti pembabaran Dhamma - Arti hukum dan hukum Tilakkhana	***[PROJECT BASED*** LEARNING] -Penyampaian materi] - Tanya jawab - Tugas Rangkuman	Luring (2 x 50 menit)		2%
7	CLO 1	Mampu menjelaskan materi pengetahuan dasar agama dan etika Buddha	Ketepatan menjelaskan semua materi perkuliahan tentang pengetahuan dasar agama Buddha	KUIS	7. Pengenalan ajaran agama Buddha, hukum dan etika agamanya	*[Kognitif/ Pengetahuan]* Ceramah dan Diskusi	Luring (2 x 50 menit)		2%
8	CLO 1	Mampu Menjelaskan Roda Dharma Pertama kali yang disampaikan oleh sang Buddha	Ketepatan Menjelaskan Roda Dharma Pertama kali yang disampaikan oleh sang Buddha	TUGAS BESAR 1	8. Menyusun Makalah Berkaitan dengan 4 kensunyataan Mulia	Aktivitas Partisipatif ***(Case-based)*** Mahasiswa melakukan analisis terhadap kasus, berdiskusi secara aktif. Dosen hanya memfasilitasi, mengarahkan, dan observasi	Luring (2 x 50 menit)		30%
9	CLO 2	Mampu menyebutkan arti dan jenis - jenis Kamma berdasarkan sifatnya	Ketepatan menjelaskan hukum Kamma berikut sebab dan akibatnya	Forum Diskusi / KUIS	9. Arti Kamma - Jenis - jenis Kamma menurut sifatnya	***[Kognitif/ Pengetahuan]*** - Penyampaian materi (dalam bahasa inggris)		Daring (2 x 50 menit)	2%
10	CLO 2	Mampu menyebutkan 3 saluran dan 4 jenis Kamma	Ketepatan menyebutkan saluran dan jenis Kamma secara benar	Forum Diskusi/Mentoring	10. Saluran - saluran Kamma - Jenis - jenis Kamma menurut fungsinya	***[Kognitif/ Pengetahuan]*** - Penyampaian materi - Tanya Jawab	Luring (2 x 50 menit)		5%
11	CLO 2	Mampu menjelaskan akibat yang dihasilkan keempat jenis Kamma	Ketepatan menjelaskan berbagai akibat atas perbuatan perbuatan Kamma	KUIS	11. Akibat - akibat atas perbuatan Kamma	***Aktivitas Partisipatif (Case-based)*** - Penyampaian materi - Memberi contoh - contoh aktual	Luring (2 x 50 menit)		2%
12	CLO 2	Mampu menerangkan perkembangan agama Buddha secara Global, Regional (Asia), Indonesia.	Ketepatan menerangkan secara jelas perkembangan agama Buddha, utamanyai Indonesia	KUIS	12 Asal - usul tempat agama Buddha - Sebaran agama Buddha - Masuknya agama Buddha ke Indonesia	***Aktivitas Partisipatif (Case-based)*** - Penyampaian materi -Tugas Membuat Ringkasan	Luring (2 x 50 menit)		2%
13	CLO 2	Mampu menjelaskan 2 mazhab : Theravada dan Mahayana	Ketepatan menjelaskan ciri Mazhab dalam agama Buddha	KUIS	13 Pengertiana Mazhab - Theravada dan Mahayana - Mazhab lainnya	***[Kognitif/ Pengetahuan]*** - Penyampaian materi - Persamaan dan perbedaan antar Mazhab - Mazhab	Luring (2 x 50 menit)		2%
14	CLO 2	Mampu menyebutkan candi - candi Buddha yang ada di Indonesia	Ketepatan menyebutkan nama jumlah dan tempat- tempat candi berada	Forum Diskusi/Mentoring	14 Pengertian candi - Jenis - jenis candi - Candi - candi Buddha di Indonesia	***[Kognitif/ Pengetahuan]*** - Penyampaian materi (dalam bahasa inggris) - Menyajikan Daftar (Gambar - gambar) Candi	Luring (2 x 50 menit)		5%
15	CLO 2	Mampu menjelaskan hakikat peringatan Waisak	Ketepatan Menjelaskan hakikat peringatan Trisuci Waisak (Lahir, Buddha, Wafat)	KUIS	15 Pengertian Waisak - Trisuci Waisak (Lahir, Kebuddhaan, Wafat)	***[Kognitif/ Pengetahuan]*** Ceramah dan Diskusi	Luring (2 x 50 menit)		2%
16	CLO 2	Mampu menjelaskan Sejarah Hari Raya Kathina	Ketepatan menjelaskan Sejarah Hari Raya Kathina	TUGAS BESAR 2	16. Menyusun Makalah Terkait Hari Raya Kathina.	***[PROJECT BASED LEARNING]*** Ceramah dan Diskusi		Daring (2 x 50 menit)	30%

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
PROGRAM STUDI NOT DEFINED
FAKULTAS NOT DEFINED

Identitas Mata Kuliah	**NAMA MK**	**KODE MK**	**RUMPUN MATA KULIAH**	**BOBOT(SKS)**		**SEMESTER**	**Direvisi**
	Agama Hindu	**UAKXDCB2**	**Ilmu Terapan**	**T=2**	**P=0**	**Ganjil/Genap**	**########**
Otoritas	**Pengembang RPS**		**Ketua Kelompok Keahlian**			**Ka PRODI**	
	I Nengah Kondra						
Deskripsi Mata Kuliah	Pada Mata Kuliah ini, mahasiswa mampu membangun kepribadian yang humanis, memiliki jiwa kepemimpinan untuk kemajuan peradaban manusia, taat hukum, adil, memiliki etos kerja kreatif, inovatif , dinamis dan unggul; sehat dan adaptif; memiliki kesadaran social, toleran, dan memiliki sikap moderasi beragama, harmoni dengan alam lingkungan						
Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes	**Program Learning Outcomes (PLO) / CPL PRODI**						
	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika.						
	Course Learning Outcomes (CLO)					**PLO yang di dukung**	
	CLO 1	Mampu memahami konsep akhlak mulia melalui ajaran agama untuk membentuk manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa serta menghargai perbedaan (C2)					
	CLO 2	Mampu mengimplementasikan konsep keimanan dan ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa dalam kehidupan sehari-hari (C3, P3)					

Penilaian	**Id CLO**	**Bobot per Bentuk Penilaian**				**TOTAL BOBOT PER CLO**
		HASIL PROYEK		**AKTIVITAS**	**KOGNITIF/PENGETAHUAN**	
		TUGAS BESAR 1	**TUGAS BESAR 2**	**MENTORING**	**KUIS**	
	CLO 1	30		10	10	50
	CLO 2		30	10	10	50
	Total per penilaian	**30**	**30**	**20**	**20**	**100**

Pustaka	**Utama:**	
	BUKU: A. Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia, Direktorat Jendral Pembelajaran dan Kemahasiswaan. Pendidikan Agama Hindu untuk Perguruan Tinggi, Ristekdikti, 2016.	
	Pustaka Pendukung:	
	1. Astana, I Made, C.S. Anomdiputra, Kautilya (Canakya) Arthasastra, Paramita, Surabaya, 2003. 2. Lancar, I Ketut, dkk, Materi Pokok Nitisastra, Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Hindu Departemen Agama RI, Jakarta, 2009. 3. Maswinara, I Wayan, Tujuan Pengembaraan Kehidupan Manusia, Paramita, Surabaya, 2000. 4. Parisada Hindu Dharma Pusat, Swastikarasa Pedoman Ajaran Agama Hindu, Jakarta,2013. 5. Pudja, I Gde, Bhagawag Gita, Paramita, Surabaya, 2003. 6. Pudja, I Gde dan Tjokorda Rai Sudharta. Manava Dharmasastra atau Veda Smrti. Surabaya: Paramita, 2004. 7. Pudja, I Gde dan Rai Sudharta, Manawa Dharmasastra (Manu Dharmasastra) atau Weda Smrti, Widya Dharma, Denpasar, 2012 8. Tim Penyusun, Pendidikan Agama Hindu Untuk Perguruan Tinggi Umum, Dirjen Bimbingan Masyarakat Hindu Kementerian Agama RI, Jakarta, 2012. 9. Tim Penyusun, Pedoman Kerukunan Umat Beragama Hindu. Jakarta : CV. Mitra Abadi Press, 2007. 10. Titib, I Made, Dr. Ketuhanan Dalam Weda, Pustama Manik Geni, Denpasar, 1995. 11. Titib I Made Dr, Veda sabda Suci. Surabaya. Paramita, 2003. 12. Titib I Made Dr, Teologi & Simbol-Simbol Dalam Agama Hindu. Surabaya. Paramita, 2003. 13. Titib I Made Dr, Keutamaan Manusia dan Pendidikan Budhi Pekerti, Paramita, 14. Wiana I Ketut M.Ag,Tri Hita Karana Menurut Konsep Hindu. Paramita: Surabaya, 2007. 15. Wiranta, I Gede A.B. Dasar-dasar Etika dan Moralitas. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2005 16. Wisnu, I Gede Ardhana. Mengendalikan dan Menaklukan Musuh-musuh Dalam Diri Manusia. Manikgeni, Jakarta, 2001	
Media Pembelajaran	**Software:**	**Hardware :**
	Ppt, Video, R dan R Studio	Laptop/Komputer
TeamTeaching	Dosen Pengampu MK Agama Hindu	
Matakuliah Syarat	-	
Ambang Batas Kelulusan	50,01	
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%	

MINGGU KE-	**ID CLO**	**DESKRIPSI SUB CLO**	**INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO**	**BENTUK ASSESMEN**	**MATERI**	**METODE**	**LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)**	**DALAM JARINGAN (DARING)**	**BOBOT SUB CLO**
1	CLO 1	Mampu memahami ranah; Ilmu Pengetahuan, Filsafat, dan Agama	Ketepatan dan kelengkapan dalam menjelaskan pengertian ilmu pengetahuan, filsafat, dan Agama	Tugas Besar 1	1. Pengertian Ilmu Pengetahuan, Filsafat, dan Agama	Kognitif/ Pengetahuan	Penjelasan konsep dasar dan diskusi [2x50 menit]		
2	CLO 1	Mampu menjelaskan urgensi pendidikan Hindu dalam membangun kepribadian yang humanis.	Kemampuan menjelaskan urgensi pendidikan Hindu dalam membangun kepribadian humanis; Memahami landasan historis, sosiologis, filosofis, dan dinamika pendidikan Hindu dalam membangun kepribadian humanis.	Kuis, Tugas Besar 1	2. Peran dharma widya dalam meningkatkan sradha dan bhakti 1. Panca Sradha 2. Tri Kerangka Dasar Agama Hindu	Kognitif/ Pengetahuan	Penjelasan konsep dasar dan diskusi [2x50 menit]		2,5
3	CLO 1	Mampu mendeskripsikan esensi dan urgensi pembelajaran sejarah perkembangan agama Hindu	Ketepatan menjelaskan Sejarah Perkembangan Agama Hindu, dan membangun Argumen Tentang Pentingnya Pembelajaran Sejarah Perkembangan Agama Hindu	Kuis, Tugas Besar 1	Peran Sejarah Perkembangan Agama Hindu Dalam memberi Pembelajaran Yang Positif bagi kemajuan peradaban manusia. 1. Menelusuri peran sejarah perkembangan Agama Hindu 2. Pentingnya pembelajaran sejarah perkembangan agama Hindu 3. Menggali sumber historis dalam pemetaan sejarah Agama Hindu.	Kognitif/ Pengetahuan Penyampaian materi dalam bahasa inggris		Review materi dalam bentuk diskusi pendefinisian pertanyaan penelitian [2x50 menit]	2,5
4	CLO 1	Mampu mendeskripsikan Konsep dan historis dan filosofis dharma widya dalam meningkatkan sradha dan bhakti.	Ketepatan menjelaskan konsep dharma widya, historis dan filosofis tentang dharma widya dalam membangun sradha dan bhakti mahasiswa.	Kuis, Tugas Besar 1	Teologi Hindu dalam meningkatkan sradha bhakti 1. Konsep ketuhanan dalam Weda 2. Rta hukum abadi dari Tuhan 3. Tri Kona dan Panca Sradha	Kognitif/ Pengetahuan	Penjelasan materi dan pemberian contoh [2x50 menit]		2,5
5	CLO 1	Mampu mendiskripsikan Esensi dan urgensi studi veda dalam membangun pemahaman tentang eksistensi weda sebagai kitab suci dan sumber hukum.	Ketepatan menjelaskan konsep dan studi weda, mampuan menerapkan nilai-nilai ajaran Weda; menggali sumber historis dan filosofis studi veda sebagai kitab suci dan sumber hukum.	Tugas Besar 1	Studi Veda Dalam Memahami Eksistensi Veda Sumber Hukum. 1. Weda sebagai wahyu Tuhan 2. Sruti dan Smrti 3. Sumber Hukum Hindu	Aktivitas Partisipatif (Case-based) Penyampaian materi dalam bahasa inggris		Review materi dalam bentuk diskusi pengumpulan dan pengorganisasian data [2x50 menit]	

6	CLO 1	Mampu menjelaskan konsep Hindu dalam membangun kepribadian yang berjiwa pemimpin, taat hukum, kreatif, sehat, dan adaptif.	Ketepatan menjelaskan sumber filosofis, teologis, dan sosiologis tentang sumber hukum Hindu dalam membangun kepribadian mahasiswa yang berjiwa pemimpin, taat hukum, kreatif, sehat, dan adaptif.	Kuis, Mentoring, Tugas Besar 1	Konsep Hindu dalam membangun kepribadian berjiwa pemimpin 1. Siapakah Manusia Hindu itu? 2. Catur Purusa Artha Sebagai Landasan Hidup 3. Brahmacari Sebagai Etika Hidup Mahasiswa	Hasil Proyek (Project-based)	Penjelasan materi dan diskusi identifikasi permasalahan [2x50 menit]		7,5
7	CLO 1	Mampu mendeskripsikan Urgensi menggali sumber historis, sosiologis, dan filosofis ajaran Hindu dalam membangun kesadaran mahasiswa sebagai makhluk sosial.	Ketepatan menjelaskan sumber hukum Hindu, dan menggali historis, sosiologis, dan filosofis tentang ajaran Hindu dalam membangun kesadaran mahasiswa sebagai makhluk sosial.	Mentoring, Tugas Besar 1	Peran Dharma Widya dalam membangun kesadaran social 1. Catur paramitha 2. Tri Parartha 3. Panca Yama Brata 4. Panca Nyama Brata	Hasil Proyek (Project-based)	Review materi berupa latihan studi kasus menggunakan statistical tools [2x50 menit]		5
8	CLO 1	Mampu menjelaskan peran ilmu pengetahuan, filsafat, agama untuk membangun kepribadian yang moderat, sikap religious secara faktual, berjiwa pemimpin dan taat hukum.	Ketepatan menjelaskan peran ilmu pengetahuan, filsafat, agama untuk membangun kepribadian yang moderat, sikap religious secara faktual, berjiwa pemimpin dan taat hukum.	TUGAS BESAR 1	1. Pentingnya Ilmu pengetahuan, Filsafat, dan Agama untuk meningkatkan kualitas kemanusiaan. 2. Fungsi Dharma Widya dalam membangun jiwa beretoskerja kreatif, inovatif, dan unggul. 3. Peran Brahma Widya dalam meningkatkan sradha dan bhakti berlandaskan ajaran Panca Sradha dan Tri Kerangka Dasar Agama Hindu. 4. Spirit ajaran Weda dalam menumbuhkan kepribadian berjiwa pemimpin, dan memiliki kecerdasan social untuk mewujudkan kesejahteraan social.	Hasil Proyek (Project-based)		Review materi, diskusi (2x50 menit)	30
9	CLO 2	Mampu menjelaskan dasar-dasar ajaran susila/etika Hindu, dan dinamikanya dalam membangun moralitas manusia.	Ketepatan menjelaskan tentang sumber teologis dan filosofis ajaran susila/etika Hindu, serta dinamikanya dalam membangun moralitas mahasiswa Hindu.	Mentoring, Tugas Besar 2	Ajaran Susila dalam membangun moralitad 1. Dasar-dasar moralitas dalam Bhagawadgita 2. Tri Kaya Parisudha sebagai landasan moral 3. Peran keluarga, Perguruan Tinggi, dan lingkungan 4. Pemanfaatan Teknologi	Kognitif/ Pengetahuan		Review materi berupa latihan studi kasus menggunakan statistical tools [2x50 menit]	5
10	CLO 2	Mampu mendiskrifsikan sumber historis, sosiologis, dan filosofis seni keagamaan dalam membentuk kepribadian yang estetis.	Ketepatan menjelaskan konsep dan urgensi peran seni keagamaan Hindu; dapat menggali sumber historis, sosiologis, dan filosofisnya dalam membentuk kepribadian yang estetis.	Kuis, Mentoring, Tugas Besar 2	Seni keagamaan membentuk kepribadian estetis 1. Satya, siwam,sundaram sebagai konsep hidup 2. Konsep seni dalam Hindu 3. Jenis dan bentuk seni keagamaan Hindu.	Kognitif/ Pengetahuan	Penjelasan materi dan pemberian contoh [2x50 menit]		7,5
11	CLO 2	Mampu mendeskripsikan esensi dan urgensi nilai-nilai Hindu dalam membangun kerukunan intern dan antar umat beragama dan pemerintah	Ketepatan menjelaskan tentang konsep ajaran Hindu, serta dinamikanya, dalam mewujudkan kerukunan, persatuan dan kesatuan bangsa.	Tugas Besar 2	Konsep ajaran Weda dalam membangun kerukunan 1. Tatwam asi dan wasudaiwa kutumbhakam 2. Ahimsa 3. Sad Ripu, Sad Atatayi 4. Sapta Timira 5. Catur Prawerti 6. Catur Guru	Aktivitas Partisipatif (Case-based)		Review materi berupa latihan studi kasus menggunakan statistical tools [2x50 menit]	
12	CLO 2	Mampu mengaplikasikan dan bekerja dengan data dengan cara yang etis	Ketepatan menjelaskan tentang konsep ajaran Tri Hita Karana dalam mewujudkan toleransi, harmonisasi dan kesejahteraan masyarakat.	Kuis, Tugas Besar 2	Tri Hita Karana mewujudkan toleransi dan harmonisasi 1. Parahyangan 2. Pawongan 3. Palemahan	Hasil Proyek (Project-based)	Penjelasan konsep dasar dan diskusi [2x50 menit]		2,5
13	CLO 2	Mampu mendiskripsikan konsep moderasi beragama dalam mewujudkan kecerdasan sosial menuju pada persatuan dan kesatuan bangsa dan negara.	Ketepatan dalam menguraikan tentang indikator moderasi beragama dalam mewujudkan persatuan dan kesatuan bangsa dan negara.	Kuis, Tugas Besar 2	Konsep moderasi beragama dalam Hindu 1. Konseptual moderasi dalam Hindu 2. Implementasi moderasi beragama 3. Penguatan moderasi beragama menurut Hindu	Hasil Proyek (Project-based)	Penjelasan konsep dasar dan diskusi [2x50 menit]		2,5
14	CLO 2	Mampu mendiskripsikan hakekat Tri Kaya Parisudha dan Panca Satya dalam mewujudkan kehidupan yang harmoni	Ketepatan menguraikan indikasi dari pengejawantahan ajaran Tri Kaya Parisudha dan Panca Satya dalam kehidupan	Kuis, Tugas Besar 2	Membangun kehidupan sejahtera, nyaman, harmoni dan indah 1. Teri Kaya Parisudha 2. Panca Satya 3. Tri Parartha	Hasil Proyek (Project-based)	Review materi menggunakan workbook [2x50 menit]		2,5
15	CLO 2	Mampu mendeskripsikan konsep hidup Panca Wida, dan suasana kehidupan dalam keluarga yang sukhinah.	Ketepatan menjelaskan implementasi Panca Wida dalam membangun keluarga Sukhinah sebagai bagian dalam mewujudkan persatuan dan kesatuanbangsa dan negara.	Tugas Besar 2	Membangun Keluarga Sukhinah 1. Konseptual keluarga sukhinah 2. Pawiwahan dalam tradisi Hindu 3. Panca Wida 4. Kewajiban anggota keluarga	Aktivitas Partisipatif (Case-based)	Review materi, diskusi [2x50 menit]		
16	CLO 2	Mampu mendeskripsikan implementasi kepribadian yang mulia, menghargai keberagaman, bersikap adil, memiliki etos kerja kreatif, inovatif , adaptif, dinamis dan unggul.	Ketepatan menjelaskan implementasi kepribadian yang mulia, menghargai keberagaman, bersikap adil, memiliki etos kerja kreatif, inovatif , adaptif, dinamis dan unggul.	TUGAS BESAR 2	1. Spirit ajaran Tattwam Asi, dan Bhineka Tunggallka, dan Wasudewa Kutumbhakam 2. perspektif Hindu. 3. Konsep Sad Kirthi 4. keluarga sukhinah berbasis ajaran Catur Purusha Artha	Hasil Proyek (Project-based)		Presentasi, Review materi, diskusi (2x50 menit)	30

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
PROGRAM STUDI NOT DEFINED
FAKULTAS NOT DEFINED

Identitas Mata Kuliah	NAMA MK	KODE MK	RUMPUN MATA KULIAH	MITRA PENGEMBANG RPS	BOBOT (SKS)		SEMESTER	Direvisi
	Agama Islam	UAKXACB2	Ilmu Terapan		2			03 Juni 2024

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ka PRODI
	Dr. Deden Syarif Hidayatulloh, S.Ag., M.Pd.I		

Deskripsi Mata Kuliah	MK Agama Islam mempunyai peranan dan posisi yang strategis dalam pengembangan intelektualitas, meningkatkan wawasan ke-Islaman dan keterampilan pengamalan ajaran Islam, dalam membentuk karakter, keadaban mahasiswa bermartabat untuk mewujudkan manusia yang beriman, bertaqwa dan Berakhlaq.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes

Program Learning Outcomes (PLO) / CPL PRODI	
PLO 1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral dan etika

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang di dukung
CLO1	Mampu memahami konsep akhlak mulia melalui ajaran agama untuk membentuk manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa serta menghargai perbedaan (C2)	PLO 1
CLO2	Mampu mengimplementasikan konsep keimanan dan ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa dalam kehidupan sehari-hari (C3, P3)	PLO 1

Penilaian

	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						
	Kognitif/Pengetahuan		Aktivitas Partisipatif			Hasil Proyek	
Id CLO	Tugas (Aktivitas Partisipatif/Cased based)	Kuis & Forum (Kognitif/Pengetahuan)	TUGAS BESAR 1 (HASIL Project/Project)	TUGAS BESAR 12(HASIL Project/Project)	MENTORING (Kognitif, Cased Based, dan Project Based)		TOTAL BOBOT PER CLO (%)
CLO1	7,5	5	25		10		**47,5**
CLO2	7,5	10		25	10		**52,5**
							0
							0
							0
per pen	**15**	**15**	**25**	**25**	**20**		**100**

Pustaka		
	Utama: ALQURAN DAN HADIS	Al-Qur'an dan Hadist
	Islam Pedoman Hidup dan Kehidupan, Edwrite Publishing. Bandung 2024, Ed.Baru. Deden Syarif Hidayatulloh dan tim	
	Pustaka Pendukung: -	Pengembangan Kepribadian PAI pada Perguruan Tinggi Umum, Depag, Dirjen Pendidikan Tinggi Islam, Jakarta 2019
	Sarah Rasmul Bayan Tarbiyah, penerbit Aulia Press, 2009 & buku Islam Agama Toleran, dan buku Praktis Ziswaf (Penelitian dosen) dll	

Media Pembelajaran	Software:	Hardware :
	Software: • OS : Windows : MS Office, ppt, Pdf Reader, Zoom met, G-Meet, Google classroom, Film	PC/Laptop

Team Teaching	Tim Dosen Agama Islam Universitas Telkom
Matakuliah prasyarat	

Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01	(nilai)
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%	(persentase)

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESMEN	MATERI	METODE	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN	BOBOT SUB CLO
1	CLO 1	Mahasiswa mampu memahami silabus MK dan mampu menerapkan bacaan Al-Qur'an	Mahasiswa mampu memahami silabus dan kontak belajar, serta bisa membaca baca Al-Qur'an untuk modal belajar dan ketenangan lahir bathin	Tugas, Mentoring, TUBES 1	Ta'aruf, Silabus dan Bacaan Quran	Ceramah, Tes bacaan qur'an dan problem based learning	Luring/Tatap Muka (2x50)		5
2	CLO 1	Mahasiswa mampu memahami Konsep alam dan manusia sebagai ciptaanNya	Mahasiswa mampu memahami Konsep Alam, konsep Manusia sebagai makhluk ciptaan Allah SWT yang mempunyai peranan penting untuk menjadi kholifah di muka bumi	TUBES 1	Alam dan Manusia	Problem based learning	Luring/Tatap Muka (2x50)		
3	CLO 1	Mahasiswa mampu memahami pentingnya urgensi Agama Islam sebagai pedoman hidup	Mahasiswa mampu memahami dan melaksanakan Islam, sehingga menjadi pribadi muslim yang kaffah (holistik)	Mentoring, TUBES 1	Urgensi Agama Islam	Ceramah, diskusi dan Project based learning	Luring/Tatap Muka (2x50)		2,5
4	CLO 1	Mahasiswa mampu memahami Konsep Tauhid, Ma'rifah dan Taqdir	Mahasiswa mampu memahami dan melaksanakan Tauhidullah (Ma'rifatullah), Ma'rifaturrosul dan konsep taqdir sehingga menjadi manusia yang kokoh, kuat dan merdeka dalam kehidupannya di dunia untuk mempersiapkan kehidupan akhiratnya	Kuis, Mentoring, TUBES 1	Tauhid, Ma'rifah dan Taqdir	Ceramah, diskusi dan Project based learning	Luring/Tatap Muka (2x50)		5
5	CLO 1	Mahasiswa mampu memahami sumber hukum Islam Al-Qur'an & As-Sunah serta Ijitihad sebagai undang-undang dan nilai	Mahasiswa mampu memahami dan melaksanakan sumber hukum Islam sebagai landasan dalam hidup dan dijadikan undang-undang (pedoman) dalam ibadah mahdoh dan ghoer mahdoh	Tugas, TUBES 1	al-Qur'an, Hadits dan Ijtihad	Problem based learning		Daring (1x70) Menonron Video (1x30 menit)	2,5
6	CLO 1	Mahasiswa mampu memahami dan menerapkan syariah ibadah (thoharoh, sholat, puasa dan haji/umrah)	Mahasiswa mampu memahami dan melaksanakan syariah ibadah dalam mewujudkan hamba Allah swt yang sholeh pribadinya (hablum minallah) sehingga berdampak pada sholeh sosial (hablum minnass dan hablum minal alam)	Tugas, TUBES 1	Thoharoh. Sholat, Puasa dan Haji	Problem based learning	Luring/Tatap Muka (2x50)		2,5

7	CLO 2	Mahasiswa mampu memahami konsep Akhlaq Ukhuwah dan Tasamuh	Mahasiswa mampu memahami dan melaksanakan Akhlaq, Ukhuwah dan Tasamuh dalam mewujudkan perdamaian dunia yang kompleks dengan perbedaan sehingga dapat mengambil nilai-nilai kebaikan	Kuis, Mentoring, TUBES 1	Akhlak Ukhuwah dan Tasamuh	Ceramah, diskusi dan Problem based learning (Ket. Bhs Inggris)		Daring (1x70) Menonron Video (1x30 menit)	5
8	CLO 1	Mahasiswa mampu memahami dan melaksanakan menjadi Khalifah fil Ard & Islam Holistik	Mahasiswa mampu memahami Alam, Manusia, Allah sebagai pencipta, Tauhid & Agama Islam, Sumber Hukum Islam, Syariah Ibadah dan Akhlaq	TUBES-1 (Artikel dan Video)	CLO 1	Project based learning		Daring (2x50)	25
9	CLO 2	Mahasiswa mampu memahami, menjelaskan Ekonomi Islam (Syariah Mu'amalah) sebagai kekuatan ekonomi Islam	Mahasiswa mampu memahami dan melaksanakan Ekonomi Islam (Syariah) sebagai pilar ajaran Islam, sehingga melaksanakan ekonomi syariah sebagai landasan berekonomi dan atau bermuamalah	Tugas, TUBES 2	Ekonomi Islam (Ziswaf dan Riba)	Ceramah, diskusi dan Project based learning	Luring/Tatap Muka (2x50)		2,5
10	CLO 3	Mahasiswa mampu memahami etos kerja, etika profesi dan entrepreneur Islam	Mahasiswa mampu memahami dan melaksanakan Etos Kerja, Etika Profesi dan Entrepreneur Islami untuk mendapatkan pranata kehidupan yang sejahtera di dunia sebagai bekal kehidupan	Kuis, Mentoring, TUBES 2	Etos Kerja, Etika Profesi dan Entrepreneur Islam	Project based learning		Daring (1x70) Menonron Video (1x30 menit)	5
11	CLO 2	Mahasiswa mampu memahami konsep pernikahan Islami	Mahasiswa mampu memahami arti Menikah Islami dalam Mewujudkan Keluarga Samara untuk kebahagiaan dunia yang sejahtera dan akherat yang selamat	Kuis, TUBES 2	Konsep Pernikahan Islami	Ceramah, diskusi dan Problem based learning	Luring/Tatap Muka (2x50)		2,5
12	CLO 2	Mahasiswa mampu memahami konsep Ghozwul Fikri dalam realita kehidupan	Mahasiswa mampu memahami dan mengetahui Ghozwul Fikri untuk memperkuat aqidah sehingga memiliki spritual keagamaan Islam yang kokoh dan kuat	Kuis, Mentoring, TUBES 2	Ghozwul Fikri	Problem Solving. Learning dan Project based learning		Daring (2x50), nonton vedeo	5
13	CLO 2	Mahasiswa mampu memahami masjid sebagai Baitullah, Baitul Maal dan Baitul Mu'amalah serta Dakwah sebagai perjuangan Islam	Mahasiswa mampu memahami Masjid dan Dakwah Islam secara fungsi dan peranannya dan ruang lingkupnya untuk menguatkan peradaban Islam yang membumi	Tugas, Mentoring, TUBES 2	Masjid dan Dakwah	Ceramah, diskusi dan Problem based learning		Daring (2x50)	5
14	CLO 2	Mahasiswa mampu memahami politik Islam dan Masyarakat Madani	Mahasiswa mampu memahami Politik dan Masyarakat Madani sehingga dapat memperjuangkan keadilan dan kesejahteraan hidup yang Madani	Tugas, TUBES 2	Politik Islam dan Masyarakat Madani	Ceramah, diskusi dan Problem based learning	Luring/Tatap Muka (2x50)		2,5
15	CLO 2	Mahasiswa mampu memahami Ilmu Pengetahuan Teknologi dan Seni dalam Perspektif Islam	Mahasiswa mampu untuk memahami dan melaksanakan IPTEKS dalam Islam demi terwujud penguasaan ilmu dan pengetahuan, teknologi dan seni untuk kehidupan yang lebih baik	Kuis, Mentoring, TUBES 2	Ipteks dalam Persfektif Islam, Keutamaan Orang Berilmu dan Tanggungjawab Ilmuwan Muslim	Project based learning (Ket. Bhs Inggris)	Luring/Tatap Muka (2x50)		5
16	CLO 2	Mahasiswa mampu memahami dan menjadi profile Muslim sejahteran yang rahmatan lil'alamin	Terciptanya mahasiswa yang memahami menjadi profile Muslim sejahteran yang RA…	TUBES-2 (Poster/Maind Maping)	CLO 2	Project based learning		Daring (2x50)	25

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
PROGRAM STUDI NOT DEFINED
FAKULTAS NOT DEFINED

Identitas Mata Kuliah	**NAMA MK**	**KODE MK**	**RUMPUN MATA KULIAH**	**MITRA PENGEMBANG RPS**	**BOBOT (SKS)**		**SEMESTER**	**Direvisi**
	AGAMA	UAKXCCB2	Ilmu Terapan		2 sks			11 Juni 2024
Otoritas	**Pengembang RPS**			**Ketua Kelompok Keahlian**			**Ka PRODI**	
	Jh Fandi Gilar Saputro, S.S., M.Fil			-				
Deskripsi Mata Kuliah	Mata kuliah ini membahas pentingnya membangun kesadaran serta peningkatan kapasitas mahasiswa Katolik yang memahami asal usul, hakikat dan tujuan hidup manusia yang bermartabat.							

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes

Program Learning Outcomes (PLO) / CPL PRODI	
PLO 1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika

Course Learning Outcomes (CLO)		**PLO yang di dukung**
CLO1	Mampu memahami konsep akhlak mulia melalui ajaran agama untuk membentuk manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa serta menghargai perbedaan (C2)	PLO 1
CLO 2	Mampu mengimplementasikan konsep keimanan dan ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa dalam kehidupan sehari-hari (C3, P3)	PLO 1

Penilaian

	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						
Id CLO	**Aktivitas Partisipatif**		**Kognitif/Pengetahuan**			**Hasil Proyek**	**TOTAL BOBOT PER CLO (%)**
	Tugas	**Mentoring**		**Ujian**	**Quiz**	**Tugas Besar**	
CLO1	10	10		30			**50**
CLO2		10			5	35	**50**
CLO3							**0**
CLO4							**0**
CLO5							**0**
per pen	**10**	**20**		**30**	**5**	**35**	**100**

Pustaka	**Utama:**	
	1. Lembaga Biblika Indonesia.2001.Alkitab Deuterokanonika.Jakarta:LBI	
	Pustaka Pendukung: -	
	1. Komisi Kateketik KWI.2011.Kurikulum Pendidikan Agama Katolik di Perguruan Tinggi Umum.Jakarta:Komkat KWI	
Media Pembelajaran	**Software:**	**Hardware :**
	Microsoft word, Mendeley, Mind map, Celoe (LMS)	-
Team Teaching	Jh Fandi Gilar Saputro, S.S., M.Fil	
Matakuliah prasyarat		
Ambang Batas Kelulusan	50,01	(nilai)
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%	(persentase)

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESMEN	MATERI	METODE	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN	BOBOT SUB CLO
1	CLO 1	Mahasiswa mampu mengerti dan memahami dasar, tujuan, dan capaian dari materi perkuliahan.	Mahasiswa mengerti peraturan yang diterapkan dalam kuliah	Ujian	Pengantar Kuliah	Problem based learning	2x50'		
2	CLO 1	Mahasiswa mampu mengerti dan memahami materi konsep diri sebagai manusia religius.	Mahasiswa mampu berdiskusi di dalam kelas	Ujian, Mentoring	Pribadi Manusia	Problem based learning	2x50'		2,5
3	CLO 1	Mahasiswa mampu mengerti dan memahami materi konsep diri sebagai manusia religius.	Mahasiswa mampu berdiskusi di dalam kelas	Ujian, Tugas CLO 1	Pria dan Wanita	Problem based learning (bahasa inggris)		2x50' Tugas 1: Membuat Mind Map	5
4	CLO 1	Mahasiswa mampu mengerti dan memahami tugas dan potensinya sebagai manusia yang religius.	Mahasiswa mampu berdiskusi di dalam kelas dengan contoh hidup	Ujian, Mentoring	Menjadi Katolik	Problem based learning		2x50'	2,5
5	CLO 1	Mahasiswa mampu mengerti dan memahami makna Agama dan Religiusitas terutama dalam konteks agama Wahyu.	Mahasiswa mampu berdiskusi di dalam kelas dengan contoh hidup	Ujian, Tugas CLO 1	Gereja	Problem based learning	2x50' Tugas 2 : Review Mind Map		5
6	CLO 1	Mahasiswa mampu mengerti dan memahami pengertian Agama dan Religiusitas dalam konteks hidup sehari-hari.	Mahasiswa mampu berdiskusi di dalam kelas dengan contoh hidup	Ujian	Hierarki	Problem based learning	2x50'		
7	CLO 1	Mahasiswa mampu mengerti dan mengkorelasikan nilai-nilai luhur dalam Agama dan Religiusitas dalam konteks hidup sosial.	Mahasiswa mampu berdiskusi di dalam kelas dengan contoh hidup	Ujian, Mentoring	Bentuk Hidup	Problem based learning	2x50'		2,5
8	CLO 1	Mahasiswa mampu menghayati Alkitab dan tradisi Gereja sebagai sumber utama mengenal Yesus Kristus.	Mahasiswa mampu berdiskusi di dalam kelas dengan contoh hidup, dan penerapan nilai-nilai hidup kedepannya	Ujian, Mentoring	Keragaman Agama	Problem based learning (bahasa inggris)	2x50'		2,5

9	CLO 1	**UJIAN**				Problem based learning		2x50' CLO 1	30
10	CLO 2	Mahasiswa mampu mengenal dan mempraktekkan teori iman pada Yesus Kristus.	Mahasiswa mampu merenungi pengalaman hidup bersama Yesus dan sharing di dalam kelas dengan contoh hidup, dan penerapan nilai-nilai hidup kedepannya	Tugas Besar	Kuliah Umum	diskusi dan problem based learning	2x50'		
11	CLO 2	Mahasiswa mampu menghayati dan mempraktekkan ajaran iman dalam hidup sehari-hari.	Mahasiswa mampu merenungi pengalaman hidup bersama Yesus dan sharing di dalam kelas dengan contoh hidup, dan penerapan nilai-nilai hidup kedepannya	Tugas Besar	Tujuan Perkawinan Katolik	Problem based learning	2x50'		
12	CLO 2	Mahasiswa mampu memahami, mengimani, dan mempraktekkan Sakramen-Sakramen gereja dalam penerapan hidup sehari-hari.	Mahasiswa mampu merenungi pengalaman hidup sakramental dan sharing di dalam kelas dengan contoh hidup, dan penerapan nilai-nilai hidup kedepannya	Tugas Besar	Identitas Perkawinan Katolik	diskusi dan problem based learning	2x50'		
13	CLO 2	Mahasiswa mampu mengerti dan memahami teori-teori iman dan etika Katolik.	Mahasiswa mampu menghayati hierarki Gereja dan sharing di dalam kelas dengan contoh hidup, dan penerapan nilai-nilai hidup kedepannya	Tugas Besar	Sahnya Perkawinan Katolik	diskusi dan problem based learning	2x50'		
14	CLO 2	Mahasiswa mampu mengerti dan mempraktekkan hidup beriman dalam konteks bermasyarakat.	Mahasiswa mampu merenungi Ajaran Sosial Gereja dan sharing di dalam kelas dengan contoh hidup, dan penerapan nilai-nilai hidup kedepannya	Tugas Besar, Kuis	Misi Perkawinan Katolik	diskusi dan problem based learning		2x50'	5
15	CLO 2	Mahasiswa mampu memahami, mengimani, dan mempraktekkan teori iman dan etika katolik dalam hidup sehari-hari.	Mahasiswa mampu menerapkan prinsip hidup iman kristiani dalam hidup sehari-hari	Tugas Besar	Proprietas Perkawinan Katolik	diskusi dan problem based learning	2x50'		
16	CLO 2	Mahasiswa mampu memahami, mengimani, dan mempraktekkan teori iman dan etika katolik dalam hidup sehari-hari.	Mahasiswa mampu menerapkan prinsip hidup iman kristiani dalam hidup sehari-hari	Tugas Besar	Tugas Besar	Problem based learning	2x50'		35

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
PROGRAM STUDI NOT DEFINED
FAKULTAS NOT DEFINED

Identitas Mata Kuliah	**NAMA MK**	**KODE MK**	**RUMPUN MATA KULIAH**	**BOBOT(SKS)**		**SEMESTER**	**Direvisi**
	Agama Kristen	UAKXBCB2	ILMU TERAPAN	2		1 atau 2	Jul-24
Otoritas	**Pengembang RPS**		**Ketua Kelompok Keahlian**			**Ka PRODI**	
	Pdt MARIETTA, S.Th, M.A, M.Th						
Deskripsi Mata Kuliah	Pendidikan Agama Kristen dan Etika memberikan landasan hidup mahasiswa Kristen, terkait wawasan dunia meliputi pengertian akan Siapakah Allah, Manusia dan Dosa, serta implikasinya bagi kehidupan manusia, etika, pergaulan pribadi, keluarga dan berbangsa dan bernegara.						
Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes	**Program Learning Outcomes (PLO) / CPL PRODI**						
	PLO 1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika					
	Course Learning Outcomes (CLO)					**PLO yang di dukung**	
	CLO 1	Mampu memahami konsep akhlak mulia melalui ajaran agama untuk membentuk manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa serta menghargai perbedaan (C2)				PLO 1	
	CLO 2	Mampu mengimplementasikan konsep keimanan dan ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa dalam kehidupan sehari-hari (C3, P3)				PLO 1	

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian				TOTAL BOBOT PER CLO
	KOGNITIF/PENGETAHUAN	HASIL PROYEK		AKTIVITAS PATISIPATIF	
	QUIZ	TUGAS BESAR 1	TUGAS BESAR 2	Mentoring	
CLO 1	10	30		10	50%
CLO 2	10		30	10	50%
otal per penilaia	**20**	**30**	**30**	**20**	**100%**

Pustaka	**Utama:**	
	1. Alkitab, Lembaga Alkitab Indonesia	
	Pustaka Pendukung: -	
	1.Becker, Dieter, 1993. Pedoman Dogmatika. Jakarta: BPK Gunung Mulia.	
	2.Niftrik , G.C van & Boland, B.J., 1987. Dogmatika Masakini. Jakarta: BPK Gunung Mulia.	
	3.Verkuyl, J, 1993. Etika Kristen Bagian Umum. Jakarta: BPK Gunung Mulia.	
	5.Marx , Dorothy I. Itu 'Kan Boleh?. Bandung: Kalam Hidup.	
	6.Yudho, Bambang, 2006. How To Overcome Occultism?. Yogyakarta: ANDI.	
	7.Hawkins, Craig S, 2004. Seluk Beluk Sihir. Yogyakarta: ANDI.	
Media Pembelajaran	**Software:**	**Hardware :**
	CeLOE (LMS)	
TeamTeaching	Tim Dosen Mata Kuliah Agama Kristen	
MatakuliahSyarat		
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01	
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%	

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESMEN	MATERI	METODE	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT SUB CLO
1	CLO 1	Mahasiswa Memahami dan menjelaskan secara Alkitabiah, sehingga iman mereka kepada Yesus Kristus yang adalah TUHAN benar-benar mendasar.	Ketepatan pemahaman dan penjelasan yang benar akan konsep keTuhanan Yesus Kristus	Quiz	Allah Tritunggal	a. problem based learning b. Ceramah dan diskusi	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)		
2	CLO 1	Mahasiswa Memahami dan menjelaskan secara Alkitabiah, sehingga iman mereka kepada Yesus Kristus yang adalah TUHAN benar-benar mendasar.	Ketepatan pemahaman dan penjelasan yang benar akan konsep keTuhanan Yesus Kristus	MENTORING	Allah Tritunggal	a. problem based learning b. Ceramah dan diskusi	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)		
3	CLO 1	Mahasiswa Memahami dan menjelaskan secara Alkitabiah arti "segambar dengan Allah" sehingga dia dapat hidup dalam penghargaan akan dirinya sendiri.	Ketepatan pemahaman dan penjelasan yang benar akan konsep manusia dan gambar diri	Quiz	Manusia	a. problem based learning b. Ceramah dan diskusi	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)		
4	CLO 1	Mahasiswa Memahami dan menjelaskani arti "dosa" yang tidak sekedar pelanggaran akan kesepuluh Hukum Taurat, sebab dosa adalah "segala sesuatu yang tidak tepat pada sasaran Allah".	Ketepatan pemahaman dan penjelasan yang benar akan konsep dosa serta keberanian mengakui dosa-dosanya (khususnya keterlibatan dengan Game Online)	Quiz	Dosa		LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)		
5	CLO 1	Mahasiswa Memahami dan menjelaskan bahwa Yesus adalah Tuhan, satu-satunya "jalan, kebenaran & hidup" sebab hanya oleh Dia-lah manusia beroleh keselamatan & hidup yang kekal, sekarang maupun nanti	Ketepatan pemahaman dan penjelasan yang benar akan konsep keselamatan	Quiz	Keselamatan	a. problem based learning b.. Ceramah dan diskusi	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)		
6	CLO 1	Mahasiswa Memahami dan menjelaskan arti "IMAN" yang sesungguhnya. Sebuah kata yang tidak hanya memiliki arti "percaya" tetapi kata yang dapat membawa manusia kepada sebuah perjalanan hati melampaui apa yang dapat dipikirkan & dilakukan oleh manusia itu sendiri. Iman kepada Yesus Kristus sebagai Juruselamat yang akan membawa manusia tidak hanya kepada sebuah "kepercayaan" semata tetapi iman yang akan membawa manusia kepada sebuah kehidupan yang "benar-benar hidup". Kehidupan yang berdampak bagi bumi & seisinya ini.	Ketepatan pemahaman dan penjelasan yang benar akan konsep iman dan aplikasinya	Quiz	Iman		LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)		
7	CLO 1	Mahasiswa Memahami dan menjelaskani arti pertobatan yang tidak sekedar "berbalik" tetapi sebuah keputusan berhenti, berbalik lalu bergerak ke arah yang benar-benar berbeda dari sebelumnya. Pertobatan yang berasal dari perubahan akal budi, seperti Metamorfosis yang dialami ulat hingga akhirnya menjadi seekor kupu-kupu yang cantik. Pertobatan yang akan membawa manusia kepada sebuah kehidupan yang telah lahir baru baik dalam tujuan maupun gaya hidupnya	Ketepatan ppemahaman dan penjelasan yang benar akan konsep pertobatan dalam hidup sehari-hari	MENTORING	Pertobatan	a. problem based learning b. blended learning c. Ceramah dan diskusi (bahasa inggris)		DALAM JARINGAN (DARING)	
8	CLO 1	Mahasiswa Memahami dan menjelaskan tugas yang diberikan sebagai bentuk aplikasi dari setiap materi yang telah dipelajari	Ketepatan pemahaman dan penjelasan yang benar akan materi yang telah disampaikan	TUGAS BESAR 1	Tritunggal, Manusia, Dosa, Keselamatan, Iman, Pertobatan	Membuat Resume dan Video kreatif		DALAM JARINGAN (DARING)	
9	CLO 2	Mahasiswa Memahami dan menjelaskan bahwa keselamatan yang telah diberikan oleh Yesus melalui kematianNya di kayu salib bukanlah sebuah "SIM" untuk hidup tanpa aturan. Sebab justru di dalam keselamatan itu manusia "diikat" dalam aturan yang baru yaitu "aturan Kasih". Hal yang akan menjadi petunjuk dalam setiap langkah manusia. Sebab ketika di dunia ini ada begitu banyak peraturan maupun norma, hidup baru yang dibawa oleh Yesus benar-benar adalah sebuah kehidupan yang terikat kepada aturan sorgawi. Mengenal dasar-dasar Etika Kristen baik secara umum maupun secara khusus (Sexualitas, Bisnis, dsb) akan membawa langkah kaki manusia hidup dimotivasi oleh satu hal saja "kemuliaan bagi Allah"	Ketepatan pemahaman dan penjelasan akan Etos Kerja Kristen serta bagaimana mengaplikasikannya di dunia kerja	MENTORING	Etika	Melakukan Intervew tentang Etoskerja Dan Prensentasi hasil Intervew	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)		
10	CLO 2	Mahasiswa Memahami dan menjelaskan bahwa keselamatan yang telah diberikan oleh Yesus melalui kematianNya di kayu salib bukanlah sebuah "SIM" untuk hidup tanpa aturan. Sebab justru di dalam keselamatan itu manusia "diikat" dalam aturan yang baru yaitu "aturan Kasih". Hal yang akan menjadi petunjuk dalam setiap langkah manusia. Sebab ketika di dunia ini ada begitu banyak peraturan maupun norma, hidup baru yang dibawa oleh Yesus benar-benar adalah sebuah kehidupan yang terikat kepada aturan sorgawi. Mengenal dasar-dasar Etika Kristen baik secara umum maupun secara khusus (Sexualitas, Bisnis, dsb) akan membawa langkah kaki manusia hidup dimotivasi oleh satu hal saja "kemuliaan bagi Allah"	Ketepatan pemahaman dan penjelasan akan Etos Kerja Kristen serta bagaimana mengaplikasikannya di dunia kerja	MENTORING	Etika	Melakukan Intervew tentang Etoskerja Dan Prensentasi hasil Intervew (bahasa inggris)		DALAM JARINGAN (DARING)	
11	CLO 2	Mahasiswa Memahami dan menjelaskan bagaimana seharusnya orang Kristen berpartisipasi dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. -Peran serta apa yang dapat dilakukan dalam memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara. bagaimana hidup berdampingan dan bertoleransi antar umat beragama. -Serta mewaspadai akan bahaya dari paham-paham Radikalisme; baik yang berlatar belakang Agama; kesukuan dan kelompok-kelompok	Ketepatan pemahaman dan penjelasan akan konsep berbangsa dan bernegaran serta pemahaman mereka akan bahaya paham Radikalisme	Quiz	Berbangsa dan Bernegara	Ceramah dan diskusi		DALAM JARINGAN (DARING)	
12	CLO 2	Mahasiswa Memahami dan menjelaskanbahwa sebagai orang-orang yang telah dimerdekakan oleh Yesus, kemerdekaan itu bukanlah alasan untuk hidup dalam kegelapan & memakai kemerdekaannya untuk menyelubungi kejahatan-kejahatannya. Sebaliknya kemerdekaan yang telah Yesus berikan adalah dasar untuk benar-benar hidup seperti yang Yesus kehendaki, sehingga manusia hidup bukan lagi hanya di perkara-perkara "ini boleh & itu tidak boleh". Tetapi hidup dalam dimensi "apakah semua yang boleh itu BERGUNA & MEMBANGUN?" -diri sendiri maupun orang lain-	Ketepatan pemahaman dan penjelasan yang benar akan konsep pergaulan pr-nikah	Quiz	Pergaulan Pra-Nikah	Membuat Proposal Terkait Teman Hidup	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)		

13	CLO 2	Mahasiswa Memahami dan menjelaskan bahwa keputusan untuk menjalani komitmen dalam cinta dan pernikahan merupakan suatu keputusan yang sangat penting. Karena bersifat permanen dan menyangkut seluruh hidup seseorang. Pernikahan juga merupakan rencana Allah bagi manusia, sehingga ketika seorang hendak menjalaninya harus sesuai dengan kehendak Allah.	Ketepatan pemahaman dan penjelasan yang benar akan konsep cinta dan pernikahan	Quiz	Cinta Dan Pernikahan		LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)		
14	CLO 2	Mahasiswa Memahami dan menjelaskan arti "Pornografi" , penyebab & akibat yang ditimbulkannya ketika dirinya tidak dapat mengambil keputusan berkata "tidak" terhadap hal tersebut.	Ketepatan pemahaman dan penjelasan akan bahaya pornografi dan komitmen pribadi untuk menjadi bijak dalam mempergunakan akses	Quiz	Pornografi	Ceramah dan diskusi		DALAM JARINGAN (DARING)	
15	CLO 2	Mahasiswa Memahami dan menjelaskan arti "Okultisme" dan segala aktifitas yang terkait dengan hal tersebut, serta akibatnya. Sehingga sebagai manusia yang telah diselamatkan, kehidupannya benar-benar hanya bersandar kepada Allah saja	Ketepatan pemahaman dan penjelasan yang benar akan okultisme dan prakteknya	Quiz	Okultisme		LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)		
16	CLO 2	Mahasiswa Memahami dan menjelaskan tugas yang diberikan sebagai bentuk aplikasi dari setiap materi yang telah dipelajari	Ketepatan pemahaman dan penjelasan yang benar akan materi yang telah disampaikan	TUGAS BESAR 2	Etika, Berbangsa dan Bernegara, Pergaulan Pra Nikah, Cinta dan Pernikahan, Pornografi dan Okultisme	Membuat Resume dan Video kreatif		DALAM JARINGAN (DARING)	

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI DIPLOMA/SARJANA

UNIVERSITAS TELKOM

Identitas Mata Kuliah

Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
Bahasa Indonesia	UBKXCCB2	Ilmu Humaniora		2 SKS		1 Ganjil/Genap 2024/2025	28 Mei 2024

Otoritas

Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
Ttd Dr. Diyas Puspandari	Ttd	Ttd

Deskripsi Mata Kuliah

Kuliah ini merupakan mata kuliah wajib kurikulum yang memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada mahasiswa secara terbimbing dalam menulis karya ilmiah dan mempresentasikannya dengan baik, dimulai dari penulisan kata baku, pemakaian tanda baca, penulisan unsur serapan, penyusunan definisi, penyusunan kalimat dan paragraf, pemilihan topik, penyusunan kerangka, penyusunan karya ilmiah, penerapan konvensi karya tulis ilmiah, dan persiapan presentasi.

Program Learning Outcomes (PLO), Course Learning Outcomes (CLO), Sub-CLO

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO 1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO Yang Didukung
CLO 1	Mahasiswa mampu menggunakan kata baku, istilah, dan ejaan dengan benar serta mampu menyusun definisi, kalimat, dan paragraf dengan benar pada tulisan ragam ilmiah.	PLO 1
CLO 2	Mahasiswa mampu merumuskan topik hingga menyusun kerangka dan draf serta mampu menerapkan konvensi naskah karya tulis ilmiah.	PLO 1
CLO 3	Mahasiswa mampu menyusun dan merevisi karya ilmiah serta mampu mempresentasikannya dengan bahasa yang baik dan benar.	PLO 1

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)					TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif	Kognitif/Pengetahuan		Hasil Proyek		
	Tugas	Kuis 1		Tugas Besar 1	Tugas 2	
CLO 1	7,5	7,5				15
CLO 2		15		30		45
CLO 3		15			25	40
Total per penilaian	7,5	30		30	25	100

Pustaka

Utama:

1. Alwi, Hasan. 2003. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia (Edisi Ketiga)* . Jakarta: Balai Pustaka.
2. Puspandari, Diyas. 2020. *Handout Bahasa Indonesia.*
3. Puspandari, Diyas. 2023. *Ragam Kesalahan Umum Berbahasa Indonesia.* Bandung: CV Dida

Pustaka Pendukung:

1. Achmad. 2016. *Bahasa Indonesia untuk Perguruan Tinggi* . Jakarta: Erlangga.
2. Djuroto, Toto dan Bambang Suprijadi. 2002. *Menulis Artikel dan Karya Ilmiah* . Bandung: Rosdakarya.

Media Pembelajaran

Software :	Hardware :
CeLOE (LMS)	PC/Laptop, monitor

Team Teaching: Tim Dosen

Matakuliah Syarat:

Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa: 50,01

Ambang Batas Kelulusan MK: 85,50%

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-07-2	CLO 1 Mahasiswa mampu menggunakan kata baku, istilah, dan ejaan dengan benar serta mampu menyusun definisi, kalimat, dan paragraf dengan benar pada tulisan ragam ilmiah.	Ketepatan menerapkan kaidah penulisan kata baku dan ejaan pada tulisan ragam ilmiah, serta tidak melakukan kesalahan umum berbahasa Indonesia	tugas, kuis	(1) Pengantar (penjelasan RPS dan aturan kuliah); (2) Pentingnya keterampilan berbahasa Indonesia, kesalahan umum berbahasa Indonesia, bahasa baku dan fungsinya.	a) pemaparan materi (kognitif), b) problem based learning	2 x 50'		2,5
2	CLO-07-2	CLO 1 Mahasiswa mampu menggunakan kata baku, istilah, dan ejaan dengan benar serta mampu menyusun definisi, kalimat, dan paragraf dengan benar pada tulisan ragam ilmiah.	Ketepatan menerapkan kaidah penulisan istilah dan menyusun definisi pada tulisan ragam ilmiah	tugas, kuis	Ejaan, istilah, dan definisi	a) pemaparan materi (kognitif), b) problem based learning	2 x 50'		5
3	CLO-07-2	CLO 1 Mahasiswa mampu menggunakan kata baku, istilah, dan ejaan dengan benar serta mampu menyusun definisi, kalimat, dan paragraf dengan benar pada tulisan ragam ilmiah.	Ketepatan menyusun paragraf menggunakan kalimat yang benar pada ragam tulisan ilmiah	tugas, kuis	Kalimat dan paragraf	a) pemaparan materi (kognitif), b) problem based learning	2 x 50'		5
4	CLO-07-2	CLO 2 Mahasiswa mampu merumuskan topik hingga menyusun kerangka dan draf serta mampu menerapkan konvensi naskah karya tulis ilmiah.	Ketepatan merumuskan topik serta menyusun kerangka	tugas besar 1, kuis	Karya Tulis Ilmiah: (1) Kriteria Ilmiah; (2) Pemilihan Topik; (3) Penyusunan Kerangka	project based: menentukan topik dan menyusun kerangka untuk dikumpulkan di minggu ke-5		2 x 50'	2,5

5	CLO-07-2	CLO 2 Mahasiswa mampu merumuskan topik hingga menyusun kerangka dan draf serta mampu menerapkan konvensi naskah karya tulis ilmiah.	Ketepatan menerapkan konvensi naskah karya tulis ilmiah dan tidak melakukan plagiat	tugas besar 1, kuis	Karya Tulis Ilmiah: (1) Konvensi Naskah (Pengetikan, Tipografi, Pengutipan, Daftar Pustaka); (2) Keplagiatan (Jenis, Pencegahan, Sanksi)	project based: pengumpulan topik dan kerangka	2 x 50'		2,5
6	CLO-07-2	CLO 2 Mahasiswa mampu merumuskan topik hingga menyusun kerangka dan draf serta mampu menerapkan konvensi naskah karya tulis ilmiah.	Ketepatan menjelaskan bab pendahuluan dan kajian pustaka	tugas besar 1, kuis	Karya Tulis Ilmiah: (1) Bab Pendahuluan; (2) Bab Kajian Pustaka	project based learning: a.menulis terbimbing b.penyusunan bab pendahuluan dan bab kajian pustaka		2 x 50'	2,5
7	CLO-07-2	CLO 2 Mahasiswa mampu merumuskan topik hingga menyusun kerangka dan draf serta mampu menerapkan konvensi naskah karya tulis ilmiah.	Ketepatan menyusun bab pendahuluan dan kajian pustaka	tugas besar 1, kuis	Karya Tulis Ilmiah: (1) Bab Pendahuluan; (2) Bab Kajian Pustaka	project based learning: a.menulis terbimbing b.penyusunan bab pendahuluan dan bab kajian pustaka		2 x 50'	2,5
8	CLO-07-2	CLO 2 Mahasiswa mampu merumuskan topik hingga menyusun kerangka dan draf serta mampu menerapkan konvensi naskah karya tulis ilmiah.	Ketepatan menjelaskan bab pembahasan berdasarkan kajian pustaka dan menarik simpulan dan menyampaikan saran	tugas besar 1, kuis	Karya Tulis Ilmiah: (1) Bab Pembahasan; (2) Bab Penutup (penarikan simpulan)	project based learning: a.menulis terbimbing b.pembuatan bab pembahasan dan penutup		2 x 50'	2,5
9	CLO-07-2	CLO 2 Mahasiswa mampu merumuskan topik hingga menyusun kerangka dan draf serta mampu menerapkan konvensi naskah karya tulis ilmiah.	Ketepatan menyusun bab pembahasan dan penutup	tugas besar 1	Karya Tulis Ilmiah: (1) Bab Pembahasan; (2) Bab Penutup (penarikan simpulan)	project based learning: a.menulis terbimbing b.pengumpulan tugas karya ilmiah utuh dan lengkap	2 x 50'		30
10	CLO-07-2	CLO 2 Mahasiswa mampu merumuskan topik hingga menyusun kerangka dan draf serta mampu menerapkan konvensi naskah karya tulis ilmiah.	Ketepatan menerapkan kaidah kebahasaan pada artikel	tugas besar 1, kuis	Materi Pertemuan 1-9 (penerapan kaidah kebahasaan dalam menyusun artikel)	project based learning: a.menulis terbimbing b.merevisi artikel c.mengerjakan kuis	2 x 50'		2,5
11	CLO-07-2	CLO 3 Mahasiswa mampu menyusun dan merevisi karya ilmiah serta mampu mempresentasikannya dengan bahasa yang baik dan benar.	Ketepatan merevisi dan mempresentasikan karya ilmiahnya	tugas besar 2, kuis	Karya Tulis Ilmiah dan Teknik Mempresentasikannya: (1) Menyiapkan salindia; (2) Menyiapkan Presentasi	project based learning: a.menulis terbimbing b.revisi artikel c.presentasi kelompok d.pembuatan ulasan presentasi	2 x 50'		7,5
12	CLO-07-2	CLO 3 Mahasiswa mampu menyusun dan merevisi karya ilmiah serta mampu mempresentasikannya dengan bahasa yang baik dan benar.	Ketepatan merevisi dan mempresentasikan karya ilmiahnya	tugas besar 2, kuis	Karya Tulis Ilmiah dan Teknik Mempresentasikannya: (1) Menyiapkan salindia; (2) Menyiapkan Presentasi	project based learning: a.menulis terbimbing b.revisi artikel c.presentasi kelompok d.pembuatan ulasan presentasi	2 x 50'		7,5
13	CLO-07-2	CLO 3 Mahasiswa mampu menyusun dan merevisi karya ilmiah serta mampu mempresentasikannya dengan bahasa yang baik dan benar.	Ketepatan merevisi dan mempresentasikan karya ilmiahnya	tugas besar 2, kuis	Karya Tulis Ilmiah dan Teknik Mempresentasikannya: (1) Menyiapkan salindia; (2) Menyiapkan Presentasi	project based learning: a.menulis terbimbing b.revisi artikel c.presentasi kelompok d.pembuatan ulasan presentasi	2 x 50'		7,5
14	CLO-07-2	CLO 3 Mahasiswa mampu menyusun dan merevisi karya ilmiah serta mampu mempresentasikannya dengan bahasa yang baik dan benar.	Ketepatan merevisi dan mempresentasikan karya ilmiahnya	tugas besar 2, kuis	Karya Tulis Ilmiah dan Teknik Mempresentasikannya: (1) Menyiapkan salindia; (2) Menyiapkan Presentasi	project based learning: a.menulis terbimbing b.revisi artikel c.presentasi kelompok d.pembuatan ulasan presentasi	2 x 50'		7,5
15	CLO-07-2	CLO 3 Mahasiswa mampu menyusun dan merevisi karya ilmiah serta mampu mempresentasikannya dengan bahasa yang baik dan benar.	Ketepatan merevisi dan mempresentasikan karya ilmiahnya	tugas besar 2, kuis	Karya Tulis Ilmiah dan Teknik Mempresentasikannya: (1) Menyiapkan salindia; (2) Menyiapkan Presentasi	project based learning: a.menulis terbimbing b.revisi artikel c.presentasi kelompok d.pembuatan ulasan presentasi	2 x 50'		7,5
16	CLO-07-2	CLO 3 Mahasiswa mampu menyusun dan merevisi karya ilmiah serta mampu mempresentasikannya dengan bahasa yang baik dan benar.	Ketepatan menjelaskan kaitan semua materi dalam mendukung kegiatan menulis ilmiah dan kegiatan mempresentasikannya	kuis	Semua materi: Ejaan, Istilah, Definisi, Kata, Kalimat, Paragraf, Karya Tulis Ilmiah, dan Teknik Presentasi	a.diskusi b.project based learning: pengumpulan karya ilmiah (artikel lama dan revisi)		2 x 50'	7,5

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI DIPLOMA/SARJANA: SEMUA PRODI

FAKULTAS .....

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	Bahasa Inggris	UCKXADB2	Humaniora	Tidak Ada	T= 2	P = 0		10 Juni 2024

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	Retno Hendryanti		

Deskripsi Mata Kuliah

Matakuliah ini didesain menggunakan pendekatan tematik dan ditujukan membantu mahasiswa agar mampu berbicara dalam bahasa Inggris mengenai Global Career Readiness atau Kesiapan Berkarir Secara Global pada level intermediate high menurut kriteria ACTFL Performance Indicator for Language Learners. Sebagai konten untuk praktek berbahasa Inggris, mahasiswa akan belajar menjelaskan pengalaman dan pengetahuanya terkait program studi dan profesi atau karir yang mereka cita-citakan. Mahasiswa juga akan belajar mengenai cross- cultural understanding (CCU), khususnya budaya kerja dari berbagai negara. Tema besar untuk matakuliah ini adalah "My Dream Job Abroad". Topik-topik yang dipelajari untuk membekali mahasiswa agar dapat menjelaskan cita-citanya berkarir di luar negeri mencakup: hobi, ketertarikan, talenta, latar belakan memilih program studi tempat belajar, pengalaman sebagai mahasiswa pada program studi, berbagai macam profesi sesuai dengan program studi, negara impian, serta budaya kerja dari berbagai negara.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI		
PLO-1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika.	
Course Learning Outcomes (CLO)		**PLO yang didukung**
CLO-1	Mahasiswa mampu menngunakan kalimat sederhana dala present tense dan past tense untuk mendeskripsikan fakta-fakta menarik tentang diri mereka sendiri dalam bentuk monolog dengan tingkat kefasihan berbicara intermediate low sesuai dengan kriteria ACTFL Performance Indicator for Language Learners.	PLO-1
CLO-2	Mahasiswa mampu berkomunikasi menggunakan kalimat sederhana dan majemuk dalam bentuk present tense dan past tense untuk berpartisipasi dalam percakapan pendek tentang diri mereka sendiri, terutama mengenai pengalaman 3 minggu pertama belajar di Program Studi masing-masing dengan tingkat kefasihan "-intermediate-mid".	PLO-1
CLO-3	Mahasiswa mampu menggunakan kalimat kompleks dalam present tense untuk mendeskripsikan cita-cita (Dream Job) mereka dengan cukup detail (termasuk nama posisi, tugas, dan tanggung jawab) dengan tingkat kefasihan "intermediate-mid".	PLO-1
CLO-4	Mahasiswa mampu menggunakan kalimat sederhana, majemuk, dan kompleks dalam Present Tense untuk mendeskripsikan budaya kerja di Indonesia dan membandingkannya dengan budaya kerja di negara impian (Dream Country) dengan tingkat kefasihan -intermediate-high.	

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif		Kognitif/Pengetahuan		Hasil Proyek		
	Tugas Individu	Tugas Kelompok	Tugas	Ujian praktek berbicara			
CLO-1	10						10
CLO-2	10						10
CLO-3			5	10			15
CLO-4	15	15	5	30			65
Total per penilaian	35	15	10	40	0	0	100

Pustaka

Utama:

1. Foreign language learning principles (STARTALK endorsed principles; The 5Cs; Thematic Lesson Planning (Integrating language, culture, and content;)
2. NCSSFL/ACTFL Can Do Statements (Performance Indicator for language learners): Intermediate Low – Intermediate high.
3. Modul online yang tersedia di LMS elearning CeLoE untuk Bahasa Inggris

Pustaka Pendukung:

Redman, S. (2017). English Vocabulary in Use: Pre-Intermediate and Intermediate (4th Ed). Cambridge: Cambridge University Press.
- Culture Shock: https://www.youtube.com/watch?v=hGKCkvNk_zI
- The Importance of Intercultural Communication and Understanding: https://www.youtube.com/watch?v=AmoYmcZCoiw
- 15 Interesting Random Facts About Me: https://www.youtube.com/watch?v=D1mxlX9HRn8
- 10 facts about me: https://www.youtube.com/watch?v=yyFxwNRagMg
- Overview – Indonesia: https://www.international.gc.ca/cil-cai/country_insights-apercus_pays/overview-apercu_id.aspx?lang=eng
- Indonesian Culture and Etiquette Tips: https://www.youtube.com/watch?v=rjLiPog36aY
- First impressions of Indonesia: https://www.youtube.com/watch?v=VCSZln1LdSI
- The Different Culture Between Indonesia and Taiwan: The Importance of Intercultural Communication and Understanding: https://www.youtube.com/watch?v=AmoYmcZCoiw
- Intercultural Communication – Nonverbal Communication: https://www.youtube.com/watch?v=eoW53zvWBqw
- Expectations in the Canadian Workplace: https://www.youtube.com/watch?v=nb7DCRNVnaw
- Japanese Work Culture: https://www.youtube.com/watch?v=A8sBa-BGzwM
- Doing Business in Turkish: https://www.youtube.com/watch?v=q2ZkhrsJhh
- Turkish Culture Tips: https://www.youtube.com/watch?v=DSFMdsxwzI8
- Cultural Tips For Conducting Business in Indonesia: https://www.youtube.com/watch?v=Vq3vw_bd0z4
- MY DREAM DESTINATION – SWITZERLAND: https://steemit.com/travel/@king3071/my-dream-destination-switzerland
- My Dream is to go to Paris, France: https://gogetfunding.com/my-dream-is-to-go-to-paris-france/
- 10 Important Things to Know Before Visiting London: https://www.youtube.com/watch?v=xX9OkVTnQUc
- Sosok Sukses Warga Indonesia di AS (2) - Nelson Tansu: https://www.youtube.com/watch?v=Tgn4ikDBY5M
- Sosok Sukses Warga Indonesia di AS (Irma: Multidisciplinary Designer): https://www.youtube.com/watch?v=2pW46ICJWTk
- Chef Indonesia Mengajar di AS - VOA untuk NET TV: https://www.youtube.com/watch?v=nICxh9Kq8co
- DR. Taufik, Dosen Teknik Elektronika di California Polytechnic State University (Dr. Taufik - FTE): https://www.youtube.com/watch?v=CunjyVjNjzo
- Muhammad Arief Budiman: Ilmuwan Senior di Orion Genomic, St.Louis, Missouri: https://www.voaindonesia.com/a/muhammad-arief-budiman-ilmuwan-senior-di-orion-genomic-st-louis-missouri/3137455.html
- Sri Lestari Tulastono: Muslimah Indonesia di Electronic Power Research Institute (EPRI): https://www.voaindonesia.com/a/sri-lestari-tulastomo-muslimah-indonesia-di-electronic-power-research-institue-epri/3883314.html
- Tansri Bratakusumo: Desainer Grafis di Council on Tall Buildings and Urban Habitat di Chicago: https://www.voaindonesia.com/a/tansri-bratakusumo-desainer-grafis-di-council-on-tall-buildings-and-urban-habitat-di-chicago/3969873.html
- Hueyni Hariputra: Pemilik Bisnis Asesoris Batik di Chicago, Illinois: https://www.voaindonesia.com/a/hueyni-hariputra-pemilik-bisnis-asesoris-batik-di-chicago-illinois/3952644.html
- Alfred Ticoalu: Peneliti, Penulis, Pengarsip Musik Jazz di Chicago, Illinois - https://www.voaindonesia.com/a/alfred-ticoalu-peneliti-penulis-pengarsip-musik-jazz-di-chicago-illinois/3959339.html
- 15 Things You Need to Know About Working Abroad: https://www.themuse.com/advice/15-things-you-need-to-know-about-working-abroad?ref=carousel-slide-0
- From Mexico to Korea: What It's Like to Work Around the World: https://www.themuse.com/advice/from-mexico-to-korea-what-its-like-to-work-around-the-world

Media Pembelajaran

Software :	Hardware :
· E-learning CeLoE · Aplikasi gratis yang tersedia di Internet untuk membuat infografis dan poster · Aplikasi untuk mengedit file video	Laptop/Komputer

Team Teaching	Tidak ada. Setiap kelas diajar oleh seorang dosen mulai dari pertemuan ke-1 sampai pertemuan ke-16.
Matakuliah Syarat	Tidak ada
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Mampu menggunakan kalimat sederhana untuk memperkenalkan diri dan menyebutkan contoh cross culture understanding.	Ketepatan pilihan kata dan penggunaan pola kalimat untuk memperkenalkan diri dan menyebutkan contoh cross culture undrstanding.	Tugas	1. Introduction to the Unit Theme: My Dream Job Abroad 2. Introduction to Cross culture understanding	Kuliah: Pemaparan Diskusi: Self-direct learning (bahasa inggris)	Penjelasan konsep dasar dan diskusi [2x50 menit]		7,5
2	CLO-1	Mampu menggunakan kalimat sederhana dengan menggunakan present tense untuk mendeskripsikan beberapa fakta menarik tentang diri sendiri dalam bentuk monolog.	- Ketepatan pilihan kata dan pola kalimat sederhana - Keberterimaan informasi yang disampaikan	Tugas	1. Adjectives to describe personal traits: modul online 2. Simple sentence in present tense 3. Contoh Infografis	Kuliah: Pemaparan Praktek berbicara: Self-direct learning (bahasa inggris)	Praktek menggunakan pilihan kata dan pola kalimat untuk menjelaskan fakta menarik [2x50 menit]		7,5
3	CLO-1	Mampu menggunakan kalimat sederhana dengan menggunakan present tense untuk terlibat aktif dalam percakapan mengenai hobby, interest, dan talent	- Ketepatan pilihan kata dan pola kalimat sederhana - Keberterimaan informasi yang disampaikan	Tugas	1. Adjective Phrase: modul online 2. Simple sentence dalam present dan past tense dengan konteks Hobby, Interest, and Talent1. Adjective Phrase: modul online	Kuliah: Pemaparan Praktek berbicara: Self-direct learning (bahasa inggris)	1. Diskusi mengenai Hobby, Interest, dan Talent 2. Game identifikasi karakteristik teman [2x50 menit]		5
4	CLO-2	Mampu berkomunikasi menggunakan kalimat sederhana dan majemuk dalam bentuk present tense dan past tense untuk berpartisipasi dalam percakapan pendek tentang diri sendiri, terutama mengenai pengalaman sebagai mahasiswa pada program studi	- Ketepatan pilihan kata dan pola kalimat sederhana - Keberterimaan informasi yang disampaikan	Tugas	1. Collocation dengan kata "study" 2. Compound sentences dalam Present Tense 3. Contoh vlog tentang "My fresheman experience"	Kuliah: Pemaparan Praktek berbicara: Self-direct learning (bahasa inggris)	1. Compound Sentence 2. Praktek menjawab pertanyaan: Why did you choose your major [2x50 menit]		5

5	CLO-2	Mampu berkomunikasi menggunakan kalimat sederhana dan majemuk dalam bentuk present tense dan past tense untuk berpartisipasi dalam percakapan pendek tentang diri sendiri, terutama mengenai pengalaman beberapa minggu pertama sebagai mahasiswa tingkat satu sesuai program studi	- Ketepatan pilihan kata dan pola kalimat sederhana - Keberterimaan informasi yang disampaikan	Tugas	1. Collocation dengan kata "study" 2. Compound sentences dalam Present Tense 3. Contoh vlog tentang "My fresheman experience"	Kuliah: Pemaparan Praktek berbicara: Self-direct learning (bahasa inggris)		Forum diskusi: My experience as a student in Telkom University [2 x 50 menit]	5
6	CLO-3	Mampu menggunakan kalimat kompleks dalam present tense untuk mendeskripsikan cita-cita (dream job) dengan cukup detail (termasuk nama posisi, tugas, dan tanggung jawab) dengan tingkat kefasihan "intermediate-mid"	1. Ketepatan penggunaan kalimat kompleks dalam present tense 2. Keberterimaan informasi yang disampaikan	Tugas	1. Collocation dengan kata "study" dan "job" 2. Complex sentences dalam Present Tense 3. Youtube video (pilih yang sesuai dengan program studi)	Kuliah: Pemaparan Diskusi: Self-direct learning (bahasa inggris)		Melengkapi Tabel KWL [2x50 menit]	5
7	CLO-3	Mampu menggunakan kalimat kompleks dalam present tense untuk mendeskripsikan cita-cita (dream job) dengan cukup detail (termasuk nama posisi, tugas, dan tanggung jawab) dengan tingkat kefasihan "intermediate-mid"	1. Ketepatan penggunaan kalimat kompleks dalam present tense 2. Keberterimaan informasi yang disampaikan	Tugas	1. Collocation dengan kata "study" dan "job" 2. Complex sentences dalam Present Tense 3. Youtube video (pilih yang sesuai dengan program studi)	Kuliah: Pemaparan Praktek menulis: Self-direct learning (bahasa inggris)	1. Complex Sentence in Present Tense 2. Contoh strategi menjawab pertanyaan What is your dream job [2 x 50 menit]		5
8	CLO-3	Mampu menggunakan kalimat kompleks dalam present tense untuk mendeskripsikan cita-cita (dream job) dengan cukup detail (termasuk nama posisi, tugas, dan tanggung jawab) dengan tingkat kefasihan "intermediate-mid"	1. Ketepatan penggunaan kalimat kompleks dalam present tense 2. Keberterimaan informasi yang disampaikan	Ujian	1. Collocation dengan kata "study" dan "job" 2. Complex sentences dalam Present Tense\ 3. What is your dream job?	Ujian		Menulis 1 paragraph yang berisi jawaban terhadap pertanyaan What is your dream job. Jawaban merupakan penjabaran dari isi Tabel KWL [2x50 menit]	5
9	CLO-4	Mampu menggunakan kalimat sederhana, majemuk, dan kompleks dalam Present Tense untuk mendeskripsikan budaya kerja di Indonesia dan di negara impian (dream country)	1. Ketepatan dan penguasaan kalimat kompleks dalam present tense dengan pola kalimat: (a) There are xxx aspects that we need to …. when you work in my country/dream country (b) Depending on.., you need to …. (c) As an xxx, you have to …. (d) This xxxx is important because … 2. Rubrik Diagram Venn	Tugas	1. Praktek menggunakan pola kalimat untuk mendeskripsikan budaya kerja 2. Diskusi kolaboratif perbandingan budaya kerja 2 negara 3. Melengkapi Diagram Venn mengenai perbedaan dan persamaan budaya kerja 2 negara	Diskusi kelas & praktek individu	Penjelasan dan praktek membuat diagram venn untuk membandingkan budaya kerja 2 negara [2x50 menit]		5
10	CLO-4	Mampu menggunakan kalimat sederhana, majemuk, dan kompleks dalam Present Tense untuk membandingkan budaya kerja dari 2 negara (home country & dream country)	Ketepatan dan penguasaan kalimat kompleks dalam present tense dengan pola kalimat: (a) There are xxx aspects that we need to …. when you work in my country/dream country (b) Depending on ….., you need to … (c) As an xxx, you have to …. (d) This xxxx is important because …	Tugas	1. Praktek menggunakan pola kalimat untuk mendeskripsikan budaya kerja 2. budaya kerja berbagai negara	Problem Based Learning (group)		Menulis skenario role play mengenai perbandingan budaya kerja 2 negara berdasarkan Diagram Venn yang telah dibuat (kelompok) [2x50 menit]	5
11	CLO-4	Mampu menggunakan kalimat sederhana, majemuk, dan kompleks dalam Present Tense untuk membandingkan budaya kerja dari 2 negara (home country & dream country)	1. Ketepatan pengucapan 2. Ketepatan menggunakan pliilihan kata dan tata bahasa 3. Kelancaran berbicara 4. Kerunutan informasi yang disampaikan 5. Ketuntasan mementaskan peran dalam role play	Tugas	Menjelaskan budaya kerja berbagai negara	Problem Based Learning (group)	Pentas Role Play [2x 50 menit]		5
12	CLO-4	Mampu menggunakan kalimat sederhana, majemuk, dan kompleks dalam Present Tense untuk mendeskripsikan cita-cita berkarir di negara impian (My Dream Job Abroad)	1 Ketepatan dan penguasaan kalimat sederhana, majemuk, dan kompleks dalam present tense dalam konteks My dream job abroad menggunakan pola kalimat yang telah dipelajari pada pertemuan ke-2 sampai ke-11 2. Rubrik esai pendek	Tugas	Ketrampilan berbahasa Inggris dan semua topik yang telah dipelajari pada pertemuan 1-12	Praktik menulis		Menulis esai sederhana yang terdiri dari 3 paragraf mengenai My Dream Job Abroad. [2x50 menit]	10
13	CLO-4	Mampu menjelaskan mengenai My Dream Job Abroad dalam konteks wawancara individu dengan tingkat kefasihan berbicara intermediate-high.	1. Ketepatan pengucapan 2. Ketepatan menggunakan pliilihan kata dan tata bahasa 3. Kelancaran berbicara 4. Kerunutan informasi yang disampaikan 5. Ketuntasan menjawab pertanyaan wawancara	Asesmen: wawancara individu	Ketrampilan berbahasa Inggris dan semua topik yang telah dipelajari pada pertemuan 1-12	Praktik berbicara: Tes wawancara individu	Tes wawancara [2 x 50]		7,5
14	CLO-4	Mampu menjelaskan mengenai My Dream Job Abroad dalam konteks wawancara individu dengan tingkat kefasihan berbicara intermediate-high.	1. Ketepatan pengucapan 2. Ketepatan menggunakan pliilihan kata dan tata bahasa 3. Kelancaran berbicara 4. Kerunutan informasi yang disampaikan 5. Ketuntasan menjawab pertanyaan wawancara	Asesmen: wawancara individu	Ketrampilan berbahasa Inggris dan semua topik yang telah dipelajari pada pertemuan 1-12	Praktik berbicara: Tes wawancara individu	Tes wawancara [2 x 50]		7,5
15	CLO-4	Mampu menjelaskan mengenai My Dream Job Abroad dalam konteks wawancara individu dengan tingkat kefasihan berbicara intermediate-high.	1. Ketepatan pengucapan 2. Ketepatan menggunakan pliilihan kata dan tata bahasa 3. Kelancaran berbicara 4. Kerunutan informasi yang disampaikan 5. Ketuntasan menjawab pertanyaan wawancara	Asesmen: wawancara individu	Ketrampilan berbahasa Inggris dan semua topik yang telah dipelajari pada pertemuan 1-12	Praktik berbicara: Tes wawancara individu	Tes wawancara [2 x 50]		7,5
16	CLO-4	Mampu menjelaskan mengenai My Dream Job Abroad dalam konteks wawancara individu dengan tingkat kefasihan berbicara intermediate-high.	1. Ketepatan pengucapan 2. Ketepatan menggunakan pliilihan kata dan tata bahasa 3. Kelancaran berbicara 4. Kerunutan informasi yang disampaikan 5. Ketuntasan menjawab pertanyaan wawancara	Asesmen: wawancara individu	Ketrampilan berbahasa Inggris dan semua topik yang telah dipelajari pada pertemuan 1-12	Praktik berbicara: Tes wawancara individu	Tes wawancara [2 x 50]		7,5

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
Bagian Pengembangan Akademik (BPA)

Identitas Mata Kuliah	NAMA MK	KODE MK	RUMPUN MATA KULIAH	MITRA PENGEMBANG RPS	BOBOT (SKS)		SEMESTER	Direvisi
	INTERNALISASI BUDAYA DAN PEMBENTUKAN KARAKTER	UCK1FDB1		Direktorat SDM, Direktorat Kemahasiswaan	T=1	P=0		20 Juni 2024

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ka PRODI
	Dr. Maulana Rezi Ramadhana, S.Psi, M.Psi. Psikolog	-	-

Deskripsi Mata Kuliah	Mata Kuliah Implementasi Budaya dan Pembentukan Karakter merupakan mata kuliah wajib di Telkom University tentang penanaman karakter mahasiswa berdasarkan nilai-nilai budaya Harmony, Excellence dan Integrity di Telkom University, serta wawasan dalam penguatan ketahanan lingkungan kampus. Mata kuliah ini mendorong perilaku mahasiswa untuk mampu menyesuaikan diri dalam kebiasaan kampus, meningkatkan keeratan antara mahasiswa dengan kampus, dan bertanggung jawab dalam menjaga lingkungan kampus.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes	Program Learning Outcomes (PLO) / CPL PRODI	
	PLO 1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika.
	Course Learning Outcomes (CLO)	**PLO yang di dukung**
	CLO1 — Memahami nilai-nilai inti karakter mahasiswa yang berlandaskan budaya Telkom University	PLO 1
	CLO2 — Memahami ketahanan diri mahasiswa dalam penerapan karakter HEI	PLO 1
	CLO3 — Mengaplikasikan karakter HEI di lingkungan kampus, melalui penguatan kampus hijau	PLO 1

Penilaian	Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO (%)
		Aktivitas Partisipatif		Kognitif/Pengetahuan			Hasil Proyek	
		Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	UTS	Quiz	Tugas Besar	
	CLO1					22,5	25	**47,50**
	CLO2					7,5	20	**27,50**
	CLO3					5	20	**25,00**
	Total per penilaian	**0**		**0**	**0**	**35,00**	**65**	**100,00**

Pustaka	
	Utama:
	1. Nilai-nilai HEI Universitas Telkom
	Pustaka Pendukung:
	1. Video

Media Pembelajaran	Software:	Hardware :
	CeLOE (LMS)	Laptop

Team Teaching	Tim Pengajar Pembentukan Karakter HEI
Matakuliah prasyarat	
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESMEN	MATERI	METODE	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT SUB CLO
	CLO 1	Memahami nilai-nilai inti karakter mahasiswa yang berlandaskan budaya Telkom University							
1	CLO 1	Sub CLO 1.1 Mampu memahami nilai-nilai inti karakter mahasiswa yang berlandaskan budaya Tel-U	Ketepatan mahasiswa dalam merespon quiz, Keaktifan mahasiswa dalam diskusi, dan ketuntasan menyelesaikan tugas tentang nilai-nilai karakter HEI	Quiz	• Pengantar (penjelasan materi dan aturan kuliah). • Ringkasan inti karakter mahasiswa yang berlandaskan budaya Tel-U	LMS : Materi, Video, Kuis **Pengisian Survei Karakter Penyesuaian diri Mahasiswa**	Tatap muka	Daring (1 x 50 menit) dan Pengisian Survei	2,5
2	CLO 1	Sub CLO 1.2 Mampu memahami keberagaman dan penyesuaian diri sebagai wujud karakter harmony, serta penerapannya dalam kehidupan kampus	Ketepatan mahasiswa dalam merespon quiz, Keaktifan mahasiswa dalam diskusi, dan ketuntasan menyelesaikan tugas tentang penyesuaian diri mahasiswa dalam keberagaman	Quiz	Karakter Harmony : • Keberagaman • Penyesuaian Diri • Self management (Self awareness, goal setting, study skill)	LMS : Materi, Video, Kuis"	Tatap muka	Daring (1 x 50 menit)	2,5
3	CLO 1	Sub CLO 1.3 Mampu memahami etika mahasiswa sebagai wujud karakter harmony, serta penerapannya dalam kehidupan kampus	Ketepatan mahasiswa dalam merespon quiz, Keaktifan mahasiswa dalam diskusi, dan ketuntasan menyelesaikan tugas tentang etika mahasiswa	Quiz	Karakter Harmony 2: • Etika Sosial • Jenis Etika • Kode Etik Sosial Mahasiswa di Telkom University	LMS : Materi, Video, Kuis"	Tatap muka	Daring (1 x 50 menit)	2,5
4	CLO 1	Sub CLO 1.4 Mampu memahami kerjasama dan kolaborasi sebagai wujud karakter harmony, serta penerapannya dalam kehidupan kampus	Ketepatan mahasiswa dalam merespon quiz, Keaktifan mahasiswa dalam diskusi, dan ketuntasan menyelesaikan tugas tentang kerjasama dan kolaborasi	Quiz	Karakter Harmony 3: • Kerjasama • Kolaborasi • Relationship management (interpersonal relationship, komunikasi efektif dan teamwork)	LMS : Materi, Video, Kuis"	Tatap muka	Daring (1 x 50 menit)	2,5
5	CLO 1	Sub CLO 1.5 Mampu memahami tentang minat belajar mahasiswa sebagai wujud karakter excellence, serta penerapannya dalam kehidupan kampus	Ketepatan mahasiswa dalam merespon quiz, Keaktifan mahasiswa dalam diskusi, dan ketuntasan menyelesaikan tugas tentang minat belajar dan perilaku minat	Quiz	Karakter Excellence 1 : • Minat • Ciri-ciri Minat • Identifikasi Minat • Perilaku Minat Mahasiswa	LMS : Materi (bahasa inggris), Video, Kuis" **Pengisian Survei Karir**	Tatap muka	Daring (1 x 50 menit)	2,5
6	CLO 1	Sub CLO 1.5 Mampu memahami tentang motivasi mahasiswa sebagai wujud karakter excellence, serta penerapannya dalam kehidupan kampus	Ketepatan mahasiswa dalam merespon quiz, Keaktifan mahasiswa dalam diskusi, dan ketuntasan menyelesaikan tugas tentang motivasi	Quiz	Karakter Excellence 2 : • Motivasi • Fungsi Motivasi • Ciri-ciri Motivasi • Gangguan Belajar	LMS : Materi, Video, Kuis"	Tatap muka	Daring (1 x 50 menit)	2,5
7	CLO 1	Sub CLO 1.6 Mampu memahami tentang berpikir kreatif mahasiswa sebagai wujud karakter excellence, serta penerapannya dalam kehidupan kampus	Ketepatan mahasiswa dalam merespon quiz, Keaktifan mahasiswa dalam diskusi, dan ketuntasan menyelesaikan tugas tentang pemikiran kreatif mahasiswa	Quiz	Karakter Excellence 3 : • Berfikir Kreatif • Menumbuhkan Kreativitas • Indikator Kreativitas • Enterpreneurial mindset	LMS : Materi, Video, Kuis"	Tatap muka	Daring (1 x 50 menit)	2,5
8	CLO 1	Sub CLO 1.7 Mampu memahami tentang sikap sadar mahasiswa dalam kejujuran sebagai wujud karakter integrity, serta penerapannya dalam kehidupan kampus	Ketepatan mahasiswa dalam merespon quiz, Keaktifan mahasiswa dalam diskusi, dan ketuntasan menyelesaikan tugas tentang Sikap jujur mahasiswa	Quiz	Karakter Integrity 1 : • Masa Usia Transisi • Kesadaran Diri • Sikap Jujur Mahasiswa • Menjaga nama baik	LMS : Materi, Video, Kuis"	Tatap muka	Daring (1 x 50 menit)	2,5
9	CLO 1	Sub CLO 1.8 Mampu memahami tanggung jawab mahasiswa sebagai wujud karakter integrity, serta penerapannya dalam kehidupan kampus	Ketepatan mahasiswa dalam merespon quiz, Keaktifan mahasiswa dalam diskusi, dan ketuntasan menyelesaikan tugas tentang tanggungjawab mahasiswa	Quiz Tugas Besar	Karakter Integrity 2 : • Definisi Mahasiswa • Tanggung Jawab Mahasiswa • Fungsi Mahasiswa • Peran Mahasiswa • Leadership (Selling idea, Influencing other, motivating other) Tugas besar kelompok membuat video singkat dengan pilihan tema : - Karakter Harmony - Karakter Exellence - Karakter Integrity	LMS : Materi, Video, Kuis"	Tatap muka	Daring (1 x 50 menit)	27,5
10		**Refleksi Nilai-Nilai HEI (non-assessment)**				**Kuesioner Essai**		**Daring (1 x 50 menit)**	**0**
	CLO 2	Memahami ketahanan diri mahasiswa dalam penerapan karakter HEI							

11	CLO 2	Sub CLO 2.1 Mampu memahami tentang kecerdasan emosi sebagai ketahanan diri mahasiswa untuk memperkuat karakter HEI, serta penerapannya dalam kehidupan kampus	Ketepatan mahasiswa dalam merespon quiz, Keaktifan mahasiswa dalam diskusi, dan ketuntasan menyelesaikan tugas tentang perilaku kematangan emosi	Quiz	Ketahanan diri 1 : • Kecerdasan Emosi • Ciri Ketangguhan Emosi • Perilaku cerdas Emosi • Kematangan emosi mahasiswa	LMS : Materi, Video, Kuis"	Tatap muka	Daring (1 x 50 menit)	2,5
12	CLO 2	Sub CLO 2.2 Mampu memahami literasi media sosial sebagai aspek ketahanan diri mahasiswa untuk memperkuat karakter HEI, serta penerapannya dalam kehidupan kampus	Ketepatan mahasiswa dalam merespon quiz, Keaktifan mahasiswa dalam diskusi, dan ketuntasan menyelesaikan tugas tentang bijak dalam menggunakan media sosial	Quiz	Ketahanan diri 2 : • Literasi Media Sosial • Penguasaan Media Sosial • Bijak dalam Bermedia Sosial	LMS : Materi (bahasa inggris), Video, Kuis"	Tatap muka	Daring (1 x 50 menit)	2,5
13	CLO 2	Sub CLO 2.3 Mampu memahami kompetensi mahasiswa dalam pembelajaran di era digital sebagai aspek ketahanan diri mahasiswa untuk memperkuat karakter HEI, serta penerapannya dalam kehidupan kampus	Ketepatan mahasiswa dalam merespon quiz, Keaktifan mahasiswa dalam diskusi, dan ketuntasan menyelesaikan tugas tentang kompetensi mahasiswa di era digital	Quiz Tugas Besar	Ketahanan diri : • Pilar Pendidikan • Kompetensi Mahasiswa • Kompetensi Pembelajaran Tugas kelompok membuat video singkat dengan pilihan tema : - Kematangan emosi mahasiswa - Bijak dalam bermedia sosial - Kompetensi yang perlu dimiliki mahasiswa	LMS : Materi, Video, Kuis"	Tatap muka	Daring (1 x 50 menit)	22,5
	CLO 3	Mengaplikasikan karakter HEI di lingkungan kampus, melalui penguatan kampus hijau							
14	CLO 3	Sub CLO 3.1 Mampu menjelaskan kampus hijau dalam peran mahasiswa sebagai agen perubahan	Keaktifan mahasiswa dalam diskusi, Ketepatan mahasiswa dalam merespon quiz, dan ketuntasan tugas tentang peran mahasiswa sebagai agen perubahan	Quiz	Kampus Hijau 1 : • Kampus Hijau • Prinsip Sustainable Development • Indikator tercapainya Kampus Hijau"	LMS : Materi, Video, Kuis"	Tatap muka	Daring (1 x 50 menit)	2,5
15	CLO 3	Sub CLO 3.2 Mampu menjelaskan tentang Lingkungan hidup	Keaktifan mahasiswa dalam diskusi, Ketepatan mahasiswa dalam merespon quiz, dan ketuntasan tugas tentang lingkungan hidup	Quiz Tugas Besar	Kampus Hijau 2 : • Pencemaran Lingkungan • Limbah B3 • Pengurangan Sampah" Tugas kelompok membuat video singkat dengan tema Telkom University Green Campus	LMS : Materi, Video, Kuis"	Tatap muka	Daring (1 x 50 menit)	22,5
16		**Refleksi Penerapan HEI di Kampus Tel-U (non-assessment)**				**Kuesioner Essai**		**Daring (1 x 50 menit)**	**0**

	RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)							
	PROGRAM STUDI DIPLOMA/SARJANA/MAGISTER/DOKTOR*							
	FAKULTAS ...							
Identitas Mata Kuliah	**Nama MK**	**Kode MK**	**Rumpun MK**	**Mitra Pengembang RPS**	**Bobot (SKS)**		**Semester**	**Direvisi**
	KEWARGANEGARAAN	UBKXACB2	Ilmu Terapan	-	T= 2	P = -	Ganjil 2024/2025	01-Jul-20

Otoritas	**Pengembang RPS**	**Ketua Kelompok Keahlian**	**Ketua Program Studi**
	Ttd Dr. Runik Machfiroh, S.Pd., M.Pd.	Ttd [ketua KK]	Ttd [ketua program studi]

Deskripsi Mata Kuliah	Pada mata kuliah ini, mahasiswa belajar tentang kewarganegaraan Indonesia meliputi definisi, pengembangan sikap positif, semangat kebangsaan, cinta tanah air dan bela negara, Integrasi nasional, norma konstitusional, UUD NRI tahun 1945 dan ketentuan hukum tertentu, hak dan kewajiban, demokrasi, wawasan nusantara kebangsaan, cinta tanah air dan bela negara, Integrasi nasional, norma konstitusional, UUD NRI tahun 1945 dan ketentuan hukum tertentu, hak dan kewajiban, demokrasi, dan wawasan nusantara.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)	**Program Learning Outcomes (PLO) PRODI**	
	PLO-1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika
	Course Learning Outcomes (CLO)	**PLO yang didukung**
	CLO-1	Mahasiswa mampu menganalisis masalah kontekstual PKn, mengembangkan sikap positif dan menampilkan perilaku yang mendukung semangat kebangsaan dan cinta tanah air — PLO-1
	CLO-2	Mahasiswa mampu menganalisis masalah kontekstual PKn, mengembangkan sikap positif dan menampilkan perilaku yang mendukung kesadaran berkonstitusi dan keragaman — PLO-1
	CLO-3	Mahasiswa mampu menganalisis masalah kontekstual PKn, mengembangkan sikap positif dan menampilkan kesadaran hukum, menjunjung tinggi keadilan dan keadaban — PLO-1

Penilaian	**Id CLO**	**Bobot per Bentuk Penilaian (%)**				**TOTAL BOBOT PER CLO**
		Aktivitas Partisipatif	**Kognitif/Pengetahuan**	**Hasil Proyek**		
		TUGAS	KUIS/KNOWLEDGE	PROYEK RISET	PROYEK SOSIAL	
	CLO-1	5	10	12,5	0	27,5
	CLO-2	5	10	12,5	0	27,5
	CLO-3	5	10	0	30	45
	Total per penilaian	15	30	25	30	100

Pustaka	
	Utama:
	[1] Pancasila [2] UUD NKRI 1945 [3] UU Nomor 20 Tahun 2001 No. UU nomor 31 Tahun 1999 tentang Tindak Pidana Korupsi [4] Buku ajar mata kuliah wajib umum Pendidikan Kewarganegaraan untuk Pendidikan tinggi, Dirjen Pembelajaran dan Kemahasiswaan , Kemenristek Dikti RI,cetakan i, 2016. [5] Buku Model Pembelajaran Berbasis Proyek pada Mata Kuliah MKWK di PT. 2023. Tel U Press: Bandung [6] Characteristics of young Indonesian citizenship in the digital era.R Machfiroh, S Sapriya, K Komalasari - Annual Civic Education Conference (ACEC 2018), 2018 [7] NAVIGATING THE LANDSCAPE OF HIGHER EDUCATION IN THE 21ST CENTURY: CHALLENGES, INNOVATIONS, AND FUTURE PERSPECTIVES.L Judijanto, N Triolita, R Machfiroh, MK Yunanto, ... - International Journal of Teaching and Learning, 2024
	Pustaka Pendukung:
	[1] Pendidikan Kewarganegaraan untuk Perguruan Tinggi ,H.Kaelan M,Paradigma,Yogyakarta 2000 [2] Pendidikan Kewarganegaraan ,S.Sumarsono, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 2001

Media Pembelajaran	**Software :**	**Hardware :**
	Windows Operating System, Microsoft Office, Pdf Reader, Kahootz, Google Classroom, Film	Komputer/Laptop

Team Teaching	Dr. Runik Machfiroh
Matakuliah Syarat	-
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO1	Mahasiswa mampu menjelaskan secara kritis dan obyektif latar belakang dan tujuan pembelajaran Pendidikan Kewarganegaraan	Ketepatan dalam memahami alasan serta tujuan pembelajaran Pendidikan Kewarganegaraan	Proyek Riset	1. Pengenalan latar belakang PKn 1.1 Lintasan Dinamika Bangsa Indonesia 1.2 Tujuan dan fungsi PKn	1. Paparan materi/kuliah bervariasi 2. Diskusi, Problem solving learning/PBL	2x50'		2,5
2	CLO1	Mahasiswa mampu menjelaskan secara kritis dan obyektif dan menerjemahkannya dengan dinamika bangsa Indonesia	Meningkatkan kesadaran berbangsa dan bernegara	TUGAS (Individu), Proyek Riset	2.1 Dinamika berbangsa dan bertanah air 2.2 Pembinaan/pembentukan warga negara yang baik	1. Problem solving learning/PBL . 2. Paparan materi 3. Bahasa Inggris	2x50'		Tugas = 5% Proyek Riset = 2,5%
3	CLO1	Mahasiswa mampu menjelaskan identitas nasional dan memiliki kesadaran untuk membangun karakter generasi muda terdidik	Ketepatan dalam memahami peran dan fungsi sebagai warga negara terdidik	KUIS, Proyek Riset	3.1 Penjelasan tentang Identitas nasional dan hal-hal berkaitan, meliputi Pancasila, UUD 1945, Bela negara 3.2 Paparan tentang Bendera sebagai salah satu identitas utama bangsa 3.3 pembentukan warga negara yang baik	1. Paparan materi 2. Problem solving learning/PBL 3. Role Play	2x50'		Kuis = 10% Proyek Riset = 2,5%
4	CLO2	Mahasiswa mampu menjaga nilai kepribadian bangsa sebagai salah satu jati diri bangsa Indonesia	Ketepatan dalam upaya memelihara dan melestarikan nilai kepribadian bangsa sebagai salah satu jatidiri bangsa Indonesia	TUGAS, Proyek Riset	4.1 Suku bangsa dan kebudayaan Indonesia 4.2 Bhineka Tunggal Ika	1. Paparan materi 2. Sharing Session 3. Problem solving learning/PBL	2x50'		Tugas = 5% Proyek Riset = 2,5%
5	CLO2	Mahasiswa mengetahui tentang konstitusi dan fungsi serta tujuannya dalam suatu negara	Ketepatan dalam bersikap dan bertingkah laku sesuai peran dan fungsi warga negara	Proyek Riset	5.1 Penjelasan tentang status dan fungsi konstitusi dalam kehidupan berbangsa dan bernegara 5.2 tertulis dan tidak tertulis	1. Ceramah bervariasi 2. Diskusi kelas 3. Merangkum konsensus	2x50'		2,50%

6	CLO2	Mahasiswa mengetahui tentang Dinamika UUD 1945 serta dinamikanya	Semakin faham tentang konstitusi bagi bangsa Indonesia	KUIS, Proyek Riset	6.1 phase pemberlakuan UUD NKRI tahun 1945 6.2 Amandemen UU 1945 6.3 sebagai falsafah bangsa	1. Paparan dan Telaah materi 2. Problem solving learning/PBL	2x50'		Kuis = 10% Proyek Riset = 2,5%
7	CLO2	Mahasiswa mengetahui dan memahami fungsi konstitusi dalam NKRI dan negara pada umumnya, UUD NKRI 1945 serta dinamikanya	Ketepatan dalam menganalisa betapa pentingnya PKN	Proyek Riset	7. Rangkuman pemahanan tentang Pendidikan Kewarganegaraan	1. Sharing session	2x50'		2,5
8	CLO1 & CLO2	Mahasiswa mampu menganalisis dan mendemonstrasikan masalah kontekstual PKn, mengembangkan sikap positif dan menampilkan perilaku yang mendukung semangat kebangsaan, cinta tanah air serta, kesadaran hukum	Ketepatan dalam presentasi masalah kontekstual PKn	Proyek Riset	INQUIRY/PRESENTASI TUGAS | Tenggat akhir pengumpulan tugas pengganti UTS	Presentasi		2X50'	12,50%
9	CLO3	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan wawasan nusantara dan ketahanan nasional bagi warga negara	Kesadaran mahasiswa tentang wasnus	Proyek Sosial	8. Wawasan nusantara dan ketahanan nasional	1. Debat kelompok 2. Telaah kepustakaan	2x50'		
10	CLO3	Mahasiswa mengetahui dan memahami ukuran kepatutan hubungan hak kewajiban warga negara dengan negara	Kesadaran mahasiswa untuk mematuhi ketentuan peraturan yang berlaku di Indonesia	KUIS, Proyek Sosial	9.1 Wawasan nusantara di era milenial 9.2 Wawasan nusantara dan globalisasi	1. Telaah kepustakaan 2. Diskusi dinamika wawasan	2x50'		5
11	CLO3	Mahasiswa mengetahui dan memahami konsep dasar negara hukum	Ketepatan pemahamaan tentang demokrasi dan negara hukum	Proyek Sosial	10. Konsep dasar negara hukum	1. Paparan bervariasi 2. Problem solving bervariasi	2x50'		
12	CLO3	Mahasiswa mengetahui Keadilan menurut ketentuan hukum	Ketepatan pemahamaan tentang ukuran keadilan berdasarkan ketentuan hukum	Proyek Sosial	11. Konsep dasar aturan hukum	1. Telaah kepustakaan 2. Problem solving learning/PBL Bahasa Inggris	2x50'		
13	CLO3	Mahasiswa mengetahui dan memahami konsep dasar ketentuan UU tindak pidana korupsi	Munculnya sikap anti korupsi	KUIS, Proyek Sosial	12. UU nomor 31 tahun 1999 tentang tindak pidana korupsi dan UU nomor 20 tahun 2001 tentang perubahannya	1. Paparan bervarisi 2. Disksusi dan simulasi 3. Bahasa Inggris	2x50'		5
14	CLO3	Mahasiswa memahami tindak pidana korupsi sebagai extraordinary crime	Ikut serta dalam upaya pencegahan korupsi	TUGAS, Proyek Sosial	13. Yurisprudensi putusan pengadilan tentang tindak pidana korupsi	1. Telaah kepustakaan 2. Diskusi kelas	2x50'		5
15	CLO3	Mahasiswa mengetahui dan memahami kaitan antara negara hukum dengan konsep wawasan nusantara dan ketahanan nasional	Munculnya sikap bela negara bagi mahasiswa (Tugas Besar)	Proyek Sosial	14. Warga Negara yang baik dan pintar (good citizenship)	1. Problem solving learning/PBL	2x50'		
16	CLO3	Mahasiswa mampu menganalisis dan mendemonstrasikan masalah kontekstual PKn, mengembangkan sikap positif dan menampilkan perilaku yang mendukung demokrasi berkeadaban	Ketepatan dalam presentasi masalah kontekstual PKn	Proyek Sosial	INQUIRY/PRESENTASI TUGAS | Tenggat akhir pengumpulan tugas pengganti UAS	Presentasi		2x50'	30

	RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)						
	PROGRAM STUDI DIPLOMA/SARJANA/MAGISTER/DOKTOR*						
	FAKULTAS ...						
Identitas Mata Kuliah	**NAMA MK**	**KODE MK**	**RUMPUN MATA KULIAH**	**BOBOT(SKS)**		**SEMESTER**	**Direvisi**
	KEWIRAUSAHAAN	UCKXBDB2	Ilmu Terapan	T=2	P=0	<DISESUAIKAN>	5 FEBRUARI 2024
Otoritas	**Pengembang RPS**		**Ketua Kelompok Keahlian**			**Ka PRODI**	
	Adrio Kusmareza Adim, M.A., CEC		<DISESUAIKAN>			<DISESUAIKAN>	
Deskripsi Mata Kuliah	Mata kuliah ini akan membantu mahasiswa yang memiliki ambisi untuk memulai bisnis mereka sendiri dengan mempelajari konsep dasar kewirausahaan; merealisasikan inovasi dan pengembangan ide dengan menyusun business plan; memahami cara kerja bisnis dalam ekonomi digital, bernegosiasi (proses pitching), bertanggung jawab (menyusun laporan keuangan); relasi usaha yang meliputi implementasi dan evaluasi business plan serta mengikuti market day.						
Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes	**Program Learning Outcomes (PLO) / CPL PRODI**						
	PLO 1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika					
	Course Learning Outcomes (CLO)						**PLO yang di dukung**
	CLO 1	Mampu memahami konteks kewirausahaan melalui perspektif proses, ekosistem, tipe, implikasi, pola historical, interaksi antar framing suatu bisnis melalui desain ide bisnis					PLO 1
	CLO 2	Mampu merancang Business Plan untuk mendapatkan investasi modal usaha					PLO 1
	CLO 3	Mampu mengimplementasikan Business Plan dan mengembangkan usaha dengan menerapkan ilmu pengetahuan, keterampilan digital marketing dan sikap positif yang dimiliki sehingga mampu menghasilkan keuntungan.					PLO 1

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian					TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif		Hasil Proyek		Kognitif/Pengetahuan	
	PITCHING PROPOSAL BISNIS	BUSINESS MODEL CANVAS	LAPORAN AKHIR PENJUALAN & PRESENTASI		KUIS	
CLO 1					10	10
CLO 2	25	10				35
CLO 3			55			55
per peni	25	10	55		10	100

Pustaka	**Utama:**	
	1. Manajemen Kewirausahaan, Dr. H. Abdu Manap, S.E., M.M., Penerbit Mitra Wacana Media, 2018 2. Digital Innovation and Entrepreneurship, Dr Dick Whittington,Cambridge University Press, 2018. 3. Osterwalder, Alexander dan Yves Pigneur,Business Model Generation,2020.	
	Pustaka Pendukung: -	
	1. The Cashflow Quadrant, Robert T. Kiyosaki, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013 2. Silicon Valley Mindset, Indra Utoyo, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2016 3. Business is FUN!, Coach Yohanes G. Pauly, REJOFE Global Publishing, 2017 4. Finance for Nonfinancial Managers, Katherine Wagner, PT. Bhuana Ilmu Populer, 2005.	
Media Pembelajaran	**Software:**	**Hardware :**
	LMS	Laptop, LCD Projector
TeamTeaching	Tim Dosen	
MatakuliahSyarat	-	
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01	
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%	

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESMEN	MATERI	METODE	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT SUB CLO
1	CLO 1	Mampu menjelaskan pengertian kewirausahaan	- Ketepatan mendefinisikan kewirausahaan, - Keruntutan penjelasan perkembangan kewirausahaan, - Ketajaman dan kejelasan dalam membedakan pengertian pekerja dan pengusaha.	KUIS	- Definisi kewirausahaan - Karakteristik kewirausahaan Pustaka : 1. Manajemen Kewirausahaan, Dr. H. Abdu Manap, S.E., M.M., Penerbit Mitra Wacana Media, 2018. 2. Digital Innovation and Entrepreneurship, Dr Dick Whittington,Cambridge University Press, 2018. 3. Osterwalder, Alexander dan Yves Pigneur,Business Model Generation,2020.	- Kuliah, - Brainstorming, - Diskusi kelompok	Tatap Muka (2x50menit)		5%%
2	CLO 1	Mampu menjelaskan pengertian inovasi, kreativitas, dan pengembangan ide	- Ketepatan mendefinisikan inovasi - Penguasaan materi oleh mahasiswa tentang inovasi di bidang keilmuan yang dimiliki dalam Business plan	KUIS	- Definisi inovasi - Kegunaan inovasi/pengenbangan ide - Contoh kasus [Pembentukan Kelompok Bisnis][Pembuatan Ide Bisnis yang realistis, tidak melanggaran peraturan universitas, bukan bersifat pre-order dan bisa dijual dalam waktu 3 minggu (minggu 11 awarenes, minggu 12 consideration, minggu 13 conversion melaui market day), customer target jelas] [Pembuatan Business Model Canvas] [Merancang sampel produk]	- Kuliah (bahasa inggris), - Brainstorming, - Diskusi kelompok	Tatap Muka (2x50menit)		5%
3	CLO 2	Mampu merancang business plan	Ketepatan merancang business plan	Menyusun Bisnis Model Canvas (Casebase)	Pengertian business plan : - Definisi business plan - Komponen business plan - Manfaat business plan [Membuat business Plan] [Membuat Sampel Produk: menghitung biaya bahan dan jumlah produk yang dihasilkan] Pustaka : 1. Manajemen Kewirausahaan, Dr. H. Abdu Manap, S.E., M.M., Penerbit Mitra Wacana Media, 2018 2. Digital Innovation and Entrepreneurship, Dr Dick Whittington,Cambridge University Press, 2018. 3. Osterwalder, Alexander dan Yves Pigneur,Business Model Generation,2020.	- Kuliah (bahasa inggris), - Brainstorming, - Diskusi kelompok	Tatap Muka (2x50menit)		2,5%%
4	CLO 2	Mampu merancang Marketing Mix untuk Business Plan	- Ketepatan merancang marketing mix dan STP - Ketepatan menentukan SWOT	Menyusun Bisnis Model Canvas (Casebase)	Pengertian marketing mix dan STP : - Definisi marketing mix dan STP - Komponen marketing mix dan STP - Manfaat marketing mix dan STP - Contoh penggunaan marketing mix dan STP Pengertian SWOT : - Defnisi SWOT - Komponen SWOT - Manfaat SWOT - Contoh Penggunaan SWOT [Menyusun business plan] [Menguji sampel produk oleh kelompok bisnis lainnya] Pustaka : 1. Manajemen Kewirausahaan, Dr. H. Abdu Manap, S.E., M.M., Penerbit Mitra Wacana Media, 2018 2. Digital Innovation and Entrepreneurship, Dr Dick Whittington,Cambridge University Press, 2018. 3. Osterwalder, Alexander dan Yves Pigneur,Business Model Generation,2020.	- Kuliah, - Brainstorming, - Diskusi kelompok	Tatap Muka (2x50menit)		2,5%%
5	CLO 2	Mampu merencanakan aspek operasinal pada business plan	- Ketepatan menentukan lokasi, bahan baku, pemasok, peralatan, dan teknologi - Ketepatan merancang proses produksi dan sumberdaya manusia	Menyusun Bisnis Model Canvas (Casebase)	Pengertian lokasi, bahan baku, pemasok, peralatan, dan teknologi : - Definisi lokasi, bahan baku, pemasok, peralatan, dan teknologi - Contoh penggunaan lokasi, bahan baku, pemasok, peralatan, dan teknologi Pengertian proses produksi dan sumberdaya manusia : - Definisi proses produksi dan sumberdaya manusia - Contoh penggunaan proses produksi dan sumberdaya manusia [Menyusun Business Plan] [Menyempurnakan sampel Produk] Pustaka : 1. Manajemen Kewirausahaan, Dr. H. Abdu Manap, S.E., M.M., Penerbit Mitra Wacana Media, 2018. 2. Business is FUN!, Coach Yohanes G. Pauly, REJOFE	- Kuliah, - Brainstorming, - Diskusi kelompok	Tatap Muka (2x50menit)		2,5%%
6	CLO 2	Mampu menyusun aspek finansial pada business plan	- Ketepatan menyusun proyeksi pendapatan, pengeluaran, laba rugi, arus kas, dan payback period	Menyusun Bisnis Model Canvas (Casebase)	Pengertian pendapatan, pengeluaran, laba rugi, arus kas, dan payback period : - Definisi pendapatan, pengeluaran, laba rugi, arus kas, dan payback period - Contoh penggunaan pendapatan, pengeluaran, laba rugi, arus kas, dan payback period [Membuat Proyeksi Cashflow] [Menyempurnakan business plan] [Membuat slide presentasi Pitching] [Pendaftaran Pitching di BPA] Pustaka : 1. Manajemen Kewirausahaan, Dr. H. Abdu Manap, S.E., M.M., Penerbit Mitra Wacana Media, 2018. 2. Business is FUN!, Coach Yohanes G. Pauly, REJOFE Global Publishing, 2017; 3. Finance for Nonfinancial Managers, Katherine Wagner, PT. Bhuana Ilmu Populer, 2005.	- Kuliah, - Brainstorming, - Diskusi kelompok	Tatap Muka (2x50menit)		2,5%%

7	CLO 2	Mampu melakukan negosiasi untuk mendapatkan pendanaan dari investor	- Kemampuan negosiasi untuk mendapatkan pendanaan dari investor	Pitching - Sampel Produk - Proyeksi Cashflow - Slide presentasi	Negosiasi [Membuat Proyeksi Cashflow] [Menyempurnakan business plan] [Membuat slide presentasi Pitching] [Pendaftaran Pitching di BPA] Pustaka : Seni Menaklukkan Penjual dengan Negosiasi, Istijanto, PT. Gramedia Pustaka Utama	- Kuliah - Diskusi	Tatap Muka		5%
8	CLO 2	Mampu melakukan negosiasi untuk mendapatkan pendanaan dari investor	- Kemampuan negosiasi untuk mendapatkan pendanaan dari investor	Pitching - Sampel Produk - Proyeksi Cashflow - Slide presentasi	Pitching	Presentasi Pitching	Tatap Muka		10%
9	CLO 2	Mampu melakukan negosiasi untuk mendapatkan pendanaan dari investor	- Kemampuan negosiasi untuk mendapatkan pendanaan dari investor	Pitching - Sampel Produk - Proyeksi Cashflow - Slide presentasi	Pitching	Presentasi Pitching	Tatap Muka		10%
10	CLO 3	Mampu menerapkan business plan dan mengembangkan usaha untuk menghasilkan keuntungan	Kemampuan dalam mengimplementasikan business plan untuk menghasilkan keuntungan	LAPORAN AKHIR PENJUALAN DAN PRESENTASI	Persiapan Produksi & Penjualan [Konfirmasi Hasil Pitching]	- Diskusi	Tatap Muka (2x50menit)		
11	CLO 3	Mampu menerapkan business plan dan mengembangkan usaha untuk menghasilkan keuntungan	Kemampuan dalam mengimplementasikan business plan untuk menghasilkan keuntungan	LAPORAN AKHIR PENJUALAN DAN PRESENTASI	Periode Penjualan Pekan 1 [Pencairan dana dari Investor (jika dana belum cair mahasiswa disarankan untuk berjualan menggunakan dana kelompok terlebih dahulu)]	Praktek Penjualan		Daring (2x50menit)	
12	CLO 3	Mampu menerapkan business plan dan mengembangkan usaha untuk menghasilkan keuntungan	Kemampuan dalam mengimplementasikan business plan untuk menghasilkan keuntungan	LAPORAN AKHIR PENJUALAN DAN PRESENTASI	Periode Penjulan Pekan 2	Praktek penjualan		Daring (2x50menit)	
13	CLO 3	Mampu menerapkan business plan dan mengembangkan usaha untuk menghasilkan keuntungan	Kemampuan dalam mengimplementasikan business plan untuk menghasilkan keuntungan	LAPORAN AKHIR PENJUALAN DAN PRESENTASI	Periode Penjualan Pekan 3 [MARKET DAY]	Praktek penjualan		Daring (2x50menit)	
14	CLO 3	Mampu menerapkan business plan dan mengembangkan usaha untuk menghasilkan keuntungan	Kemampuan dalam mengimplementasikan business plan untuk menghasilkan keuntungan	LAPORAN AKHIR PENJUALAN DAN PRESENTASI	Evaluasi dan Laporan Akhir Penjualan	Laporan Akhir & Pengembalian Investasi	Tatap Muka (2x50menit)		55%
15	CLO 3	Mampu menerapkan business plan dan mengembangkan usaha untuk menghasilkan keuntungan	Kemampuan dalam mengimplementasikan business plan untuk menghasilkan keuntungan	LAPORAN AKHIR PENJUALAN DAN PRESENTASI	Evaluasi dan Laporan Akhir Penjualan	Laporan Akhir & Pengembalian Investasi		Daring (2x50menit)	
16	CLO 3	Mampu menerapkan business plan dan mengembangkan usaha untuk menghasilkan keuntungan	Kemampuan dalam mengimplementasikan business plan untuk menghasilkan keuntungan	LAPORAN AKHIR PENJUALAN DAN PRESENTASI	Evaluasi dan Laporan Akhir Penjualan	Laporan Akhir & Pengembalian Investasi		Daring (2x50menit)	

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI DIPLOMA/SARJANA/MAGISTER/DOKTOR* .....

FAKULTAS ...

Identitas Mata Kuliah	**Nama MK**	**Kode MK**	**Rumpun MK**	**Mitra Pengembang RPS**	**Bobot (SKS)**		**Semester**	**Direvisi**
	PANCASILA	UBKXBCB2	Ilmu Terapan	-	T= 2 SKS	P = -	Ganjil 2024/2025	04-Agu-21

Otoritas	**Pengembang RPS**	**Ketua Kelompok Keahlian**	**Ketua Program Studi**
	Ttd Dr. Runik Machfiroh, S.Pd., M.Pd.	Ttd	Ttd

Deskripsi Mata Kuliah	Pada mata kuliah ini mempelajari urgensi mempelajari pendidikan Pancasila untuk masa depan, membangun paradigma baru dalam dirinya sendiri berdasar nilai-nilai Pancasila melalui kemampuan menjelaskan dan menganalisis Pancasila dalam berbagai kajian.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika

Course Learning Outcomes (CLO)		**PLO yang didukung**
CLO-1	Mahasiswa mampu menjelaskan Urgensi Pancasila dan Pancasila dalam Kajian Sejarah	PLO-1
CLO-2	Mahasiswa mampu menganalisis Pancasila sebagai dasar negara dan ideologi negara	PLO-1
CLO-3	Mahasiswa mampu menganalisis Pancasila sebagai sistem filsafat, Etika, dan Dasar Nilai Pengembangan Ilmu	PLO-1

Penilaian

Id CLO	**Bobot per Bentuk Penilaian (%)**				**TOTAL BOBOT PER CLO**
	Aktivitas Partisipatif	**Kognitif/Pengetahuan**	**Hasil Proyek**		
	TUGAS	KUIS	PROYEK RISET	PROYEK SOSIAL	
CLO-1	5	5	10		20
CLO-2	5	5	20		30
CLO-3	5	15		30	50
Total per penilaian	15	25	30	30	100

Pustaka

Utama:

[1] Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan RI 1945
[2] Buku Ajar Mata Kuliah Wajib Umum Pendidikan Pancasila Untuk Perguruan Tinggi, Dirjen Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Kemenristek dikti RI, cetakan I, 2016
[3] Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. 2013. Materi Ajar Mata Kuliah Pendidikan Pancasila. Jakarta: Departeman Pendidikan Nasional Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
[4] Aiken, H. D.. 2009. Abad Ideologi, Yogyakarta: Penerbit Relief.
[5] Ali, As'ad Said. 2009. Negara Pancasila Jalan Kemaslahatan Berbangsa.
Jakarta: Pustaka LP3ES.
[6] Bakry, Noor Ms. 2010. Pendidikan Pancasila. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
[7] Branson, M. S. 1998. The Role of Civic Education, A Fortcoming education policy
Task Force Position. Paper from the Communitarian Network.
[8] Kaelan. 2013. Negara Kebangsaan Pancasila: kultural,historis, filosofis, yuridisdan aktualisasinya. Yogyakarta: Paradigma
[9] Buku Model Pembelajaran Berbasis Proyek pada Mata Kuliah MKWK di PT. 2023. Tel U Press: Bandung
[10] Dynamics of Industrial Revolution 4.0: Digital Technology Transformation and Cultural Evolution "Millenial Generation's Online Behavior in the humanity of the Pancasila". 2021 Routledge hal 255-259

Pustaka Pendukung:

[1] Latief, Yudi. 2011. Negara Paripurna. Historis, rasionalitas dan aktualitas Pancasila, Jakarta: Gramedia
[2] Koentjoroningrat.2004. Kebudayaan mentalitas dan pembangunan. Jakarta: Gramedia
[3] Ohmae, Kenichi. 1995. The End of the Nation-State: the Rise of Regional
Economies. New York: Simon and Schuster Inc.
[4] Alur Pikir BPIP.2019. BPIP Deputi Hukum
[5] Ohmae, Kenichi. 1995. The End of the Nation-State: the Rise of Regional
Economies. New York: Simon and Schuster Inc.
[6] Annual Civic Education Conference (ACEC 2018) "Characteristics of young Indonesian citizenship in the digital era": 2018. Atlantis Press hal 5-7
[7] Strategies for Revitalizing Tri Tangtu Local Wisdom Among College Students. AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan, 2024. Jilid 1 Terbitan 6 halaman 605-615

Media Pembelajaran	**Software :**	**Hardware :**
	• OS : Windows : MS Office, ppt , Pdf Reader • Kahootz • Googleclassroom • film	Komputer/Laptop

Team Teaching	Dr. M Yahya Arwiyah, S.H., M.H
Matakuliah Syarat	-
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%

MINGGU KE-	**ID CLO**	**DESKRIPSI SUB CLO**	**INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO**	**BENTUK ASSESSMENT**	**MATERI**	**METODE PEMBELAJARAN**	**LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)**	**DALAM JARINGAN (DARING)**	**BOBOT Sub CLO**
1	CLO-1	Mahasiswa mampu menjelaskan Urgensi Pancasila dan Pancasila dalam Kajian Sejarah: (1) Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian, sumber dan alasan Pendidikan pancasila di ajarkan di Perguruan Tinggi	Ketepatan dalam menjelaskan Pengertian pendidikan Pancasila, alasan diperlukannya pendidikan Pancasila dan sumber Pendidikan Pancasila	KUIS, Proyek Riset	1. Pengantar Pendidikan Pancasila 1.1 Konsep dan Urgensi Pendidikan Pancasila 1.2 Alasan diperlukan Pendidikan Pancasila: Kasus Korupsi, Narkoba, Radikal 1.3 Sumber historis, politik, sosiologis Pendidikan Pancasila	Ceramah bervariasi, Problem Solving Learning/PBL dengan Bahasa Inggris	2x50'		2,5
2	CLO-1	Mahasiswa mampu menjelaskan Urgensi Pancasila dan Pancasila dalam Kajian Sejarah: (2) Mahasiswa mampu menganalisis dinamika, esensi dan urgensi Pendidikan Pancasila	Ketepatan waktu dan ketepatan berargumen mengisi diskusi	TUGAS (Individu), Proyek Riset	2. Dinamika, Esensi dan Urgensi Pendidikan Pancasila 2.1 Membangun Argumen tentang Dinamika dan Tantangan Pendidikan Pancasila 2.2 Esensi dan Urgensi Pendidikan Pancasila di masa akan datang	Blended Learning, Problem Solving Learning/PBL; Controversial issue	2x50'		2,5
3	CLO-1	Mahasiswa mampu menjelaskan Urgensi Pancasila dan Pancasila dalam Kajian Sejarah: (3) Mahasiswa mampu menjelaskan arus sejarah lahir Pancasila dan alasan perlunya Pancasila dikaji dalam sejarah	Ketepatan waktu dan ketepatan berargumen mengisi diskusi	TUGAS (Kelompok), Proyek Riset	3. Konsep dan Urgensi Pancasila dalam arus Sejarah 3.1 Menelusuri konsep dan Urgensi Pancasila dalam arus sejarah bangsa Indonesia 3.2 Alasan diperlukan Pancasila dalam kajian sejarah bangsa Indonesia 3.3 Menggali sumber historis	Diskusi dan Cooperative Learning	2x50'		2,5
4	CLO-1	Mahasiswa mampu menjelaskan Urgensi Pancasila dan Pancasila dalam Kajian Sejarah: (4) Mahasiswa mampu berargumen tentang dinamika dan tantangan Pancasila di masa yang akan datang dalam kajian sejarah serta esensi dan urgensinya Pancasila dikaji dalam kajian sejarah	Ketepatan dalam berargumen tentang dinamika dan tantangan Pancasila di masa akan datang dan tepat dalam mendeskripsikan esensi dan urgensi Pancasila dalam kajian sejarah serta tepat dalam merangkum Pancasila	KUIS, Proyek Riset	4. Dinamika, Tantangan serta Urgensi Pancasila dalam kajian sejarah di masa akan datang 4.1 Dinamika dan tantangan Pancasila di masa akan datang 4.2 Esensi dan urgensi Pancasila dalam kajian sejarah 4.3 Rangkuman Pancasila dalam kajian sejarah	Controversial Issue Diskusi Resitasi		2x50'	2,5

5	CLO-2	Mahasiswa mampu menganalisis Pancasila sebagai Dasar dan Ideologi Negara: (1) Mahasiswa mampu menganalisis konsep, urgensi, dan alasan Pancasila sebagai dasar negara	Ketepatan dalam menganalisis konsep dan urgensi dasar negara, Alasan Pancasila sebagai dasar negara dan Sumber Pancasila sebagai dasar negara dengan topik yang diambil dalam proyek riset	TUGAS (Individu), Proyek Riset	5. konsep dan urgensi dasar negara 5.1 konsep negara, tujuan negara dan dasar negara 5.2 Alasan Pancasila sebagai dasar negara 5.3 Sumber Pancasila sebagai dasar negara	Blended Learning, Ceramah bervariasi Cooperative Script	2x50'		5
6	CLO-2	Mahasiswa mampu menganalisis Pancasila sebagai Dasar dan Ideologi Negara: (2) Mahasiswa mampu menganalisis dengan berargumen tentang dinamika tantangan pancasila sebagai dasar negara dalam masa depan	Ketepatan dalam berargumen tentang dinamika tantangan Pancasila sebagai dasar negara dalam masa depan; ketepatan dalam mendeskripsikan esensi Pancasila sebagai dasar negara	KUIS, Proyek Riset	6. Dinamika, Tantangan, Esesnsi dan Urgensi Pancasila sebagai dasar negara 6.1 Dinamika tantangan Pancasila dalam masa depan 6.2 Deskripsi esesnsi dan Urgensi Pancasila sebagai dasar negara 6.3 Rangkuman makna dan pentingnya Pancasila sebagai	Discovery Diskusi Resitasi	2x50'		5
7	CLO-2	Mahasiswa mampu menganalisis Pancasila sebagai Dasar dan Ideologi Negara: (3) Mahasiswa mampu membandingkan Pancasila dengan Ideologi lain di dunia	Ketepatan dalam menganalisis tetang alasan Pancasila sebagai ideologi negara dan ketepatan dalam membandingkan Pancasila sebagai ideologi negara	Progress Report Proyek Riset	7. Pancasila sebagai Ideologi negara 7.1 konsep dan urgensi Pancasila sebagai ideologi negara 7.2 Menggali sumber tentang Pancasila sebagai ideologi negara 7.3 Tantangan, dinamika, esensi, dan urgeni Pancasila sebagai ideologi negara di masa depan	Blended Learning, Debat Diskusi	2x50'		10
8	CLO-1 & CLO-2	CLO 1 (3) CLO 2 () Mahasiswa mampu mendemonstrasikan urgensi pendidikan Pancasila & Pancasila dalam kajian sejarah serta membandingkan Pancasila sebagai dasar dan ideologi negara melalui essay dan video kampanye melalui medsos	Ketepatan dalam menganalisis dalam essay dan Poster Kampanye rancangan proyek riset sosial	Proyek Riset	8.1 Urgensi Pendidikan Pancasila 8.2 Pancasila sebagai Kajian sejarah, Dasar dan Ideologi Negara	INQUIRY/PROJECT BASED LEARNING	2x50'		20
9	CLO-3	Mahasiswa mampu menganalisis Pancasila sebagai sistem filsafat, Etika, dan Dasar Nilai Pengembangan Ilmu: (1) Mahasiswa mampu memahami konsep Pancasila sebagai sistem filsafat	Ketepatan argumen dan ketepatan isi di forum	Proyek Sosial	9. Konsep Pancasila sebagai sistem Filsafat 9.1 Konsep Pancasila sebagai sistem filsafat 9.2 Alasan Pancasila sebagai sistem filsafat 9.3 Sumber Pancasila sebagai sistem filsafat	Ceramah variatif Cooperative Script/ Bahasa Inggris	2x50'		
10	CLO-3	Mahasiswa mampu menganalisis Pancasila sebagai sistem filsafat, Etika, dan Dasar Nilai Pengembangan Ilmu: (2) Mahasiswa mampu menganalisis dinamika dan tantangan Pancasila sebagai sistem Filsafat di masa depan	Ketepatan analisis argumen dinamika, tantangan Pancasila sebagai sistem filsafat, ketepatan mendeskripsikan esensi dan urgensi Pancasila sebagai sistem Filsafat	KUIS, Proyek Sosial	10. Dinamika, Tantangan serta Urgensi Pancasila sebagai sistem filsafat di masa akan datang 10.1 Dinamika dan tantangan Pancasila di masa akan datang sebagai sistem Filsafat 10.2 Esensi dan urgensi Pancasila sebagai sistem filsafat 10.3 Rangkuman Pancasila	Discovery Diskusi Resitasi	2x50'		7,5
11	CLO-3	Mahasiswa mampu menganalisis Pancasila sebagai sistem filsafat, Etika, dan Dasar Nilai Pengembangan Ilmu: (3) Mahasiswa mampu menganalisis Pancasila sebagai sistem Etika	Ketepatan mengnalisis konsep dan urgensi Pancasila sebagai sistem etika, ketepatan menjelaskan alasan Pancasila sebagai sistem etika dan sumber Pancasila sebagai sistem etika	TUGAS (Individu), Proyek Sosial	11. Konsep Pancasila sebagai sistem Etika 11.1 Alasan Pancasila sebagai sistem Etika 11.2 Sumber Pancasila sebagai sistem Etika	Problem based learning	2x50'		5
12	CLO-3	Mahasiswa mampu menganalisis Pancasila sebagai sistem filsafat, Etika, dan Dasar Nilai Pengembangan Ilmu: (4) Mahasiswa mampu menjelaskan dinamika, tantangan, esensi dan urgensi Pancasila sebagai sistem etika	Ketepatan menjelaskan argumen dinamika, tantangan Pancasila sebagai sistem etika, ketepatan mendeskripsikan esensi dan urgensi Pancasila sebagai sistem etika	Proyek Sosial	12. Dinamika, Tantangan serta Urgensi Pancasila sebagai sistem etika di masa akan datang 12.1 Dinamika dan tantangan Pancasila di masa akan datang sebagai sistem etika 12.2 Esensi dan urgensi Pancasila sebagai sistem etika Rangkuman Pancasila sebagai	Discovery Diskusi Resitasi	2x50'		
13	CLO-3	Mahasiswa mampu menganalisis Pancasila sebagai sistem filsafat, Etika, dan Dasar Nilai Pengembangan Ilmu: (5) Mahasiswa mampu mengalisis konsep dan urgensi Pancasila sebagai dasar pengembangan ilmu	Ketepatan menjelaskan konsep dan urgensi Pancasila sebagai dasar nilai pengembangan ilmu ketepatan menjelaskan alasan Pancasila sebagai dasar nilai pengembangan ilmu sumber Pancasila sebagai dasar nilai	Progress Report Proyek Sosial	13. Konsep Pancasila sebagai dasar nilai pengembangan ilmu 13.1 Konsep Pancasila sebagai dasar nilai pengembangan ilmu 13.2 Alasan Pancasila sebagai dasar nilai pengembangan ilmu 13.3 Sumber Pancasila sebagai dasar nilai pengembangan ilmu	Blended Learning, Diskusi dan Cooperative Script	2x50'		
14	CLO-3	Mahasiswa mampu menganalisis Pancasila sebagai sistem filsafat, Etika, dan Dasar Nilai Pengembangan Ilmu: (6) Mahasiswa mampu menganalisis dengan berargumen tentang dinamika, tantangan Pancasila sebagai dasar pengembangan ilmu	Ketepatan menjelaskan argumen dinamika, tantangan Pancasila sebagai sistem Dasar Nilai Pengembangan Ilmu, ketepatan mendeskripsikan esensi dan urgensi Pancasila sebagai Dasar Nilai Pengembangan Ilmu	KUIS, Proyek Sosial	14. Dinamika, Tantangan serta Urgensi Pancasila sebagai sistem Dasar Nilai Pengembangan Ilmu di masa akan datang 14.1 Dinamika dan tantangan Pancasila di masa akan datang sebagai Dasar Nilai Pengembangan Ilmu 14.2 Esensi dan urgensi Pancasila	Diskusi dan Cooperative Learning	2x50'		7,5
15	CLO-3	Mahasiswa mampu menganalisis Pancasila sebagai sistem filsafat, Etika, dan Dasar Nilai Pengembangan Ilmu: (7) Mahasiswa mampu merefleksikan dari Pancasila sebagai dasar pengembangan ilmu sesuai bidang ilmu masing-masing	Kelengkapan bahan Kejelasan argumen dalam portofolio Informatif Media menarik Reflektif	Proyek Sosial	Refleksi perkuliahan dan evaluasi untuk proyek riset	PRESENTASI	2x50'		15
16	CLO-3	"PROYEK RISET (8) "Mahasiswa mampu mendemontrasikan kemampuan menganalisis Pancasila sebagai Dasar Nilai Pengembangan Ilmu	1. Kelengkapan data, kekuatan analisis data, Tampilan menarik berupa PPT 2. Video Persuasif dan menarik Video melalui medsos yang dibuat, seberapa banyak yang like dan share	Proyek Sosial, Refleksi Perkuliahan	16. Pancasila sebagai Dasar Nilai Pengembangan Ilmu	INQUIRY/PROJECT BASED LEARNING	2x50'		15

RPS MKWP
S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	Budaya Nusantara	FAK1AAB2	Aectiva	-	T = 3 SKS	P = 0 SKS	1 Ganjil 2024/2025	10-Jun-24

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	Dr. Samsul Alam, S.Pd., M.Pd.	Dr. Santi Salayanti, S.Sn., M.Sn.	Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah	Mata kuliah ini menjadi matakuliah wajib prodi S! DKV, matakuliah ini menjelaskan tentang budaya nusantara yang meliputi aspek teoretis kebudayaan, proses penciptaan kebudayaan, unsur-unsur kebudayaan, sistem dan struktur kebudayaan, periode kebudayaan prasejarah, periode Kebudayaan klasik dan madya (Islam), kebudayaan periode baru dan kontemporer, proses pertumbuhan kebudayaan, kulturasi, asimilasi, globalisasi, evolusi dan difusi budaya, inovasi budaya, budaya visual nusantara, serta nilai-nilai dan karakteristik budaya visual nusantara, baik peninggalan masa lalu maupun kaitannya dengan perkembangan masa kini, sebagai landasan berfikir untuk menciptakan karya desain komunikasi visual berbasis budaya nusantara

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)	Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
	PLO-1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika.
	PLO-3	Mampu mengimplementasikan dan mendemonstrasikan teori, sejarah, dan prinsip seni rupa/desain di tingkat lokal serta global

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	Mampu menerapkan kemampuan berpikir logis dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi.	PLO-1
CLO-2	Mampu menerapkan nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika.	PLO-1
CLO-3	Mampu mengimplementasikan teori dan sejarah seni rupa dan desain di tingkat lokal	PLO-3
CLO-4	Mampu mengimplementasikan teori dan sejarah seni rupa dan desain di tingkat global	PLO-3

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)							TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif		Kognitif/Pengetahuan		Hasil Proyek			
	(Teknik Evaluasi) Diskusi-presentasi	(Teknik Evaluasi) Tugas Paper	(Teknik Evaluasi) Quis/Tes	(Teknik Evaluasi) Tugas Makalah				
CLO-1			10					10
CLO-2			10					10
CLO-3		20	10					30
CLO-4	25		5	20				50
Total per penilaian	25	20	35	20				100

Pustaka

Utama:

1. Agus Sachari. 2007. Budaya Visual Indonesia . Jakarta: Erlangga
2. Aryo Sunaryo. 2009. Ornamen Nusantara. Semarang: Dahara Prize
3. Koentjaraningrat. 1980. Manusia dan Kebudayaan di Indonesia. Jakarta: Penerbit Djambatan.
4. Wiyoso Yudoseputro. 2008. Jejak-jejak Tradisi Bahasa Rupa Indonesia Lama . Jakarta: YSVI & IKJ
5. Primadi Tabrani. 2006. Bahasa Rupa . Bandung: Penerbit ITB

Pustaka Pendukung:

1. Elvira Yesica G. 2018. INOVASI BUDAYA VISUAL INDONESIA BERIDENTITAS PADA ERA GLOBALISASI, Implikasi Seni dan Desain sebagai Inovasi Kreatifitas dalam Mewujudkan Budaya Visual Indonesia yang Beridentitas. Seminar Nasional Seni dan Desain: Konvergensi Keilmuan Seni Rupa dan Desain Era 4.0 di FBS UNESA, 25 Oktober 2018
2. Fathoni Setiawan. 2019. Budaya Visual Nusantara dalam Dimensi Baru. Seminar Nasional Seni dan Desain: "Reinvensi Budaya Visual Nusantara". Jurusan Seni Rupa dan Jurusan Desain Universitas Negeri Surabaya, 19 September 2019

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Microsoft PowerPoint	PC/Laptop; Microphone; Headphone

Team Teaching	Samsul Alam (Koord.), Ilhamsyah, I Dewa Alit Dwija Putra
Matakuliah Syarat	-
Ambang Batas Kelulusan	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Mampu memahami aspek teoretis kebudayaan [C2k]	1. Ketepatan dalam menjelaskan definisi kebudayaan 2. Ketepatan dalam menjelaskan aspek-aspek kebudayaan 3. Ketepatan dalam menjelaskan perbedaan budaya dan kebudayaan 4. Ketepatan dalam menjelaskan budaya nusantara	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis 1 (10 soal essay)	Aspek teoretis kebudayaan	**Kuliah:** Pendekatan deduktif, ceramah, diskusi, tanya jawab	1 x 150'		10
2	CLO-2	Mampu memahami kerangka kebudayaan	1. Ketepatan dalam menjelaskan proses penciptaan kebudayaan 2. Ketepatan dalam menjelaskan unsur-unsur kebudayaan"	**Bentuk non test:** **Bentuk test:** Kuis 2-a (5 soal essay)	1. Proses penciptaan kebudayaan 2. Unsur-unsur kebudayaan	**Kuliah:** Pendekatan deduktif, ceramah, diskusi, tanya jawab	1 x 150'		5
3	CLO-2	Mampu memahami kerangka kebudayaan	3. Ketepatan dalam menjelaskan sistem dan struktur kebudayaan	**Bentuk non test:** **Bentuk test:** Kuis 2-b (5 soal essay)	Sistem dan struktur kebudayaan	**Kuliah:** Pemaparan disampaikan dalam **Bahasa Inggris**	1 x 150'		5

4	CLO-3	Mampu memahami periodesasi dan dinamika kebudayaan	1. Ketepatan dalam menjelaskan periode kebudayaan prasejarah	**Bentuk non test:** **Bentuk test:** Kuis 3-a (Resume periode kebudayaan prasejarah)	Periode kebudayaan prasejarah	**Kuliah:** Pendekatan deduktif, ceramah, diskusi, tanya jawab		1 x 150'	2,5
5	CLO-3	Mampu memahami periodesasi dan dinamika kebudayaan	2. Ketepatan dalam menjelaskan periode kebudayaan klasik dan madya (Islam)	**Bentuk non test:** **Bentuk test:** Kuis 3-b (Resume periode kebudayaan klasik dan madya)	Periode Kebudayaan klasik dan madya (Islam)	**Kuliah:** Pendekatan deduktif, ceramah, diskusi, tanya jawab	1 x 150'		2,5
6	CLO-3	Mampu memahami periodesasi dan dinamika kebudayaan	3. Ketepatan dalam menjelaskan kebudayaan periode baru dan kontemporer	**Bentuk non test:** **Bentuk test:** Kuis 3-c (resume kebudayaan periode baru dan kontemporer)	Kebudayaan periode baru dan kontemporer	**Kuliah:** Pendekatan deduktif, ceramah, diskusi, tanya jawab	1 x 150'		2,5
7	CLO-3	Mampu memahami periodesasi dan dinamika kebudayaan	4. Ketepatan dalam menjelaskan konsep-konsep perubahan dalam kebudayaan a) Ketepatan dalam menjelaskan proses pertumbuhan kebudayaan b) Ketepatan dalam menjelaskan akulturasi, asimilasi, globalisasi	**Bentuk non test:** **Bentuk test:** Kuis 3-d (resume konsep-konsep perubahan dalam kebudayaan)	1. Proses pertumbuhan kebudayaan 2. kulturasi, asimilasi, globalisasi	**Kuliah:** Pendekatan deduktif, ceramah, diskusi, tanya jawab	1 x 150'		2,5
8	CLO-3	Mampu memahami periodesasi dan dinamika kebudayaan	4. Ketepatan dalam menjelaskan konsep-konsep perubahan dalam kebudayaan c) Ketepatan dalam menjelaskan evolusi dan difusi budaya d) Ketepatan dalam menjelaskan inovasi budaya	**Bentuk non test:** Membuat Paper **Bentuk test:**	1. Evolusi dan difusi budaya 2. Inovasi budaya	**Kuliah:** Pendekatan deduktif, ceramah, diskusi, tanya jawab		1 x 150'	20
9	CLO-4	Mampu menjelaskan budaya visual nusantara	1. Ketepatan dalam menjelaskan budaya visual nusantara	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis 4-a (resume budaya visual nusantara)	Budaya visual nusantara	**Kuliah:** Pendekatan deduktif, ceramah, diskusi, tanya jawab		1 x 150'	5
10	CLO-4	Mampu menjelaskan budaya visual nusantara	2. Ketepatan dalam menjelaskan nilai-nilai dan karakteristik budaya visual nusantara	**Bentuk non test:** **Bentuk test:** Kuis 4-b (resume nilai-nilai dan karakteristik budaya visual nusantra)	Nilai-nilai dan karakteristik budaya visual nusantara	**Kuliah:** Pemaparan disampaikan dalam **Bahasa Inggris**	1 x 150'		5
11	CLO-4	Mampu menjelaskan budaya visual nusantara	3. Ketepatan dalam menjelaskan wujud budaya visual nusantara a) Ketepatan dalam menjelaskan budaya visual Sumatera	**Bentuk non test:** Makalah dan presentasi **Bentuk test:**	Budaya visual Sumatera	**Kuliah:** Student Centered Learning (SCL), presentasi (Kelompok 1), diskusi	1 x 150'		45
12	CLO-4	Mampu menjelaskan budaya visual nusantara	3. Ketepatan dalam menjelaskan wujud budaya visual nusantara b) Ketepatan dalam menjelaskan budaya visual Jawa	**Bentuk non test:** Makalah dan presentasi **Bentuk test:**	Budaya visual Jawa	**Kuliah:** Student Centered Learning (SCL), presentasi (Kelompok 2), diskusi	1 x 150'		
13	CLO-4	Mampu menjelaskan budaya visual nusantara	3. Ketepatan dalam menjelaskan wujud budaya visual nusantara c) Ketepatan dalam menjelaskan budaya visual Kalimantan	**Bentuk non test:** Makalah dan presentasi **Bentuk test:**	Budaya visual Kalimantan	**Kuliah:** Student Centered Learning (SCL), presentasi (Kelompok 3), diskusi	1 x 150'		
14	CLO-4	Mampu menjelaskan budaya visual nusantara	3. Ketepatan dalam menjelaskan wujud budaya visual nusantara d) Ketepatan dalam menjelaskan budaya visual Sulawesi	**Bentuk non test:** Makalah dan presentasi **Bentuk test:**	Budaya visual Sulawesi	**Kuliah:** Student Centered Learning (SCL), presentasi (Kelompok 4), diskusi	1 x 150'		
15	CLO-4	Mampu menjelaskan budaya visual nusantara	3. Ketepatan dalam menjelaskan wujud budaya visual nusantara e) Ketepatan dalam menjelaskan budaya visual Bali, Maluku dan Nusa Tengara	**Bentuk non test:** Makalah dan presentasi **Bentuk test:**	Budaya visual Bali, Maluku dan Nusa Tenggara	**Kuliah:** Student Centered Learning (SCL), presentasi (Kelompok 5), diskusi	1 x 150'		
16	CLO-4	Mampu menjelaskan budaya visual nusantara	3. Ketepatan dalam menjelaskan wujud budaya visual nusantara f) Ketepatan dalam menjelaskan budaya visual Papua	**Bentuk non test:** Makalah dan presentasi **Bentuk test:**	Budaya visual papua	**Kuliah:** Student Centered Learning (SCL), presentasi (kelompok 6), diskusi		1 x 150'	

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah

Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
Pengantar Desain Komunikasi Visual	FAK1BAB3	AECTIVA	AIDIA /FGD	T = 3 SKS	P = 0SKS	1 Ganjil 2024/2025	10-Jun-24

Otoritas

Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
Ttd I Dewa Alit Dwija Putra, S.Sn.,M.Sn., Ph.D.	Ttd [Dr. Santi Salayanti, S.Sn.,M.Sn]	Ttd [Arief Budiman, S.Sn.,M.Sn]

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini merupakan mata kuliah wajib di Program S 1 Desain Komunikasi Visual. Mata Kuliah ini memberikan pemahaman pada mahasiswa tentang hubungan sejarah seni dengan desain komunikasi visual, ruang lingkup, kemudian pengaruh desain terhadap kehidupan manusia dan aplikasinya. Mahasiswa juga diberikan pemahamam sejarah perkembangan desain komunikasi visual berdasarkan periodesasi tentang keragaman gaya visual baik di dunia dan indonesia, demikian pula perkembangan Desain Komunikasi Visual di era digitalisasi serta dampaknya pada lingkungan manusia.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan logis inovatif dalam konteks pengembanganatau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral dan etika
PLO-3	Mampu mengimplementasikan dan mendemontrasikan teori sejarah, dan prinsip seni rupa/desain di tingkat lokal dan global.

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	Mampu menerapkan kemampuan berpikir logis dalam konteks pengembangan atau implemetasi ilmu pengetahuan dan teknologi (Af3)	PLO-1
CLO-1	Mampu mengimplementasikan teori dan sejarah seni rupa dan desain di tingkat lokal (C3)	PLO-3
CLO-2	Mampu mengimplementasikan teori dan sejarah seni rupa dan desain di tingkat global (C-3)	PLO-3

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif		Kognitif/Pengetahuan		Hasil Proyek		
	[Teknik Evaluasi] Diskusi-presentasi	[Teknik Evaluasi] Tugas Paper	(Teknik Evaluasi) Quis/Tes	[Teknik Evaluasi])Tugas Makalah			
CLO-1	5	5	10	10			30
CLO-2	5	10	10	10			35
CLO-3	5	10	10	10			35
Total per penilaian	15	25	30	35	0	0	100

Pustaka

Utama:

1. Malik, Kendall (2016) Kapita Selekta Desain (Suatu Pengantar dalam Perkembangan dan Pengaruh Desain). LPPMPP ISI Padangpanjang, Sumatra Barat.
2. Migotuwio, Namuri (2020) Desain Grafis; Kemarin, Kini, dan Nanti. Alinea Media, Margo Yoso- Pati.

Pustaka Pendukung:

1. Anggraini, Lia dan Kirana Nathalia (2021) Desain Komunikasi Visual, Panduan untuk Pemula, Bandung, Nuansa Cendekia.
2. Dian Nurdiansjah (2024) Desain Grafis Gen Z. Banyumas Jawa Tengah. Wawasan Ilmu.

Media Pembelajaran

Software :	Hardware :
Microsoft Office	Laptop, Infokus

Team Teaching	I Dewa Alit Dwija Putra, Ph.D. - Dr. Isa Pramana K- Dr. Samsul Alam.
Matakuliah Syarat	[mata kuliah prasyarat sebelum mengambil MK ini, jika ada]
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-2	Sub-CLO Mampu menjelaskan pengertian, definis seni, dan desain (C2)	1. Ketepatan dalam mengidentifikasi prinsip, unsur seni dan desain 2. Ketepatan dalam menjelaskan pengertian dan difinisi seni dan desain	Bentuk non test: **Bentuk test:** Belum ada	Difinisi dan pengertian Seni dan Desain	**Kuliah:** Pemaparan Kontrak Perkuliahan **Discovery Learning**	1x150'		5
2 dan 3	CLO-2	Sub-CLO Mahasiswa mampu menjelaskan lingkup seni, desain grafis, desain produk, desain interior dan Tekstil (C2)	1. Ketepatan dalam mengidentifikasi ruang lingkup atau batasan seni dan desain 2. Ketepatan dalam menjelaskan pengertian seni dan jenis desain lainnya	Bentuk non test: - **Bentuk test:** Quiz 1 : Essay pendek	Lingkup Desain dan Seni : Desain Komunikasi Visual, Produk, Interior dan Tekstil	Kuliah: Pemaparan: lingkup Desain Grafis Diskusi, tanya-jawab	1x150'		10
4 dan 5	CLO-1	Sub-CLO Mahasiswa mampu menunjukan peran , pengaruh desain dan desain grafis pada lingkungan sosial masyarakat. (A3)	1. Kecermatan dalam mengamati peran, pengaruh desain dan desain grafis pada lingkungan sosial masyarakat. 2. Ketepatan dalam menjelaskan peran dan fungsi desain pada masyarakat	Bentuk non test: kunjungan ke agen iklan **Bentuk test:** **Tugas 1**: Pembuatan makalah: Dampak Seni dan Desain	Peran dan Pengaruh Desain dan Desain Grafis pada lingkungan sosial	Kuliah: Pemaparan Diskusi: Self-direct learning	1x150'		10
6 dan 7	CLO-2	Sub-CLO Mahasiswa mampu menjelaskan desain sebagai media komunikasi, difinisi, proses dan fungsi komunikasi (C2)	1. Ketepatan dalam mengidentifikasi batasan desain sebagai media komunikasi. 2. Ketepatan dalam menjelaskan pengertian dan difinisi dari komunikasi	Bentuk non test: - **Bentuk test:** Quiz 2 : Essay pendek	Desain Sebagai Media Komunikasi; Difinisi, proses dan Fungsi Komunikasi	Kuliah: Pemaparan Proses Komunikasi Diskusi:	1x150'		10

8	CLO-2	Sub-CLO Mahasiswa mampu menunjukan komunikasi melalui visual berupa persepsi visual dan persepsi figur dan bentuk (C2)	1. Kecermatan dalam memperlihatkan persepsi visual figure dan bentuk. 2. Ketepatan dalam menjelaskan aspek persepsi komunikasi visual	**Bentuk non test:** Buat gambar persepsi positif dan negatif **Bentuk test:**	Komunikasi melalui visual; Persepsi visual dan persepsi figur dan bentuk	Kuliah: Pemaparan: persepsi visual Diskusi: tanya-jawab		1x150'	5
9	CLO-2	Sub-CLO Mahasiswa mampu menjelaskan sejarah perkembangan gaya desain grafis di Eropa (C2)	1. Kecakapan dalam mengidentifikasi ciri-ciri visual gaya desain grafis Eropa 2. Ketepatan dalam menjelaskan periodesasi perkembangan gaya desain grafis di Eropa	Bentuk non test: **Bentuk test:** **Tugas 2**: paper pemahaman desain grafis	Sejarah gaya desain grafis di Eropa	Kuliah: Pemaparan: Disampaikan dalam **Bahasa Inggris** Sejarah desain. Diskusi dan submited paper	1x150'		5
10	CLO-2	Sub-CLO Mahasiswa mampu menjelaskan sejarah perkembangan gaya desain grafis di Amerika (C2)	1. Ketepatan dalam mengidentifikasi karaktristik visual gaya desain grafis Amerika 2. Ketepatan dalam menjelaskan periodesasi perkembangan gaya desain grafis di Amerika	**Bentuk non test:** Interview/ wawancara Bentuk test:	Sejarah gaya desain grafis di Amerika	Kuliah: Pemaparan Diskusi: Self-direct learning		1x150'	10
11 dan 12	CLO-2	Sub-CLO Mahasiswa mampu menjelaskan sejarah perkembangan gaya desain grafis di Asia (C2)	1. Ketepatan dalam mengidentifikasi karakteristik visual gaya desain grafis di Asia. 2. Ketepatan dalam menjelaskan periodesasi perkembangan sejarah desain grafis Asia	Bentuk non test: **Bentuk test**: -Quiz 3 : pilihan ganda	Sejarah desain grafis di Asia	Kuliah: Pemaparan Diskusi: Self-direct learning	1x150'		10
13 dan 14	CLO-1	Sub-CLO Mahasiswa mampu menjelaskan sejarah perkembangan desain grafis di Indonesiia(C2)	1. Ketepatan dalam mengidentifikasi karakteristik visual grafis di Indonesia 2. Ketepatan dalam menjelaskan periodesasi sejarah grafis Indonesia	Bentuk non test: **Bentuk test:** -Quiz 4: essay pendek	Sejarah desain grafis Indonesia	Kuliah: Pemaparan : Sejarah desain		1x150'	10
15	CLO-02	Sub-CLO Mahasiswa mampu menjelaskan desain komunikasi visual di era teknologi Informasi di Indonesia (C-2)	1. Ketepatan dalam mengidentifikasi karekeristif visual grafis di era teknologi informasi 2. Ketepatan dalam menjelaskan perkembangan teknologi informasi pada ranah grafis	Bentuk non test: **Bentuk test**: **Tugas 3** -Presentasi dan paper	Desain Komunikasi Vsual di era teknologi informasi	Kuliah: Pemaparan: sejarah desain	1x150'		10
16	CLO-2	Sub-CLO Mahasiswa mampu menjelaskan desain komunikasi di era revolusi industri 4.0	1. Ketepatan dalam mengidentifikasi karakteristik visual di era revolusi industri 4.0 2. Ketepatan dalam menjelaskan perkembangan desain grafis di era revolusi industri 4.0	Bentuk non test: **Bentuk test:** -Tugas Submited Paper: desain grafis di abad informasi	Desain Komunikasi visual di era revolusi Industri 4.0.	Kuliah: pemaparan di sampaikan dalam **bahasa Inggris** Submited paper		1x150'	10

CONTOH - Template ini dapat digunakan untuk menyusun RPS. Isian setiap komponen dapat disesuaikan dengan kebutuhan. Namun tidak diperkenankan melakukan perubahan pada struktur dokumen RPS

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah

Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
Rupa Dasar	FAK1CAB3	Human, Media, and Technology		T = 1 SKS	P = 2 SKS	1 ganjil 2024/2025	10 juni 2024

Otoritas

Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
Ttd Nina Nurseta Ningrum S.Pd., S.Pd., M.Pd.	Ttd Dr. Andreas Rio Adriyanto, S.E., M,Eng.	Ttd Arief Budiman S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata Kuliah Rupa Dasar di Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual masuk pada semester 1 dan merupakan salah satu mata kuliah wajib.Mata kuliah Nirmana 2 Dimensi merupakan landasan bagi pengembangan kemampuan dalam menghasilkan karya seni rupa dua dimensi. Melalui pendekatan teori dan praktik, mahasiswa akan menggali berbagai teknik dasar dalam menciptakan karya seni visual, mulai dari penggunaan garis, bentuk, warna, hingga tekstur. Fokusnya adalah pada pemahaman konsep komposisi, proporsi, dan perspektif yang menjadi fondasi utama dalam merancang dan mengekspresikan ide-ide secara visual. Selain itu, mahasiswa juga akan diperkenalkan pada beragam media dan teknik tradisional serta kontemporer, sehingga dapat mengembangkan kemampuan kreatif dan teknis mereka dalam menghasilkan karya seni rupa yang berkualitas.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI

PLO-3	Mampu mengimplementasikan dan mendemonstrasikan teori, sejarah, dan prinsip seni rupa/desain di tingkat lokal serta global

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	Mampu mengimplementasikan teori dan sejarah seni rupa dan desain di tingkat lokal (c3f)	PLO-3
CLO-2	Mampu mengimplementasikan teori dan sejarah seni rupa dan desain di tingkat Global (c3f)	PLO-3
CLO-3	Mampu mendemonstrasikan prinsip seni rupa/desain (c3p)	PLO-3

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)															TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif					Kognitif/Pengetahuan					Hasil Proyek					
	Asistensi media komposisi tinta cina	Asistensi Komposisi Gradasi Warna	Asistensi Bidang kolase	Asistensi Biomorphic	Asistensi Transformasi bentuk	kuis komposisi tinta cina	kuis mengenai warna	kuis mengenai bidang kolase	kuis mengenai biomorphic analogus	kuis mengenai transformasi bentuk	(Tugas kecil 1) Komposisi Tinta Cina	(Tugas kecil 2) Komposisi Gradasi Warna	(Tugas besar 1) Bidang Kolase	(Tugas kecil 3) Biomorphic analogus	(Tugas besar 2) Transformasi bentuk	
CLO-1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1						15
CLO-2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1						10
CLO-3											15	15	15	15	15	75
Total per penilaian	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	15	15	15	15	15	100

Pustaka

Utama:

1. Lauer, F. David & Pentak Stephen (2012). Design Basic Eight Edition. Wadsworth Cengage Learning. Boston.

Pustaka Pendukung:

1. Chijiwa, Hideaki. (1990). Color Harmony, a Guide to Creative Color Combination. Rockport Publisher.Inc, Bangkok.
2. Srarmer, Anna. (2005). The Colour Scheme Bible, Inspirational Palettes for The Interior Design. Pageone. Singapore.

Media Pembelajaran

Software :	Hardware :
Powerpoint, ms word	Kertas, cat, dan alat tulis

Team Teaching

I Dewa Ait Dwidja S.Sn., M.Sn., P.hd.
Diani Apsari S.Ds., M.Ds.
Patra Aditia S.Ds., M.Ds.
Rendy Pandita Bastari S.Ds., M.Sn.
Bambang Meiga Suprayogi S.Sn., M.Sn.
Asep Kadarisman S.Sn., M.Sn.

Matakuliah Syarat

Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01	[dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%	[mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-01	mahasiswa mampu menghafal macam-macam jenis cat luar dan dalam negeri (c1k)	1. Ketepatan dalam mengingat kembali jenis-jenis cat dan kuas secara lokal dan global (c1a) 2. Ketepatan dalam membedakan jenis-jenis cat dan kuas secara lokal dan global (a3p)	Bentuk non test: - Bentuk test: kuis komposisi tinta cina	Elemen dan prinsip Nirmana+S47	Kuliah: Pemaparan kontrak perkuliahan Diskusi: 1. element dan prinsip nirmana 2.Briefing tugas kecil 1 komposisi tinta cina	3x50		3
2	CLO-02	mahasiswa mampu menghafal macam-macam jenis cat luar (global) dan kegunaannya (c1k)	1. Ketepatan dalam membedakan jenis-jenis cat lokal dan global (c2f) 2. Ketepatan dalam menempatkan media tinta cina kedalam desain yang akan dikerjakan (a1p)	Bentuk non test: - Bentuk test: kuis komposisi tinta cina	1. Prinsip nirmana 1 (irama) 2.Prinsip nirmana 2 (Keseimbangan) 3.Prinsip nirmana 3 (Kesatuan)	Kuliah: Pemaparan materi prinsip-prinsip nirmana Diskusi: Asistensi desain komposisi tinta cina	3x50		2
3	CLO-03	mahasiswa mampu mendemonstrasikan bentuk desain lokal dan global terhadap suatu desain (c3p)	1. ketepatan dalam mengerjakan bentuk desain lokal dan global melalui media tinta cina (p2p) 2. ketepatan dalam membuat bentuk menggunakan media tinta cina (p3m)	Bentuk non test: - Bentuk test: (Tugas Kecil 1) Komposisi tinta cina	Tekhnik menggambar dengan media tinta cina	Kuliah:1. Pemaparan Tekhnik menggambar dengan tinta cina 2. Pengumpulan tugas kecil1 Diskusi: Briefing tugas kecil 2 Komposisi warna	3x50		12,5
4	CLO-01	1. mahasiswa mampu menghafal warna dan gradasi warna (c1f) 2. mahasiswa mampu menghafal warna primer dan gradasi warna (c1f)	1. Ketepatan dalam mengembangkan warna warna primer kedalam warna campuran sekunder dan tersier (c2p) 2. Ketepatan dalam menanyakan warna yang dapat dipilih dan dicampurkan (a1f)	Bentuk non test: - Bentuk test: kuis mengenai warna	Elemen rupa garis	Kuliah: Pemaparan elemen Rupa Garis Diskusi: Asistensi komposisi warna	3x50		3
5	CLO-02	mahasiswa mampu mengkonsepkan pemilihan warna dalam sebuah desain (c3k)	1. Ketepatan dalam menyesuaikan warna untuk dicampurkan antara warna primer kedalam warna sekunder (c3k) 2. Ketepatan dalam menampilkan karya desain yang mumpuni serta berkaitan dengan unsur lokal dan global (a2p)	Bentuk non test: - Bentuk test: kuis mengenai warna	Elemen warna (Additive)	Kuliah: Pemaparan Elemen warna (Additive) Diskusi: Asistensi komposisi warna	3x50'		2
6	CLO-03	mahasiswa mampu menghasilkan sebuah karya desain melalui pencampuran warna primer (c3m)	1. Ketepatan dalam melengkapi pencampuran warna primer kedalam desain yang sudah dirancang (p3k) 2. ketepatan dalam menyempurnakan bagian warna dari gelap ke terang menggunakan pencampuran warna primer (p3p)	Bentuk non test: - Bentuk test: (tugas kecil 2) komposisi warna	Elemen warna (Substraktif)	Kuliah:1. Pemaparan Elemen warna (Substraktif) 2. Pengumpulan tugas kecil2 Diskusi: Briefing tugas kecil 3 (UTS) Komposisi bidang kolase	3x50		12,5
7	CLO-01	mahasiswa mampu mengimplementasikan media cat warna dengan media kertas yang dikombinasikan dalam sebuah desain (c3f)	1. Ketepatan dalam mengkonsepkan ide dalam membuat suatu media yang berkaitan dengan warna dan kertas (c3k) 2. Ketepatan dalam menyesuaikan bagian warna dan potongan kertas dalam media desain (a2f)	Bentuk non test: - Bentuk test: kuis mengenai kolase	Teori Kolase	Kuliah: Pemaparan Teori Kolase Diskusi: Asistensi Komposisi bidang kolase	3x50		3
8	CLO-02	mahasiswa mampu mengimplementasikan bagian unsur-unsur warna kedalam potongan kertas (c3k)	1. Ketepatan dalam menunjukan bagian kolase dalam media kertas dan wama yang akan di desain (c2k) 2. Ketepatan dalam mengusulkan bagian kolase dalam media kertas yang akan di desain (a3k)	Bentuk non test: - Bentuk test: (Tugas Besar 1) Komposisi bidang kolase	Tekhnik pengaplikasian teknik kolase dalam nirmana	Kuliah:1. Pemaparan Tekhnik pengaplikasian tekhnik kolase dalam nirmana 2. Pengumpulan Tugas Besar 1 (UTS) Diskusi: Diskusi menenai kolase	3x50		2
9	CLO-03	mahasiswa mampu mendemonstrasikan hasil desain kolase sebagai hasil desain yang dikerjakan (c3p)	1. Ketepatan dalam menerapkan hasil asistensi kedalam karya yang sudah di setujui (p2p) 2. Ketepatan dalam mengerjakan sebuah karya desain (p3p)	Bentuk non test: Bentuk test: kuis mengenai kolase	Teori Nirmana Kolase 2	Kuliah: Pemaparan Teori Nirmana Kolase 2 Diskusi: 1.Asistensi Komposisi bidang kolase 2. Pengumpulan Tugas Besar 1 3. Briefing tugas kecil 3 Biomorphic analogus	3x50		12.5
10	CLO-01	mahasiswa mampu mengkonsepkan desain lokal dalam sebuah karya seni rupa 2 dimensi (c3k)	1. Ketepatan dalam mengkonsepkan gagasan lokal budaya dalam karya desain biom+A56:K57orphikc analogus (c3k) 2. ketepatan dalam mendiskusikan ide dalam menuangkan pada hasil karya (a2k)	Bentuk non test: - Bentuk test: kuis mengenai Biomorphic analogus	Teori Principle of Art	Kuliah: Pemaparan Teori Principle of Art Diskusi: pemilihan ide dan gagasan	3x50		3
11	CLO-02	mahasiswa mampu memberi definisi mengenai desain biomorphic secara global (c1m)	1. Ketepatan dalam memilih desain biomorphic analogus dengan kelokalan khas suatu daerah (c1m) 2. Ketepatan dalam mendiskusikan gagasan untuk karya bhiomorphic analogus (a2k)	Bentuk non test: - Bentuk test: kuis mengenai Biomorphic analogus	Teori Komposisi bidang biomorphic, analogus dan kontras	Kuliah: Pemaparan Teori Bidang biomorphic, analogus dan kontras Diskusi: Asistensi komposisi bidang Biomorphic, analogus dan kontras	3x50		2

12	CLO-03	mahasiswa mampu menghasilkan suatu karya desain yang mempunyai unsur kelokalan dan global (c3m)	1. Ketepatan dalam mempersiapkan ide sebagai hasil desain yang estetik (p1f) 2. Ketepatan dalam menyempurnakan hasil karya desain dalam karya Biomorpnic analogus (p3p)	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas Kecil 3) Komposisi Biomorphic analogus	Seni desain kebudayaan lokal dalam nirmana	Kuliah:1. Pemaparan Seni desain kebudayaan lokal dalam nirmana 2. Pengumpulan Tugas kecil 3 Diskusi: Briefing tugas kecil 4 dan UAS Transformasi bentuk	3x50		12,5
13	CLO-01	mahasiswa mampu menemukan ide dan gagasan baru dalam membuat suatu karya desain (c1f)	1. Ketepatan dalam mengembangkan ide kedalam suatu desain karya komposisi transformasi bentuk (c2p) 2. Ketepatan mendiskusikan hasil asistensi desain komposisi transformasi bentuk (a2k)	Bentuk non test: - Bentuk test: kuis mengenai transformasi bentuk	Elemen Nirmana Tekstur	Kuliah: Pemaparan Teori Elemen Nirmana Tekstur Diskusi: pemilihan ide dan gagasan	3x50		3
14	CLO-02	mahasiswa mampu menjelaskan gagasan dalam suatu desain yang dirancang (c2f)	1. Ketepatan dalam mengimplementasikan pengetahuan mengenai desain tranformasi bentuk yang diaplikasikan sebagai karya desain (c3f) 2. ketepatan dalam memilih gagasan untuk dituangkan dalam desain transformasi bentuk (a1m)	Bentuk non test: - Bentuk test: kuis mengenai transformasi bentuk	Gradasi dan Transformasi	Kuliah: Pemaparan Teori Gradasi dan transformasi Diskusi: Asistensi komposisi Transformasi bentuk	3x50		2
15	CLO-03	mahasiswa mampu menghasilkan desain untuk dikembangkan pada suatu karya (c3m)	1. Ketepatan dalam mempraktekan suatu desain untuk diterapkan pada suatu karya transformasi bentuk (p3p) 2. Ketepatan dalam menyempurnakan suatu desain transformasi bentuk (p3p)	Bentuk non test: - Bentuk test: (Tugas Besar 2) transformasi bentuk	Transformasi bentuk	Kuliah: Pemaparan Teori Transformasi bentuk Diskusi: Pengumpulan tugas kecil 4	3x50		12.5
16	CLO-03	mahasiswa mampu mendemonstrasikan ide dan gagasan yang sudah dirancang (c3p)	1. Ketepatan dalam mempertunjukan suatu desainyang sudah diterapkan pada suatu karya transformasi bentuk (p2k) 2. Ketepatan dalam menyempurnakan suatu desain transformasi bentuk (p3p)	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas besar 2) transformasi bentuk	Transformasi bentuk	Kuliah: Pemaparan Teori Transformasi bentuk Diskusi: Pengumpulan Tugas Besar 2 (UAS)	3x50		13.5

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS iNDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah

Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
Menggambar Bentuk	FAK1DAB3	Aectiva	POT Branding House	T=1	P=2	1 Ganjil 2024/2025	10-Jun-24

Otoritas

Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
Ttd Rendy Pandita Bastari	Ttd Dr. Santi Salayanti, S.Sn., M.Sn	Ttd Arief Budiman, M.Ds

Deskripsi Mata Kuliah

Matakuliah menggambar bentuk merupakan matakuliah wajib prodi S1 DKV, mengajarkan dan melatih kemampuan menggambar terstruktur, kepekaan dimensional, rupa, dan warna, serta memahami material dan teknik menggambar, mengomposisikan acuan gambar benda pabrik yang bersifat geometrik maupun organik yang ada di alam. ketrampilan dan kemampuan logika serta kepekaan ruang dua dimensional juga dilatih untuk dapat menghasilkan ketepatan visual, dengan berbagai media dan teknik dasar. Matakuliah ini bersifat wajib yang dikontrak pada semester pertama dalam masa studi mahasiswa dan menjadi kemampuan dasar dan matakuliah syarat yang bersifat fondasional untuk mendukung kemampuan pada mata kuliah berikutnya.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-3	Mampu mengimplementasikan dan mendemonstrasikan teori, sejarah, dan prinsip seni rupa/desain di tingkat lokal serta global

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	mampu mengimplementasikan prinsip menggambar bentuk[C3, A3, P3]	PLO-3
CLO-3	Mampu mendemonstrasikan prinsip seni rupa/desain [C3, A3, P3]	

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)				TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif	Kognitif/Pengetahuan	Hasil Proyek		
	Forum Diskusi/Asistensi	Quiz	Tugas 1,Tugas 2,Tugas 3	Tugas 4, Tugas 5, Tugas Besar	
CLO-1	5	5	15		25
			15		15
			15		15
				15	15
CLO-3				15	15
				15	15
Total per penilaian	5	5	45	45	100

Pustaka

Utama:

1. Lubis, Harry. Gambar Teknik, Diktat untuk Mata Kuliah Gambar Teknik.Jilid 1. Penerbit FSRD. ITB, Bandung, 2002.
2. Norling, Ernest R. Perspektif Made Easy (Art Intruction), Dover Publication Inc., Mineola, New York 1967
3. Albert, Greg dan Wolf, Rachel (1991), Basic Drawing Technigues. North Light Books. Cincinnati, Ohio.
4. Garcia, C. W. (2018). Drawing for the absolute and utter beginner (2nd ed.). Watson-Guptill.

Pustaka Pendukung:

1. BASTARI, Rendy Pandita; WIGUNA, Iqbal Prabawa. Deep Fear : The Digital Art Making Based On The Psychological Reaction of Pandemic Phenomenon. JURNAL RUPA, [S.l.], v. 7, n. 2, p. 142 - 148, dec. 2022. ISSN 2503-1066.
2. Rockman, D. (2011). Drawing essentials: A complete guide to drawing (2nd ed.). Oxford University Press

Media Pembelajaran

Software :	Hardware :
Powerpoint	kertas, pensil, cat air, pensil warna

Team Teaching

Diani Apsari, S.Ds., M.Ds.
Patra Aditia, S.Ds., M.Ds
Rendy Pandita Bastari, S.Ds., M.Sn.
Bambang Melga Suprayogi, S.Sn., M.Sn.
Asep Kadarisman, S.Sn., M.Sn. I Dewa Alit Dwija P, S.Sn., M.Sn.

Matakuliah Syarat

Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01	nilai
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%	presentase

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO 1	Sub CLO 1.1 Mampu Mendemonstrasikan prinsip menggambar benda geometris [C3]	Ketepatan dalam menarik garis dan menggunakan alat gambar	Bentuk non test: - Bentuk test: Quiz	Pengenalan Ruang lingkup gambar dasar (garis dan arsiran), latihan garis	Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggambar	1x150'		5,84
2	CLO 1	Sub CLO 1.1 Mampu Mendemonstrasikan prinsip menggambar benda geometris [C3]	Ketepatan dalam mendemonstrasikan teknik pembagian bidang geometris	Bentuk non test: - Bentuk test: Quiz	Prinsip pembagian bidang geometris dasar	Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggambar	1x150'		5,84
3	CLO 1	Sub CLO 1.1 Mampu Mendemonstrasikan prinsip menggambar benda geometris [C3]	ketepatan dalam mendemonstrasikan teknik proyeksi aksonometri dan komposisi bidang geometris	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas	proyeksi aksonometri, komposisi benda geometris **Pengantar perkuliahan ini menggunakan bahasa inggris**	Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggambar	1x150'		5,84

4	CLO 1	Sub CLO 1.1 Mampu Mendemonstrasikan prinsip menggambar benda geometris [C3]	kepatan dalam menggambarkan komposisi benda geometris nyata yang dikomposisikan	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas	komposisi benda-benda pabrik/benda nyata menggunakan proyeksi aksonometri dengan menggambarkan 3 Benda nyata yang dikomposisikan	Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggambar	1x150'		5,84
5	CLO 1	Sub CLO 1.2 Mampu Mendemonstrasikan prinsip menggambar benda organik [C3]	ketepatan dalam menggambarkan struktur benda organik: buah-buahan	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas	Penggambaran benda organik (buah-buahan/still liife), teknik hitam putih	Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggambar	1x150'		5,84
6	CLO 1	Sub CLO 1.2 Mampu Mendemonstrasikan prinsip menggambar benda organik [C3]	ketepatan dalam menggambarkan struktur benda organik: buah-buahan	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas	Penggambaran benda organik (buah-buahan/still liife), teknik warna	Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggambar	1x150'		5,84
7	CLO 1	Sub CLO 1.2 Mampu Mendemonstrasikan prinsip menggambar benda organik [C3]	ketepatan dalam menggambarkan struktur benda organik: daun	Bentuk non test: - Bentuk test: Quiz	Penggambaran benda organik (Daun), teknik hitam putih **Pengantar perkuliahan ini menggunakan bahasa inggris**	Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggambar	1x150'		5,84
8	CLO 1	Sub CLO 1.2 Mampu Mendemonstrasikan prinsip menggambar benda organik [C3]	ketepatan dalam menggambarkan struktur benda organik	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas	evaluasi tugas (Penggambaran benda organik)	Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggambar		1x150'	5,84
9	CLO 1	Sub CLO 1.2 Mampu Mendemonstrasikan prinsip menggambar benda organik [C3]	ketepatan dalam menggambarkan struktur benda organik: daun	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas	Penggambaran benda organik (Daun), teknik pewarnaan	Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggambar	1x150'		5,84
10	CLO 1	Sub CLO 1.2 Mampu Mendemonstrasikan prinsip menggambar benda organik [C3]	ketepatan dalam menggambarkan struktur benda organik: perdu	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas	Penggambaran benda organik (perdu) dengan teknik arsir hitam putih	Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggambar	1x150'		5,84
11	CLO 1	Sub CLO 1.2 Mampu Mendemonstrasikan prinsip menggambar benda organik [C3]	ketepatan dalam menggambarkan struktur benda organik: perdu	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas	Penggambaran benda organik (perdu) dengan teknik pewarnaan	Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggambar	1x150'		5,84
12	CLO 1	Sub CLO 1.1 Mampu Mendemonstrasikan prinsip menggambar benda geometris [C3]	ketepatan dalam menggambarkan teknik proyeksi orthogonal	Bentuk non test: - Bentuk test: Quiz	Penggambaran benda geometris menggunakan proyeksi orthogonal denga n objek benda nyata	Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggambar	1x150'		5,84
13	CLO 2	Sub CLO 2.1 Mampu menerapkan teknik menggambar perspektif melalui komposisi benda nyata [C3]	ketepatan dalam menggambarkan teknik perspektif 1 titik hilang	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas	Penggambaran benda nyata menggunakan teknik perspektif 1 titik hilang (contoh: mesin ATM, pos jaga, halte), hitam putih	Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggambar	1x150'		7
14	CLO 2	Sub CLO 2.1 Mampu menerapkan teknik menggambar perspektif melalui komposisi benda nyata [C3]	ketepatan dalam menggambarkan teknik perspektif 2 titik hilang	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas	Penggambaran benda nyata menggunakan teknik perspektif 2 titik hilang (objek sederhana	Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggambar	1x150'		8
15	CLO 2	Sub CLO 2.1 Mampu menerapkan teknik menggambar perspektif melalui komposisi benda nyata [C3]	ketepatan dalam menggambarkan teknik perspektif 2 titik hilang	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas	Penggambaran benda nyata menggunakan teknik perspektif 2 titik hilang (objek gedung)	Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggambar		1x150'	15

16	CLO 2	Sub CLO 2.1 Mampu menerapkan teknik menggambar perspektif melalui komposisi benda nyata [C3]	ketepatan dalam menggambarkan teknik perspektif 2 titik hilang	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas	Pengumpulan tugas / evaluasi tugas	Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggambar		1x150'	15

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah

Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
Menggambar Figuratif	DCI1A3-	Aectiva	PT. Grafindo Media Utama	T = 1 SKS	P = 2.5 SKS	1 ganjil 24/25	11 Juni 2024

Otoritas

Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
Ttd Bambang Meiga Suprayogi	Ttd Dr. Santi Salayati, S.Sn., M.Sn.	Ttd Arief Budiman S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata Kuliah ini merupakan mata kuliah wajib prodi S1 Desain Komunikasi Visual yang memiliki landasan bagi pengembangan kemampuan dalam menghasilkan karya seni rupa dua dimensi. Melalui pendekatan teori dan praktik, mahasiswa akan menggali berbagai teknik dasar dalam menciptakan karya seni visual gambar 2 dimensi, mulai dari penggunaan garis, bentuk, warna, hingga tekstur , dan perspektif yang menjadi fondasi utama dalam menghasilkan karya secara visual. Dan mampu mengerjakannya secara manual, sehingga dapat mengembangkan kemampuan kreatif dalam menghasilkan karya gambar yang berkualitas.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-3	Mahasiswa mampu mengimplementasikan dan mendemonstrasikan teori, sejarah, dan prinsip menggambar di tingkat lokal serta global

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan kreatifitas kekaryaan (P2p)	PLO-3
CLO-2	Mampu mengimplementasikan semangat kemandirian, dalam menyelesaikan tugas kekaryaan (C3f)	PLO-3
CLO-3	Mampu mengimplementasikan dan mendemonstrasikan teori menggambar figuratif ke dalam hasil karya jadi (C3f)	PLO-3

Penilaian

id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)															TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif					Kognitif/Pengetahuan					Hasil Proyek					
	Menyimak materi	Mencari Referensi	asistensi sketasa	proses Pengerjaan	evaluasi Hasil	Memahami materi teori	Memahami tekhnis pengerjaan	Memahami Media yang akan di gunakan	Memahami aspek ketercapaian	Kuis	Tugas Kecil 1	Tugas Besar 1	Tugas Besar 2	Tugas Kecil 2	Tugas Besar 3	
CLO-1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1						15
CLO-2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1						10
CLO-3											15	15	15	15	15	75
Total per penilaian	3	0	3	3	3	2	2	2	2	2	15	15	15	15	15	100

Pustaka

Utama:

1. **Ching, FDK, 2010. Design Drawing. John & Wiley : New Jersey**

Pustaka Pendukung:

1. Sorg, Eileen. 2011. Colored Pencil. Walter Foster

Media Pembelajaran

Software :	Hardware :
Powerpoint, ms word	Kertas, pinsil gambar, pinsil warna, cat air

Team Teaching Bambang Meiga, Diani Apsari, Dimas Krisna Aditya, Patra Aditia, Rendy Pandita Bastari

Matakuliah Syarat

Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01	[dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%	[mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	Metode Pembelajaran	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-01	Sub CLO 1.1 Mampu Mendemonstrasikan prinsip menggambar objek anatomi mata, hidung, telinga dan mulut [C3]	memberi pemahaman aspek dalam menggambar dan ruang lingkupnya anatomi objek mata, hidung, mulut, dan telinga	Bentuk non test: -Diskusi tanya Jawab Bentuk test: kuis Tugas pengetahuan dan pemahaman terhadap materi yang sudah di dapatkan, prinsip-prinsip dalam menggambar mata, hidung, mulut, dan telinga	Prinsip dalam menggambar, dasar-dasar menggambar anatomi manusia di bagian objek, mata, hidung, telinga, dan mulut, di kerjakan dengan Tehnik media pinsil gambar	**Kuliah:** Pemaparan kontrak perkuliahan **Diskusi:** Gambar dan sejarah gambar Pengenalan Ruang lingkup gambar dasar (garis dan arsiran), latihan garis **Self-Directed Learning:** mahasiswa melaksanakan praktik menggambar	1x150		5,84
2	CLO-02	Sub CLO 1.1 Mampu Mendemonstrasikan prinsip menggambaranatomi gambar tangan dan kaki Manusia [C3]	1. Memahami menggambar anatomi tangan, kaki, dan gesture geraknya 2. Ketepatan dalam menempatkan gambar gesture tangan dan kaki	Bentuk non test: -Diskusi tanya Jawab Bentuk test: kuis tugas menggambar kaki dan tangan	Tekhnik menggambar dengan media pinsil gambar di atas kertas gambar A3	**Kuliah:** Pemaparan materi prinsip menggambar objek kaki dan tangan **Diskusi:** Asistensi gambar **Self-Directed Learning:** mahasiswa melaksanakan praktik menggamba	1x150		5,84
3	CLO-03	Minggu 2-3,:Sub CLO 1.1 Mampu Mendemonstrasikan prinsip menggambar anatomi gambar tangan dan kaki Manusia [C3]	1. Memahami menggambar anatomi tangan, kaki, dan gesture geraknya 2. Ketepatan dalam menempatkan gambar gesture tangan dan kaki	Bentuk non test: --Diskusi tanya Jawab Bentuk test: (Tugas Kecil 1) menggambar bentuk anatomi tangan dan kaki dengan 4 gerak dari tiap objeknya.	Tekhnik menggambar dengan media pinsil gambar di atas kertas gambar A3	**Kuliah:** Pemaparan materi prinsip menggambar objek gesture dari tangan dan kaki **Diskusi:** Asistensi gambar **Self-Directed Learning:** mahasiswa melaksanakan praktik menggamba		1x150	5,84
4	CLO-01	Minggu 4-5: Sub CLO 1.1 Mampu Mendemonstrasikan prinsip Menggambar Struktur wajah manusia pada berbagai usia dan jenis kelamin [C3]	1. garis bantu yang membentuk struktur anatomi wajah manusia berbagai usia dan kelamin 2. struktur indra pada wajah manusia 3 membuat dimensi gelap terang serta volume wajah manusia, dengan mempergunakan media kering	Bentuk non test: -Diskusi tanya jawab Bentuk test: tugas menggambar struktur wajah manusia dalam berbagai usia	Tekhnik menggambar dengan media pinsil gambar di atas kertas gambar A3	**Kuliah:** Pemaparan elemen Rupa Garis **Diskusi:** Asistensi gambar volume wajah manusia buatlah 3 gambar struktur wajah : 1. Laki-laki 2. Perempuan 3. Laku-laki/Perempuan Tua	1x150		5,84
5	CLO-02	Minggu 4-5: Sub CLO 1.1 Mampu Mendemonstrasikan prinsip Menggambar Struktur wajah manusia pada berbagai usia dan jenis kelamin [C3]	1. garis bantu yang membentuk struktur anatomi wajah manusia berbagai usia dan kelamin 2. struktur indra pada wajah manusia 3 membuat dimensi gelap terang serta volume wajah manusia, dengan mempergunakan media kering	Bentuk non test: -Diskusi tanya jawab Bentuk test: tugas menggambar struktur wajah manusia dalam berbagai usia	Tekhnik menggambar dengan media pinsil gambar di atas kertas gambar A3	**Kuliah:** Pemaparan elemen rupa, bentuk Asistensi gambar volume wajah manusia buatlah 3 gambar struktur wajah : 1. Laki-laki 2. Perempuan 3. Laku-laki/Perempuan Tua	1x150		5,84
6	CLO-03	Minggu 6-7: Sub CLO 1.2 Mampu Mendemonstrasikan prinsip menggambar anatomi wajah 3/4 [C3]	1. Garis bantu yang membentuk penggambaran anatomi wajah tiga per empat 2. struktur indra pada wajah manusia dengan posisi menyamping tiga per empat 3. Membuat dimensi gelap terang serta volume pada wajah manusia dengan menggunakan teknik pewarnaan media kering	Bentuk non test: --Diskusi tanya Jawab Bentuk test: (tugas kecil 2) menggambar wajah tampak 3/4 dengan media pinsil warna	Tekhnik menggambar dengan media pinsil gambar, pinsil warna di atas kertas gambar A3	**Kuliah:**1. Pemaparan tehnik menggambar dengan pinsil warna 2. Pengumpulan tugas kecil 2 **Diskusi:** Briefing tugas kecil 2 menggambar anatomi wajah 3/4 **Self-Directed Learning:** mahasiswa melaksanakan praktik menggamba	1x150		7
7	CLO-01	Minggu 6-7: Sub CLO 1.2 Mampu Mendemonstrasikan prinsip menggambar anatomi wajah 3/4 [C3]	1. Garis bantu yang membentuk penggambaran anatomi wajah tiga per empat 2. struktur indra pada wajah manusia dengan posisi menyamping tiga per empat 3. Membuat dimensi gelap terang serta volume pada wajah manusia dengan menggunakan teknik pewarnaan media kering	Bentuk non test: --Diskusi tanya Jawab Bentuk test: (tugas kecil 2) menggambar wajah tampak 3/4 dengan media pinsil warna	Tekhnik menggambar dengan media pinsil warna gambar dikerjakan di atas kertas gambar A3	**Kuliah:**1. Pemaparan tehnik menggambar dengan pinsil warna 2. Pengumpulan tugas kecil 2 **Diskusi:** Briefing tugas kecil 2 menggambar anatomi wajah 3/4 **Self-Directed Learning:** mahasiswa melaksanakan praktik menggamba	1x150		15
8	CLO-02	Draw the face of your own model by taking a front view of half the body [C3]	Describe according to the instructions for drawing a model of your own face using dry media techniques	Non-test form: --Question and Answer Discussion Test form: (Big Task 1) draw a model by drawing your own face with colored pencils	Drawing technique using colored pencils. Drawings are done on A3 drawing paper	Lectures:1. Presentation of techniques for using dry media 2. Collection of Large Assignments 1 Discussion: Draw a model of your own face, front view of half the body. Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggamba		1x150	5,84
9	CLO-03	Minggu 9-10: penggambaran dan mendemostrasikan struktur anatomi manusia dewasa (C3)	1+ Garis bantu yang membentuk struktur anatomi dengan modul 8 kepala ukuran orang dewasa 2. Perbandingkan bagian perbagian dari proporsi tubuh yang ideal dari masing-masing anggota badan 3. Pemembuatan sketsa dasar dalam menggambar posisi tubuh tampak depan samping dan belakang	Bentuk non test: --Diskusi tanya Jawab Bentuk test: kuis tugas menggambar posisi tubuh dengan berbagai tampak mengenai jenis arsiran	Teori jenis jenis macam arsiran	Kuliah: Pemaparan Teori gambar bentuk Diskusi: - Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggamba	1x150		5,84
10	CLO-01	Minggu 10: penggambaran dan mendemostrasikan struktur anatomi manusia dewasa (C3)	1+ Garis bantu yang membentuk struktur anatomi dengan modul 8 kepala ukuran orang dewasa 2. Perbandingkan bagian perbagian dari proporsi tubuh yang ideal dari masing-masing anggota badan 3. Pemembuatan sketsa dasar dalam menggambar posisi tubuh tampak depan samping dan belakang	Bentuk non test: --Diskusi tanya Jawab Bentuk test: Tugas menggambar	Teori penggunaan pinsil warna	Kuliah: teori proporsi tubuh yang ideal dan tidak ideal Diskusi: pembuatan sketas dalam menggmbar Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggamba	1x150		5,84
11	CLO-02	Minggu 11- mampu menggambakan dan mendemostrasikan gambar otot pada manusia dengan lipatan drafery pakaian (C3)	1. Membuat sketsa jadi secara benar dan wajar pada penggambaran gestur dan gerak tubuh lengkap dengan lipatan-lipatan Drafery pakaian yang dikenakan dengan berbagai macam kecenderungan warna dan motif pada pakaian 2.Ppenggunaan teknik pewarnaan pada masing-masing objek yang digambar	Bentuk non test: --Diskusi tanya Jawab Bentuk test: Tugas Menggambar mengena drafery	Teori gelap terang kontras dalam menggambar	Kuliah: Pemaparan teori pencahayaan pada gambar Diskusi: efek pencahayaan pada objek gambar Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggamba	1x150		5,84
12	CLO-03	Minggu 12 Mampu Menggambarkan dan mendemostrasikan anatomi obyek Kuda tampak samping(C3)	pembuatan sketsa global dari anatomi tubuh kuda Skala dan perbandingan dari masing-masing organ tubuh kuda penyelesaian akhir dari organ-organ detail bagian dari tubuh kuda (p3p)	Bentuk non test: --Diskusi tanya Jawab Bentuk test: Tugas Kecil 3) menggambar Kuda dengan tehnik water Colour	Teori tehnik cat air	Kuliah:1. Pemaparan Seni desain kebudayaan lokal dalam nirmana 2. Pengumpulan Tugas kecil 3 Diskusi: Briefing tugas kecil 4 dan UAS Transformasi bentuk Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggamba	1x150		5,84
13	CLO-01	Minggu 12-13: Mampu Menggambarkan dan mendemostrasikan anatomi obyek hewan Harimau (C3)	1. Ketepatan dalam mengembangkan ide kedalam suatu desain karya komposisi transformasi bentuk (c2p) 2. Ketepatan mendskusikan hasil asistensi desain komposisi transformasi bentuk (a2k)	Bentuk non test: --Diskusi tanya Jawab Bentuk test: kuis mengenai gambar figuratif	teori Tekstur	Kuliah: Pemaparan Teori Tekstur Diskusi: pemilihan ide dan gagasan Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggamba	1x150		5,84
14	CLO-02	Minggu14.. Mampu Menggambarkan dan mendemostrasikan gambar suasana keramaian dengan objek manusia yang sedang berlplu lalang di suatu sudut kota (C3)	Aplikasi perspektif satu titik hilang · Memilih sudut pandang · Membandingkan berbagai elemen-elemen pada ruang, benda dan mem banding kan dengan manusia. · Mengaplikasikan teknik pewarnaan dengan media cat air (p3p)	Bentuk non test: --Diskusi tanya Jawab Bentuk test: kuis mengenai gambar suasana	teori gambar perspektif	Kuliah: Pemaparan Teori gambar satutitik hilang Diskusi: Asistensi gambar susana sudut kota Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggamba	1x150	1x150	5,84
15	CLO-03	Minggu 15: Mampu Menggambarkan dan mendemostrasikan suasana keramaian : mengaplikasikan teknik skala benda, ruang dan manusia (C3)	1.Aplikasi perspektif dua titik hilang 2. Memilih sudut pandang 3. Membandingkan berbagai elemen-elemen pada ruang, benda dan membandingkan dengan manusia 4.Mengaplikasikan teknik pewarnaan dengan media cat air (p3p)	Bentuk non test: --Diskusi tanya Jawab Bentuk test: (Tugas Besar 2) mengambar suasana keramaian dengan pendekatan dua titik hilang	teori gambar perspektif dua titik hilang	Kuliah: pemaparan teori mixs media Diskusi: Pengumpulan tugas besar 2 Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggamba	1x150		8
16	CLO-03	Week 16. Depiction of a crowded zoo atmosphere: applying scale techniques of objects, space, animals and humans using a two-point vanishing perspective approach (C3)	1. Application of vanishing two point perspective 2. Choose a point of view 3. Compare various elements in space, objects and compare with humans 4. Applying coloring techniques with Mix Media (p3p)	Non-test form: --Question and Answer Discussion Test form: Big assignment 3 pictures of crowds at the zoo tourist attraction	atmosphere drawing theory	Studying: Presentation of Discussion Theory: Collection of Big Assignments 3 Self-Directed Learning: mahasiswa melaksanakan praktik menggamba		1x150	15

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	Komputer Grafis	FAK1FAB3	HUMAGY	-	T = 0 SKS	P = 3 SKS	1 Ganjil 24/25	10 Juni 2024

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	Taufiq Wahab, S.Sn., M.Sn.	Dr. Andreas Rio Adriyanto, SE., M.Eng	Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah	Komputer Grafis merupakan mata kuliah wajib prodi Desain komunikasi Visual, pada mata kuliah ini mahasiswa diberikan pemahaman mengenai gambar vektor, bitmap, dan software yang berhubungan dengan desain grafis, dengan fokus penekanan kepada kemampuan mahasiswa dalam menggunakan software desain grafis berupa format vector, bitmap, dan editorial design untuk pembuatan output cetak maupun digital. Tujuan perkuliahan ini agar mahasiswa mampu mengoperasikan perangkat komputer grafis untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas kerja dalam mewujudkan ide, gagasan dan kreatifitasnya.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)	Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
	PLO4	Mampu mengimplementasikan dan menggunakan teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya desain komunikasi visual.

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO1	Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, dan pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya desain komunikasi visual [C3f]	PLO4
CLO2	Mampu menggunakan perangkat dan media komunikasi untuk produksi karya desain komunikasi visual [C3m]	PLO4

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif	Kognitif/Pengetahuan	Hasil Proyek				
	Asistensi	Quiz	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	
CLO1		5					5
CLO2	10	5	10	15	25	30	95
Total per penilaian	10	10	10	15	20	30	95

Pustaka

Utama:

1. Anton, K., & Dejarld, T. (2019) Adobe InDesign in Classroom in a Book. United Statae: Adobe Press
2. Faulkner, A., & Chavez, C. (2018) Adobe Photoshop in Classroom in a Book. United Statae: Adobe Press
3. Wood, B., (2017). Adobe Illustrator CC Classroom in a Book. United States: Adobe Press.

Pustaka Pendukung:

1. Malley, B., (2018). Adobe Master Class Advance Compositing In Adobe Photoshop CC (Second Edition). United States: Adobe Press.
2. Wilson, D., Lourakes, P., & Schwartz, R,.(2016). Learn Adobe Illustrator CC for Graphic Design and Illustration. United States: Adobe Press.

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe InDesign	PC/Laptop, Projektor

Team Teaching	Taufiq Wahab, S.Sn., M.Sn., Ligar Muthmainnah, S.Ds., M.Ds., Tiara Radinska Deanda, S.Sn., M.Ds., Yanuar Rahman, S.Ds.,M.Ds
Matakuliah Syarat	tidak ada
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO1	Mahasiswa mampu menjelaskan perkembangan software desain grafis, prinsip dasar gambar format vektor, bitmap dan editorial design (C2f)	Ketepatan menjelaskan perkembangan software desain grafis, dan jenis-jenis gambar bitmap, vector, serta desktop publishing	Bentuk non test: mencari referensi software desain grafis Bentuk test: Quiz	Perkembangan software-software grafis, Jenis gambar Bitmap, Vektor & desktop publishing	Kuliah: Pemaparan Self-Paced Learning: Mengakses aktivitas di LMS	1x150'		5
2	CLO2	Mahasiswa mampu menggunakan tools grafis berbasis vector pada software Adobe Illustrator (P2m)	Ketepatan dalam menggunakan Area kerja Adobe Illustrator, panel tools, ukuran bidang kerja dan satuan ukuran, menyimpan file.	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas 1	•Area kerja Adobe Illustrator •Membuat lembar kerja baru •Keterangan tombol pada panel tools •Menampilkan rulers •Menampilkan Guides, •Menampilkan Grid, •Properties penyimpanan gambar	Kuliah: Pemaparan Self-Paced Learning: Mengakses aktivitas di LMS Asistensi, Tutorial	1x150'		5
3	CLO2	Mahasiswa mampu menggunakan tools grafis berbasis vector pada software Adobe Illustrator (P2m)	Ketepatan dalam menggunakan tools untuk pembuatan objek/bentuk dasar, bekerja dengan Path, seleksi objek	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas 1	Membuat objek dasar kotak, lingkaran, bulat •Tools path •Seleksi objek •Swatches	Kuliah: Pemaparan materi (Dalam Bahasa Inggris) Self-Paced Learning: Mengakses aktivitas di LMS Asistensi, Tutorial	1x150'		5

4	CLO2	Mahasiswa mampu menggunakan tools grafis berbasis vector pada software Adobe Illustrator (P2m)	Ketepatan dalam menggunakan tools pengelolaan panel layer	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas 1	•Pengenalan panel layer •Membuat layer baru •Pengatuan layer •Menggabungkan layer	Kuliah: Pemaparan Self-Paced Learning: Mengakses aktivitas di LMS Asistensi, Tutorial	1x150'		5
5	CLO2	Mahasiswa mampu menggunakan tools grafis berbasis vector pada software Adobe Illustrator (P2m)	Ketepatan dalam menggunakan tools modifikasi objek	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas 2	•Pengenalan color •Penggunaan Gradient tools •Penggunaan Mesh gradient tools •Penggunaan Pathfinder •Penggunaan blend tools	Kuliah: Pemaparan Self-Paced Learning: Mengakses aktivitas di LMS Asistensi, Tutorial		1x150'	4
6	CLO2	Mahasiswa mampu menggunakan tools grafis berbasis vector pada software Adobe Illustrator (P2m)	Ketepatan dalam menggunakan tools pada pembuatan teks	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas 2	•Horizontal & Vertical Type •Properties teks, paragraf •Mengimpor teks •Mengekspor teks •Modifikasi teks	Kuliah: Pemaparan Self-Paced Learning: Mengakses aktivitas di LMS Asistensi, Tutorial	1x150'		4
7	CLO2	Mahasiswa mampu menggunakan tools grafis berbasis vector pada software Adobe Illustrator (P2m)	Ketepatan dalam menggunakan tools untuk pembuatan objek 3D	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas 2	•Membuat objek 3D •Penggunaan fasilitas revolve •Penggunaan fasilitas rotate •Mengatur pencahayaan objek 3D •Mengatur tampilan objek 3D	Kuliah: Pemaparan Self-Paced Learning: Mengakses aktivitas di LMS Asistensi, Tutorial	1x150'		4
8	CLO2	Mahasiswa mampu mempraktikkan penggunaan software grafis berbasis vector dengan menggunakan software Adobe Illustrator (p3p)	Ketepatan dalam mempraktikkan penggunaan tools pada pengolahan gambar/ilustrasi vector	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas 2	Pembuatan ilustrasi vector	Kuliah: Pemaparan materi (**Dalam Bahasa Inggris**) Self-Paced Learning: Mengakses aktivitas di LMS Asistensi, Tutorial		1x150'	8
9	CLO2	Mahasiswa mampu menggunakan tools grafis berbasis bitmap pada software Adobe Photoshop (P2m)	Ketepatan dalam menggunakan tools pada pembuatan dokumen baru, menggabungkan berbagai image dalam suatu dokumen	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Quiz	•Interface Adobe Photoshop •Membuat dokumen baru •Pengertian image size dan canvas size •Pemahaman toolbox •Penggunaan Copy Paste •Jenis-jenis file image •Save for web	Kuliah: Pemaparan Self-Paced Learning: Mengakses aktivitas di LMS Asistensi, Tutorial	1x150'		5 5
10	CLO2	Mahasiswa mampu menggunakan tools grafis berbasis bitmap pada software Adobe Photoshop (P2m)	Ketepatan dalam menggunakan tools untuk menseleksi objek, menggunakan mask, & pengaturan layer	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas 3	•Layer •Quick Mask Mode •Layer Mask •Layer Style •Pemahaman seleksi	Kuliah: Pemaparan Self-Paced Learning: Mengakses aktivitas di LMS Asistensi, Tutorial	1x150'		5
11	CLO2	Mahasiswa mampu menggunakan tools grafis berbasis bitmap pada software Adobe Photoshop (P2m)	Ketepatan dalam menggunakan tools untuk mengatur properties shadow highlight image, mengatur warna, gradasi image & memperbaiki dan retouching photo.	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas 3	•Pengaturan Level/Curve, Shadow Higlight •Properties Brightness & Contrast •Paint Bucket Tool, Gradient Tool, Brush Tool, •Properties Color Balance, Photo Filter, Replace Color. •Pengaturan Hue/Saturation, Match Color. •Koreksi gambar, adjustment gambar, black & white, •Retouching photo	Kuliah: Pemaparan Self-Paced Learning: Mengakses aktivitas di LMS Asistensi, Tutorial	1x150'		5
12	CLO2	Mahasiswa mampu mempraktikkan penggunaan software grafis berbasis bitmap dengan menggunakan software Adobe Photoshop (P3p)	Ketepatan dalam mempraktikkan penggunaan tools pada penerapan tipografi, properties, modifikasi teks & digital imanging	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas 3	•Horizontal & Vertical Type •Properties teks, paragraf •Pen tools •Shape Tools •Text Effect	Kuliah: Pemaparan Self-Paced Learning: Mengakses aktivitas di LMS Asistensi, Tutorial	1x150'		10

13	CLO2	Mahasiswa mampu menggunakan tools pengolahan layout editorial design berbasis vector & bitmap pada software Adobe InDesign (P3f)	Ketepatan dalam menggunakan tools pada pembuatan dokumen baru menggunakan InDesign	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas 4	•Interface Adobe Indesign •Membuat dokumen baru •Mengubah Margin dan Kolom •Mengekspor File •Mencetak dokumen (print booklet)	Kuliah: Pemaparan Self-Paced Learning: Mengakses aktivitas di LMS Asistensi, Tutorial		1x150'	5
14	CLO2	Mahasiswa mampu menggunakan tools pengolahan layout editorial design berbasis vector & bitmap pada software Adobe InDesign (P3f)	Ketepatan dalam menggunakan tools untuk membuat halaman master halaman master, layout satu halaman	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas 4	•Mengatur tiap halaman •Halaman baru •Master Pages	Kuliah: Pemaparan Self-Paced Learning: Mengakses aktivitas di LMS Asistensi, Tutorial	1x150'		5
15	CLO2	Mahasiswa mampu menggunakan tools pengolahan layout editorial design berbasis vector & bitmap pada software Adobe InDesign (P3f)	Ketepatan dalam menggunakan tools untuk membuat layout dengan banyak halaman Ketepatan dalam menunjukkan tools untuk merancang layout dengan pengaturan teks lebih bervariasi	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas 4	•Pages Number •Text Frame Option, Frame Link, Text Wrap •Fitting Image, Membuat Table	Kuliah: Pemaparan Self-Paced Learning: Mengakses aktivitas di LMS Asistensi, Tutorial	1x150'		5
16	CLO2	Mahasiswa mampu mempraktikkan pengolahan layout editorial design berbasis vector & bitmap dengan menggunakan software Adobe InDesign (P3p)	Ketepatan dalam mempraktikkan penggunaan tools Adobe InDesign yang menunjang/diperlukan pada pengolahan layout dengan banyak halaman (Desain layout Majalah)	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas 4	Pembuatan layout majalah	Kuliah: Pemaparan materi (**Dalam Bahasa Inggris**) Self-Paced Learning: Mengakses aktivitas di LMS Asistensi, Tutorial		1x150'	15

	RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)							
	PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL							
	FAKULTAS INDUSTRI KREATIF							
Identitas Mata Kuliah	**Nama MK**	**Kode MK**	**Rumpun MK**	**Mitra Pengembang RPS**	**Bobot (SKS)**		**Semester**	**Direvisi**
	Estetika dan Sejarah Komunikasi Visual	FAK1GAB2	Aectiva	Lingga Agung, S.Ikom., M.Sn	T = 2	P = 0	2 Genap 2023/2024	10-Jun-24

Otoritas	**Pengembang RPS**	**Ketua Kelompok Keahlian**	**Ketua Program Studi**
	Ttd Rendy Pandita Bastari	Ttd Dr. Santi Salayanti, S.Sn., M.Sn	Ttd Arief Budiman, M.Ds

Deskripsi Mata Kuliah	Matakuliah ini merupakan matakuliah wajib prodi S1 DKV, MK ini memberikan pemahaman estetika dalam konteks desain komunikasi visual. Membahas sejarah perkembangannya dan medianya sejak masa prasejarah hingga kontemporer di dunia maupun Indonesia. Melaui matakuliah ini mahasiswa dapat memiliki pengetahuan dan konsep dasar estetika desain komunikasi visual. Kemampuan akhir yang dicapai adalah mengidentifikasi karya-karya visual sehingga mahasiswa dapat memiliki kekayaan referensi dan mampu mengimplementasikannya pada karya desain komunikasi visual. Matakuliah ini bersifat wajib dikontrak oleh mahasiswa pada semester 2 dan merupakan matakuliah dasar.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)	**Program Learning Outcomes (PLO) PRODI**	
	PLO-1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika.
	PLO-3	Mampu mengimplementasikan dan mendemonstrasikan teori, sejarah, dan prinsip seni rupa/desain di tingkat lokal serta global
	Course Learning Outcomes (CLO)	**PLO yang didukung**
	CLO-1	[PLO 1] CLO-1 Mampu mengidentifikasi konsep estetika [C3,A3, P3] — PLO-1
	CLO-2	[PLO 3] CLO-2 Mampu mengimplementasikan teori dan sejarah seni rupa dan desain di tingkat global [C3, A3, P3] — PLO-3

Penilaian	**Id CLO**	**Bobot per Bentuk Penilaian (%)**						**TOTAL BOBOT PER CLO**
		Aktivitas Partisipatif		**Kognitif/Pengetahuan**		**Hasil Proyek**		
			Presentasi (Tugas 1) Presentasi (Tugas 3)	Quiz	Tugas 2 Tugas 4			
	CLO-1		15	10	25			50
								0
								0
	CLO-2		25		25			50
								0
	Total per penilaian	0	40	10	50	0	0	100

Pustaka	
	Utama:
	1.Adams, Laurie S. 2008. A History of Western Art. Revised Fourth Edition. New York: McGraw-Hill.
	2.Agung, Lingga. 2017. Pengantar Sejarah dan Konsep Estetika. Yogyakarta: Kanisius.
	3.Ali, Matius. 2011. Estetika: Pengantar Filsafat Seni. Sanggar Luxor.
	4.Benzel, Kim. Graff, Sarah, B. Rakic, Yelena. Watts, Edith W. 2010. Art of the Ancient Near East: a resource for educators. New York: The Metropolitan Museum of Art.
	5.Chernyshevsky, Nikolai G. 2005. Hubungan Estetika Dengan Realitas. Bandung: CV Ultimus.
	6.Dharsono. Soni, Kartika. 2007. Estetika. Bandung: Rekayasa Sains Bandung.
	7.Dickie, George. Aesthetics, An Introduction. New York: Pegasus The Bobbs-Merill Co. Inc.
	8.Hauskeller, Michael. 2015. Seni-Apa Itu? Posisi Estetika dari Platon Sampau Danto. Yogyakarta: Kanisius.
	9.Sugiharto, Bambang. 2014. Untuk Apa Seni? Bandung: Matahari.
	10.Sumardjo, Jakob. 2010. Estetika Paradoks. Bandung: Sunan Ambu Press.
	11.Suryajaya, Martin. 2016. Sejarah Estetika: Era Klasik Sampai Kontemporer. Jakarta: Gang Kabel.
	Pustaka Pendukung:
	1.Burckhartd, Titus. 2006. The Foundation of Christian Art Illustrated. Bloomington Indiana: World Wisdom, Inc.
	2.Darin, Ririn. 2016. Sejarah Kebudayaan Indonesia Masa Hindu Buddha. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
	3.Gombrich, E.H. 2015. Sejarah Dunia Untuk Pembaca Muda. Serpong, Tanggerang Selatan: Marjin Kiri.
	4.Honour, H dan Fleming, J. 1999. A World History of Art. London: Laurence King.

Media Pembelajaran	**Software :**	**Hardware :**
	Mircosoft Offiice: Zoom, Google Meet, Word, dan Power Point.	PC, Laptop dan Projector.

Team Teaching	I Dewa Alit Dwija Putra, M.Sn, Ph.D
	Ilhamsyah, S.Ds., M.Ds
	Rendy Pandita Bastari, S.Ds., M.Sn
	Dr. Samsul Alam, M.Pd
Matakuliah Syarat	
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01 nilai
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% presentase

MINGGU KE-	**ID CLO**	**DESKRIPSI SUB CLO**	**INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO**	**BENTUK ASSESSMENT**	**MATERI**	**METODE PEMBELAJARAN**	**LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)**	**DALAM JARINGAN (DARING)**	**BOBOT Sub CLO**
1	CLO-01	Sub CLO1.1 Mampu menyebutkan definisi estetika, komunikasi visual, struktur estetika, ruang lingkup, dan pakem-pakem estetika [C2]	Ketepatan menyebutkan definisi estetika, komunikasi visual, struktur estetika, ruang lingkup, dan pakem-pakem estetika.	Bentuk non test: diskusi Bentuk test: -	Definisi Estetika Struktur Estetika Ruang Lingkup Estetika Komunikasi Visual Posisi Estetika dalam DKV	Discovery Learning	1x100'		6
2	CLO-01	Sub CLO1.1 Mampu menyebutkan definisi estetika, komunikasi visual, struktur estetika, ruang lingkup, dan pakem-pakem estetika [C2]	Ketepatan menyebutkan definisi estetika, komunikasi visual, struktur estetika, ruang lingkup, dan pakem-pakem estetika.	Bentuk non test: diskusi Bentuk test: -	Dinamika Estetika Pakem-pakem estetika	Discovery Learning	1x100'		6

3	CLO-01	Sub CLO1.2 Mampu menghafal teori-teori estetika [C2]	Ketepatan dalam menyebutkan teori-teori estetika	Bentuk non test: diskusi Bentuk test: -	Teori-teori Estetika Teori Intrinsik dan Ekstrinsik Teori Imitasi Teori Formalisme Teori Emosionalisme Teori Instrumentalisme Teori Institusionalisme Teori Feldman Penikmatan dan Pemahaman Estetika melalui teori-teori estetika	Discovery Learning	1x100'		8
4	CLO-01	Sub CLO 1.3 Mampu menerangkan sejarah, estetika Barat, Timur, Islam, Nusantara, dan Indonesia dari masa prasejarah hingga kontemporer [C3]	Ketepatan menerangkan sejarah, estetika Barat, Timur, Islam, Nusantara, dan Inonesia dari masa prasejarah hingga kontemporer	Bentuk non test: diskusi Bentuk test: -	Presejarah Estetika Yunani Estetika Romawi	Discovery Learning	1x100'		4
5	CLO-01	Sub CLO 1.3 Mampu menerangkan sejarah, estetika Barat, Timur, Islam, Nusantara, dan Indonesia dari masa prasejarah hingga kontemporer [C3]	Ketepatan menerangkan sejarah, estetika Barat, Timur, Islam, Nusantara, dan Inonesia dari masa prasejarah hingga kontemporer	Bentuk non test: diskusi Bentuk test: -	Estetika Abad Pertengahan Gothic Renaissance Barok Enlighment	Discovery Learning	1x100'		4
6	CLO-01	Sub CLO 1.3 Mampu menerangkan sejarah, estetika Barat, Timur, Islam, Nusantara, dan Indonesia dari masa prasejarah hingga kontemporer [C3]	Ketepatan menerangkan sejarah, estetika Barat, Timur, Islam, Nusantara, dan Inonesia dari masa prasejarah hingga kontemporer	Bentuk non test: diskusi Bentuk test: -	Estetika Romantisme Estetika Abad 19th Realisme Estetika Impressionisme	Discovery Learning	1x100'		4
7	CLO-01	Sub CLO 1.3 Mampu menerangkan sejarah, estetika Barat, Timur, Islam, Nusantara, dan Indonesia dari masa prasejarah hingga kontemporer [C3]	Ketepatan menerangkan sejarah, estetika Barat, Timur, Islam, Nusantara, dan Inonesia dari masa prasejarah hingga kontemporer	Bentuk non test: - Bentuk test: Presentasi tugas 1	Presentasi Mahasiswa (Tugas 1)	Small Group Discussion	1x100'		4
8	CLO-02	Sub CLO 2.1 Mampu mengimplementasikan teori-teori estetika [C3]	Ketepatan mengimplementasikan teori-teori estetika	Bentuk non test: - Bentuk test: Presentasi tugas 1	Pengumpulan Tugas 2	Self-Directed Learning		1x100'	4
9	CLO-01	Sub CLO 1.3 Mampu menerangkan sejarah, estetika Barat, Timur, Islam, Nusantara, dan Indonesia dari masa prasejarah hingga kontemporer [C3]	Ketepatan menerangkan sejarah, estetika Barat, Timur, Islam, Nusantara, dan Inonesia dari masa prasejarah hingga kontemporer	Bentuk non test: diskusi Bentuk test: -	Estetika Timur Estetika Hindu di India Estetika Buddha di India dan China	Discovery Learning	1x100'		4
10	CLO-01	Sub CLO 1.3 Mampu menerangkan sejarah, estetika Barat, Timur, Islam, Nusantara, dan Indonesia dari masa prasejarah hingga kontemporer [C3]	Ketepatan menerangkan sejarah, estetika Barat, Timur, Islam, Nusantara, dan Inonesia dari masa prasejarah hingga kontemporer	Bentuk non test: diskusi Bentuk test: -	Estetika Tao dan Konghucu di China Estetika Zen Buddhisme di Jepang	Discovery Learning	1x100'		5
11	CLO-01	Sub CLO 1.3 Mampu menerangkan sejarah, estetika Barat, Timur, Islam, Nusantara, dan Indonesia dari masa prasejarah hingga kontemporer [C3]	Ketepatan menerangkan sejarah, estetika Barat, Timur, Islam, Nusantara, dan Inonesia dari masa prasejarah hingga kontemporer	Bentuk non test: diskusi Bentuk test: -	Estetika Islam TImur Tengah Islam Arab Islam Asia Selatan	Discovery Learning	1x100'		5
12	CLO-01	Sub CLO 1.3 Mampu menerangkan sejarah, estetika Barat, Timur, Islam, Nusantara, dan Indonesia dari masa prasejarah hingga kontemporer [C3]	Ketepatan menerangkan sejarah, estetika Barat, Timur, Islam, Nusantara, dan Inonesia dari masa prasejarah hingga kontemporer	Bentuk non test: diskusi Bentuk test: -	Definisi Estetika Nusantara Estetika Nusantara Prasejarah Estetika Nusantara Hindu-Buddha Estetika Nusantara Islam	Discovery Learning	1x100'		6

13	CLO-01	Sub CLO 1.3 Mampu menerangkan sejarah, estetika Barat, Timur, Islam, Nusantara, dan Indonesia dari masa prasejarah hingga kontemporer [C3]	Ketepatan menerangkan sejarah, estetika Barat, Timur, Islam, Nusantara, dan Inonesia dari masa prasejarah hingga kontemporer	Bentuk non test: diskusi Bentuk test: -	Definisi estetika Indonesia Estetika Indonesia masa Pendudukan Kolonial Hindia-Belanda Estetika Masa Pendudukan JepangEstetika Pascakemerdekaan Estetika Indonesia Kontemporer	Discovery Learning	1x100'		10
14	CLO-01	Sub CLO 1.3 Mampu menerangkan sejarah, estetika Barat, Timur, Islam, Nusantara, dan Indonesia dari masa prasejarah hingga kontemporer [C3]	Ketepatan menerangkan sejarah, estetika Barat, Timur, Islam, Nusantara, dan Inonesia dari masa prasejarah hingga kontemporer	Bentuk non test: diskusi Bentuk test: -	Definisi revolusi digital Pengaruh revolusi digital Estetika dan revolusi digital Masa depan komunikasi visual	Discovery Learning	1x100'		10
15	CLO-02	Sub CLO 2.1 Mampu mengimplementasikan teori-teori estetika [C3]	Ketepatan mengimplementasikan teori-teori estetika	Bentuk non test: - Bentuk test: Presentasi tugas 2	Presentasi Mahasiswa: Tugas 3	Small Group Discussion	1x100'		10
16	CLO-02	Sub CLO 2.2 Mampu menganalisa karya-karya seni dan desain dari masa prasejarah hingga kontemporer dengan teori-teori estetika [C3]	Ketepatan menganalisa karya-karya seni dan desain dari masa prasejarah hingga kontemporer dengan teori-teori estetika	Bentuk non test: - Bentuk test: Presentasi tugas 2	Pengumpulan Tugas 4	Self-Directed Learning		1x100'	10

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI SARJANA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah

Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
Bahasa Inggris untuk Seni dan Desain	DVI3K2	Sastra dan Bahasa Inggris		T = 2 SKS	P = 0 SKS	2 Genap 2024/2025	10-Jun-24

Otoritas

Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
Ttd Yelly Andriani Barlian	Ttd Dr. Santi Salayanti	Ttd Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini adalah mata kuliah Prodi S1 DKV dan bersifat wajib yang mempelajari tentang dasar-dasar dan konsep menulis dan presentasi dalam bahasa Inggris. Mata kuliah ini mengembangkan students'reading, writing and speaking competence mulai dari pre-writing phase, drafting, editing and revising sampai dengan menciptakan sebuah karya tulis sesuai dengan kreatifitas keilmuan mereka (art and design portfolio) dan mempresentasikannya tanpa indikasi plagiarisme. Mata kuliah ini juga mengembangkan pribadi profesionalitas dan kemampuan akademis mahasiswa agar lebih menghargai hak kekayaan intelektual orang lain.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO 4	Mampu mengimplementasikan dan menggunakan teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya desain komunikasi visual
PLO 7	Mampu menelaah dan menganalisis ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian berupa tulisan ilmiah berdasarkan kaidah serta etika ilmiah

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, dan pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya desain komunikasi visual [C3f]	PLO-4
CLO-2	Mampu menelaah ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian dan tulisan ilmiah [C4f]	PLO-7

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif		Kognitif/Pengetahuan				
	Diskusi		Tugas besar 1	Quiz	Tugas besar 2	Presentasi	
CLO-1	10			15			25
CLO-2			40		15	20	75
Total per penilaian	10		40	15	15	20	100

Pustaka

Utama:

1. Shields, Munling. 2010. SAGE Publication.Ltd. London
2. Emilia, Emi. 2011. Pendekatan Genre-Based dalam Pengajaran Bahasa Inggris: Petunjuk untuk Guru. Rizqi press. Bandung

Pustaka Pendukung:

3. Al-Mutlaq, R., 2013. English for Art and Design Collage of Art and Design.
4. Barlian, Y.A., Nurbani, S., Wijayanto, P.W., 2022. Boosting Student Learning Motivation Through Project-Based Learning with Attention, Relevance, Confidence, and Satisfaction Motivational Design Process. Jurnal Pendidikan Progresif 196–212. https://doi.org/10.23960/jpp.v12.i1.202216

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Plagiarism Checker Software	In focus/ Smart TV

Team Teaching	Yelly Andriani Barlian	
Matakuliah Syarat		
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01	[dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%	[mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN	BOBOT Sub CLO
1	CLO-01	Sub CLO 1. Mahasiswa mampu: 1.menjelaskan definisi plagiasim [C2f] 2.mendeteksi plagiasi, jenis plagiasi [C4f]	1. Ketepatan dalam menjelaskan definisi plagiarisme 2. Ketepatan dalam membedakan karya orisinil dan hasil plagiat, serta mengetahui software plagiarism checker	**Bentuk Non-Test**: - **Bentuk Test:** Quiz Plagiarism (Soal multiple choice, 1-15)	Plagiarism: a. Definition b. Plagiarism Indication c. Plagiarism samples d. Kinds of plagiarism e. Plagiarism f. CheckersConsequencies g. How to protect your work from being plagiarized?	Pemaparan, Diskusi, Problem based Learning (Proses KBM dari pertemuan 1-16 menggunakan bahasa Inggris untuk meningkatkan 4 kemampuan berbahasa mereka, yaitu: Listening skills, Speaking Skills, Reading Skills, dan Writing skills)	2X50'		5
2	CLO-01	Sub CLO 1. Mahasiswa mampu: 3. menjelaskan paraphrasing, perbedaanya dengan metode lain serta tools yang dipakai [C2f] 4. mengimplementasikan parafrase text. [C3f]	1. Ketepatan dalam menjelaskan definisi paraphrasing, perbedaannya dengan quoting dan summarizing serta mengetahui paraphrasing tools 2. Ketepatan dalam memparafrase sumber	**Bentuk Non-Test**: - **Bentuk Test**: Quiz Paraphrasing (Soal multiple choice, 1-15)	Paraphrasing: a. Definition b. what make it different from quoting and summarizing c. paraphrasing steps d. Paraphrasing tools 1: Change the grammar e. Paraphrasing tool 2: Vocabulary f. Paraphrasing tool 3: sentence structure of the original version g. Samples and comparison	Pemaparan, Diskusi, Problem based Learning	2X50'		5
3	CLO-01	Sub CLO 1. Mahasiswa mampu: 5. menjelaskan jenis-jenis text [C2f]	1. Ketepatan dalam menjelaskan jenis-jenis texts 2. Ketepatan dalam membuat/ menyusun jenis text yang diminta	**Bentuk Non-Test**: - **Bentuk Test**: Quiz Text type (Soal multiple choice, 1-15)	Kinds of texts a. Definition b. Kinds of texts c. Recount, its purpose, organization, structure and language feature d. Descriptive, its purpose, organization, structure and language feature e. Explanation, its purpose, organization, structure and language feature f. News items, its purpose, organization, structure and language feature g. some samples	Pemaparan, Diskusi, Problem based Learning		2X50'	5
4	CLO-01	CLO 1.6 menjelaskan jenis-jenis portfolio, serta menganalisis struktur portofolio [C2f]	1. Ketepatan dalam menjelaskan jenis-jenis portfolio dan kontennya 2. Ketepatan dalam menganalisis dan membandingkan portfolio yang telah ada/ dipublikasikan	**Non-Test:** Diskusi **Test**: -	Creating Portfolio a. Portfolio types (process/developmental, showcase, hybrid) b. portfolio content 1: ideas, research, skills, and) c. Portfolio content 2: Research d. Portfolio content 3: skills e. Portfolio content 4: work process are designed for specific opportunities f. paper-based portfolio vs Digital portfolio g. Art and Design Portfolio samples	Pemaparan, Diskusi, Problem based Learning		2X50'	10
5	CLO-02	Sub CLO2. Mahasiswa mampu: 1. Menjelaskan writing process, dan tahapannya [C2f] 2. Menelaah beragam metode yang dipakai di dalam writing process [C4f] 3. Merencanakan salah satu metodenya [C6f]	1. Ketepatan dalam menjelaskan writing proses serta tahapannya 2. Mengetahui beragam metode pre-writing 3. Ketepatan dalam memetakan ide materi tulisan mereka dengan menggunakan salah satu metode pre writing	**Non- Test**: - **Test**: Tugas besar 1	Writing Process 1 (prewriting for your portfolio) a. Writing process definition b. Prewriting definition, components,etc c, Prewriting method 1: mind mapping d. Prewriting method 2: outlining e. Prewriting method 3: free writing f. Prewriting method 4: Questioning g. Prewriting samples	Pemaparan, Diskusi, Problem based Learning	2X50'		15
6	CLO-02	Sub-CLO 2.4 Mahasiswa mampu menjelaskan proses drafting yang merupakan tahapan kedua dari writing proses writing process [C2f]	1. Ketepatan dalam menjelaskan drafting beserta elemen-elemennya 2. Ketepatan dalam menerapkan elemen-elemen text di dalam tulisan mereka	**Non- Test**: - **Test**: Tugas besar 1	Writing process 2 (Drafting/Building your portfolio) a. Drafting definition (Writing paragraphs) b. Elements of paragraph 1: Unity c. Elements of paragraph 2: Coherence d. Elements of paragraph 3: Topic sentence e. Elements of paragraph 4: Supporting sentence f. When to start a new paragraph? g. Transitions and signposts	Pemaparan, Diskusi, Problem based Learning		2X50'	5
7 & 8	CLO-02	Sub CLO 2. 5 Mahasiswa maampu menelaah hasil tulisan mereka baik melalui self-review dan peer review [C4f]	1. Ketepatan dalam menjelaskan revising and editing beserta elemen-elemennya 2. Ketepatan dalam merevisi dan mengedit tulisan mereka sendiri atau teman sejawatnya	**Non- Test**: - **Test**: Tugas besar 1	Writing process 3 (Revising and editing your portfolio 1) a. Revising definition b. Editing definition c. Minor revision on portfolio d. Major revision on portfolio e. Syntactical elements f. Mechanical elements g. Samples in revising and editing process	Pemaparan, Diskusi, Problem based Learning	2X50'		5

9	CLO-02	Sub CLO 2. 6.Mahasiswa menjelaska bagaimana mempublikasikan karya tulis/ portfolio mereka [C2f]	1. Ketepatan dalam menjelaskan publishing beserta elemen-elemennya 2. Ketepatan dalam menyusun digital portfolio	**Non-test**: - **Test:** Tugas besar 2	Writing process 4: Publishing (Final Draft) a. Publishing definition and forms b. Presentation as the digital portfolio c. Do's and don'ts in presentation d. The presentation steps 1: recap the reason why the client needs a new product/ identity/design e. The presentation steps 2: recap and review the steps of your work process f. The presentation steps 3: show them your work g. The presentation steps 4: Ask targeted question	Pemaparan, Diskusi, Problem based Learning		2X50'	15
10	CLO-02	Sub CLO 2.7 Mahasiswa mampu mengimplementasikan physical message yang sesuai untuk presentasi [C3f]	1. Ketepatan dalam menjelaskan sikap fisik yang baik dan buruk dalam presentasi 2. Ketepatan dalam memperagakan sikap yang baik dalam melakukan presentasi	**Non- Test**: - **Test**: Tugas besar 1	Physical message in presentation a. Physical message definition b. Video of a bad sample presentation c. Eye- contact on presentation context d. Gesture on presentation context e. performance on presentation context f. Voice on presentation context g. Video of a good presentation sample	Pemaparan, Diskusi, Problem based Learning	2X50'		5
11	CLO-02	Sub CLO 2.8 Mahasiswa mampu mengimplementasikan tahapan presentasi yang baik [C3f]	1. Ketepatan dalam menjelaskan urutan presentasi 2. Ketepatan dalam menjelaskan metode-metode untuk membuka presentasi 3. Ketepatan dalam membuat salah satu contoh membuka presentasi dengan salah satu metode yang dia jelaskan sebelumnya 4. Ketepatan dalam menutup presentasi	**Non- Test**: - **Test**: Tugas besar 1	Story message in presentation a. Story message definition b. Presentation opening method 1: Telling a story c. Presentation opening method 2: Telling fact d. Presentation opening method 3: Asking questions e. Presenting the content f. Closing the presentation g. Handling questions and answer	Pemaparan, Diskusi, Problem based Learning	2X50'		5
12	CLO-02	Sub CLO 2. 9. Mahasiswa mengimplementasikan bahan presentasi yang baik dari opening sampai closing.[C3f]	1. Ketepatan dalam menjelaskan visual message yang baik dalam presentasi 2. Ketepatan dalam membedakan visual message yang baik dan buruk dalam presentasi 3. Ketepatan dalam membuat visual message yang baik untuk materi presentasi mereka	**Non- Test**: - **Test**: Tugas besar 1	Visual message in presentation a. Visual message definition b. sample of bad presentation visual message c. sample of good presentation visual message d. Effective visual presentation e. Establishing the objectives f. Planning and organizing your materials g. Using visual aids	Pemaparan, Diskusi, Problem based Learning	2X50'		5
13-16	CLO-02	Sub CLO 2.10. Mahasiswa mengimplementasikan bahan presentasi dan mempraktekkannya dari opening sampai closing [C3f]	1. Ketepatan dalam melakukan presentasi 2. Ketepatan dalam menjawab pertanyaan audien	**Non Test**: - **Test:** Presentasi	Presentasi	Presentasi	2X50'		20

Universitas Telkom	**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**							
	PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL							
	FAKULTAS INDUSTRI KREATIF							
Identitas Mata Kuliah	**Nama MK**	**Kode MK**	**Rumpun MK**	**Mitra Pengembang RPS**	**Bobot (SKS)**		**Semester**	**Direvisi**
	Komunikasi dan Media Literasi	FAK1IAB2	Seni, Desain, dan Budaya	-	T = [2 sks]	P = 0	1 Ganjil 2024/2025	10 Juni 2024
Otoritas	**Pengembang RPS**			**Ketua Kelompok Keahlian**			**Ketua Program Studi**	
	Ttd [Idhar Resmadi, S.I.Kom., M.T.]			Ttd [Riky Azharyandi Siswanto, Ph.D]			Ttd Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.	
Deskripsi Mata Kuliah	Mata kuliah Komunikasi dan Media Literasi merupakan mata kuliah program studi yang bersifat wajib dan berisikan tentang teori, prinsip, metode, dan praktik komunikasi dan media. Mata Kuliah Komunikasi dan Media Literasi membahas tentang berbagai teori komunikasi dan media serta implikasinya kepada bidang desain komunikasi visual dalam mengkaji berbagai aspek bentuk media informasi, persuasi, edukasi, dan administrasi baik yang bersifat media konvensional maupun media digital . Mahasiswa diharapkan akan memiliki kemampuan dalam mengemas pesan dan mengenal beragam media untuk mengolah informasi yang efektif sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.							
Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)	**Program Learning Outcomes (PLO) PRODI**							
	PLO-1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika.						
	PLO-4	Mampu mengimplementasikan dan menggunakan teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya desain komunikasi visual						
	Course Learning Outcomes (CLO)						**PLO yang didukung**	
	CLO-1	[PLO-4] CLO-1- Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, dan pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya desain komunikasi visual (C3,F)					PLO-4	
	CLO-2	[PLO-1] CLO-2 - Mampu menerapkan kemampuan berpikir logis dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi. (C2,P)					PLO-1	
Penilaian	**Id CLO**	**Bobot per Bentuk Penilaian (%)**						**TOTAL BOBOT PER CLO**
		Aktivitas Partisipatif		**Kognitif/Pengetahuan**		**Hasil Proyek**		
		Presentasi Kelompok 1	Presentasi Kelompok 2	Kuis 1	Kuis 2	Makalah Kelompok 1	Makalah Kelompok 2	
	CLO-1			10	10	20	20	60
	CLO-2	20	20					40
	Total per penilaian	20	20	10	15	20	20	100
Pustaka	**Utama:**							
	1. Jorge Frascara.2004. Communication Design: Principles, Methods, And Practice. All Worth Press: New York 2. Malcolm Barnard. 2005. Graphic Design As Communication. Routledge Publisher: New York 3. Deddy Mulyana. 2007. Pengantar Ilmu Komunikasi. Penerbit Rosda: Bandung 4. Resmadi, Idhar; Hidayat, Syarip. Proses Komunikasi Para Perancang Cover Album Musik Independen di Kota Bandung Pada Era 1990-an dan Era 2000-an. JURNAL RUPA, [S.l.], v. 5, n. 1, p. 9-22, jan. 2021. ISSN 2503-1066							
	Pustaka Pendukung:							
	1. Onong Uchjana Effendy. 2017. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Penerbit Rosda: Bandung 2. Yosal Iriantara. 2009. Literasi Media: Apa, Mengapa, dan Bagaimana. Simbiosa Rekatama Media: Bandung							
Media Pembelajaran	**Software :**			**Hardware :**				
	Microsoft Word, Microsoft Powerpoint, Youtube			Laptop, Kertas Tulis, Bolpoin/Pensil				
Team Teaching	Idhar Resmadi, S.I.Kom., M.T. (Koordinator), Nisa Eka Nastiti, S,Ds., M.I.Kom., Sri Nurbani S,Pd. M.Hum., Yelly Andriani S.Pd., M.Hum,.							
Matakuliah Syarat	-							
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01	[dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]						
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%	[mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]						

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Sub-CLO 1.1: Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian, definisi, dan ruang lingkup komunikasi di bidang desain komunikasi visual (C2,F)	1. Ketepatan dalam menjelaskan pengertian, definisi, dan ruang lingkup komunikasi di bidang desain komunikasi visual	Bentuk non test: Mencari contoh bentuk-bentuk komunikasi visual Bentuk test: Kuis	Definisi, pengertian, dan ruang lingkup komunikasi	Kuliah: Pemaparan kontrak perkuliahan Discovery Learning:Mahasiswa mencari contoh/studi kasus tentang media komunikasi visual	1x100'		2
2	CLO-1	Sub-CLO 1.1: Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian, definisi, dan ruang lingkup komunikasi di bidang desain komunikasi visual (C2,F)	1. Ketepatan dalam menjelaskan pengertian, definisi, dan ruang lingkup komunikasi di bidang desain komunikasi visual	Bentuk non test: Mencari contoh jenis pesan komunikasi Bentuk test: Kuis	Prinsip pesan dan media	Kuliah: Kuliah Mimbar Discovery Learning:Mahasiswa mencari contoh/studi kasus mencari contoh jenis pesan komunikasi	1x100'		2
3	CLO-1	Sub-CLO 1.1: Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian, definisi, dan ruang lingkup komunikasi di bidang desain komunikasi visual (C2,F)	1. Ketepatan dalam menjelaskan pengertian, definisi, dan ruang lingkup komunikasi di bidang desain komunikasi visual	Bentuk non test: Mencari contoh bentuk interpretasi dari pesan media Bentuk test: Kuis	Prinsip-prinsip dasar komunikasi dalam desain (Perception and Meaning, Language and Signification, Communication, Meaning and Interpretation, Contexts, Aesthetics, Aesthetics and Communication)	Kuliah: Kuliah Mimbar Discovery Learning:Mahasiswa mencari contoh/studi kasus tentang bentuk interpretasi dari pesan medial	1x100'		2

4	CLO-1	Sub-CLO 1.2: Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi dalam konteks budaya (C2,F)	1. Ketepatan dalam memahami komunikasi dalam konteks budaya	Bentuk non test: Mencari contoh komunikasi antarbudaya Bentuk test: Kuis	Komunikasi dalam konteks budaya	Kuliah: Kuliah Mimbar Discovery Learning:Mahasiswa mencari contoh/studi kasus tentang contoh komunikasi antarbudaya	1x100'		2
5	CLO-1	Sub-CLO 1.3: Mahasiswa mampu menjelaskan proses komunikasi di era digital/siber (C2,F)	1. Ketepatan dalam memahami proses komunikasi di era digital/siber	Bentuk non test: Mencari contoh jenis media digital Bentuk test: Kuis	Komunikasi di era digital/siber	Kuliah: Kuliah Mimbar Discovery Learning:Mahasiswa mencari contoh/studi kasus tentang contoh jenis media digital	1x100'		2
6	CLO-2	Sub-CLO: Mahasiswa mampu mengimplementasikan kemampuan berpikir logis, kritis, dan sistematis untuk membahas teori, definisi, dan fenomena di bidang komunikasi dan media sebagai bagian dari pengembangan ilmu, pengetahuan, dan teknologi (C3,F)	1. Ketepatan dalam mengimplementasikan teori dan prinsip dasar komunikasi dalam fenomena nyata di bidang desain komunikasi visual secara logis, kritis, dan sistematis	Bentuk non test: Aktivitas berdiskusi dan menyajikan topik yang logis, kritis, dan sistematis Bentuk test: Presentasi dan Diskusi Kelompok	Presentasi 1	Kuliah: Small-Group Discussion: Mahasiswa mempresentasikan topik tentang penerapan penerapan komunikasi pada media digital/siber		1x100'	10
7	CLO-2	Sub-CLO: Mahasiswa mampu mengimplementasikan kemampuan berpikir logis, kritis, dan sistematis untuk membahas teori, definisi, dan fenomena di bidang komunikasi dan media sebagai bagian dari pengembangan ilmu, pengetahuan, dan teknologi (C3,F)	1. Ketepatan dalam mengimplementasikan teori dan prinsip dasar komunikasi dalam fenomena nyata di bidang desain komunikasi visual secara logis, kritis, dan sistematis	Bentuk non test: Aktivitas berdiskusi dan menyajikan topik yang logis, kritis, dan sistematis Bentuk test: Presentasi dan Diskusi Kelompok	Presentasi 1	Kuliah: Small-Group Discussion: Mahasiswa mempresentasikan topik tentang penerapan teori komunikasi pada media digital/siber	1x100'		10
8	CLO-01	Sub-CLO 1.4: Mahasiswa mampu mengimplementasikan teori dan prinsip dasar komunikasi dalam fenomena nyata pada media digital/siber (C3,F)	1. Ketepatan dalam mengimplementasikan teori dan prinsip dasar komunikasi dalam fenomena nyata di bidang desain komunikasi visual secara logis, kritis, dan sistematis	Bentuk non test: - Bentuk test: Makalah	Pengumpulan tugas 1 makalah kelompok	Kuliah: **Materi akan disampaikan dengan Bahasa Inggris** Project-Based Learning: Mahasiswa membuat makalah terkait implementasi teori komunikasi pada media digital/siber		1x100'	20
9	CLO-1	Sub-CLO 1.5: Mahasiswa mampu menjelaskan media dan medium desain komunikasi visual (C2,F)	1. Ketepatan dalam memahami media dan medium desain komunikasi visual	Bentuk non test: Mencari contoh jenis media desain komunikasi visual Bentuk test: Kuis	Memahami Media dan Medium Desain Komunikasi Visual	Kuliah: Kuliah mimbar Discovery Learning:Mahasiswa mencari contoh/studi kasus tentang media komunikasi visual	1x100'		2
10	CLO-1	Sub-CLO 1.6: Mahasiswa mampu menjelaskan jenis komunikasi dalam desain (C2.F)	1. Ketepatan dalam menjelaskan jenis komunikasi dalam desain	Bentuk non test: Mencari contoh jenis media informasi Bentuk test: Kuis	Memahami komunikasi desain: informasi	Kuliah: Kuliah mimbar Discovery Learning:Mahasiswa mencari contoh/studi kasus komunikasi desain dalam konteks media informasi	1x100'		2
11	CLO-1	Sub-CLO 1.6: Mahasiswa mampu menjelaskan jenis komunikasi dalam desain (C2.F)	1. Ketepatan dalam menjelaskan jenis komunikasi dalam desain	Bentuk non test: Mencari contoh jenis media persuasi Bentuk test: Kuis	Memahami komunikasi desain: persuasi	Kuliah: Kuliah mimbar Discovery Learning:Mahasiswa mencari contoh/studi kasus tentang komunikasi desain dalam konteks media persuasi	1x100'		2
12	CLO-1	Sub-CLO 1.6: Mahasiswa mampu menjelaskan jenis komunikasi dalam desain (C2,F)	1. Ketepatan dalam menjelaskan jenis komunikasi dalam desain	Bentuk non test: Mencari contoh jenis media edukasil Bentuk test: Kuis	Memahami komunikasi desain: edukasi	Kuliah: Kuliah mimbar Discovery Learning:Mahasiswa mencari contoh/studi kasus tentang jenis media edukasi	1x100'		2
13	CLO-1	Sub-CLO 1.6: Mahasiswa mampu menjelaskan jenis komunikasi dalam desain (C2,F)	1. Ketepatan dalam menjelaskan jenis komunikasi dalam desain	Bentuk non test: Mencari contoh jenis media administrasi Bentuk test: Kuis	Memahami komunikasi desain: administrasi	Kuliah: Kuliah mimbar Discovery Learning:Mahasiswa mencari contoh/studi kasus tentang jenis media administrasi	1x100'		2

14	CLO-2	Sub-CLO: Mahasiswa mampu mengimplementasikan kemampuan berpikir logis, kritis, dan sistematis untuk membahas teori, definisi, dan fenomena di bidang komunikasi dan media sebagai bagian dari pengembangan ilmu, pengetahuan, dan teknologi (C3,F)	1. Ketepatan dalam mengimplementasikan teori dan prinsip dasar komunikasi dalam fenomena nyata di bidang desain komunikasi visual secara logis, kritis, dan sistematis	Bentuk non test: Aktivitas berdiskusi dan menyajikan topik yang logis, kritis, dan sistematis Bentuk test: Presentasi dan Diskusi Kelompok	Presentasi 2	Kuliah: Kuliah Mimbar Small-Group Discussion: Mahasiswa mempresentasikan topik tentang komunikasi desain terkait media informasi/persuasi/edukasi/administrasi		1x100'	10
15	CLO-2	Sub-CLO: Mahasiswa mampu mengimplementasikan kemampuan berpikir logis, kritis, dan sistematis untuk membahas teori, definisi, dan fenomena di bidang komunikasi dan media sebagai bagian dari pengembangan ilmu, pengetahuan, dan teknologi (C3,F)	1. Ketepatan dalam mengimplementasikan teori dan prinsip dasar komunikasi dalam fenomena nyata di bidang desain komunikasi visual secara logis, kritis, dan sistematis	Bentuk non test: Aktivitas berdiskusi dan menyajikan topik yang logis, kritis, dan sistematis Bentuk test: Presentasi dan Diskusi Kelompok	Presentasi 2	Kuliah: Kuliah Mimbar Small-Group Discussion: Mahasiswa mempresentasikan topik tentang komunikasi desain terkait media informasi/persuasu/edukasi/administrasi	1x100'		10
16	CLO-1	Sub-CLO 1.12: Mahasiswa mampu mengimplementasikan prinsip komunikasi desain ke dalam contoh/studi kasus media informasi, persuasi, edukasi, dan administrasi (C3,F)	1. Ketepatan dalam mengimplementasikan teori dan prinsip dasar komunikasi dalam fenomena nyata di bidang desain komunikasi visual secara logis, kritis, dan sistematis	Bentuk non test: - Bentuk test: Makalah	Pengumpulan tugas 2 makalah kelompok	Kuliah: **Materi akan disampaikan dengan Bahasa Inggris** Project-Based Learning: Mahasiswa membuat makalah terkait implementasi komunikasi desain pada media informasi/persuasi/edukasi/administrasi		1x100'	20

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	TIPOGRAFI DASAR	DVI1C3	Humagy		T = 0,5	P = 2,5	2 Genap 24/25	28 Mei 2024

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	Ttd [Jiwa Utama, S.Ds., M.Ds]	Ttd [Dr. Andreas Rio]	Ttd [Arief Budiman, S.Sn., M.Sn]

Deskripsi Mata Kuliah

Tipografi Dasar Merupakan mata kuliah dasar Program Studi Desain Komunikasi Visual yang mempelajari tentang apa aitu pengertian, tujuan, dan fungsi dari tipografi dalam dunia Desain Komunikasi Visual serta mempelajari bentuk huruf dimana huruf, angka, dan tanda baca, dilihat sebagai bentuk desain, serta memberikan pemahaman bahwa huruf sebagai unsur visual memiliki karakter yang dapat digunakan untuk memperkuat pesan melalui pemilihan jenis huruf, bentuk anatomi huruf, komposisi, serta pemilihan warna yang tepat

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-4	Mampu mengimplementasikan dan menggunakan teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya desain komunikasi visual
PLO-9	Mampu merancang dan menciptakan aset visual dan/atau audio visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	[PLO-4] CLO 1 - Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, dan pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya desain komunikasi visual	PLO-3
CLO-2	[PLO-9] CLO 2 - Mampu menciptakan aset visual untuk media desain komunikasi visual	PLO-4

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)									TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif			Kognitif/Pengetahuan	Hasil Proyek					
	Tugas 3a Perencanaan Referensi Layout (Tugas Besar)	Tugas 4a Perencanaan Referensi Visual Budaya (Tugas Besar)	Tugas 5a Perencanaan Layout Poster Event Budaya (Tugas Besar)	Kuis 1 Pengetahuan Tipografi	Tugas 1 Anatomi Huruf	Tugas 2 Legibility	Tugas 3b Quotes (Tugas Besar)	Tugas 4b Huruf Dekoratif Budaya Nusantara (Tugas Besar)	Tugas 5b Poster Event Budaya (Tugas Besar)	
CLO-1				5						5
					5					5
						5				5
	10						10			20
CLO-2		10						25		35
			10						20	30
Total per penilaian	10	10	10	5	5	5	10	25	20	100

Pustaka

Utama:

1. Sihombing, Danton, Tipografi dalam Desain Grafis, Cetakankedua, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003, ISBNNo. 979-655-956-0
2. Ruslan, Surianto, Layout, Dasar & Penerapannya, Cetakanpertama, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008, ISBNNo. 978-979-22-4887-6

Pustaka Pendukung:

1. Anggraini S, Lia & Nathalia, Kirana, Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan untuk Pemula, Cetakankeempat, Bandung: Nuansa Cendekia, 2016, ISBNNo. 978-602-8395-67-0

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Adobe Ilustrator	Laptop

Team Teaching	Jiwa Utama (Koordinator), Apsari Wiba Pamela, Olivine Alifaprilina Supriadi, Intan Kusuma Ayu
Matakuliah Syarat	-
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	SubCLO 1 - 1 Mahasiswa mampu menjelaskan semua hal tentang Tipografi (C2F)	Ketepatan dalam menjelaskan pengertian, bentuk, fungsi dan tujuan tipografi dalam dunia desain komunikasi visual serta memahami bentuk huruf sebagai kebutuhan komunikasi visual dengan baik dan tepat	Bentuk test: Kuis 1 Pengetahuan Tipografi	1.Terminologi : pengertian, bentuk, fungsi, dan tujuan Tipografi 2. Huruf sebagai unsur visual, sejarah dan perkembangan tipografi, serta jenis-jenis huruf	Kuliah: Pemaparan Kontrak Perkuliahan dan Pengantar Tipografi Dasar	1x150'		5
2	CLO-1	1. SubCLO 1 - 2 Mahasiswa mampu membedakan anatomi huruf : Font dan Typeface (C2P) 2. SubCLO 1 - 3 Mahasiswa mampu membedakan keluarga dan klasifikasi huruf (C2P) 3. SubCLO 1 - 4 Mahasiswa mampu membedakan anatomi huruf(C2P)	1. Ketepatan dalam membedakan dan menjelaskan apa itu pengertian dari anatomi huruf, pengertian dan perbedaan font dan typeface, dan bagaimana fungsinya dalam implementasi tipografi pada desain komunikasi visual dengan baik dan tepat 2. Ketepatan dalam membedakan dan menjelaskan dari pengelompokkan keluarga huruf proporsi dan juga berat, serta dapat membedakan dan menjelaskan berbagai macam klasifikasi huruf serif, sans-serif, lettering, dan dekoratif dengan baik dan tepat 3. Ketepatan dalam membedakan basic dari anatomi huruf seperti ascender, descender, berdasarkan Teori Gestalt dengan baik dan tepat	Bentuk test: Tugas 1: 1.1 Pemilihan jenis Font	1. Anatomi huruf : Font dan Typeface 2. Keluarga dan Klasifikasi huruf : berdasarkan 'Berat Huruf', 'Proporsi', dan 'Sudut Geometri' 3. Huruf berdasarkan Teori Gestalt	Kuliah: Pemaparan materi anatomi huruf, keluarga dan klasifikasi huruf, serta pemaparan teori gestalt dalam huruf	1x150'		2,5
3	CLO-1	SubCLO 1 - 5 Mahasiswa mampu menjelaskan dan membedakan apa itu : *Tracking* , *Kerning* , dan *Leading* (C2F)	Ketepatan dalam menjelaskan memahami fungsi *Tracking* , *Kerning* , dan *Leading* dalam Tipografi dengan baik dan Tepat sehingga dapat menerapkan ketiga fungsi tersebut dengan baik dan tepat untuk dalam konteks kesesuaian jarak antar huruf, jarak antar kata, hingga jarak antar baris dalam sebuah susunan konten tulisan	Bentuk test: Tugas 1: 1.2 Pembuatan Format Tugas Anatomi Huruf kedalam nama pribadi dan jenis huruf berdasarkan bentuk geometri	Anatomi Huruf - Struktur : *Tracking* , *Kerning* , dan *Leading*	Kuliah: Pengantar kuliah menggunakan **Bahasa Inggris** : Font Anatomy : structure - *Tracking* , *Kerning* , dan *Leading*	1x150'		2,5
4	CLO-1	SubCLO 1 - 6 Mahasiswa mampu menjelaskan *Legibility* dalam Tipografi (C2F)	Ketepatan dalam menjelaskan dengan baik dan tepat bagaimana penerapan sebuah pemahaman tentang *Legibility* dalam Tipografi sehingga dapat menerapkan prinsip kejelasan dalam kemudahan mengenali dan membedakan setiap huruf atau karakter yang terdapat dalam sebuh teks	Bentuk test: Tugas 2: Legibility dalam huruf	*Legibility* dalam Tipografi : Pengertian, Pengujian, serta pemahaman *Legibility*	Kuliah: Pemaparan materi *Legibility* dalam Tipografi	1x150'		5
5	CLO-1	Sub-CLO 1 - 7 Mahasiswa mampu menjelaskan *personality* dalam Huruf dan *Typeface* (C2F)	Ketepatan dalam menjelaskan dengan baik dan tepat tentang kepribadian yang terkandung dalam sebuah karakter pada *Typeface* baik itu secara denotatif maupun konotatif	Bentuk test: Tugas 3a: 3a.1 - Perencanaan Referensi Layout	*Typeface* dan Kepribadiannya	Kuliah: Pengantar kuliah menggunakan **Bahasa Inggris**: Typeface and Personality	1x150'		3
6	CLO-1	Sub-CLO 1 - 8 Mahasiswa mampu merancang sketsa rancangan komposisi *quotes* (C6K)	Ketepatan dalam merancang sketsa rancangan komposisi quotes dengan baik dan tepat kedalam bentuk tipografi lettering berdasarkan pemilihan sifat dari kesan huruf yang telah dipilih sehingga ada keselarasan antara bentuk anatomi huruf pada lettering tipografi yang dirancang dengan sifat atau kepribadian huruf yang telah dipilih	Bentuk test: Tugas 3a: 3a.2 - Perancangan sketsa *quotes* dalam bentuk tipografi *lettering*	Typeface dan Kepribadiannya	Kuliah: Pemaparan materi Typeface dan Kepribadiannya	1x150'		3

7	CLO-1	Sub-CLO 1 - 9 Mahasiswa mampu menjelaskan kembali tentang Struktur dan Anatomi Huruf, Huruf berdasarkan Teori Gestalt, *Legibility* dalam Tipografi, serta *Typeface* dan *Personality* (C2F)	Ketepatan dalam menjelaskan kembali materi tentang Struktur dan Anatomi Huruf, dapat membedakan bagian-bagian anatomi huruf, dapat membedakan jenis dan klasifikasi huruf berdasarkan Teori Gestalt, dapat memahami prinsip Legibility dalam Tipografi, serta dapat menjelaskan kembali perbedaan antara huruf dan Typeface dan kepribadiannya secara denotatif maupun konotatif	Bentuk test: Tugas 3a: 3a.3 - Perancangan sketsa *quotes* (final) dan warna dalam bentuk tipografi *lettering*	Review Materi : Struktur dan Anatomi Huruf, Huruf berdasarkan Teori Gestalt, *Legibility* dalam Tipografi, serta *Typeface* dan *Personality*	Kuliah : Review materi dan asistensi final Tugas *Typeface* dan Kepribadiannya : Tugas 3a	1x150'		4
8	CLO-1	Sub-CLO 1 - 9 Mahasiswa mampu menjelaskan kembali tentang Struktur dan Anatomi Huruf, Huruf berdasarkan Teori Gestalt, Legibility dalam Tipografi, serta Typeface dan Personality (C2F)	Ketepatan dalam menjelaskan kembali materi tentang Struktur dan Anatomi Huruf, dapat membedakan bagian-bagian anatomi huruf, dapat membedakan jenis dan klasifikasi huruf berdasarkan Teori Gestalt, dapat memahami prinsip Legibility dalam Tipografi, serta dapat menjelaskan kembali perbedaan antara huruf dan Typeface dan kepribadiannya secara denotatif maupun konotatif	Bentuk test: Tugas 3b: Perancangan quotes (final) dan warna dalam bentuk tipografi lettering	Review Materi : Struktur dan Anatomi Huruf, Huruf berdasarkan Teori Gestalt, Legibility dalam Tipografi, serta Typeface dan Personality	Kuliah : Review materi dan final Tugas Typeface dan Kepribadiannya : Tugas 3b		1x150'	10
9	CLO-2	Sub-CLO 2 - 1 Mahasiswa mampu menjelaskan tahapan proses perancangan Huruf Dekoratif (C2F)	Ketepatan dalam menjelaskan dengan baik dan tepat tahapan proses perancangan diawali dengan riset dan pengumpulan data tentang visual budaya nusantara yang dipilih untuk perancangan huruf dekoratif Budaya Nusantara yang dilakukan	Bentuk test: Tugas 4a: 4a.1 - pencarian data Budaya Nusantara (termasuk semua data visual serta pemilihan Budaya Nusantara disesuaikan oleh setiap mahasiswa)	Tipografi berbasis Budaya Nusantara : Menciptakan Karakter, *Unity* dalam huruf dekoratif yang dirancang, Mapping Perancangan Huruf Dekoratif Budaya Nusantara	Kuliah: Pemaparan materi proses perancangan Tipografi Berbasis Budaya Nusantara (Huruf Dekoratif)	1x150'		5
10	CLO-2	Sub-CLO 2 - 2 Mahasiswa mampu menjelaskan tahapan proses penerapan ide visual (C2F)	Ketepatan dalam menjelaskan tahapan pemilihan elemen-elemen visual dari visual budaya nusantara yang telah dipilih proses penerapan ide visual terhadap anatomi huruf	Bentuk test: Tugas 4a: 4a.2 - pemilihan data visual budaya nusantara (asistensi dilakukan dari minggu ke-10 hingga minggu ke 12)	Tipografi berbasis Budaya Nusantara : Menciptakan Karakter, *Unity* dalam huruf dekoratif yang dirancang, Mapping Perancangan Huruf Dekoratif Budaya Nusantara	Kuliah: Pemaparan materi proses perancangan Tipografi Berbasis Budaya Nusantara (Huruf Dekoratif) Diskusi: Asistensi visual Budaya Nusantara	1x150'		5
11	CLO-2	Sub-CLO 2 - 3 Mahasiswa mampu merencanakan dan merancang bagian-bagian anatomi huruf dekoratif (C6F)	Ketepatan dalam perancangan konsep visual berdasarkan eksplorasi ide visual Budaya Nusantara terhadap perancangan visual bagian-bagian anatomi huruf dekoratif A-Z	Bentuk test: Tugas 4b: 4b.1 - Perancangan bagian-bagian anatomi huruf berdasarkan visual budaya nusantara (proses asistensi hingga minggu ke 12)	Typografi berbasis budaya Nusantara : Menciptakan Karakter, *Unity* dalam huruf dekoratif yang dirancang, Mapping perancangan Huruf Dekoratif berdasarkan ide visual dari asset visual Budaya Nusantara	Kuliah: Pemaparan materi proses perancangan Tipografi Berbasis Budaya Nusantara (Huruf Dekoratif) dan asistensi penerapan konsep visual berdasarkan eksplorasi ide visual dari asset visual Budaya Nusantara yang dipilih	1x150'		5
12	CLO-2	Sub-CLO 2 - 4 Mahasiswa mampu merencanakan dan merancang pewarnaan pada bagian-bagian anatomi huruf dekoratif (C6F)	Ketepatan dalam mengimplementasikan konsep visual dan konsep warna sebagai hasil dari eksplorasi visual budaya nusantara pada penerapan rancangan bagian-bagian anatomi huruf dekoratif	Bentuk test: Tugas 4b: 4b.2 - Perancangan bagian-bagian anatomi huruf berdasarkan visual budaya nusantara serta penerapan warna (asistensi final)	Tipografi berbasis Budaya Nusantara : Menciptakan Karakter, Unity dalam huruf dekoratif yang dirancang, Mapping Perancangan Huruf Dekoratif berdasarkan ide visual Budaya Nusantara	Kuliah: Pemaparan materi proses perancangan Tipografi Berbasis Budaya Nusantara (Huruf Dekoratif) dan asistensi penerapan konsep visual dan warna terhadap perancangan bagian-bagian anatomi huruf dekoratif	1x150'		5
13	CLO-2	Sub-CLO 2 - 5 Mahasiswa mampu merancang konsep visual, warna, serta prinsip unity kedalam perancangan huruf dekoratif berdasarkan eksplorasi ide visual dan warna budaya nusantara (C6K)	Ketepatan dalam merancang seluruh eksplorasi konsep visual dan konsep kesatuan karakter visual yang konsisten pada bentuk anatomi huruf serta ketepatan dalam mengimplementasikan konsep pewarnaan pada setiap bagian anatomi huruf dekoratif yang dirancang dari hasil eksplorasi visual budaya nusantara	Bentuk test: Tugas 4b: 4b.3 - Perancangan Final huruf dekoratif Budaya Nusantara	Tipografi berbasis Budaya Nusantara : Menciptakan Karakter, Unity dalam huruf dekoratif yang dirancang, Mapping Perancangan Huruf Dekoratif berdasarkan ide visual Budaya Nusantara	Kuliah: Pemaparan materi proses perancangan Tipografi Berbasis Budaya Nusantara (Huruf Dekoratif) dan penilaian dan pembahasan perancangan final huruf dekoratif Budaya Nusantara		1x150'	15
14	CLO-2	Sub-CLO 2 - 6 Mahasiswa mampu merancang konsep layout poster (C6K)	Ketepatan dalam merancang prinsip dasar Layout (Sequence, Emphasize, Balance, Unity) pada proses perancangan layout poster event budaya nusantara yang dilakukan dengan menggunakan huruf dekoratif budaya nusantara yang dirancang sebagai huruf yang digunakan untuk Headline dan Subheadline	Bentuk test: Tugas 5a: 5a.1 - Perancangan Poster Event Budaya Nusantara : Perancangan konsep visual dan Layout Poster	Basic layout pada poster, Layout Example, Sketching layout idea	Kuliah: Pemaparan materi Basic Layout pada Poster beserta contoh-contoh format layout poster dan contoh hasil sketsa manual ide layout poster dan asistensi konsep visual dan layout (berdasarkan referensi)	1x150'		10
15	CLO-2	Sub-CLO 2 - 6 Mahasiswa mampu merancang konsep layout poster (C6K)	Ketepatan dalam merancang prinsip dasar Layout (Sequence, Emphasize, Balance, Unity) pada proses perancangan layout poster event budaya nusantara yang dilakukan dengan menggunakan huruf dekoratif budaya nusantara yang dirancang sebagai huruf yang digunakan untuk Headline dan Subheadline	Bentuk test: Tugas 5b: 5b.1 - Perancangan Poster Event Budaya Nusantara : Perancangan konsep visual dan layout poster dan penerapan Huruf budaya nusantara pada Headline dan Sub-Headline serta pemilihan huruf sebagai konten pendukung pada Poster Event Budaya Nusantara yang dirancang	Basic layout pada poster, Layout Example, Sketching layout idea	Kuliah: Pemaparan materi Basic Layout pada Poster beserta contoh-contoh format layout poster dan contoh hasil sketsa manual ide layout poster dan asistensi penerapan huruf budaya nusantara terhadap headline dan sub-headline pada poster event budaya nusantara	1x150'		10
16	CLO-2	Sub-CLO 2 - 6 Mahasiswa mampu merancang konsep layout poster (C6K)	Ketepatan dalam merancang prinsip dasar Layout (Sequence, Emphasize, Balance, Unity) pada proses perancangan layout poster event budaya nusantara yang dilakukan dengan menggunakan huruf dekoratif budaya nusantara yang dirancang sebagai huruf yang digunakan untuk Headline dan Subheadline	Bentuk test: Tugas 5b: 5b.2 - Perancangan Poster Event Budaya Nusantara : Perancangan final Poster Event Budaya Nusantara	Basic layout pada poster, Layout Example, Sketching layout idea	Kuliah: Pemaparan materi Basic Layout pada Poster beserta contoh-contoh format layout poster dan contoh hasil sketsa manual ide layout poster dan penilaian dan pembahasan perancangan final poster event budaya nusantara	1x150'		10

	RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)							
	PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL							
	FAKULTAS INDUSTRI KREATIF							
Identitas Mata Kuliah	**Nama MK**	**Kode MK**	**Rumpun MK**	**Mitra Pengembang RPS**	**Bobot (SKS)**		**Semester**	**Direvisi**
	Komputer Multimedia	FAK1KAB3	Humagy	Sembilan Matahari	T = 1 SKS	P = 2 SKS	2 GENAP 202/2025	10-Jun-24

Otoritas	**Pengembang RPS**	**Ketua Kelompok Keahlian**	**Ketua Program Studi**
	Irfan Dwi Rahadianto, S.Ds., M.Ds.	Dr. Andreas Rio Adriyanto, SE., M.Eng	Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah	Mata kuliah Komputer Multimedia merupakan mata kuliah dasar (MKDU) wajib di Program Studio S1 Desain Komunikasi Visual. Mata kuliah ini memfasilitasi literasi digital terkait pemahaman mendalam mengenai editing dan compositing yang mencakup audio dan video. Mahasiswa akan mempelajari teknik-teknik dasar dan lanjutan dalam pengeditan video, pembuatan efek visual, motion graphics serta integrasi audio untuk menghasilkan produk multimedia yang profesional. Mata kuliah ini akan memberikan kompetensi yang dapat mendukung mata kuliah lain pada peminatan dan jenjang selanjutnya. Teknik-teknik yang dipelajari akan berfokus pada software Adobe Premiere Pro & After Effect.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)	**Program Learning Outcomes (PLO) PRODI**	
	PLO-4	Mampu mengimplementasikan dan menggunakan teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya desain komunikasi visual.

Course Learning Outcomes (CLO)		**PLO yang didukung**
CLO-1	Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, dan pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya desain komunikasi visual **[C3f]**	PLO-4
CLO-2	Mampu menggunakan perangkat dan media komunikasi untuk produksi karya desain komunikasi visual **[C3m]**	PLO-4

Penilaian

Id CLO	**Bobot per Bentuk Penilaian (%)**											**TOTAL BOBOT PER CLO**
	Aktivitas Partisipatif				**Kognitif/Pengetahuan**			**Hasil Proyek**				
	Praktikum Audio Editing	Praktikum Video Editing	Praktikum Motion Graphics	Praktikum Portfolio	Kuis Audio Editing	Kuis Video Editing	Kuis Motion Graphics	Tugas 1 (Video Tematik)	Tugas UTS (Video Promotional)	Tugas 2 (Video Motion Graphics)	Tugas UAS (Tugas Portfolio)	
CLO-1	3	7	7	3	5	5	5					35
CLO-2	5	5	5	5				10	10	10	15	65
Total per penilaian	8	12	12	8	5	5	5	10	10	10	15	100

Pustaka

Utama:

1. Jago, Maxim (2022). Adobe Premiere Pro Classroom in a Book. USA: Adobe Press.
2. Fridsma, Lisa., Gyncild, Brie (2022). Adobe After Effect Classroom in a Book. USA: Adobe Press.

Pustaka Pendukung:

1. Caruci, John (2022). Adobe Premiere Pro CC For Dummies. USA: Wiley.
2. Fridsma, Lisa., Gyncild, Brie (2022). Adobe After Effect Classroom in a Book. USA: Adobe Press.

Media Pembelajaran	**Software :** Adobe Premiere Pro & Adobe After Effect	**Hardware :** Laptop / PC (Speisifkasi Minimal: 4-Core 8-Threads, RAM 8GB, 4GB VRAM with CUDA / OpenCL)
Team Teaching	Irfan Dwi Rahadianto, S.Ds., M.Ds., Mario, M.Ds., Adya Mulya Prajana, S.Ds., M.Ds., Ananda Risya Triani, S.Ds., M.Ds., Pebriyanto, S.Ds., M.Ds., Satria Budiana Tresna, S.Ds., M.Ds.	
Matakuliah Syarat	-	
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01	[dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%	[mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	**ID CLO**	**DESKRIPSI SUB CLO**	**INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO**	**BENTUK ASSESSMENT**	**MATERI**	**METODE PEMBELAJARAN**	**LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)**	**DALAM JARINGAN (DARING)**	**BOBOT Sub CLO**
1	CLO-01	Mahasiswa mampu mengimplementasikan user interface, tools dasar dan manajemen file pada video editing software **(C3f)**	1. Ketepatan dalam mengingat kembali user interface, tools dasar dan manajemen file pada video editing software **(C1f)** 2. Ketepatan dalam mempraktikan interface, tools dasar dan manajemen file pada video editing software **(A2m)**	**Bentuk non test:** Praktikum Video Editing **Bentuk test:** Kuis Video Editing	User interface, tools dasar dan manajemen file pada video editing software (Selection tool, Rectangle Tool, Program Window, Project Window, Safe Margin, dll)	**Kuliah:** Pemaparan kontrak perkuliahan & Materi tools dasar dan manajemen file **Discovery Learning:** user interface, tools-tools dasar dan manajemen file	1x150'		2,5
2	CLO-01	Mahasiswa mampu mengimplementasikan cutting dalam sequence video pada software adobe premiere pro **(C3f)**	1. Ketepatan dalam mengingat kembali cutting dalam sequence video **(C1f)** 2. Ketepatan dalam mempraktikan cutting dalam sequence video **(A2p)**	**Bentuk non test:** Praktikum Video Editing **Bentuk test:** Kuis Video Editing	Cutting dan sequece video menggunakan layer video pada adobe premiere pro (Razor Tool, Color Correction, LUT, Adjustment Layer, dll)	**Kuliah:** Pemaparan materi tools cutting dan sequence **Simulation:** tools-tools cutting dan sequence adobe premiere pro	1x150'		2,5
3	CLO-01	Mahasiswa mampu mengimplementasikan audio editing pada software adobe premiere pro **(C3f)**	1. Ketepatan dalam mengingat kembali compositing audio (SFX, Ambient & Backsound) **(C1f)** 2. Ketepatan dalam mempraktikan compositing audio (SFX, Ambient & Backsound) **(A2p)**	**Bentuk non test:** Praktikum Audio Editing **Bentuk test:** Kuis Audio Editing	Compositing audio menggunakan layer audio pada premiere pro (SFX, Ambient & Backsound)	**Kuliah:** Pemaparan tools audio dan audio layer **Simulation:** tools-tools audio dan audio layer pada adobe premiere pro	1x150'		5
4	CLO-01 CLO-02	Mahasiswa mampu mengimplementasikan transisi video & audio pada software adobe premiere pro **(C3f)** Mahasiswa mampu menggunakan software premiere pro untuk merancang video tematik pada software adobe premiere pro**(C3m)**	1. Ketepatan dalam mempraktikan transisi video & audio **(A2p)** 2. Ketepatan dalam mempraktikan software premiere pro untuk merancang video tematik **(P3p)**	**Bentuk non test:** Praktikum Video dan Audio **Bentuk test:** Tugas Video Tematik (Video dan Audio Editing)	Transisi video & audio pada premiere pro	**Self-Paced Learnig:** Pemaparan transisi video & audio melalui aktvitas di LMS **Project Based Learning:** Video Tematik (Compositing Video dan Audio)	1x150'		5 10
5	CLO-2	Mahasiswa mampu menggunakan teks, desain grafis dan keyframe pada software adobe premiere pro **(C3m)**	Ketepatan dalam menggunakan teks, desain grafis dan keyframe pada software premiere pro **(A2p)**	**Bentuk non test:** Praktikum Video Editing **Bentuk test:** Tugas Video Promotional	Text tool, shape tool, pen tool, effect control window, keyframe	**Kuliah:** Pemaparan teks, desain grafis, dan keyframe pada adobe premiere pro **Simulation:** teks, desain grafis, dan keyframe pada adobe premiere pro	1x150'		3
6	CLO-2	Mahasiswa mampu menggunakan Keying & Effect pada software adobe premiere pro **(C3m)**	Ketepatan dalam menggunakan keying dan effect pada software premiere pro **(A2p)**	**Bentuk non test:** Praktikum Video Editing **Bentuk test:** Tugas Video Promotional	Ultra Key, Luma Key, Greenscreen, gaussian blur, dll	**Kuliah:** Pemaparan keying dan effect pada adobe premiere pro **Simulation:** keying dan effect pada adobe premiere pro	1x150'		3
7	CLO-2	Mahasiswa mampu menggunakan VR / 360 Viewer pada software adobe premiere pro **(C3m)**	Ketepatan dalam menggunakan VR / 360 Viewer pada software premiere pro **(A2p)**	**Bentuk non test:** Praktikum Video Editing **Bentuk test:** Tugas Video Promotional	VR / 360 Viewer	**Kuliah:** Pemaparan VR / 360 Video pada adobe premiere pro **Simulation:** VR / 360 Video pada adobe premiere pro	1x150'		4
8	CLO-01 CLO-02	Mahasiswa mampu mengimplementasikan konsep video promotional menggunakan software adobe premiere pro **(C3f)** Mahasiswa mampu menggunakan software adobe premiere pro untuk kebutuhan video promotional **(C3m)**	1. Ketepatan dalam mendiskusikan konsep video promotional menggunakan software adobe premiere pro **(A2k)** 2. Ketepatan dalam mempraktikan software premiere pro untuk merancang video promotional **(P3p)**	**Bentuk non test:** Praktikum Video Editing **Bentuk test:** Tugas Video Promotional	Asistensi Konsep / tema video promotional	**Self-Paced Learning:** Diskusi / asistensi konsep / tema video promotional melalui aktivitas di LMS Brief tugas UTS menggunakan pengantar bahasa inggris **Project Based Learning** Video Promotional		1x150'	5 10
9	CLO-1	Mahasiswa mampu mengimplementasikan user interface, tools dasar, composition dan manajemen file pada software adobe after effect **(C3f)**	1. Ketepatan dalam mengingat kembali user interface, composition, tools dasar dan manajemen file pada software adobe after effect **(C1f)** 2. Ketepatan dalam mempraktikan interface, composition, tools dasar dan manajemen file pada software adobe after effect **(A2m)**	**Bentuk non test:** Praktikum Motion Graphics **Bentuk test:** Kuis Motion Graphics	User interface, composition, tools dasar dan manajemen file pada adobe after effect (Selection tool, composition, Rectangle Tool, Program Window, Project Window, Safe Margin, dll)	**Kuliah:** Pemaparan materi user interface, tools dasar, composition dan manajemen file **Discovery Learning:** user interface, composition, tools-tools dasar dan manajemen file adobe after effect	1x150'		2,5

10	CLO-1	Mahasiswa mampu mengimplementasikan keyframe pada objek text di software adobe after effect **(C3f)**	1. Ketepatan dalam mengingat kembali keyframe pada objek text di software adobe after effect **(C1f)** 2. Ketepatan dalam mempraktikan keyframe pada objek text di software adobe after effect **(A2m)**	**Bentuk non test:** Praktikum Motion Graphics **Bentuk test:** Kuis Motion Graphics	Keyframe, ease in, ease out, keyframe velocity, keyframe graph	**Kuliah:** Pemaparan keyframe pada objek text seperti keyframing, ease in, ease out, keyframe veocity, keyframe graph. **Discovery Learning:** keyframe pada objek text seperti keyframing, ease in, ease out, keyframe veocity, keyframe graph pada adobe after effect	1x150'		2,5
11	CLO-1	Mahasiswa mampu mengimplementasikan kyeframe pada objek karakter & environment di software after effect **(C3f)**	1. 1. Ketepatan dalam mempraktikan keyframe pada objek karakter & environment di software after effect **(A2k)**	**Bentuk non test:** Praktikum Motion Graphics **Bentuk test:** Kuis Motion Graphics	Type tool, Keyframe, ease in, ease out, keyframe velocity, keyframe graph	**Kuliah:** Pemaparan keyframe pada objek karakter & environment di software after effect **Discovery Learning:** keyframe pada objek text seperti keyframing, ease in, ease out, keyframe veocity, keyframe graph pada adobe after effect	1x150'		5
12	CLO-02	Mahasiswa mampu menggunakan kyeframe pada objek grafis (gambar, text, karakter, background, environment dan aset visual lainnya) pada software after effect **(C3m)**	1. Ketepatan dalam mempraktikan kyeframe pada objek grafis (gambar, text, karakter, background, environment dan aset visual lainnya) pada software after effect **(P3p)**	**Bentuk non test:** Praktikum Motion Graphics **Bentuk test:** Tugas Video Motion Graphics	Type tool, Keyframe, ease in, ease out, keyframe velocity, keyframe graph	**Self-Paced Learning:** Mengakses materi dan pengumpulan tugas pada LMS **Project Based Learning** Video Motion Graphics	1x150'		10
13	CLO-02	Mahasiswa mampu menggunakan 3D Layer untuk kebutuhan 3D Camera dan Paralax Effect di software after effect **(C3m)**	Ketepatan dalam menggunakan 3D Layer untuk kebutuhan 3D Camera dan Paralax Effect di software after effect **(A2p)**	**Bentuk non test:** Praktikum Portfolio **Bentuk test:** Tugas Video Portfolio	3D Layer, 3D Camera, Rotate Tool, multi view, paralax effect	**Kuliah:** Pemaparan 3D Layer untuk kebutuhan 3D Camera dan Paralax Effect di software after effect **Simulation:** 3D Layer untuk kebutuhan 3D Camera dan Paralax Effect di software after effect	1x150'		3
14	CLO-02	Mahasiswa mampu menggunakan Motion Tracking & 3D Camera Traking di software after effect **(C3m)**	Ketepatan dalam menggunakan Motion Tracking & 3D Camera Traking di software after effect **(A2p)**	**Bentuk non test:** Praktikum Portfolio **Bentuk test:** Tugas Video Portfolio	3D Layer, 3D Tracking & Motion Tracking	**Kuliah:** Pemaparan Motion Tracking & 3D Camera Traking di software after effect **Simulation:** Motion Tracking & 3D Camera Traking di software after effect	1x150'		3
15	CLO-02	Mahasiswa mampu mengimplementasikan konsep video portfolio di software after effect **(C3f)**	Ketepatan dalam mendiskusikan konsep video portfolio menggunakan software adobe premiere pro **(A2k)**	**Bentuk non test:** Praktikum Portfolio **Bentuk test:** Tugas Video Portfolio	Asistensi Konsep / tema video portfolio	**Kuliah:** Asistensi konsep / tema video portfolio **Project Based Learning:** Video Portfolio	1x150'		4
16	CLO-02	Mahasiswa mampu menggunakan kyeframe pada objek grafis (gambar, text, karakter, background, environment dan aset visual lainnya) pada software after effect **(C3m)**	Ketepatan dalam mempraktikan video promotional pada software after effect **(P3p)**	**Bentuk non test:** Praktikum Portfolio **Bentuk test:** Tugas Video Portfolio	Premiere Pro & After Effect	**Self-Paced Learning:** Pemaparan konsep video portfolio di software after effect pada aktivitas di LMS Brief tugas UTS menggunakan pengantar bahasa inggris **Project Based Learning** Video Portfolio		1x150'	5 15

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	Teknologi Grafika	FAK1LAB3	Envisco	Nusae Studio, Grifen Studio	T = 1 SKS	P = 2 SKS	2 Genap 24/25	28 Mei 2024

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	Dr. Paku Kusuma, S.Sn., M.Sn.	Riky Azharyandi Siswanto, S.Ds, M.Ds, Ph.D	Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah	Mata Kuliah Teknologi Grafika adalah mata kuliah tingkat dasar berbobot 3 SKS. Mata kuliah ini mempelajari pengetahuan tentang definisi cetak, sejarah perkembangan artefak grafika, prinsip dan jenis teknik cetak, serta representasi perkembangan grafika di Indonesia. MK. Teknologi Grafika bertujuan memberikan dasar pengetahuan yang diperlukan untuk proses kelanjutan bagi perancangan karya Desain Komunikasi Visual. Bobot berat perkuliahan pada proses analisis teknik cetak dan praktik pencetakan dengan beragam acuan teknik cetak sebagai penugasan. Kemampuan akhir yang diharapkan adalah pemahaman landasan dalam berkarya visual untuk mewujudkan komunikasi dari bentuk abstrak menjadi konkrit.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)	Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
	PLO-4	Mampu mengimplementasikan dan menggunakan teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya Desain Komunikasi Visual.
	PLO-8	Mampu mengevaluasi, memberi saran, dan memutuskan hasil proyek pada kelompok kerja yang berada di bawah tanggung jawabnya melalui kinerja mandiri, bermutu, dan terukur dalam bidang keilmuan agar memberikan kontribusi kepada masyarakat luas.
	PLO-9	Mampu merancang dan menciptakan aset visual menggunakan teknologi untuk media Desain Komunikasi Visual.

	Course Learning Outcomes (CLO)	PLO yang didukung
	CLO-1 Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya Desain Komunikasi Visual.	PLO-4
	CLO-2 Mampu memutuskan hasil proyek melalui kinerja mandiri, bermutu, dan terukur.	PLO-8
	CLO-3 Mampu merancang aset visual menggunakan teknologi untuk media Desain Komunikasi Visual.	PLO-9

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif		Kognitif/Pengetahuan	Hasil Proyek			
	Analisis perkembangan grafika	Asistensi Acuan Cetak	Kuis Teknologi Grafika	Tugas 1 Cetak Tinggi	Tugas 2 Cetak Saring	Tugas Besar Cetak Dalam & Desain mata uang kertas	
CLO-1	5		10				15
CLO-2		10		15	15		40
CLO-3		10				35	45
Total per penilaian	5	20	10	15	15	40	100

Pustaka

Utama:

1. Adityawan S., Arief, 2010, Tinjauan Desain Grafis dari Revolusi Industri hingga kini, Jakarta: PT. Concept Media.
2. Hughes, Ann D'arcy, 2008, The Printmaking Bible, San Fransisco: Chronicle Books LLC.

Pustaka Pendukung:

1. Riyanto, Bedjo, 2000, Iklan Surat Kabar dan Perubahan Masyarakat di Jawa Tahun 1870 – 1915, Yogyakarta: Tarawang Press
2. Soewardikoen, Didit Widiatmoko, 2015, Visualisasi Iklan Indonesia Era 1950-1957 Edisi 2, Bandung: Penerbit Calpulis.
3. Wasono, Antonius Bowo, 2008, Teknik Grafika dan Industri Grafika, Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.

Media Pembelajaran	Software : Adobe Photoshop, Pro-create	Hardware :
	Adobe Photosop, Pro-create	Laptop/tablet, Mesin pres cetak, linoleum, MDF 3mm, alat cukil, brayer, kape, screen, screen emulsion, meja afdruk, tinta cetak sablon (rubber), acrylic, dry needle, tinta cetak intaglio dan cairan pelarut M3.

Team Teaching	Asep Kadarisman, S.Sn, M.Sn dan Syarip Hidayat, S.Sn, M.Sn
Ambang Batas Kelulusan	50,01 — Batas bawah kelulusan peserta didik. Perolehan nilai dibawah batas ini atau ketidakhadiran dalam perkuliahan mencapai minimal 75% dinyatakan tidak lulus.
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% — Mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan.

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya Desain Komunikasi Visual.	Mengenal pengetahuan umum tentang perkembangan grafika (historis).	**Laporan analisis perkembangan teknologi grafika**	The Printmaking bible	**Kuliah:** Pemaparan kontrak perkuliahan **Discovery learning:** Sejarah dan ruang lingkup Teknologi Grafika.	1x150'		5
2	CLO-1	Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya Desain Komunikasi Visual.	Mengenal pengetahuan umum tentang teknik dan prinsip cetak.	**Membuat tabel perbandingan teknik cetak**	Tinjauan desain grafis dari revolusi industri hingga kini	**Kuliah:** Prinsip dan teknik grafika **Discovery learning:** Memahami jenis-jenis Acuan Cetak sebagai pembeda pengenalan teknik cetak.	1x150'		5
3	CLO-1	Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya Desain Komunikasi Visual.	Kemampuan mengerjakan kuis dasar-dasar grafika	**Kuis Teknologi Grafika**	Teknologi Grafika	**Kuliah:** Mengerjakan kuis. (Perkuliahan menggunakan pengantar dalam bahasa Inggris).	1x150'		5
4	CLO-2	Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya Desain Komunikasi Visual.	Kemampuan mengerjakan penugasan cetak timggi	**Tugas 1 Cetak tinggi (Lino-cut/wood-cut)**	Membuat sketsa karya untuk acuan cetak tinggi	**Kuliah:** Praktik membuat sketsa karya di kertas A4	1x150'		5
5	CLO-2	Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya Desain Komunikasi Visual.	Melakukan asistensi acuan cetak hasil praktikum	**Asistensi acuan cetak**	Teknik mencukil di karet lino atau papan MDF ukuran A4	**Kuliah:** Praktik mencukil gambar positip/negatip	1x150'		5
6	CLO-2	Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya Desain Komunikasi Visual.	Pengumpulan karya hasil cetak tinggi	**Pengumpulan karya lino-cut**	Upload tugas format digital di LMS	**Kuliah:** Pengumpulan karya hasil praktik cetak tinggi	1x150'		10

7	CLO-2	Mampu merancang aset visual menggunakan teknologi untuk media Desain Komunikasi Visual	Kemampuan dalam membuat rancangan acuan cetak saring	**Penugasan 2 Cetak Saring**	Membuat rancangan manual ataupun digital untuk acuan cetak saring satu warna	**Kuliah:** Pemberian tugas membuat acuan cetak saring	1x150'		5
8	CLO-2	Mampu merancang aset visual menggunakan teknologi untuk media Desain Komunikasi Visual	Kemampuan dalam membuat acuan cetak	**Asistensi online acuan cetak**	Proses afdruk screen	**Kuliah online:** Praktikum mandiri afdruk screen		1x150'	5
9	CLO-2	Mampu merancang aset visual menggunakan teknologi untuk media Desain Komunikasi Visual	Pengumpulan karya hasil cetak saring	**Pengumpulan tugas 2: karya cetak saring**	Pengumpulan tugas digital di LMS	**Kuliah online:** Pengumpulan acuan cetak saring. (Perkuliahan menggunakan pengantar dalam bahasa Inggris).		1x150'	10
10	CLO-3	Mampu merancang aset visual menggunakan teknologi untuk media Desain Komunikasi Visual	Kemampuan membuat sketsa acuan untuk teknik cetak dalam (intaglio)	**Tugas Besar**	Sketsa karya intaglio pada media ukuran A5	**Kuliah:** Mengenal teknik cetak dalam	1x150'		5
11	CLO-3	Mampu merancang aset visual menggunakan teknologi untuk media Desain Komunikasi Visual	Kemampuan dalam mengerjakan acuan cetak dalam (intaglio)	**Praktik etching**	Intaglio process	**Kuliah:** Praktik etching dengan dry needle di media acrylic	1x150'		5
12	CLO-3	Mampu merancang aset visual menggunakan teknologi untuk media Desain Komunikasi Visual	Kemampuan dalam membentuk wujud dengan goresan pada acrylic	**Asistensi karya**	Cetak intaglio	**Kuliah:** Asistensi acuan cetak dalam	1x150'		5
13	CLO-3	Mampu merancang aset visual menggunakan teknologi untuk media Desain Komunikasi Visual	Kemampuan membuat karya desain uang kertas	**Pencetakan**	Cetak intaglio	**Kuliah:** Praktikum mencetak intaglio	1x150'		10
14	CLO-3	Mampu merancang aset visual menggunakan teknologi untuk media Desain Komunikasi Visual	Kemampuan membuat rancangan karya hasil cetak intaglio ke digital	**Desain uang kertas**	Merancang desain uang kertas	**Kuliah:** Asistensi dan rendering hasil cetak intaglio untuk desain uang kertas		1x150'	5
15	CLO-3	Mampu merancang aset visual menggunakan teknologi untuk media Desain Komunikasi Visual	Kemampuan mengkomunikasikan hasil rancangan desain	**Asistensi rancangan**	Desain uang kertas	**Kuliah:** Asistensi rancangan desain uang	1x150'		5
16	CLO-3	Mampu merancang aset visual menggunakan teknologi untuk media Desain Komunikasi Visual	Menghasilkan karya rancangan uang kertas	**Pengumpulan Tugas Besar**	Pengumpulan tugas tercetak desain uang kertas	**Kuliah online:** Pengumpulan karya desain mata uang kertas		1x150'	10

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	Studio DKV 1 (Iconography & Visual Literacy)	FAK1MAB4	Human, Media, and Technology	-	T=2	P=2	2 Genap 24/25	10-Jun-24

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	Yanuar Rahman, S.Ds., M.Ds.	Dr. Andreas Rio Adriyanto, S.E., M.Eng.	Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah

Studio DKV 1 (Iconography & Visual Literacy) adalah mata kuliah wajib di Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual yang memberikan pengetahuan dan wawasan proses penciptaan bentuk dasar visual melalui penafsiran kata sifat dan atau kata benda menjadi bentuk visual dasar dan bentuk ilustrasi dasar. Proses penciptaan dilakukan melalui pendekatan stilasi dan deformasi dengan mempertimbangkan aspek kuantitaif dan kualitatif, sehingga akan mampu membentuk sikap eksploratif pada diri mahasiswa untuk dapat melakukan pengembangan gagasan visual dan kepekaan mengeksplorasi simbol-simbol.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika.
PLO-3	Mampu mengimplementasikan dan mendemonstrasikan teori, sejarah, dan prinsip seni rupa/ desain di tingkat lokal serta global
PLO-4	Mampu mengimplementasikan dan menggunakan teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya desain komunikasi visual

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	Mampu menerapkan kemampuan berpikir logis dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi (P2P)	PLO-1
CLO-2	Mampu mendemonstrasikan prinsip seni rupa/ desain (C3P)	PLO-3
CLO-3	Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, dan pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya desain komunikasi visual (C3F)	PLO-4

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif	Kognitif / Pengetahuan	Hasil Proyek				
	Forum Diskusi	Kuis	Tugas 1	Tugas 2	Tugas Besar 1	Tugas Besar 2	
CLO-1	5	5					10
CLO-2			15	15			30
CLO-3					30	30	60
Total per penilaian	5	5	15	15	30	30	100

Pustaka

Utama:

1. Wilde, J. and Wilde, R. (1991) Visual Literacy. New York: Watson-Guptill Publication.
2. Anggraini, L. dan Nathalia, K. (2014) Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar untuk Pemula. Bandung: Nuansa Cendekia.
3. Kusrianto, A. (2007) Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Andi.
4. Safanayong, Y. (2006) Desain Komunikasi Visual Terpadu. Jakarta: Artemedia.
5. Wheller, A. (2012) How To designing Identity. London: Rockport.
6. Abdullah, R. and Hübner, R. (2006) Pictograms, Icons, and Signs. Illustrated edition. London; New York: Thames & Hudson.

Pustaka Pendukung:

1. Supriyono, R. (2010) Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasinya. Yogyakarta: Andi.
2. Adityawan, A. (2010) Tinjauan Desain Grafis. Jakarta: Concept Media.

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Adobe Ilustrator dan Corel Draw	Buku gambar/ sketch book, tinta bak, pensil, kuas, dan komputer

Team Teaching	Yanuar Rahman, S.Ds., M.Ds. (Koord.); I Gusti Agung Rangga Lawe, S.Ds., M.Ds.; Patra Aditia, S.Ds., M.Ds.; Tiara Radinska Deanda, S.Ds., M.Ds.; Syarip Hidayat, S.Sn., M.Sn.
Matakuliah Syarat	-
Ambang Batas Kelulusan	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian, bentuk, fungsi dan tujuan mempelajari Desain Komunikasi Visual (C2F)	Ketepatan dalam menjelaskan pengertian, bentuk, fungsi dan tujuan mempelajari Desain Komunikasi Visual	**Bentuk non test:** Forum Diskusi **Bentuk test:** Kuis	1. Kontrak Perkuliahan 2. Pengantar Studio DKV 1	**Kuliah:** Pemaparan kontrak perkuliahan dan pengantar Studio DKV 1. **Self-Paced Learning:** Mahasiswa mengakses materi pembelajaran dan mengerjakan kuis di LMS. **Small Group Discussion:** Pengertian, bentuk, fungsi, dan tujuan mempelajari Desain Komunikasi Visual.	1x150'	1x50'	10
2	CLO-2	Mahasiswa mampu mengembangkan bentuk-bentuk objek lingkaran (C2P)	Ketepatan dalam mengembangkan bentuk-bentuk objek lingkaran	**Bentuk non test:** Asistensi Tugas 1 - Bentuk Objek **Bentuk test:** -	Bentuk Objek - Lingkaran	**Kuliah:** Pemaparan Bentuk Objek - Lingkaran **Project Based Learning:** Mengembangkan bentuk objek -	1x200'		2
3	CLO-2	Mahasiswa mampu mengembangkan bentuk-bentuk objek persegi (C2P)	Ketepatan dalam mengembangkan bentuk-bentuk objek persegi	**Bentuk non test:** Asistensi Tugas 1 - Bentuk Objek **Bentuk test:** -	Bentuk Objek - Persegi	**Kuliah:** Pemaparan Bentuk Objek - Persegi **Project Based Learning:** Mengembangkan bentuk objek - Persegi	1x200'		3

4	CLO-2	Mahasiswa mampu mengembangkan bentuk-bentuk objek segitiga (C2P)	Ketepatan dalam mengembangkan bentuk-bentuk objek segitiga	**Bentuk non test:** Asistensi Tugas 1 - Bentuk Objek **Bentuk test:** -	Bentuk Objek - Segitiga	**Kuliah:** Pemaparan Bentuk Objek - Segitiga **Project Based Learning:** Mengembangkan bentuk objek - Segitiga	1x200'		5
5	CLO-2	Mahasiswa mampu mengembangkan bentuk-bentuk objek gabungan (C2P)	Ketepatan dalam mengembangkan bentuk-bentuk objek gabungan	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1 - Bentuk Objek	Bentuk Objek - Gabungan	**Kuliah:** Pemaparan Bentuk Objek - Gabungan **Project Based Learning:** Mengembangkan bentuk objek -	1x200'		5
6	CLO-2	Mahasiswa mampu mengembangkan dan mengeksplorasi ruang positif-negatif (data visual) (C2P)	Ketepatan dalam mengembangkan dan mengeksplorasi ruang positif-negatif (data visual)	**Bentuk non test:** Asistensi Tugas 2 - Ruang Positif-Negatif **Bentuk test:** -	Ruang Positif-Negatif (Data Visual)	**Kuliah:** Pemaparan Ruang Positif-Negatif (Data Visual) **Project Based Learning:** Membuat dan eksplorasi ruang positif-negatif (Data Visual)	1x200'		5
7	CLO-2	Mahasiswa mampu mengembangkan dan mengeksplorasi ruang positif-negatif (sketsa) (C2P)	Ketepatan dalam mengembangkan dan mengeksplorasi ruang positif-negatif (sketsa)	**Bentuk non test:** Asistensi Tugas 2 - Ruang Positif-Negatif **Bentuk test:** -	Ruang Positif-Negatif (Sketsa)	**Kuliah:** Pemaparan Ruang Positif-Negatif (Sketsa) **Project Based Learning:** Membuat dan eksplorasi ruang positif-negatif (Sketsa)	1x200'		5
8	CLO-2	Mahasiswa mampu mengembangkan dan mengeksplorasi ruang positif-negatif (tinta) (C2P)	Ketepatan dalam mengembangkan dan mengeksplorasi ruang positif-negatif (tinta)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2 - Ruang Positif-Negatif	Ruang Positif-Negatif (Tinta)	Kuliah: Pemaparan Ruang Positif-Negatif (Tinta) Project Based Learning: Membuat dan eksplorasi ruang positif-negatif (Tinta) -- **Pemaparan disampaikan dalam bahasa Inggris**		1x200'	5
9	CLO-3	Mahasiswa mampu membuat dan mengeksplorasi ide dalam 25 gambar (C2P)	Ketepatan dalam membuat dan mengeksplorasi ide dalam 25 gambar	**Bentuk non test:** Asistensi Tugas Besar 1 - 101 Ide (25 gambar) **Bentuk test:** -	Tugas Besar 1 - 101 Ide (25 gambar)	**Project Based Learning:** Membuat ide dalam bentuk gambar (25 gambar)	1x200'		7
10	CLO-3	Mahasiswa mampu membuat dan mengeksplorasi ide dalam 50 gambar (C2P)	Ketepatan dalam membuat dan mengeksplorasi ide dalam 50 gambar	**Bentuk non test:** Asistensi Tugas Besar 1 - 101 Ide (50 gambar) **Bentuk test:** -	Tugas Besar 1 - 101 Ide (50 gambar)	**Project Based Learning:** Membuat ide dalam bentuk gambar (50 gambar)	1x200'		7
11	CLO-3	Mahasiswa mampu membuat dan mengeksplorasi ide dalam 75 gambar (C2P)	Ketepatan dalam membuat dan mengeksplorasi ide dalam 75 gambar	**Bentuk non test:** Asistensi Tugas Besar 1 - 101 Ide (75 gambar) **Bentuk test:** -	Tugas Besar 1 - 101 Ide (75 gambar)	**Project Based Learning:** Membuat ide dalam bentuk gambar (75 gambar)	1x200'		8
12	CLO-3	Mahasiswa mampu membuat dan mengeksplorasi ide dalam 101 gambar (C2P)	Ketepatan dalam membuat dan mengeksplorasi ide dalam 101 gambar	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar 1 - 101 Ide (101 gambar)	Tugas Besar 1 - 101 Ide (101 gambar)	**Project Based Learning:** Membuat ide dalam bentuk gambar (101 gambar)	1x200'		8
13	CLO-3	Mahasiswa mampu menciptakan mind mapping sebagai tahap pembuatan ikon aplikasi (P5P)	Ketepatan dalam menciptakan mind mapping sebagai tahap pembuatan ikon aplikasi	**Bentuk non test:** Asistensi Tugas Besar 2 - Ikon Aplikasi (Mind Mapping) **Bentuk test:** -	Tugas Besar 2 - Ikon Aplikasi (Mind Mapping)	**Project Based Learning:** Menciptakan mind mapping sebagai tahap awal pencarian ide dalam membuat ikon aplikasi	1x200'		7
14	CLO-3	Mahasiswa mampu menciptakan sketsa sebagai tahap pembuatan ikon aplikasi (P5P)	Ketepatan dalam menciptakan sketsa sebagai tahap pembuatan ikon aplikasi	**Bentuk non test:** Asistensi Tugas Besar 2 - Ikon Aplikasi (Sketsa) **Bentuk test:** -	Tugas Besar 2 - Ikon Aplikasi (Sketsa)	**Project Based Learning:** Menciptakan sketsa sebagai langkah kedua untuk membuat ikon aplikasi	1x200'		7
15	CLO-3	Mahasiswa mampu menciptakan sketsa dengan visualisasi alternatif warna sebagai tahap pembuatan ikon aplikasi (P5P)	Ketepatan dalam menciptakan sketsa dengan visualisasi alternatif warna sebagai tahap pembuatan ikon aplikasi	**Bentuk non test:** Asistensi Tugas Besar 2 - Ikon Aplikasi (Warna) **Bentuk test:** -	Tugas Besar 2 - Ikon Aplikasi (Warna)	**Project Based Learning:** Menciptakan sketsa dengan visualisasi alternatif warna untuk membuat ikon aplikasi		1x200'	8

16	CLO-3	Mahasiswa mampu menciptakan hasil akhir/ finalisasi ikon aplikasi secara digital (P5P)	Ketepatan dalam menciptakan hasil akhir/ finalisasi ikon aplikasi secara digital	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar 2 - Ikon Aplikasi (Digital)	Tugas Besar 2 - Ikon Aplikasi (Digital)	**Project Based Learning:** Menciptakan hasil akhir/ finalisasi ikon aplikasi secara digital **Pemaparan disampaikan dalam bahasa Inggris**		1x200'	8

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	Pengantar Branding	FAK21AB2	Seni, Desain dan Budaya	Wahana Inovasi Design (windesign) studio	T = 2 SKS	P = 0 SKS	3 Ganjil 2024/2025	10-Jun-24

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	Wirania Swasty, S.Ds., M.AB., Ph.D	Dr. Andreas Rio Adriyanto, S.E., M. Eng.	Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah

Pengantar Branding merupakan mata kuliah wajib di Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual. Mata kuliah ini memberikan teori mengenai definisi brand, branding, elemen dan prinsip brand elements, brand architecture, brand positioning, brand statement & perumusan brand personality, brand communication, dan brand activation. Mata kuliah ini bertujuan untuk memahami teori brand, mengkaji strategi brand yang diimplementasikan oleh suatu brand, merumuskan positioning statement, dan mengaplikasikannya dalam desain kemasan atau brand activation. Manfaat bagi mahasiswa adalah dapat memperoleh keterampilan analitis yang diperlukan untuk mengkomunikasikan brand secara efektif, serta kemampuan untuk mengembangkan konsep dan strategi branding yang inovatif, yang relevan dengan kebutuhan industri.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-4	Mampu mengimplementasikan dan menggunakan teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya desain komunikasi visual
PLO-5	Mampu mengonsep, melaksanakan dan menghasilkan proyek desain melalui prinsip manajemen proyek, Hak Kekayaan Intelektual (HKI), dan etika keprofesian terkait desain komunikasi visual.

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	[PLO-4] Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, dan pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya desain komunikasi visual [C3F]	PLO-4
CLO-2	[PLO-5] Mampu mengonsep proyek desain melalui prinsip manajemen proyek [P4P]	PLO-5

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)							TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif		Kognitif/Pengetahuan		Hasil Proyek			
	personal brand identity (indv)		quiz (indv)	Brand audit (group)		Branding strategy (group)		
CLO-1	20		10	30				60
CLO-2			10			30		40
								0
								0
Total per penilaian	20		20	30		30		100

Pustaka

Utama:

1. Swasty, W. (2017). Branding: Memahami & Merancang Strategi Merek. Bandung: Rosda.
2. Keller, K.L. (2013). Strategic Brand Management. 4th Global ed. Boston: Pearson.
3. Wheeler, A. (2009). Designing Brand Identity. New Jersey: Wiley.
4. Rustan, S. (2013). Mendesain Logo. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
5. Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Pustaka Pendukung:

1. Zahrah, F. (2023). City Branding Dimensions, Strategies, and Obstacles: A Literature Review. Jurnal Bina Praja, 15(1), 101–109. https://doi.org/10.21787/jbp.15.2023.101-109
2. Benedek, I. (2017). Measuring Place Brand Equity: A Review of Current Models. Journal of Media Research 1 (27): 42–57. https://doi.org/10.24193/jmr.27.5

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Microsoft Office 2016, Miro, Canva	PC/Laptop with internet connection; LCD TV

Team Teaching	Wirania Swasty, S.Ds., M.AB., Ph.D., Riky A. Siswanto, M.Des., PhD., Aria Ar Razi, M.Ds., Wahyu Lukito, S.Ds., M.Ds. Novian Denny Nugraha, M.Sn., Bijaksana Prabawa, S.Ds., M.M.
Matakuliah Syarat	-
Ambang Batas Kelulusan	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Mahasiswa mampu memberi definisi brand [C1M]	1. Ketepatan dalam memberi definisi brand [C1M]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** - quiz 1	ppt #1 Brand: •brands are everywhere •the origin of brand •What is brand? •Product •Brand vs Product •Why brands matter to consumer? •Why brands matter to business?	**Discovery learning:** mencari, mengumpulkan, dan menyusun informasi yang ada untuk mendeskripsikan suatu pengetahuan	1x100'		5
2	CLO-1	Mahasiswa mampu menjelaskan branding [C2F]	1. Ketepatan dalam menjelaskan branding [C2F]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** - quiz 1	PPT #2 Branding : •understanding branding •Product branding •Service & Retail branding •Personal Branding •Organization branding •Entertainment branding •City & destination branding	**Discovery learning:** mencari, mengumpulkan, dan menyusun informasi yang ada untuk mendeskripsikan suatu pengetahuan	1x100'		5
3	CLO-1	Mahasiswa mampu merangkum kriteria brand element [C2P]	1. Ketepatan dalam merangkum kriteria brand element [C2P]	**Bentuk non test:** - menentukan case study kelompok, **Bentuk test:** -Tugas proyek 1: brand audit	Ppt #3: Brand Element definisi, fungsi, kriteria pemilihan (prinsip) brand elements	**Small group discusion:** membentuk kelompok (5-10), memilih bahan diskusi dan mendiskusikan di kelas	1x100'		6
4	CLO-1	Mahasiswa mampu mengimplementasikan brand elements [C3F]	1. Kesesuaian dalam mengimplementasikan brand elements [C3F]	**Bentuk non test:** - membahas brand element case study masing-masing **Bentuk test:** Tugas proyek 1: brand audit	Ppt #4: Types of Brand element	**Small group discusion:** membentuk kelompok (5-10), memilih bahan diskusi dan mendiskusikan di kelas. **Pemaparan disampaikan dalam bahasa Inggris**		1x100'	6

5	CLO-1	Mahasiswa mampu mendemonstrasikan personal brand identity [C3P]	1. Kecakapan dalam mendemonstrasikan personal brand identity [C3P]	**Bentuk non test:** membahas brand identity case study masing-masing **Bentuk test:** personal brand identity	Ppt #5 Brand identity •pengertian brand identity •peran brand identity •perspektif brand identity •membangun brand identity •warna sebagai penguat brand identity •bentuk sebagai penguat brand identity •tipografi sebagai penguat brand identity	**Simulasi** mempelajari dan menjalankan suatu peran yang ditugaskan	1x100'		20
6	CLO-1	Mahasiswa mampu menganalisis brand architecture [C4P]	1. Ketepatan dalam menganalisis brand architecture [C4P]	**Bentuk non test:** membahas brand architecture case study masing-masing **Bentuk test:** Tugas proyek 1: brand audit	ppt #6 Brand Architecture: •pengertian •brand hierarchy •prinsip dasar brand portfolio •4 strategi pengembangan merek •branded house vs house of brand •Co-branding & ingredients brand •peran brand architecture	**Small group discusion:** membentuk kelompok (5-10), memilih bahan diskusi dan mendiskusikan di kelas	1x100'		6
7	CLO-1	Mahasiswa mampu mengevaluasi brand equity [C5P]	1. Ketepatan dalam mengevaluasi brand equity [C5P]	**Bentuk non test:** membahas brand equity case study masing-masing **Bentuk test:** Tugas proyek 1: brand audit	ppt #7 Brand Equity •pengertian Brand equity •peranan Brand equity •model Aaker •BrandAsset Valuator •BRANDZ •Model resonansi brand •brand positioning	**Small group discusion:** membentuk kelompok (5-10), memilih bahan diskusi dan mendiskusikan di kelas.	1x100'		6
8	CLO-1	Mahasiswa mampu menyimpulkan brand audit [C6F]	1. Kecermatan dalam menyimpulkan brand audit [C6F]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas proyek 1: brand audit	**Brand Audit:** **brand inventory** (internal analysis) --> brand elements, brand architecture/ hierarchy/ portfolio **brand exploratory** (external analysis) --> brand association, brand positioning, brand statement & merumuskan brand personality & brand promise/ tagline	**Small group discusion:** membentuk kelompok (5-10), memilih bahan diskusi dan mendiskusikan di kelas.		1x100'	6
9	CLO-2	Mampu menjelaskan brand communication [C2F]	1. ketepatan dalam menjelaskan brand communication [C2F]	**Bentuk non test:** **Bentuk test:** quiz 2	ppt #9 Brand Communication •Pengantar Integrated Marketing Communication, •Media Planning, •Brand story	**Discovery learning:** mencari, mengumpulkan, dan menyusun informasi yang ada untuk mendeskripsikan suatu pengetahuan	1x100'		5
10	CLO-2	Mampu mengevaluasi brand activation [C5P]	1. ketepatan dalam mengevaluasi brand activation [C5P]	**Bentuk non test:** **Bentuk test:** quiz 2	Ppt #10 Brand activation •Pengertian •Peranan •Keunggulan kelemahan Brand activation ideas	**Discovery learning:** mencari, mengumpulkan, dan menyusun informasi yang ada untuk mendeskripsikan suatu pengetahuan	1x100'		5
11	CLO-2	Mampu memprakarsai brand activation [P2M]	1. kecakapan dalam memprakarsai brand activation [P2M]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas proyek 2: brand activation concept	Strategic brand recommendation (opsi: brand activation, rebranding, redesain kemasan, brand persona)	**Small group discusion:** membentuk kelompok (5-10), memilih bahan diskusi dan mendiskusikan di kelas.	1x100'		5
12	CLO-2	Mampu memprakarsai brand activation [P2M]	1. kecakapan dalam memprakarsai branding strategy [P2M]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas proyek 2: brand activation concept	Strategic brand recommendation (opsi: brand activation, rebranding, redesain kemasan, brand persona)	**Small group discusion:** membentuk kelompok (5-10), memilih bahan diskusi dan mendiskusikan di kelas. **Pemaparan disampaikan dalam Bahasa Inggris**		1x100'	5
13	CLO-2	Mampu memprakarsai brand activation [P2M]	1. kecakapan dalam memprakarsai branding strategy [P2M]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas proyek 2: brand activation concept	Strategic brand recommendation (opsi: brand activation, rebranding, redesain kemasan, brand persona)	**Small group discusion:** membentuk kelompok (5-10), memilih bahan diskusi dan mendiskusikan di kelas.	1x100'		5
14	CLO-2	Mampu mengembangkan brand activation [P4P]	1. kecakapan dalam mengembangkan branding strategy [P4P]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas proyek 2: brand activation concept	Strategic brand recommendation (opsi: brand activation, rebranding, redesain kemasan, brand persona)	**Small group discusion:** membentuk kelompok (5-10), memilih bahan diskusi dan mendiskusikan di kelas.	1x100'		5
15	CLO-2	Mampu mengembangkan brand activation [P4P]	1. kecakapan dalam mengembangkan brand activation [P4P]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas proyek 2: brand activation concept	Strategic brand recommendation (opsi: brand activation, rebranding, redesain kemasan, brand persona)	**Small group discusion:** membentuk kelompok (5-10), memilih bahan diskusi dan mendiskusikan di kelas.	1x100'		5
16	CLO-2	Mampu mengembangkan brand activation [P4P]	1. kecakapan dalam mengembangkan branding strategy [P4P]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas proyek 2: brand activation concept	Branding strategy/ Strategic brand recommendation (opsi: brand activation, rebranding, redesain kemasan, brand persona)	**Small group discusion:** membentuk kelompok (5-10), memilih bahan diskusi dan mendiskusikan di kelas.		1x100'	5

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	Copywriting	FAK22AB3	AECTIVA		T = 1 SKS	P = 2 SKS	3 Ganjil 2024/2025	10-Jun-24

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	Sri Nurbani, S.Pd., M.Hum.	Dr. Santi Salayanti	Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah

Copywriting merupakan mata kuliah wajib pada program studi desain komunikasi visual (DKV) fakultas industri kreatif Telkom University. Mata kuliah ini adalah mata kuliah wajib program studi. Mata kuliah ini menuntut mahasiswa untuk memahami penggunaan bahasa verbal berupa kata, kalimat dan paragraf untuk menyampaikan pesan yang ingin disampaikan pada karya desain komunikasi visual (DKV). Dengan mempelajari mata kuliah copywriting ini diharapkan mahasiswa mampu merancang copywriting yang menarik dan efektif dalam sebuah karya desain komunikasi visual.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-4	Mampu mengimplementasikan dan menggunakan teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya desain komunikasi visual.
PLO-9	Mampu merancang dan menciptakan aset visual dan/atau audio visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, dan pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya desain komunikasi visual [C3f, A3p]	PLO-4
CLO-2	Mampu menciptakan aset visual untuk media desain komunikasi visual [C6p]	PLO-9

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)							TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif	Kognitif/Pengetahuan		Hasil Proyek				
	Asistensi Tugas 4	Kuis 1 Copywriting	Kuis 2 Kreatifitas	Tugas 1 Kata	Tugas 2 Kalimat	Tugas 3 Paragraf	Tugas 4	
CLO-1		5	5	15	15	15		55
CLO-2	15						30	45
Total per penilaian	15	5	5	15	15	15	30	100

Pustaka

Utama:

1. Agustrijatno. (2001). Copywriting: Seni Mengasah Kreativitas dan Memahami Bahasa Iklan. Rosdakarya.
2. Chaer, A. (2007). Linguistik Umum. PT Rineksa Cipta.
3. Hakim, B. (2018). Story Telling. Indonesia Cerdas.
4. Shaw, M. (2009). Copywriting: Successful writing for design, advertising and marketing. Laurence King Publishing.

Pustaka Pendukung:

1. A.M. Hoeta Soehoet. 2003.Media Komunikasi, Jakarta: IISIP.
2. Nurbani, S., & Barlian, Y. A. (2022). METAFORA PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT COVID-19. Semantik, 11(2), 135–148.

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
		PC/Laptop; Microphone; Headphone
Team Teaching	Sri Nurbani (Koord.), Sri Maharani B.H., Yelly A. Barlian	
Matakuliah Syarat		
Ambang Batas Kelulusan	50,01	[dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%	[mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Mampu menerangkan terminologi copywriting dan Sejarah Copywriting [C2f]	1. Ketepatan dalam menerangkan copywriting [C2f] 2. Ketepatan dalam menerangkan Sejarah Copywriting [C2f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis , soal no	Pengertian, pungsi, dan sejarah copywriting.	**Kuliah:** Pemaparan kontrak perkuliahan **Discovery learning:** Pengertian, fungsi dan sejarah copywriting	1x150'		2
2	CLO-1	Mampu menjelaskan hubungan copywriting dan Desain Komunikasi Vsual [C4f]	1. Ketepatan dalam menjelaskan hubungan Copywriting dan Desain Komunikasi Visual [C2f] 2. Ketepatan dalam memberikan contoh copywriting di Desain Komunikasi Visual [C2k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis 1, soal no ….	1. Hubungan Copywriting dengan DKV 2. Contoh karya-karya copywriting di DKV	**Kuliah:** Pemaparan Materi **Role play - simulation:** Diskusi tentang materi	1x150'		3
3	CLO-1	Mampu menerangkan kreatifitas sebagai modal dasar [C2f]	Ketepatan dalam menjelaskan kreatifitas sebagai modal dasar [C2f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis 2, soal …	Sumber kreatifitas: 1. Pengertian 2. Fungsi 3. Contoh	**Kuliah:** Pemaparan kreatifitas dan sumbernya	1x150'		2

4	CLO-1	Mampu mengimplementasikan bentuk kreatifitas [P3k]	Ketepatan dalam menunjukan bentuk kreatifitas [A3f, P3k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Karya tulis	Contoh Kreatifitas	**Kuliah:** Pemaparan brief karya tulis dalam bahasa Inggris **Role Play -** **Simulation:** Presentasi	1x150'		3
5	CLO-1 CLO-1	Mampu menerangkan pengertian, jenis, dan fungsi Kata. [C2f] Mampu memberikan contoh penggunaan kata dalam karya Desain Komunikas Visual (industri kreatif) [C2k, A2p]	1. Ketepatan dalam menerangkan pengertian, jenis, dan fungsi Kata. [C2f, A2p] 2. memberikan contoh penggunaan kata dalam industri kreatif [C2k, A2p]	**Bentuk non test:** **Bentuk test:** Tugas 1	Kata: 1. Pengertian 2. Jenis 3. Fungsi 4. Contoh	**Kuliah:** Pemaparan Materi **Role Play -** **Simulation:** Diskusi	1x150'		5
6	CLO-1	Mampu menunjukan penggunaan copywriting berupa kata pada karya Desain Komunikas Visual [C2k)	Ketepatan dalam menunjukan penggunaan copywriting berupa kata pada karya Desain Komunikas Visual [C2k)	**Bentuk non test:** **Bentuk test:** Tugas 1	Kata: 1. Caption 2. Headline 3. Tagline 4.Gamewords ,5. Judul film, Novel, Cerpen, lagu dll	**Self-Paced Learning:** Mengakses aktivitas di LMS **Discovery Learning:** Eksplor website penyedia sumber lainnya		1x150'	5
7	CLO-1	Mampu memilih dan menjelaskan diksi kata yang tepat untuk karya Copywriting Desain Komunikas Visual [C4p)	Kesesuaian memilih dan menjelaskan diksi kata yang dipakai untuk karya Copywriting Desain Komunikas Visual [C4p)	**Bentuk non test:** **Bentuk test:** Tugas 1	Sumber: 1. Semua media publikasi, 2. Jurnal	**Kuliah:** Evaluasi & Remidial Submission Tugas 1 **Discovery Learning:** Eksplor website, jurnal, artikel, Dll.	1x150'		5
8	CLO-1	Mampu menerangkan pengertian, jenis, dan fungsi Kalimat. [C2f, A2p] Mampu memberikan contoh penggunaan kalimat dalam karya desain komunikasi visual [C2k, A2p]	1. Ketepatan dalam menerangkan pengertian, jenis, dan fungsi Kalimat. [C2f, A2p] 2. memberikan contoh penggunaan kalimat dalam karya Desain Komunikasi visual [C2k, A2p]	**Bentuk non test:** **Bentuk test:** Tugas 2	Kalimat: 1. Pengertian 2. Jenis 3. Fungsi 4. Gaya Bahasa 5. Contoh	**Kuliah:** Pemaparan Materi **Role Play -** **Simulation:** Diskusi	1x150'		5
9	CLO-1	Mampu menunjukan penggunaan kalimat dalam karya Desain Komunikasi Visual [C3k]	Ketepatan dalam menunjukan penggunaan kalimat dalam copywriting karya Desain Komunikasi Visual [C3k]	**Bentuk non test:** **Bentuk test:** Tugas 2	Kalimat: 1. Caption 2. Headline 3. Tagline 4.Gamewords ,5. Judul film, Novel, Cerpen, lagu dll	**Self-Paced Learning:** Mengakses aktivitas di LMS **Discovery Learning:** Eksplor website penyedia sumber lainnya		1x150'	5
10	CLO-1	Mampu menggunakan **Kalimat** yang sesuai untuk copywriting dalam karya Desain Komunikasi Visual [C4f]	ketepatan dalam menggunakan **Kalimat** untuk copywriting dalam karya Desain Komunikasi Visual [C4f]	**Bentuk non test:** **Bentuk test:** Tugas 2	Sumber: 1. Semua media publikasi, 2. Jurnal	**Kuliah:** Evaluasi & Remidial Submission Tugas 2 **Discovery Learning:** Eksplor website, jurnal, artikel, Dll.	1x150'		5
11	CLO-1	Mampu menerangkan pengertian, jenis, dan fungsi paragraf. [C2f, A2p] Mampu memberikan contoh penggunaan paragraf dalam karya desain komunikasi visual [C2k, A2p]	1. Ketepatan dalam menerangkan pengertian, jenis, dan fungsi paragraf. [C2f, A2p] 2. ketepatan memberikan contoh penggunaan paragraf dalam karya Desain Komunikasi visual [C2k, A2p]	**Bentuk non test:** **Bentuk test:** Tugas 3	Paragraf: 1. Pengertian 2. Jenis 3. Fungsi 4. Contoh	**Kuliah:** Pemaparan Materi **Role Play -** **Simulation:** Diskusi	1x150'		5
12	CLO-1	Mampu menunjukan penggunaan paragraf pada copywriting dalam karya Desain Komunikasi Visual [C3k]	Ketepatan menunjukan penggunaan paragraf dalam karya Desain Komunikasi Visual [C3k]	**Bentuk non test:** **Bentuk test:** Tugas 3	Paragraf: 1. Caption 2. Bodycopy 3. Storytelling	**Self-Paced Learning:** Mengakses aktivitas di LMS **Discovery Learning:** Eksplor website penyedia sumber lainnya		1x150'	5
13	CLO-1	Mampu membuat paragraf pada copywriting dalam karya Desain Komunikasi Visual [C4f]	Ketepatan membuat paragraf pada copywriting dalam karya Desain Komunikasi Visual [C4f]	**Bentuk non test:** **Bentuk test:** Tugas 3	Sumber: 1. Semua media publikasi, 2. Jurnal	**Kuliah:** Evaluasi & Remidial Submission Tugas 3 **Discovery Learning:** Eksplor website, jurnal, artikel, Dll.	1x150'		5
14	CLO-2	Mampu menghasilkan karya copywriting pada sebuah karya Desain Komunikasi Visual [A5f, P5p]	Ketepatan dalam menghasilkan karya copywriting sesuai dengan brief pada sebuah karya Desain Komunikasi Visual sesaui dengan brief [A5f, P5p]	**Bentuk non test:** Assistensi **Bentuk test:** Tugas 4	Kreatifitas karya dalam mengolah 1. Kata 2. Kalimat 3. Paragraf	**Kuliah:** Pemaparan brief tugas 4 disampaikan dalam bahasa Inggris **Self-Paced Learning:** Mengakses aktivitas di LMS **Discovery Learning:** Eksplor website penyedia sumber	1x150'		15

15	CLO-2	Mampu menghasilkan karya copywriting pada sebuah karya Desain Komunikasi Visual [A5f, P5p]	Ketepatan dalam menghasilkan karya copywriting sesuai dengan brief pada sebuah karya Desain Komunikasi Visual sesaui dengan brief [A5f, P5p]	**Bentuk non test:** Assistensi **Bentuk test:** Tugas 4	Kreatifitas karya dalam mengolah 1. Kata 2. Kalimat 3. Paragraf	**Kuliah:** Asistensi tugas 4 **Self-Paced Learning:** Mengakses aktivitas di LMS **Discovery Learning:** Eksplor website penyedia sumber referensi lain	1x150'		15
16	CLO-2	Mampu menghasilkan karya copywriting pada sebuah karya Desain Komunikasi Visual [A5f, P5p]	Ketepatan dalam menghasilkan karya copywriting sesuai dengan brief pada sebuah karya Desain Komunikasi Visual sesaui dengan brief [A5f, P5p]	**Bentuk non test:** Assistensi **Bentuk test:** Tugas 4	Kreatifitas karya dalam mengolah 1. Kata 2. Kalimat 3. Paragraf	**Kuliah:** Tugas 4 Submission/ Remedial **Self-Paced Learning:** Mengakses aktivitas di LMS		1x150'	15

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah

Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
				T = 2	P = 0		
Semiotika dan Bahasa Visual	FAK2CAB2	Aectiva	-			3 Ganjil 23/24	11-Jun-24

Otoritas

Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
Drs. Mohamad Tohir, S.ST., M.Ds.	Dr. Santi Salayanti, S.Sn., M.Sn.	Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah

Semiotika dan Bahasa Visual ini merupakan Mata Kuliah wajib Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual. Di mata kuliah ini, mahasiswa dilatih kepekaannya dalam membaca bahasa visual, baik dari bentuk, warna, tata letak, ukuran, dan lainnya pada media grafis, bahasa tubuh, hingga retorika visual. Paham semiotika yang diperdalam adalah paham linguistik Ferdinand de Saussure dengan prinsip diadik untuk membaca visual grafis dan sedikit pengenalan pada paham komunikasi Charles Sander Pierce dengan prinsip triadik untuk membaca gambar bergerak. Setelah itu, pembacaan visual dilengkapi dengan membaca bahasa tubuh dan penggunaan majas dalam bahasa visual. Dalam mata kuliah ini, mahasiswa akan membedah pesan-pesan yang terkandung dalam sebuah karya visual dalam bentuk makalah. Setelah lulus mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan lebih peka dan memiliki kemampuan dalam membaca visual secara semiotis.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-4	Mampu mengimplementasikan dan menggunakan teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya desain komunikasi visual.

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	Mampu menguraikan teori komunikasi untuk perancangan karya desain komunikasi visual (C2p)	PLO-4
CLO-2	Mampu membedakan prinsip komunikasi untuk perancangan karya desain komunikasi visual (C2p)	PLO-4
CLO-3	Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, dan pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya desain komunikasi visual (C3f)	PLO-4

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)							TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif		Kognitif/Pengetahuan					
	Forum Diskusi Semiotika Struktural	Forum Diskusi Semiotika Komunikasi & Bhs. Visual	Kuis 1	Kuis 2	Kuis 3	Tugas 1 Membaca Visual Statis	Tugas 2 Membaca Visual Dinamis	
CLO-1	6		12		12			30
CLO-2		8		12				20
CLO-3						25	25	50
Total per penilaian	6	8	12	12	12	25	25	100

Pustaka

Utama:

1. Marcel Danesi. 2004. Pesan, tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi. Yogyakarta: Jalasutra.
2. Tony Thwaites, dkk. 2002, Introducing Cultural and Media Studies: Sebuah Pendekatan Semiotik. Yogyakarta: Jalasutra.
3. Daniel Chandler. 2002. Semiotics the Basic 2nd ed. Routledge: New York.
4. Budiman, A., & Anwar, A. A. (2020). Konstruksi Ikon, Indek, Dan Simbol Dalam Membangun Visualisasi Karakter Video Game Harvest Moon Back To Nature. Jurnal Bahasa Rupa, 4(1), 1-9.

Pustaka Pendukung:

1. Morris, C. W. (2014). Writings on the General Theory of Signs. Germany: Mouton Publishers.
2. Morris, Desmon. 2002. People Watching. London: Vintage.
3. Alan & Pease. 2004. The Definitive Book of Body Language. Australia: Pease International.
4. John Fiske. 2004. Cultural and Communication Studies. Yogyakarta: Jalasutra.

Media Pembelajaran

Software :	Hardware :
MS Office 365	Laptop & Proyektor

Team Teaching	Drs. Mohamad Tohir, S.ST., M.Ds.; Ardy Aprilian Anwar, S.Pd., M.Sn.
Matakuliah Syarat	-
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1 CLO-2	4.1.1. Mampu menguraikan lingkup dan terminologi Semiotika (C2p) 4.2.1. Mampu mengklasifikasikan unsur-unsur diadik dalam semiotika struktural (C2k)	1. Ketepatan dalam menjelaskan pengertian semiotika (C2f) 2. Kesesuaian dalam menguraikan makna visual (C2p)	Bentuk non test: Praktik menguraikan makna visual secara umum Bentuk test: Kuis 1 soal no. 1-3	Sejarah Semiotika Jenis-jenis Semiotika Pengertian Semiotika dan Bahasa Visual	Kuliah: Pemaparan materi Diskusi: Simulasi membaca makna sebuah contoh visual	1x100		5
2	CLO-1 CLO-2	4.1.1. Mampu menguraikan lingkup dan terminologi Semiotika (C2p) 4.2.1. Mampu mengklasifikasikan unsur-unsur diadik dalam semiotika struktural (C2k)	1. Ketepatan dalam membedakan aspek-aspek tanda (C2p) 2. Kecermatan dalam menunjukkan aspek-aspek tanda (C2k)	Bentuk non test: Praktik menunjukkan aspek tanda Bentuk test: Kuis 1 soal no. 4-6	Aspek Tanda: Isi Kode Format Alamat Konteks	Kuliah: Pemaparan materi Diskusi: Small Group Discussion membaca aspek tanda	1x100		5
3	CLO-1	4.1.1. Mampu menguraikan lingkup dan terminologi Semiotika (C2p)	1. Penguasaan terhadap dimensi visual dalam semotika 2. Kesesuaian dalam membedakan semantik, sintaktik, dan paradigmatik (C2p)	Bentuk non test: - Bentuk test: Kuis 1 soal no. 7-10	Semiotika Dimensi Visual: Semantik Sintaktik Pragmatik	Kuliah: Pemaparan materi Diskusi: Discovery Learning, Pengerjaan Kuis 1	1x100		2
4	CLO-2	4.2.1. Mampu mengklasifikasikan unsur-unsur diadik dalam semiotika struktural (C2k)	1. Kecakapan dalam menjelaskan unsur-unsur diadik semiotika struktural (C2f) 2. Kecermatan dalam menguraikan unsur-unsur diadik pada sebuah poster (C2p)	Bentuk non test: Simulasi membaca poster Marilyn secara struktural Bentuk test: Tugas 1 poin A	Semiotika Struktural Saussurians: Signification, Organization, Language	Kuliah: Pemaparan materi Diskusi: Simulasi menguraikan struktur visual poster Marilyn	1x100		3

5	CLO-2	4.2.1. Mampu mengklasifikasikan unsur-unsur diadik dalam semiotika struktural (C2k)	1. Ketepatan dalam menjelaskan tingkatan tanda (C2f) 2. Kesesuaian dalam menguraikan petanda denotasi dan petanda konotasi pada sebuah ilustrasi (C2p)	Bentuk non test: Latihan membaca Anak Bersayap Kupu-kupu dengan tingkatan tanda Bentuk test: Tugas 1 poin B	Tingkatan Tanda: Denotasi Konotasi Mitos	Kuliah: Pemaparan materi Diskusi: Simulasi membaca poster anak bersayap kupu-kupu	1x100		3
6	CLO-2	4.2.1. Mampu mengklasifikasikan unsur-unsur diadik dalam semiotika struktural (C2k)	1. Ketepatan dalam menjelaskan interaksi tanda (C2f) 2. Kecermatan dalam menunjukkan petanda metafora dan petanda metonimi pada sebuah ilustrasi (C2k)	Bentuk non test: Diskusi Contoh Relasi Tanda Bentuk test: Tugas 1 poin C	Interaksi Tanda: Metafora Metonimi	Kuliah: Pemaparan materi **(Materi disampaikan dalam Bahasa Inggris)** Diskusi: Forum diskusi, Discovery learning	1x100		3
7	CLO-3	4.3.1. Mampu menemukan makna dari bahasa visual statis pada media komunikasi visual (C3f)	1. Kecermatan dalam mengidentifikasi komunikasi visual	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas 1 persiapan - pengerjaan	Aspek Tanda Tingkatan Tanda Organization Interaksi Tanda	Kuliah: Penyampaian penugasan Diskusi: Seputar penugasan	1x100		10
8	CLO-3	4.3.1. Mampu menemukan makna dari bahasa visual statis pada media komunikasi visual (C3f)	1. Ketepatan dalam menemukan pesan dengan menguraikan makna secara semiotika struktural (C3f)	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas 1 pengerjaan - pengumpulan	Aspek Tanda Tingkatan Tanda Organization Interaksi Tanda	Kuliah: Submission Tugas 1 Diskusi: Mencermati feedback hasil pengerjaan		1x100	15
9	CLO-2	4.2.2. Mampu membedakan semiotika struktural dengan semiotika komunikasi (C2p)	1. Ketepatan dalam menyebutkan perbedaan trikotomi objek 2. Kesesuaian dalam menunjukkan ikon, indeks, simbol pada sebuah contoh visual (C2k)	Bentuk non test: Latihan membaca tanda secara Triadik Bentuk test: Kuis 2 soal no. 1-5	Semiotika Komunikasi Piercians: Trikotomi Objek	Kuliah: Pemaparan materi Diskusi: Simulasi membaca karakter fiksi	1x100		4
10	CLO-2	4.2.1. Mampu mengklasifikasikan unsur-unsur diadik dalam semiotika struktural (C2k)	1. Kesesuaian dalam membedakan teks, tekstual, dan intertekstual (C2p) 2. Kecermatan dalam menemukan tekstual sebuah visual melalui uraian paradigmatik tanda (C3f)	Bentuk non test: Latihan menguraikan makna untuk menemukan teks visual Bentuk test: Kuis 2 soal no. 6-10	Teks Visual Tekstual Intertekstualitas	Kuliah: Pemaparan materi Diskusi: Simulasi membaca teskstual pada poster iklan rokok dunhill, Pengerjaan Kuis 2	1x100		3
11	CLO-1 CLO-2	4.1.2. Mampu menunjukkan lingkup Bahasa Visual (C2k) 4.2.2. Mampu membedakan semiotika struktural dengan semiotika komunikasi (C2p)	1. Ketepatan dalam membedakan Taxonomy of Space dan diakronik - sinkronik (C2p) 2. Kecermatan dalam menunjukkan Taxonomy of Space dan diakronik - sinkronik pada sebuah contoh visual bergerak (C2k)	Bentuk non test: Praktik menunjukan Bahasa Jarak dan Bahasa Waktu Bentuk test: Kuis 3 soal no 1-5 Tugas 2 poin A	Bahasa Ruang: Taxonomy of Space, Kode Ruang Bahasa Waktu:Diakronik, Sinkronik	Kuliah: Pemaparan materi Diskusi: Simulasi membaca tanda pada video animasi pendek	1x100		7
12	CLO-1 CLO-2	4.1.2. Mampu menunjukkan lingkup Bahasa Visual (C2k) 4.2.2. Mampu membedakan semiotika struktural dengan semiotika komunikasi (C2p)	1. Kecakapan dalam membedakan bahasa tubuh keseluruhan (C2p) 2. Kecermatan dalam menunjukkan jenis-jenis gestur pada sebuah contoh visual bergerak (C2k)	Bentuk non test: Praktik menunjukan Bahasa Tubuh Gestur Bentuk test: Kuis 3 soal no 6-10 Tugas 2 poin B	Bahasa Tubuh Gestur: ekspresif, mimik, simbolik, terkode, dll	Kuliah: Pemaparan materi Diskusi: Simulasi membaca tanda pada video Mr. Bean	1x100		6
13	CLO-1 CLO-2	4.1.2. Mampu menunjukkan lingkup Bahasa Visual (C2k) 4.2.2. Mampu membedakan semiotika struktural dengan semiotika komunikasi (C2p)	1. Ketepatan dalam menjelaskan prinsip komunikasi visual iklan (C2f) 2. Kecermatan dalam mengidentifikasi unsur identitas produk, target pasar, dan komunikasi produk pada contoh gambar bergerak	Bentuk non test: Praktik menguraikan komunikasi bahasa iklan Bentuk test: Kuis 3 soal no 11-15 Tugas 2 poin C	Bahasa iklan: Simbol Identitas Produk Ikon target market Indeks komunikasi iklan	Kuliah: Pemaparan materi Diskusi: Simulasi membaca tanda pada iklan rokok Surya	1x100		6
14	CLO-1	4.1.2. Mampu menunjukkan lingkup Bahasa Visual (C2k)	1. Ketepatan dalam menjelaskan retorika visual (C2f) 2. Ketepatan dalam mengidentifikasi ethos, logos, dan pathos pada sebuah contoh poster	Bentuk non test: - Bentuk test: Kuis 3 soal no 16-20 Tugas 2 poin D	Retorika Visual: Ethos Logos Pathos	Kuliah: Pemaparan materi **(Materi disampaikan dalam Bahasa Inggris)** Diskusi: Discovery Learning	1x100		3
15	CLO-3	4.3.2. Mampu menemukan makna dari bahasa visual dinamis pada media komunikasi visual (C3f)	1. Kecermatan dalam mengidentifikasi komunikasi visual	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas 2 persiapan - pengerjaan	Retorika Visual Bahasa tubuh gestur Bahasa ruang taxonomy of space Bahasa iklan	Kuliah: Penyampaian penugasan Diskusi: Seputar penugasan	1x100		10
16	CLO-3	4.3.2. Mampu menemukan makna dari bahasa visual dinamis pada media komunikasi visual (C3f)	1. Ketepatan dalam menemukan pesan dengan menguraikan makna secara semiotika (C3f)	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas 2 pengerjaan - pengumpulan	Retorika Visual Bahasa tubuh gestur Bahasa ruang taxonomy of space Bahasa iklan	Kuliah: Submission Tugas 2 Diskusi: Mencermati feedback hasil pengerjaan		1x100	15

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI SARJANA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	Tipografi dan Tata Letak	FAK2BDB3	HUMAGY	FGD dengan Industri	T= 1	P= 2	3 Ganjil 2024/2025	10-Jun-24

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	Rahmiati Aulia, S.Sn., M.M.	Dr. Andreas Rio Adriyanto, SE., M.Eng.	Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah	Mata kuliah tipografi dan tata letak menjadi matakuliah wajib prodi S1 DKV dan mempelajari bagaimana cara menganalisis dan mengkategorikan tipografi, warna serta aset visual dalam penggunaannya dalam ranah desain komunikasi visual. Mahasiswa mempelajari penyusunan tipografi dan elemen desain pada tata letak dengan prinsip desain, teori gestalt, sistem grid dan karakteristik berbagai media cetak maupun digital. Mahasiswa diharapkan mampu merancang tata letak yang efektif, komunikatif dan estetis sesuai dengan karakter dan kebutuhan desain. Mata kuliah ini menjadi dasar pemahaman mahasiswa dalam struktur desain tata letak.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-4	Mampu **mengimplementasikan dan menggunakan** teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya desain komunikasi visual

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, dan pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya desain komunikasi visual [C3f]	PLO-4
CLO-2	Mampu menggunakan perangkat dan media komunikasi untuk produksi karya desain komunikasi visual (C3m)	PLO-4

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif		Kognitif/Pengetahuan		Hasil Proyek		
	Asistensi: Brainstorming dan Konsep	Asistensi: Analisis dan Riset	Kuis 1	Kuis 2 dan 3	Tugas1 dan Tugas 2 (Mid Sem)	Tugas 3 dan Tugas 4 (Final Sem)	
CLO-1	13	13	1	3	10	15	**55**
CLO-2	3	4		3	15	20	**45**
Total per penilaian	**16**	**17**	**1**	**6**	**25**	**35**	**100**

Pustaka

Utama:

1. Rustan, S. (2013). *Huruf Font Tipografi* . Gramedia Pustaka Utama. Available at: https://ebooks.gramedia.com/id/buku/font-and-tipografi
2. Sihombing, D. (2015). *Tipografi dalam Desain Grafis* . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
3. Rustan, S. (2008). *Layout Dasar dan Penerapannya* . Gramedia Pustaka Utama.

Pustaka Pendukung:

1. Shapes by Sean. (2023). *5 laws of design layout & composition *golden rules** . YouTube. Available at: https://youtu.be/eEWRbpDu6CU?si=k1Z2ThDrsZxpKvdY
2. Satori Designs. (2023). *Master 5 Design Principles With This Course!* . YouTube. Available at: https://youtu.be/FpwZTl3dCZE?si=Hh_d6aj-hzsNHm6K
3. Gareth David Studio. (2023). *Poster Grids YOU MUST USE For Professional Results!* | *Poster Design Lesson* . YouTube. Available at: https://youtu.be/BQEVqWiD304?si=dShEGF-JpDLKDxAr.
4. Stephen Kelman. (2021). *InDesign – Grid Systems Tutorial for Editorial Layout Design* . YouTube. Available at: https://youtu.be/_2LRY_gJ4YQ?si=RZUtoz4ce6OzGhLR.

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Adobe Photoshop; Adobe Illustrator; Adobe InDesign; Microsoft Office.	Alat Tulis, Tablet, Personal Computer dan Laptop.

Team Teaching	Rahmiati Aulia, S.Sn., M.M. Olivine Alifaprilina Supardi, S. Ds., M. Ds.
Matakuliah Syarat	Tipografi Dasar
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-01	1-1. Mahasiswa mampu menginterpretasikan tipografi dan elemen desain pada tata letak dengan teori serta prinsip desain (C2f)	1. Ketepatan dalam menjelaskan tipografi dan elemen desain pada tata letak dengan teori serta prinsip desain (C2f) 2. Ketepatan dalam mengklasifikasikan tipografi dan elemen desain pada tata letak dengan teori serta prinsip desain (C2k)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis pemahaman tipografi dan elemen desain pada tata letak dengan teori serta prinsip desain	**Pengantar Tipografi dalam Desain Tata Letak**	**Kuliah:** Pemaparan Kontrak Perkuliahan **Discovery Learning Inquiry:** Prinsip dasar desain dan tata letak	1x150'		1
2	CLO-01	1-1. Mahasiswa mampu menginterpretasikan tipografi dan elemen desain sesuai tema perancangan dengan teori serta prinsip desain (C2f)	1. Kecermatan dalam memperkirakan tipografi dan elemen desain sesuai tema perancangan dengan teori serta prinsip desain (C2m)	**Bentuk non test:** Asistensi **Bentuk test:** -	**Prinsip Dasar Desain Komunikasi Visual**	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Project Based Learning:** Riset dan referensi tipografi serta aset visual	1x150'		3
3	CLO-01	1-2. Mahasiswa mampu mengimplementasikan tipografi dan elemen desain pada tata letak sesuai tema perancangan (C3f)	1. Kecakapan dalam mengkonsepkan tipografi dan elemen desain pada tata letak sesuai tema perancangan (C3k)	**Bentuk non test:** Asistensi **Bentuk test:** -	**Sintaksis pada Tipografi**	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Project Based Learning:** Riset dan referensi tipografi serta aset visual	1x150'		3
4	CLO-01	1-2. Mahasiswa mampu mengimplementasikan tipografi dan elemen desain pada tata letak sesuai tema perancangan (c3f)	1. Ketepatan dalam menggunakan tipografi dan elemen desain pada tata letak sesuai tema perancangan (C3m)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1	**Teori Gestalt, Hierarki, dan Focal Point**	**Kuliah:** Pemaparan Perkuliahan **Project Based Learning:** Menghasilkan sistaksis tipografi **Discovery Learning Inquiry:** •Feels and looks •Tone and manner •Key visuals	1x150'		10
5	CLO-01	1-1. Mahasiswa mampu menginterpretasikan tipografi dan elemen desain sesuai tema perancangan dengan teori serta prinsip desain (C2f)	1. Kecermatan dalam memperkirakan tipografi dan elemen desain sesuai tema perancangan dengan teori serta prinsip desain (C2m)	**Bentuk non test:** Asistensi **Bentuk test:** -	**Sistem Grid dalam Tata Letak**	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Project Based Learning:** Riset dan referensi tipografi serta aset visual	1x150'		3
6	CLO-01	1-2. Mahasiswa mampu mengimplementasikan tipografi dan elemen desain pada tata letak sesuai tema perancangan (C3f)	1. Kecakapan dalam mengkonsepkan tipografi dan elemen desain pada tata letak sesuai tema perancangan (C3k)	**Bentuk non test:** Asistensi **Bentuk test:** -	**Implementasi Aset Visual dalam Tata Letak**	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Project Based Learning:** Riset dan referensi tipografi serta aset visual	1x150'		3
7	CLO-01	1-2. Mahasiswa mampu mengimplementasikan tipografi dan elemen desain pada tata letak sesuai tema perancangan (C3f)	1. Kecakapan dalam menentukan tipografi dan elemen desain pada tata letak sesuai tema perancangan (C3m)	**Bentuk non test:** Asistensi **Bentuk test:** -	**Tipografi dan Warna dalam Desain**	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Project Based Learning:** Finalisasi karya letak desain	1x150'		4

8	CLO-02	2-1.Mahasiswa mampu menghasilkan tata letak dengan sistem grid sesuai karakteristik media (C3m)	1. Ketepatan dalam menggunakan tipografi dan elemen desain pada tata letak sesuai tema perancangan (C3m) 2. Ketepatan dalam menghasilkan tata letak dengan sistem grid sesuai karakteristik media (C3m)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Tengah Semester	**Pengembangan Feels and Looks serta Mood dalam Tata Letak**	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi ***(dalam bahasa Inggris)*** **Project Based Learning:** Menghasilkan karya tata letak desain sesuai		1x150'	15
9	CLO-01	1-1. Mahasiswa mampu menginterpretasikan tipografi dan elemen desain sesuai tema perancangan dengan teori serta prinsip desain (C2f)	1. Kecermatan dalam memperkirakan tipografi dan elemen desain sesuai tema perancangan dengan teori serta prinsip desain (C2m)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis pemahaman huruf dengan sifat yang sesuai karakter tema	**Sifat dan Karakteristik Tipografi:** • Memahami Sifat dan Karakteristik Tipografi	**Kuliah:** Pemaparan Perkuliahan **Discovery Learning Inquiry:** Huruf dengan sifat yang sesuai karakter	1x150'		3
10	CLO-01	1-2. Mahasiswa mampu mengimplementasikan tipografi dan elemen desain pada tata letak sesuai tema perancangan (C3f)	1. Kecakapan dalam mengkonsepkan tipografi dan elemen desain pada tata letak sesuai tema perancangan (C3k)	**Bentuk non test:** Asistensi **Bentuk test:** -	**Mood dan Nuansa dalam Tata Letak**	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Project Based Learning:** Riset dan referensi tipografi serta aset visual	1x150'		3
11	CLO-01	1-2. Mahasiswa mampu mengimplementasikan tipografi dan elemen desain pada tata letak sesuai tema perancangan (C3f)	1. Kecakapan dalam menentukan tipografi dan elemen desain pada tata letak sesuai tema perancangan (C3m)	**Bentuk non test:** Asistensi **Bentuk test:** -	**Eksplorasi Tipografi dalam Desain Poster**	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Project Based Learning:** Finalisasi karya	1x150'		4
12	CLO-02	2-1.Mahasiswa mampu menghasilkan tata letak dengan sistem grid sesuai karakteristik media (C3m)	1. Ketepatan dalam menggunakan tipografi dan elemen desain pada tata letak sesuai tema perancangan (C3m) 2. Ketepatan dalam menghasilkan tata letak dengan sistem grid sesuai karakteristik media (C3m)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** • Tugas 2 (15%) • Kuis pemahaman spread layout dan grid system (3%)	**Sejarah Magazine ≠ Zine** • Spread Layout dan Grid System:	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Project Based Learning:** Menghasilkan karya tata letak desain sesuai tema **Discovery Learning Inquiry:** Spread Layout and Grid System	1x150'		18
13	CLO-01	1-1. Mahasiswa mampu menginterpretasikan tipografi dan elemen desain sesuai tema perancangan dengan teori serta prinsip desain (C2f)	1. Kecermatan dalam memperkirakan tipografi dan elemen desain sesuai tema perancangan dengan teori serta prinsip desain (C2m) 2. Kecakapan dalam mengkonsepkan tipografi dan elemen desain pada tata letak sesuai tema perancangan (C3k)	**Bentuk non test:** Asistensi **Bentuk test:** -	**Spread Layout dan Grid System** • Tema dan konten • Konsep	**Kuliah:** Pemaparan Perkuliahan **Discovery Learning Inquiry:** •Feels and looks •Tone and manner •Key visuals sesuai tema perancangan	1x150'		3
14	CLO-02	2-1.Mahasiswa mampu menghasilkan tata letak dengan sistem grid sesuai karakteristik media (C3m) 2-2 Mahasiswa mampu menggunakan perangkat untuk produksi karya (C3m)	1. Kecermatan menggunakan tipografi dan elemen desain pada tata letak sesuai tema perancangan [P2m] 2. Kecakapan membuat tata letak sesuai tema perancangan [P3m]	**Bentuk non test:** Asistensi **Bentuk test:** -	**Persiapan Proyek Akhir - Zine**	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Project Based Learning:** Riset dan referensi tata letak tipografi serta aset visual	1x150'		3
15	CLO-02	2-1.Mahasiswa mampu menghasilkan tata letak dengan sistem grid sesuai karakteristik media (C3m) 2-2 Mahasiswa mampu menggunakan perangkat untuk produksi karya (C3m)	1. Ketepatan menghasilkan tata letak dengan sistem grid sesuai karakteristik media (C3m) 2. Ketepatan menggunakan perangkat untuk produksi karya (C3m)	**Bentuk non test:** Asistensi **Bentuk test:** -	**Produksi Zine**	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Project Based Learning:** Mock up test print dan proses prosuksi karya	1x150'		4
16	CLO-02	2-1.Mahasiswa mampu menghasilkan tata letak dengan sistem grid sesuai karakteristik media (C3m) 2-2 Mahasiswa mampu menggunakan perangkat untuk produksi karya (C3m)	1. Ketepatan menghasilkan tata letak dengan sistem grid sesuai karakteristik media (C3m) 2. Ketepatan menggunakan perangkat untuk produksi karya (C3m)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Akhir Semester	**Presentasi Proyek Akhir**	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi ***(dalam bahasa Inggris)*** **Project Based Learning:** Karya tata letak desain dan mock up		1x150'	20

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	Fotografi Dasar	VDIID3	AECTIVA	Humanika Art Space	T = 1	P = 2	6 Genap 2024/2025	10 Juni 2024

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	Siti Desintha., M.Sn.	Ttd Dr. Santi Salayanti, S.Sn., M.Sn.	Ttd [Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.]

Deskripsi Mata Kuliah

Fotografi Dasar merupakan mata kuliah wajib dalam prodi Desain Komunikasi Visual yang mempelajari sejarah, fungsi dan tujuan fotografi; fungsi kamera dan lensa, exposure (diafragma, shutterspeed, ISO); sudut penggambilan gambar; point of interest; depth of field; teknik dasar (panning, blurring, freeze, zooming, bulb); komposisi (dead centre,rule of third,golden triangle,negative space dll); elemen visual (garis, bidang, warna, tekstur, pola). Mata kuliah ini dapat membekali mahasiswa dengan mempelajari teknik-teknik dasar fotografi sehingga mampu menghasilkan karya foto sesuai dengan arahan.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-4	Mampu mengimplementasikan dan menggunakan teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya desain komunikasi visual.

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, dan pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya desain komunikasi visual [C3f]	PLO-4
CLO-2	Mampu menggunakan perangkat dan media komunikasi untuk produksi karya desain komunikasi visual	PLO-4

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)					TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif	Kognitif/Pengetahuan	Hasil Proyek			
	Praktikum penggunaan kamera & lensa	Kuis sejarah,definisi dan fungsi fotografi	Tugas 1 DOF & POI	Tugas 2 Shutterspeed	Tugas 3 Elemen Visual	
CLO-1	5	5				10
CLO-2			20	50	20	90
Total per penilaian	5	5	20	50	20	100

Pustaka

Utama:

Sandono, Sri. 2012. Fotomaster, Jakarta, Ranakata

Rahardja,Riadi, 2020., Belajar Fotografi berdasarkan Kerangka Kualifikasi Naional Indonesia Level 3,Raws Syndicate.

Pustaka Pendukung:

Knaap, Gerit. 1999. Chephas, Yogyakarta; Photography in the service of the Sultan, KITLV Press

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	power point	Laptop,Kamera DSLR,Mirrorless

Team Teaching	Siti Desintha
Matakuliah Syarat	Fotografi Desain,Fotografi Komersial,Fotografi Advertising
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)		DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-01	Mahasiswa mampu mendefinisikan definisi, sejarah, fungsi dan tujuan fotografi [C1k]	kemampuan mendefinisikan fotografi penjelasan sejarah, fungsi dan tujuannya	**Bentuk non test**: presentasi **Bentuk test**:Kuis sejarah,definisi dan fungsi fotografi	Pengenalan fotografi mulai dari definisi, sejarah, fungsi dan tujuannya.	**Kuliah**: Pemaparan Kontrak Perkuliahan ***Discovery Learning Inquiry***: Kuis sejarah,definisi dan fungsi fotografi	1x150'			5
2	CLO-01	mampu menunjukan fungsi kamera dan lensa [C2k]	Kemampuan untuk menunjukan dan memahami anatomi kamera serta lensa	**Bentuk non test**: Praktik menggunakan kamera dan lensa **Bentuk test**: Diskusi	Anatomi kamera : •Mode pemotretan •Lightmeter •Metering •White balance •Histogram •Picture style •Image size Anatomi lensa :	Kuliah: Brief penggunaan kamera dan lensa Role play - simulation: penggunaan mode pemotretan	1x150'			5
3	CLO-01	able to demonstrate exposure and lighting [C3k]	Ability to show exposure and light quality	Non-test form: Practical use of exposure Test form: discussion	Practice using exposure and light quality Review on the camera LCD or computer monitor screen	Learn: Exposure triangle exposure Role Playing - Simulation: Diaphragm, shutter speed, ISO			1x150'	
4	CLO-02	mampu menghasilkan,menunjukkan, mempraktekan depth of field [C4k]	Kemampuan mempraktekkan pemotretan depth of field	Bentuk non test: Praktikum Depth of Field Bentuk test: Tugas 1	1.diafragma 2. panjang lensa 3. jarak objek dengan kamera	**Kuliah**: Pemaparan materi (Dalam **Bahasa Inggris**) Kuliah: persiapan pemotretan DOF Role Play - Simulation: Depth of Field	1x150'			
5	CLO-02	mampu mempraktekan depth of field [C4k]	Kemampuan mempraktekkan pemotretan depth of field	**Bentuk non test:** Praktikum Depth of Field **Bentuk test:** Tugas 1	1.diafragma 2. panjang lensa 3. jarak objek dengan kamera	Kuliah: persiapan pemotretan DOF Role Play - Simulation: Depth of Field			1x150'	

6	CLO-02	Mahasiswa mampu menghasilkan,menunjukkan mempraktekan point of interest	Kemampuan mempraktekkan point of interest	**Bentuk non test**: Praktikum Point of interest **Bentuk test**: Tugas 1	Meliputi: 1.Observasi 2.Kecermatan 3.eksekusi	**Kuliah:** Pemaparan materi : persiapan pemotretan POI **Role Play - Simulation:** Point of Interest	1x150'			
7	CLO-02	Mahasiswa mampu menghasilkan point of interest [C5k]	Kemampuan menghasilkan point of interest	Bentuk non test: Praktikum Point of interest Bentuk test: Tugas 1	Meliputi: 1.Observasi 2.Kecermatan 3.eksekusi	**Kuliah:** Pemaparan materi : persiapan pemotretan POI **Role Play - Simulation:** Point of Interest	1x150'			
8	CLO-02	Mahasiswa mampu membuat foto dengan teknik point of interest [C6k]	kemampuan membuat foto point of interest	Bentuk non test: Praktikum Point of interest Bentuk test: Tugas 1	Meliputi: 1.Observasi 2.Kecermatan 3.eksekusi	Kuliah: Pemaparan materi : persiapan pemotretan POI Role Play - Simulation: Point of Interest			1x150'	20
9	CLO-02	Mahasiswa mampu melaksanakan pengontrolan terhadap shutter speed [A2]	Melaksanakan foto dengan teknik panning dan bluring Objek foto merupakan benda yang bergerak	**Bentuk non test**: Praktikum panning dan blurring **Bentuk test**: Tugas 2	1.panning 2.bluring	**Kuliah:** Pemaparan materi : persiapan pemotretan tekhnik panning dan blurring **Role Play - Simulation:** Panning dan blurring	1x150'			
10	CLO-02	Mahasiswa mampu melaksanakan pengontrolan terhadap shutter speed [A3]	Melaksanakan foto dengan teknik panning dan bluring Objek foto merupakan benda yang bergerak	Bentuk non test: Praktikum panning dan blurring Bentuk test: Tugas 2	1.panning 2.bluring	**Kuliah:** Pemaparan materi : persiapan pemotretan tekhnik panning dan blurring **Problem based learning** Panning dan blurring	1x150'			
11	CLO-02	Mahasiswa mampu melaksanakan pengontrolan terhadap shutter speed [A4]	melakukan pemotretan dengan teknik bulb,freeze dan zooming	**Bentuk non test**: Praktikum freeze,zooming,bulb **Bentuk test**: Tugas 2	1.bulb 2.freeze 3.zooming	**Kuliah**: Pemaparan materi persiapan pemotretan teknik bulb,freeze,zooming Problem Based Learning : Bulb,freeze,zooming	1x150'			
12	CLO-02	Students are able to control the shutter speed [A4]	Ability to photograph using bulb, freeze and zooming techniques	Non-test form: Freeze, zoom, bulb training Test form: Task 2	1.bulb 2.freeze 3.zooming	Learn: Presentation of material on preparation for shooting bulb, freeze and zooming techniques Role Playing & Simulation : Bulb, freeze, zoom			1x150'	
13	CLO-02	Mahasiswa mampu menunjukkan terhadap pengontrolan shutter speed [A5]	menunjukan foto dengan teknik bulb,freeze dan zooming	Bentuk non test: Praktikum freeze,zooming,bulb Bentuk test: Tugas 2	1.bulb 2.freeze 3.zooming	**Kuliah**: Pemaparan materi persiapan pemotretan teknik bulb,freeze,zooming **Role-play &Simulation** : Bulb,freeze,zooming	1x150'			50
14	CLO-02	Mahasiswa mampu menunjukkan,mempraktekan sudut pengambilan gambar dan komposisi [P1]	melakukan pemotretan dengan berbagai komposisi fotografi	**Bentuk non test**: Praktikum komposisi fotografi **Bentuk test**: diskusi	Meliputi : 1.High angle 2.Eye level 3.Low angle Meliputi : 1.Rule of third 2.Dead centre 3.Golden spiral 4.Golden triangle 5.Framing	**Kuliah**: Pemaparan materi **Role-play &Simulation**: komposisi fotografi dan sudut pengambilan gambar	1x150'			
15	CLO-02	Mahasiswa mempertunjukan foto elemen visual digabungkan dengan teknik,sudut pengambilan gambar dan komposisi [P2]	Kemampuan melakukan pemotretan terhadap elemen visual yang memiliki konsep Kemampuan menggunakan salah satu teknik,sudut pengambilan dan komposisi fotografi	**Bentuk non test**: Praktikum elemen visual **Bentuk test**: Tugas 3	Garis, warna, bidang, tekstur, pola, sudut pengambilan gambar (high angle, eye level, low angle) dan komposis (rule of third,framing, golden triangle, golden spiral, dll)	**Kuliah**: Pemaparan materi ***Role-play &Simulation***: Elemen Visual	1x150'			
16	CLO-02	Mahasiswa mengerjakan foto elemen visual digabungkan dengan teknik,sudut pengambilan gambar dan komposisi [P3]	Kemampuan melakukan pemotretan terhadap elemen visual yang memiliki konsep Kemampuan menggunakan salah satu teknik,sudut pengambilan dan komposisi fotografi	Praktikum elemen visual Bentuk test: Tugas 3	Garis, warna, bidang, tekstur, pola, sudut pengambilan gambar (high angle, eye level, low angle) dan komposis (rule of third,framing, golden triangle, golden spiral, dll)	**Kuliah**: Pemaparan materi ***Role-play & Simulation***: Elemen visual			1x150'	20

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI SARJANA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	[Ilustrasi Dasar]	FAK2FAB3	AECTIVA		T=0 SKS	P = [3 sks]	[3 Ganjil 2024/2025]	[10 Juni 2024]

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	Diani Apsari, S.Ds., M.Ds.	Ttd Dr. Santi Salayanti, S.Sn., M.Sn.	Ttd Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah	**Mata kuliah Ilustrasi Dasar meruppakan MK wajib S1 DKV, MK ini mengimplementasikan pemahaman dan keterampilan dasar dalam seni ilustrasi. Mahasiswa akan mempelajari penguasaan alat dan media praktikum, serta teknik-teknik dasar ilustrasi untuk memproduksi karya ilustrasi dengan berbagai tema bahasan. Selain itu, mahasiswa diharapkan dapat mengonsep, merancang dan menciptakan karya dengan gaya ungkap dan metafora yang kuat. Mata kuliah ini menjadi dasar mahasiswa untuk mengembangkan kemampuan visual dan kreativitas mahasiswa dalam bidang ilustrasi.**

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)	Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
	PLO-4	Mampu menggunakan perangkat dan media komunikasi untuk produksi karya desain komunikasi visual
	PLO-5	Mampu mengonsep, melaksanakan dan menghasilkan proyek desain melalui prinsip manajemen proyek, Hak Kekayaan Intelektual (HKI), dan etika keprofesian terkait desain komunikasi visual.

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	[PLO 4] CLO 1 - Mampu mengonsep, melaksanakan dan menghasilkan proyek desain melalui prinsip manajemen proyek, Hak Kekayaan Intelektual (HKI), dan etika keprofesian terkait desain komunikasi visual. (C3k)	PLO-4
CLO-2	[PLO 5] CLO 2 - Mampu menghasilkan hak kekayaan intelektual terkait desain komunikasi visual (C3m)	PLO-5

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif		Kognitif/Pengetahuan		Hasil Proyek		
	Analisis dan Riset	Brainstorming & Konsep	Kuis 1	Kuis 2	Tugas Mid Semester	Tugas Akhir Semester	
CLO-1	5	5	4	2	12	17	**45**
CLO-2	2	2	3	6	15	27	**55**
Total per penilaian	7	7	7	0	0	44	100

Pustaka

Utama:

1. Salam, S. (2017) Seni Ilustrasi: Esensi-Sang Ilustrator-Lintasan-Penilaian. Makassar: Penerbit UNM.
2. Salisbury, M. (2022) Drawing for Illustration. London: Thames & Hudson.

Pustaka Pendukung:

1. Shulevitz, U., 1985. Writing with Pictures: How to Write and Illustrate Children's Books. New York: Watson-Guptill Publications.
2. Harthan, J. (1981) The History of the Illustrated Book: The Western Tradition. London: Thames and Hudson.
3. Apsari, D. & Putra, W.T.G., 2023. Memahami Ekspresi Emosional Melalui Bahasa Visual dalam Buku Cergam Anak "Little Grey". Demandia, vol. 06, no. 1, pp. 01-25.

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	[-]	Alat menggambar; pensil, pensil warna, cat poster, cat air, cat gouache.

Team Teaching	Diani Apsari, Patra Aditia, Dimas Krishna Aditya, Rendy Pandita Bastari, Yanuar Rahman , Bambang Melga Suprayogi, Olivine Alifaprilina S, Maharani Budi Haswati
Matakuliah Syarat	Menggambar Dasar & Menggambar Lanjut
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-01	1-1. Mahasiswa mampu melaksanakan pengetahuan mengenai definisi dan sejarah ilustrasi dan membedakan jenis-jenis gaya serta fungsi ilustrasi (C3f)	1. Ketepatan dalam menemukan perbedaan dalam konsep dasar ilustrasi (C3f) 2. Ketepatan dalam membedakan jenis-jenis gaya dan fungsi ilustrasi (C3f)	Bentuk non test: - Bentuk test: Kuis 1	**Dasar-dasar Ilustrasi:** • Prinsip dasar Ilustrasi • Jenis-jenis Ilustrasi	**Kuliah:** Pemaparan Kontrak Perkuliahan **Discovery Learning Inquiry:** Prinsip dasar ilustrasi	1x 150'		2
2	CLO-01	1-2. Mampu mengkonsepkan wujud ekspresi dan mood melalui ilustrasi. (C3k)	1. Ketepatan dalam mengkonsepkan wujud ekspresi dan mood melalui ilustrasi (C3k) 2. Ketepatan dalam menghasilkan konsep 4 ekspresi dan mood berbeda melalui minimal 3 alternatif sketsa.(C3k)	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas 1	**Gaya ungkap dalam Ilustrasi:** •Bahasa ungkap Ilustrasi gestur •karakter dan mimik •Prinsip dasar gestur •Dasar-dasar Karakter •Media dan teknik yang sesuai •Gaya visual **(Pengajaran menggunakan Bahasa**	**Kuliah:** Pemaparan dan diskusi **Self-direct learning dan Project Based Learning:** Riset & referensi mood serta gaya ilustrasi	1x 150'		10

3	CLO-01	1-2. Mampu menghasilkan wujud ekspresi dan mood melalui ilustrasi. (C3m)	1. Kesesuaian proses sketsa yang mewujudkan bentuk ekspresi dan mood melalui ilustrasi (C3m) 2. Ketepatan dalam menghasilkan bentuk ekspresi dan mood melalui ilustrasi menggunakan mix-media berdasarkan sketsa-sketsa ilustrasi. (C3m)	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas 1	**Gaya ungkap dalam Ilustrasi:** •Bahasa ungkap Ilustrasi gestur •karakter dan mimik •Prinsip dasar gestur •Dasar-dasar Karakter •Media dan teknik yang sesuai •Gaya visual	**Kuliah:** Pemaparan dan diskusi **Project Based Learning:** Menghasilkan sketsa ilustrasi mood **Discovery Learning Inquiry:** •Sketsa Gestur •Sketsa ekspresi, karakter, dan mimik •Gaya visual	1x 150'		3
4	CLO-01	1-2. Mampu menghasilkan wujud ekspresi dan mood melalui ilustrasi. (C3m)	1. Ketepatan dalam menghasilkan bentuk ekspresi dan mood melalui ilustrasi menggunakan mix-media berdasarkan sketsa-sketsa ilustrasi. (C3m) 2. Ketepatan dalam mengimplementasikan sketsa konsep ilustrasi ekspresi dan mood dalam ilustrasi menggunakan mix-media. (C3f)	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas 1	**Gaya ungkap dalam Ilustrasi:** •Bahasa ungkap Ilustrasi gestur •karakter dan mimik •Prinsip dasar gestur •Dasar-dasar Karakter •Media dan teknik yang sesuai •Gaya visual	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Project Based Learning:** Finalisasi karya ilustrasi ekspresi dan mood	1x 150'		3
5	CLO-01	1-3. Mampu mengonsepkan unsur dan prinsip dasar ilustrasi dan karya visual ke dalam wujud ilustrasi untuk naskah cerita. (C3k)	1. Mampu mengimplementasikan pengetahuan dasar ilustrasi ke dalam ilustrasi untuk anak-anak (C3f) 2. Ketepatan dalam mengonsepkan cerita anak ke dalam sketsa.(C3k)	Bentuk non test: Asistensi Diskusi Bentuk test: Tugas 2	**Prinsip dasar penggambaran teks dalam karya visual:** •Jenis cerita •Subjek •Setting	**Kuliah:** Pemaparan dan diskusi **Self-direct learning dan Project Based Learning:** Riset & referensi ilustrasi untuk cerpen anak	1x 150'		3 5
6	CLO-01	1-3.1 Mampu menghasilkan karya ilustrasi untuk naskah cerita. (C3m)	1. Ketepatan implementasi pengetahuan dasar ilustrasi ke dalam ilustrasi untuk anak-anak (C3f) 2. Ketepatan dalam mengonsepkan cerita anak ke dalam sketsa.(C3k)	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas 2	**Prinsip dasar penggambaran teks dalam karya visual:** Keterhubungan subjek dan latar tempat dalam ilustrasi untuk anak-anak	**Kuliah:** Pemaparan Perkuliahan **Project Based Learning:** Menghasilkan sketsa ilustrasi cerpen anak **Discovery Learning Inquiry:** •Sketsa karakter •Sketsa setting	1x 150'		3 7
7	CLO-01	1-3.1 Mampu menghasilkan karya ilustrasi untuk cerita anak-anak. (C3m)	1. Ketepatan dalam memproseskan cerita anak ke dalam ilustrasi (C3p) 2. Ketepatan dalam menghasilkan karya ilustrasi mix-media untuk cerita anak-anak.(C3m)	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas 2	**Prinsip dasar penggambaran teks dalam karya visual:** Teknik pewarnaan untuk ilustrasi cerita anak.	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Project Based Learning:** Finalisasi karya ilustrasi cerpen anak	1x 150'		2
8	CLO-01 CLO-02	1-3. Mampu mengonsepkan unsur dan prinsip dasar ilustrasi dan karya visual ke dalam wujud ilustrasi untuk naskah cerita. (C3k) 2-1.Mampu menghasilkan karya visual berdasarkan teks dialog.(C3m)	Ketepatan dalam menciptakan karya visual berdasarkan teks naskah cerita dengan dialog.(C6m)	Bentuk non test: - Bentuk test: UTS - Ilustrasi berdasarkan teks naskah cerita dengan dialog.	**Prinsip dasar penggambaran teks dalam karya visual:** •Jenis cerita •Subjek •Setting	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Project Based Learning:** Menciptakan karya visual berdasarkan teks naskah cerita dengan dialog.		1x 150'	12
9	CLO-01	1-4. Mahasiswa mampu **mengonsepkan** esensi dari sebuah ungkapan lirik lagu ke dalam karya visual (C3k)	1. Ketepatan dalam mengimplementasikan gaya ungkap secara visual dari interpretasi lirik lagu(C3f)	Bentuk non test: Diskusi Bentuk test: Tugas 3	**Gaya ungkap dalam ilustrasi cover album musik:** Genre musik Gaya Ilustrasi Pemahaman konteks **(Pengajaran menggunakan Bahasa Inggris)**	**Kuliah:** Pemaparan **Diskusi** **Discovery Learning Inquiry:** Pemahaman esensi dari sebuah ungkapan lirik lagu ke dalam karya visual	1x 150'		3 7
10	CLO-01	1-4. Mahasiswa mampu **mengonsepkan** esensi dari sebuah ungkapan lirik lagu ke dalam karya visual (C3k)	1. Ketepatan dalam mengimplementasikan gaya ungkap secara visual dari interpretasi lirik lagu dalam bentuk sketsa (C3f) 2. Ketepatan dalam mengimplementasikan interpretasi lirik lagu dalm bentuk visual yang sesuai. (C3f)	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas 3	**Gaya ungkap dalam ilustrasi interpretasi lirik lagu:** Genre musik Gaya Ilustrasi Pemahaman konteks	**Kuliah:** Pemaparan Diskusi **Project Based Learning:** Menghasilkan sketsa ilustrasi interpretasi lirik lagu **Discovery Learning Inquiry:** •Sketsa Gestur •Sketsa ekspresi, karakter, dan mimik •Gaya visual	1x 150'		3 8

11	CLO-01	1-4. Mahasiswa mampu **mengonsepkan** esensi dari sebuah ungkapan lirik lagu ke dalam karya visual (C3k)	1. Ketepatan dalam mengimplementasikan gaya ungkap secara visual dari interpretasi lirik lagu dalam bentuk sketsa (C3f) 2. Ketepatan dalam mengimplementasikan interpretasi lirik lagu dalm bentuk visual yang sesuai. (C3f)	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas 3	**Gaya ungkap dalam ilustrasi interpretasi lirik lagu:** Pemahaman konteks dan pengaplikasian nya pada sketsa ilustrasi interpretasi lirik lagu.	**Kuliah:** Pemaparan Perkuliahan **Project Based Learning:** Menghasilkan sketsa ilustrasi interpretasi lirik lagu **Discovery Learning Inquiry:** •Sketsa Gestur •Sketsa ekspresi, karakter, dan mimik •Gaya visual		1x 150'	8
12	CLO-01	1-4. Mahasiswa mampu **mengonsepkan** esensi dari sebuah ungkapan lirik lagu ke dalam karya visual (C3k)	1. Ketepatan dalam mengimplementasikan gaya ungkap secara visual dari interpretasi lirik lagu dalam bentuk sketsa (C3f) 2. Ketepatan dalam mengimplementasikan interpretasi lirik lagu dalm bentuk gaya ilustrasi, visual, serta pewarnaan yang sesuai.(C3f)	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas 3	**Gaya ungkap dalam ilustrasi interpretasi lirik lagu:** •Pemilihan gaya ilustrasi •Pemilihan teknik pewarnaan yang tepat untuk karya ilustrasi	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Project Based Learning:** Finalisasi karya ilustrasi interpretasi lirik lagu	1x 150'		2
13	CLO-01	1-5. Mampu menerapkan unsur dan prinsip dasar ilustrasi dan menghasilkan karya visual bertema nusantara (P2p)	1. Kecakapan dalam mengkonsepkan karya visual bertema nusantara dalam bentuk kumpulan referensi artefak budaya bertema nusantara (C3k) 2. Kecakapan dalam membedakan jenis-jenis artefak budaya dan mengkompilasikannya dalam kumpulan referensi (A3p)	Bentuk non test: Diskusi Bentuk test: Kuis 2	**Gaya ungkap dalam ilustrasi bertema nusantara:** Pemilihan daerah Gaya Ilustrasi Pemahaman konteks	**Kuliah:** Pemaparan dan diskusi **Self-direct learning dan Project Based Learning:** Riset & referensi daerah serta gaya ilustrasi		1x 150'	2
14	CLO-01	1-5. Mampu menerapkan unsur dan prinsip dasar ilustrasi dan menghasilkan karya visual bertema nusantara (P2p)	1. Kecakapan dalam mengkonsepkan karya visual bertema nusantara dalam bentuk kumpulan referensi artefak budaya bertema nusantara (C3k) 2. Ketepatan dalam menghasilkan sketsa karya visual bertema nusantara berdasarkan referensi artefak budaya nusantara (P5p)	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas Akhir Semester	**Gaya ungkap dalam ilustrasi bertema nusantara:** Pemilihan daerah Gaya Ilustrasi Pemahaman konteks	**Kuliah:** Pemaparan Perkuliahan **Project Based Learning:** Menghasilkan sketsa ilustrasi berdasarkan referensi artefak budaya nusantara **Discovery Learning Inquiry:** •Sketsa Gestur •Sketsa ekspresi, karakter, dan setting •Gaya visual	1x 150'		2
15	CLO-01	1-5. Mampu menerapkan unsur dan prinsip dasar ilustrasi dan menghasilkan karya visual bertema nusantara(P2p)	1. Kecakapan dalam mengkonsepkan karya visual bertema nusantara dalam bentuk kumpulan referensi artefak budaya bertema nusantara (C3k) 2. Ketepatan dalam menghasilkan sketsa karya visual bertema nusantara berdasarkan referensi artefak budaya nusantara (P5p)	Bentuk non test: Asistensi Bentuk test: Tugas Akhir Semester	**Gaya ungkap dalam ilustrasi bertema nusantara:** Pemilihan daerah Gaya Ilustrasi Pemahaman konteks	**Kuliah:** Pemaparan Perkuliahan **Project Based Learning:** Menghasilkan sketsa ilustrasi berdasarkan referensi artefak budaya nusantara **Discovery Learning Inquiry:** •Sketsa Gestur •Sketsa ekspresi, karakter, dan setting •Gaya visual	1x 150'		2
16	CLO-01 CLO-02	1-5. Mampu menerapkan unsur dan prinsip dasar ilustrasi dan menghasilkan karya visual bertema nusantara(P2p) 2-2. Mampu menciptakan karya ilustrasi berdasarkan referensi artefak budaya nusantara(C6p)	1. Ketepatan dalam menerapkan prinsip dasar ilustrasi dan menghasilkan karya visual bertema nusantara. (P2p) 2. Ketepatan dalam menciptakan karya visual bertema nusantara (P5p)	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas Akhir Semester	**Gaya ungkap dalam ilustrasi bertema nusantara:** Pemilihan daerah Gaya Ilustrasi Pemahaman konteks	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Project Based Learning:** Finalisasi karya ilustrasi berdasarkan referensi artefak budaya nusantara		1x 150'	13

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	Studio DKV 2 Desain Informasi	FAK2GAB4	Seni, Desain dan Budaya	-	T=2	P=2	3 Ganjil 24/25	10 Juni 2024

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	[I Gusti Agung Rangga Lawe, S.Ds., M.Ds.]	[Dr. Andreas Rio Adriyanto, SE., M.Eng]	[Arief Budiman, S.Sn., M.Sn]

Deskripsi Mata Kuliah	
	Studio DKV 2 Desain Informasi adalah mata kuliah wajib bagi mahasiswa program studi Desain Komunikasi Visual di Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom. Mata kuliah ini bertujuan untuk mengembangkan pemahaman tentang jenis dan bentuk media literasi serta desain informasi. Mahasiswa akan belajar untuk mendiskusikan temuan mereka dalam sebuah forum. Selain itu, mereka akan mampu merancang identitas logo yang terinspirasi dari unsur alam melalui tahapan sketsa, pewarnaan, dan digitalisasi. Mata kuliah ini juga membekali mahasiswa dengan keterampilan untuk merancang visual infografis dan piktogram berdasarkan data, serta konsep signage melalui tahapan sketsa, digitalisasi, dan penerapan di mockup. Akhirnya, mahasiswa akan mampu menyusun data, merancang konsep, dan menciptakan visual untuk kebutuhan media promosi yang akan disajikan dalam sebuah artbook.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)	Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
	PLO-4	Mampu mengimplementasikan dan menggunakan teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya desain komunikasi visual.
	PLO-9	Mampu merancang dan menciptakan aset visual dan/atau audio visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual.

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	[PLO-4] CLO 1 - Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, dan pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya desain komunikasi visual. [C3f]	PLO-4
CLO-2	[PLO-9] CLO 2 - Mampu merancang aset visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual.	PLO-9

Penilaian	Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
		Aktivitas Partisipatif	Kognitif / Pengetahuan	Hasil Proyek				
		Forum Diskusi	Kuis	Tugas 1 Identitas Logo	Tugas 2 Infografis	Tugas Besar 1 Piktogram Signage	Tugas Besar 2 Media Promosi	
	CLO-1	7	8					15
	CLO-2			15	15	25	30	85
	Total per penilaian	7	8	15	15	25	30	100

Pustaka	
	Utama:
	1. Potter, W.J. (2013) Media Literacy. SAGE Publications.
	2. Lupton, E. and Phillips, J.C. (2015) Graphic Design: The New Basics. 2nd edition. New York : Baltimore: Princeton Architectural Press.
	3. Airey, D. (2014) Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities, 2nd Edition. 2nd edition. Berkeley, Ca: Peachpit Press.
	4. Krum, R. (2013) Cool Infographics: Effective Communication with Data Visualization and Design. 1st edition. Indianapolis, IN: John Wiley & Sons Inc.
	5. Abdullah, R. and Hübner, R. (2006) Pictograms, Icons, and Signs. Illustrated edition. London ; New York: Thames & Hudson.
	6. Landa, R. (2021) Advertising by Design: Generating and Designing Creative Ideas Across Media. 4th edition. John Wiley & Sons Inc.
	Pustaka Pendukung:
	1. Miller, K.T. (2022) Graphic Design Fundamentals: An Introduction & Workbook for Beginners. KT Design, LLC.
	2. Lupton, E. (2017) Design Is Storytelling. 1st edition. New York, NY: Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum.
	3. Slade-Brooking, C. (2016) Creating a Brand Identity: A Guide for Designers: London: Laurence King Publishing.
	4. Ramayani, R. and Nugraha, N.D. (2018) 'Perancangan Wayfinding Dan Signage Objek Wisata Goa Garunggang Bogor', eProceedings of Art & Design, 5(3).
	5. Akbar, B.M., Nurbani, S. and Lawe, I.G.A.R. (2023) 'PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI TOKO KOPI BANJARAN', eProceedings of Art & Design, 10(2).

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Microsoft Word, Microsoft Powerpoint, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop	Laptop, Komputer, Proyektor, Kertas, Pensil, Penghapus, Alat mewarnai

Team Teaching	I Gusti Agung Rangga Lawe, S.Ds., M.Ds. (Koord.), Aria Ar Razi, S.Ds., M.Ds., Muhammad Iskandar, S.Sn., M.Sn., Adya Mulya Prajana, S.Ds., M.Ds., Apsari Wiba Pamela, M.Ds, Yayat Sudaryat, S.Sn., M.Sn., Novian Denny Nugraha, S.Sn., M.Sn., Nisa Eka Nastiti, S.Ds., M.I.Kom.
Matakuliah Syarat	Studio DKV 1
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Mampu menjelaskan jenis dan bentuk media literasi dan desain informasi serta mendiskusikan temuannya dalam sebuah forum. [C2f, A2k]	1. Ketepatan dalam menguraikan jenis-jenis dan bentuk media literasi dan desain informasi [C2p] 2. Kecakapan dalam mendiskusikan hasil temuan mengenai materi media literasi dan desain informasi [A2k]	**Bentuk non test:** Forum Diskusi **Bentuk test:** Kuis	1. Kontrak Perkuliahan 2. Pengantar Studio DKV 2	**Kuliah:** Pemaparan kontrak perkuliahan dan pengantar Studio DKV 2. **Self-Paced Learning:** Mahasiswa mengakses materi pembelajaran dan mengerjakan kuis di LMS. **Small Group Discussion:** Jenis dan bentuk media literasi dan desain informasi.	1x200'		7 8

2	CLO-2	Mampu merancang identitas logo yang berasal dari unsur alam melalui tahapan sketsa, pewarnaan dan digitalisasi. [C6k, P5p]	1. Ketepatan dalam membuat sketsa logo dari unsur alam menggunakan pensil di kertas [C6p] 2. Kecakapan dalam memilih unsur alam yang akan dibuat menjadi logo [A3m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1	1. Pengantar Logo 2. Brief Tugas 1 - Identitas Logo	**Kuliah:** Pemaparan pengantar tentang logo dan brief Tugas 1 **Self-Paced Learning:** Mahasiswa mengakses materi pembelajaran di LMS. **Project Based Learning:** Membuat sketsa logo dengan pensil di kertas	1x200'		5
3	CLO-2	Mampu merancang identitas logo yang berasal dari unsur alam melalui tahapan sketsa, pewarnaan dan digitalisasi. [C6k, P5p]	1. Ketepatan dalam mengombinasikan warna pada sketsa logo yang dibuat dengan pensil warna [C6k] 2. Kecakapan dalam merumuskan kombinasi warna yang harmonis pada logo [P4k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1	1. Brief Tugas 1 - Identitas Logo	**Project Based Learning:** Membuat pewarnaan logo dengan alat mewarnai manual	1x200'		5
4	CLO-2	Mampu merancang identitas logo yang berasal dari unsur alam melalui tahapan sketsa, pewarnaan dan digitalisasi. [C6k, P5p]	1. Ketepatan dalam memproduksi logo dengan teknik digital menggunakan software berbasis vektor [C6p] 2. Kecapakan dalam mengoperasikan software berbasis vektor [P5m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1	1. Brief Tugas 1 - Identitas Logo	**Project Based Learning:** Membuat logo secara digital menggunakan software berbasis vektor		1x200'	5
5	CLO-2	Mampu merancang konsep dan menciptakan visual infografis berdasarkan data melalui tahapan sketsa dan digitalisasi. [C6k, P5p]	1. Ketepatan dalam menguraikan data yang akan dibuatkan infografisnya [C4f] 2. Kecakapan dalam merumuskan konsep infografis berdasarkan data sebelumnya [P4k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2	1. Pengantar Infografis (dalam Bahasa Inggris) 2. Tugas 2 - Infografis	**Kuliah:** Pemaparan pengantar infografis **(dalam Bahasa Inggris)** dan brief Tugas 2 **Self-Paced Learning:** Mahasiswa mengakses materi pembelajaran di LMS. **Project Based Learning:** Membuat konsep infografis berdasarkan data	1x200'		5
6	CLO-2	Mampu merancang konsep dan menciptakan visual infografis berdasarkan data melalui tahapan sketsa dan digitalisasi. [C6k, P5p]	1. Ketepatan dalam membuat sketsa layout infografis menggunakan pensil di kertas [C6p] 2. Kecakapan dalam mengatur layout infografis yang harmonis [A4k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2	1. Brief Tugas 2 - Infografis	**Project Based Learning:** Membuat sketsa layout infografis dengan pensil di kertas	1x200'		5
7	CLO-2	Mampu merancang konsep dan menciptakan visual infografis berdasarkan data melalui tahapan sketsa dan digitalisasi. [C6k, P5p]	1. Ketepatan dalam menciptakan infografis dengan teknik digital menggunakan software berbasis vektor [C6p] 2. Kecapakan dalam mengoperasikan software berbasis vektor [P5m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2	1. Brief Tugas 2 - Infografis	**Project Based Learning:** Membuat infografis secara digital menggunakan software berbasis vektor		1x200'	5
8	CLO-2	Mampu merancang konsep dan menciptakan visual piktogram untuk kebutuhan signage melalui tahapan sketsa, digitalisasi, dan penerapannya di mockup. [C6k, P5p]	1. Ketepatan dalam menguraikan data lokasi yang akan dibuatkan piktogram signage [C4f] 2. Kecakapan dalam merumuskan konsep piktogram berdasarkan data lokasi sebelumnya [P4k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar 1	1. Pengantar Piktogram Signage 2. Tugas Besar 1 - Piktogram Signage	**Kuliah:** Pemaparan pengantar piktogram signage dan brief Tugas Besar 1 **Self-Paced Learning:** Mahasiswa mengakses materi pembelajaran di LMS. **Project Based Learning:** Membuat konsep piktogram berdasarkan data lokasi	1x200'		5
9	CLO-2	Mampu merancang konsep dan menciptakan visual piktogram untuk kebutuhan signage melalui tahapan sketsa, digitalisasi, dan penerapannya di mockup. [C6k, P5p]	1. Ketepatan dalam membuat sketsa piktogram signage menggunakan pensil di kertas [C6p] 2. Kecakapan dalam mengembangkan bentuk piktogram sesuai kebutuhannya [P4p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar 1	1. Brief Tugas Besar 1 - Piktogram Signage	**Project Based Learning:** Membuat sketsa piktogram signage dengan pensil di kertas	1x200'		5
10	CLO-2	Mampu merancang konsep dan menciptakan visual piktogram untuk kebutuhan signage melalui tahapan sketsa, digitalisasi, dan penerapannya di mockup. [C6k, P5p]	1. Ketepatan dalam menciptakan piktogram signage dengan teknik digital menggunakan software berbasis vektor [C6p] 2. Kecapakan dalam mengoperasikan software berbasis vektor [P5m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar 1	1. Brief Tugas Besar 1 - Piktogram Signage	**Project Based Learning:** Membuat piktogram signage secara digital menggunakan software berbasis vektor	1x200'		7

11	CLO-2	Mampu merancang konsep dan menciptakan visual piktogram untuk kebutuhan signage melalui tahapan sketsa, digitalisasi, dan penerapannya di mockup. [C6k, P5p]	1. Ketepatan dalam mendesain penerapan piktogram signage menggunakan mockup [C6k] 2. Kecakapan dalam mengoperasikan software pembuat mockup [P5m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar 1	1. Brief Tugas Besar 1 - Piktogram Signage	**Project Based Learning:** Membuat pengaplikasian piktogram signage menggunakan mockup		1x200'	8
12	CLO-2	Mampu menyusun data, merancang konsep serta menciptakan visual untuk kebutuhan media promosi melalui tahapan sketsa dan digitalisasi yang disusun dalam sebuah artbook. [C6k, A4p, P5p]	1. Kecakapan dalam menyusun data UMKM yang akan dibuat media promosinya [A4p] 2. Ketepatan dalam menganalisis data yang sudah dikumpulkan sebelumnya [C4p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar 2	1. Pengantar Media Promosi (dalam Bahasa Inggris) 2. Brief Tugas Besar 2 - Media Promosi	**Kuliah:** Pemaparan pengantar media promosi **(dalam Bahasa Inggris)** dan brief Tugas Besar 2 **Self-Paced Learning:** Mahasiswa mengakses materi pembelajaran di LMS. **Project Based Learning:** Mengumpulkan data UMKM yang akan dibuat media promosinya	1x200'		5
13	CLO-2	Mampu menyusun data, merancang konsep serta menciptakan visual untuk kebutuhan media promosi melalui tahapan sketsa dan digitalisasi yang disusun dalam sebuah artbook. [C6k, A4p, P5p]	1. Ketepatan dalam merancang konsep media promosi untuk UMKM [C6k] 2. Kecakapan dalam merumuskan konsep sesuai kebutuhan UMKM [P4k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar 2	1. Brief Tugas Besar 2 - Media Promosi	**Project Based Learning:** Membuat konsep media promosi berdasarkan data UMKM yang telah dikumpulkan	1x200'		5
14	CLO-2	Mampu menyusun data, merancang konsep serta menciptakan visual untuk kebutuhan media promosi melalui tahapan sketsa dan digitalisasi yang disusun dalam sebuah artbook. [C6k, A4p, P5p]	1. Ketepatan dalam membuat sketsa media promosi menggunakan pensil di kertas [C6p] 2. Kecakapan dalam mengembangkan sketsa media promosi sesuai kebutuhannya [P4p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar 2	1. Brief Tugas Besar 2 - Media Promosi	**Project Based Learning:** Membuat sketsa media promosi dengan pensil di kertas	1x200'		6
15	CLO-2	Mampu menyusun data, merancang konsep serta menciptakan visual untuk kebutuhan media promosi melalui tahapan sketsa dan digitalisasi yang disusun dalam sebuah artbook. [C6k, A4p, P5p]	1. Ketepatan dalam menciptakan media promosi dengan teknik digital menggunakan software berbasis vektor dan bitmap [C6p] 2. Kecapakan dalam mengoperasikan software berbasis vektor dan bitmap [P5m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar 2	1. Brief Tugas Besar 2 - Media Promosi	**Project Based Learning:** Membuat media promosi secara digital menggunakan software berbasis vektor dan bitmap	1x200'		7
16	CLO-2	Mampu menyusun data, merancang konsep serta menciptakan visual untuk kebutuhan media promosi melalui tahapan sketsa dan digitalisasi yang disusun dalam sebuah artbook. [C6k, A4p, P5p]	1. Ketepatan dalam merancang artbook media promosi UMKM [C6k] 2. Kecapakan dalam mengoperasikan software berbasis vektor dan bitmap [P5m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar 2	1. Brief Tugas Besar 2 - Media Promosi	**Project Based Learning:** Membuat artbook berisi hasil akhir media promosi UMKM		1x200'	7

#VALUE!	RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL FAKULTAS INDUSTRI KREATIF							
Identitas Mata Kuliah	**Nama MK**	**Kode MK**	**Rumpun MK**	**Mitra Pengembang RPS**	**Bobot (SKS)**		**Semester**	**Direvisi**
	Design Thinking	FAK2HAB2	Seni, Desain dan Budaya	-	T = 2 SKS	P = 0 SKS	4	11 Juni 2024
Otoritas	**Pengembang RPS**			**Ketua Kelompok Keahlian**			**Ketua Program Studi**	
	Aria Ar Razi, S.Ds., M.Ds.			Dr. Andreas Rio, SE., M.Eng.			Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.	
Deskripsi Mata Kuliah	Design Thinking merupakan mata kuliah wajib Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual Telkom University. Design Thinking adalah metode kreatif yang berasal dari perspektif atau cara berpikir seorang desainer dalam memecahkan permasalahan dengan berfokus pada penggunanya dan sejalan dengan cara pandang Human-Centered Design. Mata kuliah ini memberikan pemahaman dasar, proses, beserta penerapannya, melalui lima tahapan iteratif yang terdiri dari Emphatize, Define, Ideate, dan Test mahasiswa diharapkan mampu memahami permasalahan yang dialami pengguna dan mampu menciptakan solusi gagasan inovatif dan efektif.							

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)	**Program Learning Outcomes (PLO) PRODI**	
	PLO-6	Mampu menelaah dan menganalisis data melalui metode riset multidisiplin terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual.
	PLO-10	Mampu merencanakan dan membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin

Course Learning Outcomes (CLO)		**PLO yang didukung**
CLO-1	[PLO 6] CLO 1- Mampu menelaah (C4f) data melalui metode riset multidisiplin	PLO-6
CLO-2	[PLO 6] CLO 2 - Mampu menganalisis (C4p) berbagai data terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual	PLO-6
CLO-3	[PLO-10] CLO 3 - Mampu merencanakan (C6f) perancangan konsep karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin	PLO-10
CLO-4	[PLO-10] CLO 4 - Mampu membuat (C6p) konsep perancangan karya media komunikasi visual	PLO-10

Penilaian

Id CLO	**Bobot per Bentuk Penilaian (%)**								**TOTAL BOBOT PER CLO**
	Aktivitas Partisipatif		**Kognitif/Pengetahuan**				**Hasil Proyek**		
	Workshop 1 - Emphathy	Workshop 2 - Brainstorming Ideate	Kuis 1 - Emphatize	Kuis 2 - Define	Kuis 3 - Ideate	Kuis 4 - Prototype dan Test	Assesment 1 - Proposal Permasalahan	Assesment 2 - Proposal Gagasan Prototype	
CLO-1	4		3				15	3	25
CLO-2	4			3			15	2	24
CLO-3		7			3			15	25
CLO-4		3				3		20	26
Total per penilaian	8	10	3	3	3	3	30	40	100

Pustaka

Utama:

1. Brown, Tim. Katz, Barry. 2009. Change By Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovations. New York: Harper Collins Publishers.

Pustaka Pendukung:

1. Razi, A. A., Mutiaz, I. R., & Setiawan, P. (2018). Penerapan metode design thinking pada model perancangan ui/ux aplikasi penanganan laporan kehilangan dan temuan barang tercecer. Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan, 3(02), 219-237.

Media Pembelajaran	**Software :**	**Hardware :**
	Microsoft Powerpoint, Google Jamboard	PC/Laptop

Team Teaching	1. Aria Ar Razi, 2. Siwi, 3. Diena, 4. Lyra
Matakuliah	-
Ambang Batas Kelulusan	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGG	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGA	DALAM JARINGAN	BOBOT Sub CLO
1	CLO-01	[CLO 1-1] - Mampu menelaah (C4f) data melalui metode riset multidisiplin	Ketepatan dalam menelaah (C4f) desain sebagai sebuah proses	**Bentuk non test:** Workshop Emphathy **Bentuk test:** -	1. Desain sebagai sebuah proses 2. Analisis dan sintesis 3. Konsep desain	**Kuliah:** Pemaparan kontrak perkuliahan dan materi pengenalan Desain sebagai sebuah proses **Discovery learning:** Menelusuri Mindset Desain sebagai kegiatan memecahkan maslaah *problem*	1x100'		1
2	CLO-01	[CLO 1-1] - Mampu menelaah (C4f) data melalui metode riset multidisiplin	Ketepatan dalam menelaah (C4f) desain sebagai sebagai sebuah proses berpikir	**Bentuk non test:** Workshop Emphathy **Bentuk test:** -	1. Metode Berpikir 2. Tujuan berpikir dalam desain 3. Metode berpikir dalam desain	**Kuliah:** Desain sebagai sebuah proses berpikir **Discovery learning:** Menelusuri Mindset Desain sebagai kegiatan berpikir untuk memecahkan maslaah	1x100'		1
3	CLO-01	[CLO 1-1] - Mampu menelaah (C4f) data melalui metode riset multidisiplin	Ketepatan dalam menelaah (C4f) *Design Thinking* sebagai sebuah kegiatan problem solving yang berasal dari pandangan Human-Centered Design	**Bentuk non test:** Workshop Emphathy **Bentuk test:** -	1. Human-*Centered Design* 2. Introduksi *Design Thinking* 2. Kegunaan *Design Thinking*	**Kuliah:** *Design Thinking* yang berasal dari pandangan Human Centered Design **Discovery learning:** Menelusuri Mindset Human-Centered Design sebagai	1x100'		2
4	CLO-01	[CLO 1-1] - Mampu menelaah (C4f) data melalui metode riset multidisiplin	Ketepatan dalam menelaah (C4f) Emphatize sebagai salah satu tahapan penting dalam *Design Thinking*	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis 1 - Emphathize	1. Emphatize 2. Berbagai Metode dalam Emphatize	**Kuliah:** Emphatize **Discovery learning:** Menelusuri berbagai metode yang dapat digunakan untuk melakukan emphatize	1x100'		3

5	CLO-02	[CLO 02-1] Mampu menganalisis (C4p) berbagai data terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual	Ketepatan dalam menganalisis (C4p) data melalui tahapan Emphatize sebagai salah satu tahapan penting dalam *Design Thinking*	**Bentuk non test:** Workshop Emphathy **Bentuk test:** -	1. Wawancara Mendalam sebagai Emphatize	**Kuliah:** - **Contextual Instruction:** Melakukan pengumpulan data secara langsung melalui wawancara mendalam		1x100'	2
6	CLO-02	[CLO 02-1] Mampu menganalisis (C4p) berbagai data terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual	Ketepatan dalam menganalisis (C4p) data melalui tahapan Emphatize sebagai salah satu tahapan penting dalam *Design Thinking*	**Bentuk non test:** Workshop Emphathy **Bentuk test:** -	1. Emphaty Map 2. Kolase 3. Workshop Emphaty	**Kuliah:** Pemaparan materi Emphaty Map dan Kolase **Collaborative Learning:** Membentuk kelompok untuk melakukan	1x100'		2
7	CLO-02	[CLO 02-1] Mampu menganalisis (C4p) berbagai data terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual	Ketepatan dalam menganalisis (C4p) permasalahan utama melalui tahapan *Define*	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis 2 - Define	1. Define the Problem	**Kuliah:** Pemaparan materi Define **Collaborative Learning:** Menentukan permasalahan utama melalui proses Define	1x100'		3
8	CLO-01 CLO-02	[CLO 1-1] - Mampu menelaah (C4f) data melalui metode riset multidisiplin [CLO 02-1] Mampu menganalisis (C4p) berbagai data terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual	Ketepatan dalam menelaah (C4f) data yang didapatkan melalui tahap emphatize Ketepatan dalam menganalisis (C4p) permasalahan utama yang didapat dari tahapan define	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Assesment 1 - Proposal Permasalahan	1. Pemahaman dalam Emphatize dan Define	**Kuliah:** - **Problem Based Learning::** Pengumpulan proposal permasalahan berdasarkan proses Emphatize secara berkelompok		1x100'	30
9	CLO-03	[CLO 03-1] Mampu merencanakan (C6f) perancangan konsep karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin	Ketepatan dalam merencanakan (C4f) ide melalui proses *ideate* dan *How Might We*	**Bentuk non test:** Workshop Brainstorming Ideate **Bentuk test:** -	1. Ideate 2. How to Ideate 3. How Might We	**Kuliah:** Pemaparan materi Ideate dan How Might we **Discovery learning:** Menelusuri cara dalam melakukan proses ideate	1x100'		2
10	CLO-03	[CLO 03-1] Mampu merencanakan (C6f) perancangan konsep karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin	Ketepatan dalam merencanakan (C4f) ide yang didapatkan setelah menetapkan permasalahan melalui tahapan ideate	**Bentuk non test:** Workshop Brainstorming Ideate **Bentuk test:** -	1. Brainstorming Ideate	**Kuliah:** Pemaparan materi Brainstorming Ideate **Collaborative Learning:** Melakukan brainstorming ide secara berkelompok	1x100'		3
11	CLO-03	[CLO 03-1] Mampu merencanakan (C6f) perancangan konsep karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin	Ketepatan dalam merencanakan (C4f) pembuatan prototype	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis 3 - Ideate	1. Introduksi metode prototyping 2. Tujuan prototyping 3. Arahan membuat prototyping	**Kuliah:** Pemaparan materi Prototype **Discovery learning:** Menelusuri berbagai kemungkinan prototype	1x100'		3
12	CLO-03	[CLO 03-1] Mampu merencanakan (C6f) perancangan konsep karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin	Ketepatan dalam merencanakan (C4f) pembuatan sketsa prototype yang didapat dari pengembangan ide	**Bentuk non test:** Workshop Brainstorming Ideate **Bentuk test:** -	1. Arahan membuat prototyping	**Kuliah:** - **Collaborative Learning:** Melakukan pembuatan sketsa prototype berdasarkan ide yang disepakati		1x100'	2
13	CLO-04	[CLO 4-1] - Mampu membuat (C6p) konsep perancangan karya media komunikasi visual	Ketepatan dalam membuat (C6p) pembuatan sketsa prototype yang bisa disimulasikan melalui test	**Bentuk non test:** Workshop Brainstorming Ideate **Bentuk test:** -	1. Test 2. Role Playing	**Kuliah:** Pemaparan materi Test dan Role Playing **Simulasi:** Melakukan Test dan simulasi Role playing secara berkelompok	1x100'		1
14	CLO-04	[CLO 4-1] - Mampu membuat (C6p) konsep perancangan karya media komunikasi visual	Ketepatan dalam membuat (C6p) pembuatan sketsa prototype yang bisa dipresentasikan melalui forum	**Bentuk non test:** Workshop Brainstorming Ideate **Bentuk test:** -	1. Pemahaman terhadap design thinking dalam menghasilkan sebuah prototype.	**Kuliah:** Pemaparan presentasi gagasan prototype disampaikan dalam bahasa inggris **Small Group Discussion:** Melakukan presentasi gagasan prototype secara berkelompok	1x100'		2
15	CLO-04	[CLO 4-1] - Mampu membuat (C6p) konsep perancangan karya media komunikasi visual	Ketepatan dalam membuat (C6p) pembuatan sketsa prototype yang bisa dipresentasikan melalui forum	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis 4 - Prototype dan Test	1. Pemahaman terhadap design thinking dalam menghasilkan sebuah prototype.	**Kuliah:** Pemaparan presentasi gagasan prototype disampaikan dalam bahasa inggris **Small Group Discussion:** Melakukan presentasi gagasan prototype secara berkelompok	1x100'		3

16	CLO-01 CLO-02 CLO-03 CLO-04	[CLO 1-1] - Mampu menelaah (C4f) data melalui metode riset multidisiplin [CLO 02-1] Mampu menganalisis (C4p) berbagai data terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual [CLO 03-1] Mampu merencanakan (C6f) perancangan konsep karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin [CLO 4-1] - Mampu membuat (C6p) konsep perancangan karya media komunikasi visual	Ketepatan dalam menelaah (C4f) data yang didapatkan melalui tahap emphatize Ketepatan dalam menganalisis (C4p) permasalahan utama yang didapat dari tahapan define Ketepatan dalam merencanakan (C6f) ide melalui tahapan ideate Ketepatan membuat (C6p) konsep perancangan gagasan melalui tahapan prototype	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Assesment 1 - Proposal Gagasan Prototype	1. Pemahaman terhadap implementasi Design Thinking dalam menghasilkan inovasi	**Kuliah:** - **Problem Based Learning::** Pengumpulan karya proposal gagasan prototype secara berkelompok		1x100'	40

100

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)	Semester	Direvisi
	Visual Storytelling	FAK2IAB3	Seni, Desain, dan Budaya	Toni Masdiono, Ganesworo Maronggo	T = 1 P = 2	4 Genap 23/24	28 Mei 2024

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	Patra Aditia, S.Ds., M.Ds.	Dr Santi Salayanti S.Ds., M.Ds.	Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah	Mata kuliah ini memberikan pemahaman mengenai prinsip dan teori cara bertutur lewat gambar di media digital dan analog. Dimulai dari prinsip bercerita, aspek-aspek yang membangun cerita, jenis-jenis media, hingga pembuatan ilustrasi pre-produksi (desain karakter sampai storyboard). Lewat mata kuliah ini, diharapkan mahasiswa memahami cara bertutur melalui gambar untuk membangun komunikasi dengan audiens.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)	Program Learning Outcomes (PLO) PRODI		
	PLO 10	Mampu merencanakan dan membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin	
	Course Learning Outcomes (CLO)		**PLO yang didukung**
	CLO 1	Mampu merencanakan perancangan konsep karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisplin (C6f)	PLO 10
	CLO 2	Mampu membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual (C6p)	PLO 10

Penilaian	Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)								TOTAL BOBOT PER CLO
		Aktivitas Partisipatif		Kognitif/Pengetahuan	Hasil Proyek					
		Asistensi Tugas 1 dan 2	Asistensi Tugas 4 dan 5	Kuis Introduksi Visual Storytelling	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5	
	CLO 1	5		10	10	10	10	10		55
	CLO 2		5						40	45
	Total per penilaian									100

Pustaka

Utama:

1. Caputo, Tony C. Visual Storytelling. Watson-Guptill publishing, 2003, New York
2. Crawford, Chris. Interactive Storytelling. 2005. Rider, Berkeley
3. Glebas, Fransis. *Directing The Story.* 2009, Vocal Press, UK
4. Pratista, Himawan. *Memahami Film : Edisi Kedua* . 2017, Montase Press, Sleman

Pustaka Pendukung:

1. Bancroft, Tom. Creating Character With Personality. 2006, Watson-Guptill Publication, New York
2. Darmawan, Hikmat. How To Make Comics – Menurut Para Master Dunia. 2012, Plot Point, Jakarta
3. Hirohiko, Araki. Manga in Theory and Practice : The Craft of Creating Manga. 2017, Viz Media, San Fransisco

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Microsoft Office	Laptop, LCD Projector

Team Teaching	Rendy Pandita Bastari S.Ds, M.Ds., Dimas Krisna Aditya
Matakuliah Syarat	-
Ambang Batas Kelulusan	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO 1	Mampu menjelaskan definisi dan sejarah Visual Storytelling (C2f) Mampu menjelaskan aspek-aspek dalam Visual Storytelling (C2f)"	Ketepatan menjelaskan periodisasi dalam artefak sejarah (C2f) Ketepatan menjelaskan bentuk narasi dalam artefak sejarah (C2f)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis sejarah visual storytelling	1.Sejarah visual storytelling 2.Media visual storytelling modern	**Kuliah**: Pemaparan kontrak perkuliahan **Discovery learning:** Ragam media Visual Storytelling	1x150'		5
2	CLO 1	Mampu menjelaskan definisi Visual Storytelling (C2f) Mampu menjelaskan aspek-aspek dalam Visual Storytelling (C2f)	Ketepatan menjelaskan Definisi Stoytelling (C2f) Ketepatan menjelaskan Visual Storytelling (C2f) Ketepatan dalam menjelaskan fungsi storytelling (C2f)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis sejarah visual storytelling	1.Definisi dan fungsi storytelling 2.Struktur storytelling 3.Aplikasi storytelling dalam media	**Kuliah**: Introduksi visual storytelling **Discovery learning:** *Storytelling* dalam media-media populer	1x150'		5
3	CLO 1	Mampu mengartikan peran tokoh dalam visual storytelling dan aspek pembentuknya (C2f)	Ketepatan menjelaskan definisi dan fungsi tokoh (C2f) Ketepatan mengklasifikasikan peran tokoh dalam storytelling (C2k)	**Bentuk non test:** Asistensi analisis tokoh **Bentuk test:**	1.Karakter sebagai bagian dari storytelling. 2.Karakter dan unsur pendukungnya	**Kuliah**: Definisi dan fungsi tokoh dalam media visual storytelling, pemaparan tugas 1 **Discovery Learning :** Peran tokoh dalam cerita	1x150'		2
4	CLO 1	Mampu mengartikan peran tokoh dalam visual storytelling dan aspek pembentuknya (C2f)	Ketepatan menjelaskan aspek-aspek tokoh sebagai pembentuk visual storytelling (C2f) Ketepatan membandingkan penggayaan visual tokoh dan audiens (C2k)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1, Analisis tokoh dalam media visual storytelling	1.Karakter dan cerita 2.Gaya visual karakter 3.Aspek pembentuk karakter	**Kuliah**: Tokoh dan aspek-aspek pembentuknya **Small Group Discussion** : Tokoh menarik dalam media populer"	1x150'		10
5	CLO 1	Mampu menghubungkan format dan ragam narasi dalam komik (C3k)	Ketepatan menjelaskan definisi komik (C2f) Ketepatan menerangkan *storytelling* dalam komik (C2f)	**Bentuk non test:** Diskusi **Bentuk test:**	1.Definisi Komik 2. *Storytelling* dalam komik 3.Anatomi Komik	**Kuliah**: Introduksi komik, pemaparan tugas 2 **Small Group Discussion** : Posisi komik dalam budaya populer	1x150'		1
6	CLO 1	Mampu menghubungkan format dan ragam narasi dalam komik (C3k)	Ketepatan mengimplementasikan narasi dalam komik (C3f) Ketepatan menjelaskan format komik (C2f)	**Bentuk non test:** Diskusi **Bentuk test:**	1.Sudut pandang dalam komik 2.Ragam format komik	**Kuliah**: *Storytelling* dalam Komik **Small Group Discussion :** Sejarah singkat komik	1x150'		1
7	CLO 1	Mampu menghubungkan format dan ragam narasi dalam komik (C3k)	Ketepatan menghubungkan antar adegan dalam komik (C2f) Ketepatan menerangkan hubungan antar gambar dan teks (C2f)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2, Analisis Storytelling dalam Komik	1.Hubungan antara gambar dan teks dalam komik 2.Alur membaca dalam komik	**Kuliah**: *Adegan* dalam Komik **Discovery Learning :** Hubungan antar gambar dalam komik	1x150'		10

8	CLO 1	Mampu mengimplementasikan teori komik secara visual (C3f)	Ketepatan menghubugnkan antar adegan dalam komik(C3f) Ketepatan menerangkan hubungan antar gambar dan teks (C2f)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3, Membuat Komik 1 halaman	1. Membuat komik	**Kuliah**: *Adegan* dalam Komik, pemaparan tugas 3 **Focus Group Discussion :** Membuat komik		1x150'	10
9	CLO 1	Mampu mengkonsepkan cara bertutur dalam animasi (C3k) Mampu menelaah produksi film animasi (C4f)	Ketepatan menjelaskan definisi animasi (C2f) Ketepatan menghubungkan aspek *storytelling* dalam animasi (C3k)	**Bentuk non test:** Asistensi analisis film animasi **Bentuk test**: -	1.Definisi Animasi 2. *Storytelling* dalam animasi	**Kuliah**: Introduksi Animasi, pemaparan tugas 4 **Discovery Learning** : Definisi dan produksi animasi	1x150'		1
10	CLO 1	Mampu mengkonsepkan cara bertutur dalam animasi (C3k) Mampu menelaah produksi film animasi (C4f)	Ketepatan menelaah produksi film animasi (C4f) Ketepatan mengorganisasikan ragam aspek dalam produksi animasi (C4k)	**Bentuk non test:** Asistensi analisis film animasi **Bentuk test**: Tugas 4, Analisis *storytelling* pada film animasi.	1.Pre-produksi film animasi 2.Produksi film animasi 3.Post-produksi film animasi	**Kuliah**: Produksi dalam animasi **Small Group Discussion :** Posisi animasi dalam media populer	1x150'		10
11	CLO 1	Mampu menguraikan cara bertutur dalam video games (C4f)	Ketepatan menguraikan definisi video game (C4f)	**Bentuk non test:** Asistensi tugas 5 **Bentuk test**: -	1.Definisi video Game 2. *Storytelling* dalam Video Game	**Kuliah**: Introduksi Video games **Small Group Discussion** : Posisi video game dalam budaya populer	1x150'		1
12	CLO 1	Mampu menguraikan cara bertutur dalam video games (C4f)	Ketepatan mampu menguraikan *storytelling* bertutur dalam video game (C4f)	**Bentuk non test:** Asistensi tugas 5 **Bentuk test**: -	1.Aset dalam video game	**Kuliah**: Aset dan produksi video game **Small Group Discussion :** Sejarah singkat video game	1x150'		1
13	CLO 2	Mampu mendesain ilustrasi pra-produksi untuk media visual storytelling (C6k) Mampu mengkonsepkan hasil perancangan (C3k)	Ketepatan mendesain antar tahapan perancangan (C6k) Ketepatan mengimplementasikan cerita ke dalam visual (C2f)	**Bentuk non test:** Asistensi cerita pendek **Bentuk test**: Tugas 5, Ilustrasi Pra-Produksi	Cerita pendek	**Kuliah**: Pemaparan pembuatan cerita pendek **Project Based Learning :** Ilustrasi pra-produksi	1x150'		1
14	CLO 2	Mampu mendesain ilustrasi pra-produksi untuk media visual storytelling (C6k) Mampu mengkonsepkan hasil perancangan (C3k)	Ketepatan mendesain antar tahapan perancangan (C6k) Ketepatan mengimplementasikan cerita ke dalam visual (C2f)	**Bentuk non test:** Asistensi perancangan storyboard dan tokoh **Bentuk test**: Tugas 5, Ilustrasi Pra-Produksi	Perancangan storyboard	**Kuliah**: Pemaparan perancangan storyboard dan tokoh **Project Based Learning :** Ilustrasi pra-produksi	1x150'		1
15	CLO 2	Mampu mendesain ilustrasi pra-produksi untuk media visual storytelling (C6k) Mampu mengkonsepkan hasil perancangan (C3k)	Ketepatan mendesain antar tahapan perancangan (C6k) Ketepatan mengimplementasikan cerita ke dalam visual (C2f)	**Bentuk non test:** Asistensi perancangan lingkungan/setting **Bentuk test**:	Perancangan lingkungan / setting	**Kuliah**: Pemaparan perancangan setting/lingkungan **Project Based Learning :** Ilustrasi pra-produksi	1x150'		1
16	CLO 2	Mampu mendesain ilustrasi pra-produksi untuk media visual storytelling (C6k) Mampu mengkonsepkan hasil perancangan (C3k)	Ketepatan mendesain antar tahapan perancangan (C6k) Ketepatan mengimplementasikan cerita ke dalam visual (C2f)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test**: Tugas 5, Ilustrasi Pra-Produksi	Pengumpulan artbook ilustrasi pra-produksi	**Kuliah**: Pengumpulan tugas **Project Based Learning :** Ilustrasi pra-produksi		1x150'	40

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	Studio DKV 3 (project design entrepreneurship) identity design and branding	FAK2JAB4	Humagy	Dassein Design Bureau	T = 2 SKS	P = 2 SKS	4 Genap 24/25	10-Jun-24

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	Nisa Eka Nastiti, S.Ds., M.I.Kom.	Dr. Andreas Rio Adriyanto, SE., M.Eng.	Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah	
	SDKV 3 (Commercial & corporate identity) merupakan mata kuliah wajib prodi yaitu studio di Program Stucio S1 Desain Komunikasi Visual. Mata kuliah ini berisi pengetahuan merancang (baru atau re-design) identitas visual perusahaan, melalui proses, riset data, konsep komunikasi (pesan) dan gagasan visual simbol yang diatur dalam sebuah buku konsep diaplikasikan dalam stationery dan kebutuhan medium komunikasi perusahaan lainya. Tujuan dari mata kuliah ini adalah untuk memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana identitas visual dapat membentuk citra dan kesan sebuah perusahaan atau merek di mata konsumen. Mahasiswa akan belajar tentang strategi desain untuk menciptakan identitas yang kohesif dan mengomunikasikan nilai-nilai perusahaan secara efektif. Manfaatnya meliputi pemahaman yang lebih baik tentang peran identitas dalam pemasaran dan branding, serta keterampilan praktis dalam merancang elemen identitas seperti logo, warna, dan tipografi. Hasil pembelajaran termasuk kemampuan untuk menganalisis identitas visual yang ada, merancang identitas baru, dan menyusun panduan identitas yang komprehensif.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)	Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
	PLO-2	Mampu mengimplementasikan semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan di bidang desain komunikasi visual
	PLO-10	Mampu merencanakan dan membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin
	Course Learning Outcomes (CLO)	**PLO yang didukung**
	CLO-1	Mampu mengimplementasikan semangat kewirausahaan di bidang desain komunikasi visual (K3F) — PLO-2
	CLO-2	Mampu mengusulkan perancangan konsep karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisplin (A3K) — PLO-2
	CLO-3	Mampu mengembangkan media desain komunikasi visual beserta turunannya (P4P) — PLO-10
	CLO-4	Mampu membuat konsep komunikasi suatu brand untuk media desain komunikasi visual (P5K) — PLO-10

Penilaian	Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)							TOTAL BOBOT PER CLO
		Aktivitas Partisipatif		Kognitif/ Pengetahuan	Hasil Proyek				
		Pencarian data kompetitor	Observasi graphic standard manual	Kuis identitas brand	Tugas keyword, tagline, brand name	Tugas logo	Tugas graphic standard manual	Tugas company profile	
	CLO-1	5			20				25
	CLO-2			5		20			25
	CLO-3		5				20		25
	CLO-4							25	25
	Total per penilaian	5	5	5	20	20	45	25	100

Pustaka	
	Utama:
	1. Gregory, Thomas. 2003. How to Design Logos. Symbol and Icons; Cincinnati, Ohio; How Design Book. 2. Napoles, Veronica. 1988. Coporate identity Design. New York; John Wiley & Son, Inc. 3. Ollins, Wally. 2005. wally ollins on brand New York; Thames & Hudson. 4. Rand, Paul 1994. Design, Form, and Chaos. New Haven: Yale University Press
	Pustaka Pendukung:
	1. Rustan, Suryanto. 2009. Mendesain Logo. Jakarta; Gramedia Cenedekia 2. Yuliani, R., Dida, S. and Nastiti, N.E., 2020. Celebrity cake branding as the initiators of nowadays cake. Jurnal ASPIKOM, 5(1), pp.176-187. 3. Cahya, A.A., Gumilar, G. and Nastiti, N.E., 2023. PERANCANGAN REBRANDING BURAYOT SIMADU SEBAGAI MAKANAN KHAS KABUPATEN GARUT. eProceedings of Art

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Software : Adobe InDesign, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop	Laptop/PC, Pen tablet

Team Teaching	Nisa Eka Nastiti, S.Ds.,M.I.Kom. (Koord)
Matakuliah Syarat	-
Ambang Batas Kelulusan	50,01 — [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% — [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO 1	**Sub-CLO 1.1** Mampu menggunakan teori pengantar identitas pada corporate visual identity (K3M)	Ketepatan menggunakan teori pengantar identitas pada corporate visual identity	**Bentuk non test:** Mencari referensi corporate visual identity **Bentuk test:** -	Corporate visual identity	**Kuliah**: Pemaparan Kontrak Perkuliahan. Pengantar perkuliahan ini menggunakan **Bahasa Inggris**	1 x 200'		6,25
2	CLO 1	**Sub-CLO 1.2** Mampu mengusulkan STP (Segmenting, Targeting, dan Positioning) serta Identitas kompetitor (A3P)	Ketepatan mengusulkan STP (Segmenting, Targeting, dan Positioning)	**Bentuk non test:** Menganalisis STP kompetitor **Bentuk test:** -	STP (Segmenting, Targeting, dan Positioning)	**Kuliah:** Pemaparan Materi **Project based learning**: STP (Segmenting, Targeting, dan	1 x 200'		6,25
3	CLO 1	**Sub-CLO 1.3** Mampu membedakan Identitas kompetitor (A3P)	Ketepatan membedakan identitas kompetitor	**Bentuk non test:** **Partifipatif** pencarian data kompetitor **Bentuk test:** -	Identitas kompetitor	**Kuliah:** Pemaparan Materi **Project based learning**: Identitas kompetitor	1 x 200'		6,25

4	CLO 1	**Sub-CLO 1.4** Mampu mengusulkan keyword, tagline, brand name (A3P)	Ketepatan mengusulkan keyword, tagline, brand name	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** **Tugas 1** Buku Konsep menganalisis keyword, tagline dan brand name	1. Keyword 2. Tagline 3. Brand name	**Kuliah**: Pemaparan Materi **Project based learning:** 1. Keyword 2. Tagline 3. Brand name	1 x 200'		6,25
5	CLO 2	**Sub-CLO 2.1** Mampu mengusulkan konsep dasar pembuatan logo beserta turunannya (A3P)	Ketepatan mengusulkan konsep dasar pembuatan logo beserta turunannya	**Bentuk non test:** Mencari referensi logo **Bentuk test:** **Kuis** identitas brand	Logo	**Kuliah**: Pemaparan Kontrak Perkuliahan **Discovery Learning Inquiry**: Logo	1 x 200'		6,25
6	CLO 2	**Sub-CLO 2.1** Mampu mengusulkan konsep dasar pembuatan logo beserta turunannya (A3P)	Ketepatan mengusulkan konsep dasar pembuatan logo beserta turunannya	**Bentuk non test:** Asistensi Logo **Bentuk test:** **Tugas 2** Buku Konsep Perancangan Logo	Logo	**Kuliah**: Diskusi **Project based learning:** Logo	1 x 200'		6,25
7	CLO 2	**Sub-CLO 2.1** Mampu mengusulkan konsep dasar pembuatan logo beserta turunannya (A3P)	Ketepatan mengusulkan konsep dasar pembuatan logo beserta turunannya	**Bentuk non test:** Asistensi Logo **Bentuk test:** -	How to design a logo with grid system	**Kuliah:** Pengantar perkuliahan ini menggunakan **Bahasa Inggris** **Project based learning:** How to design a logo with grid system	1 x 200'		6,25
8	CLO 2	**Sub-CLO 2.1** Mampu mengusulkan konsep dasar pembuatan logo beserta turunannya (A3P)	Ketepatan mengusulkan konsep dasar pembuatan logo beserta turunannya	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** 1. Mengusulkan konsep dasar pembuatan logo beserta turunannya	Grid System	**Kuliah**: Diskusi **Project based learning:** Grid System		1 x 200'	6,25
9	CLO 3	**Sub-CLO 3.1** Mampu mengembangkan supergrafis beserta turunannya (P4P)	Ketepatan mengembangkan supergrafis beserta turunannya	**Bentuk non test:** Mencari referensi supergrafis **Bentuk test:** -	Supergrafis	**Kuliah**: Pemaparan Materi **Project based learning:** Supergrafis	1 x 200'		5
10	CLO 3	**Sub-CLO 3.1** Mampu mengembangkan supergrafis beserta turunannya (P4P)	Ketepatan mengembangkan supergrafis beserta turunannya	**Bentuk non test:** Asistensi supergrafis **Bentuk test:** -	Supergrafis	**Kuliah**: Diskusi **Project based learning:** Supergrafis	1 x 200'		5
11	CLO 3	**Sub-CLO 3.1** Mampu mengembangkan supergrafis beserta turunannya (P4P)	Ketepatan mengembangkan supergrafis beserta turunannya	**Bentuk non test:** Asistensi supergrafis **Bentuk test:** -	Supergrafis	**Kuliah**: Diskusi **Project based learning:** Supergrafis	1 x 200'		5
12	CLO 3	**Sub-CLO 3.2** Mampu mengembangkan GSM (Graphic standard manual) beserta turunannya (P4P)	Ketepatan mengembangkan supergrafis beserta turunannya	**Bentuk non test:** Partisipatif Observasi graphic standard manual **Bentuk test:** **Tugas 3** Mengembangkan GSM (Graphic standard manual) beserta turunannya.	GSM (Graphic standard manual)	**Kuliah**: Pemaparan Materi **Project based learning:** *GSM (Graphic standard manual)*	1 x 200'		5
13	CLO 3	**Sub-CLO 3.3** Mampu mengembangkan stationary beserta turunannya (P4P)	Ketepatan mengembangkan supergrafis beserta turunannya	**Bentuk non test:** Asistensi stationary **Bentuk test:** -	Stationary	**Kuliah**: Pemaparan Materi **Project based learning:** Stationary	1 x 200'		5
14	CLO 4	**Sub-CLO 4.1** Mampu membuat company profile suatu perusahaan atau brand (P5K)	Ketepatan membuat company profile suatu perusahaan atau brand	**Bentuk non test:** Mencari referensi company profile **Bentuk test:** -	Company Profile	**Kuliah**: Pemaparan Materi **Project based learning:** Company	1 x 200'		8,3
15	CLO 4	**Sub-CLO 4.1** Mampu membuat company profile suatu perusahaan atau brand (P5K)	Ketepatan membuat company profile suatu perusahaan atau brand	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Membuat company profile	How to Create Company Profile	**Kuliah:** Pengantar perkuliahan ini menggunakan **Bahasa Inggris** **Project based learning:** How to Create Company Profile	1 x 200'		8,3
16	CLO 4	**Sub-CLO 4.1** Mampu membuat company profile suatu perusahaan atau brand (P5K)	Ketepatan membuat company profile suatu perusahaan atau brand	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** **Tugas 4** Membuat company profile	Company Profile	**Kuliah**: Pemaparan Materi **Project based learning:** Company Profile		1 x 200'	8,3

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah

Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
Metodologi Desain (LD)	FAK3AAB2	Seni, Desain, Budaya Contoh : Softdev	Aliansi asosiasi desain Indonesia (ADGI,AIDIA,HDPI,HDII)	T = 1 SKS	P = 1 SKS	5 Ganjil 24/25	22 Mei 2024

Otoritas

Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
Ttd [Lira Anindita Utami S.Ds., M.Phil., Ph.D]	Ttd [Riky Azharyandi Siswanto, S.Ds., M.Ds.]	Ttd [Arief Budiman, S.Sn., M.Sn]

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini memberikan pemahaman dasar tentang metodologi desain dengan cara mengeksplorasi berbagai pendekatan, metode, proses, kerangka kerja, alat, dan instrumen yang digunakan dalam strategi perancangan yang penting untuk mengembangkan solusi dalam konteks desain komunikasi visual yang tepat. Mahasiswa diharapkan mampu memahami desain yang berpusat pada manusia sebagai pengguna, mengevaluasi pendekatan multidisiplin dalam proses kreatif dan ragam metodologi dalam pemecahan masalah, mengintegrasi prinsip pemikiran desain, dan menerapkan metodologi desain yang tepat pada tahap selanjutnya.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-6 (P)	Mampu menelaah dan menganalisis data melalui metode riset multidisiplin terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual.
PLO-7 (KU)	Mampu menelaah dan menganalisis ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian berupa tulisan ilmiah

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	Mampu menelaah data melalui metode riset multidisiplin	PLO-6
CLO-2	Mampu menganalisis berbagai data terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual	PLO-6
CLO-3	Mampu menelaah ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian dan tulisan ilmiah	PLO-7
CLO-4	Mampu menganalisis ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya berdasarkan kaidah dan etika ilmiah	PLO-7

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif		Kognitif/Pengetahuan		Hasil Proyek		
	Simulasi 1 [Teknik Visual Mapping - Brainstorming LDJ/Kolase]	Simulasi 2 [Survey Semantic Differential]	[Tugas 1]	[Tugas 2]	Assessment 1 [Makalah Studi Kasus]	[Assessment 2 - Makalah Kajian - Gagasan Metodologi Desain]	
CLO-1 [PLO-6]	8		10	5	7		30
CLO-2 [PLO-6]	6			8	10		24
CLO-3 [PLO-7]	4	8			7	7	26
CLO-4 [PLO-7]		10				10	20
Total per penilaian	18	18	10	13	17	17	100

Pustaka

Utama:

Archer, Nighel Cross, Kushito Kurokawa, Brown, Martin & Bella, Ambrosse, Julie, Miyazaki-Suzuki-Ueda, dst

1. Ambrosse, Gavin. Harris, Paul. 2010. Design Thinking. Switzerland: AVA Publishing SA
2. Stanford, Julie. Et all. 2017. What is Design Thinking?. California: O'Reilly Media, Inc.
3. Brown, Tim. Katz, Barry. 2009. Change By Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovations. New York: Harper Collins Publishers.
4. Nigel Cross
5. Archer
6. Kushito Kurokawa

Pustaka Pendukung:

1. Miyazaki-Suzuki-Ueda
2. Martin & Bella

Software :	Hardware :
Power Point, Canva, Miro, Figma, Jamboard	laptop, post-it, voting stickers, sterofoam board, sketchbook A3

Media Pembelajaran

1. Lira Anindita Utami, S.Ds., M.Phil., Ph.D
2. Novian Denny Nugraha, S.Sn., M.Sn

Team Teaching

Design Thinking

Matakuliah Syarat

Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01	[dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%	[mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO 01 [PLO-6]Mampu menelaah data melalui metode riset multidisiplin	Mahasiswa mampu mengenali prinsip desain dan teori metodologi sebagai ilmu serta penerapannya dalam proses desain. [C1f, A2k] Mahasiswa mampu mengenali tokoh-tokoh pencetus metodologi desain dan produk intelektual yang menghasilkan pandangan, pendekatan, dan cara kerja dalam desain. [C2f, A2k]	1. Ketepatan dalam mengidentifikasi pandangan dan metodologi desain yang digagas tokoh dan faktor-faktor yang mempengaruhinya [C2f] 2. Ketepatan dalam menjelaskan definisi prinsip dan proses desain [C2f] 3. Ketepatan dalam mendiskusikan definisi metodologi desain [A2k]	Bentuk non test: - Bentuk test: Quiz no. 1 - 10	1. Kontrak Perkuliahan 2. Pengantar metodologi dan proses desain 3. Tinjauan sejarah *design movements* dan teori desain 4. Filosofi dan logika desain 5. Cara bertindak dan berpikir desain	**Kuliah**: Pemaparan kontrak perkuliahan **Discovery learning**: prinsip desain, proses desain, dan teori metodologi desain, mengerjakan kuis dalam bahasa Inggris	1x100'		3

2	CLO 01 [PLO-6] Mampu menelaah data melalui metode riset multidisiplin	Mahasiswa mampu mengenali tokoh-tokoh pencetus metodologi desain dan produk intelektual yang menghasilkan pandangan, pendekatan, dan cara kerja dalam desain. [C2f, A2k]	1. Ketepatan dalam menjelaskan pandangan desain dan cara kerja desain sebagai produk intelektual. [C2f] 2. Ketepatan dalam mendiskusikan metodologi desain [A2K]	Bentuk non test: Tugas 1 - Review pandangan dan metode desain tokoh-tokoh pada studi lapangan (sekitar) Bentuk test: -	1. Desain sebagai sebuah proses 2. Metodologi desain klasik 3. Metode desain Christopher Jones 4. Penelitian Kuantitatif, Penelitian Kualitatif, Penelitian Desain 5. Metode desain Bruce Archer, Metode desain John Heskett, Metode desain Gavin Ambrosse	**Kuliah:** Pemaparan **Discovery learning, Contextual Instruction:** prinsip desain, proses desain, dan teori metodologi desain	1x100'		3
3	CLO 01 [PLO-6]Mampu menelaah data melalui metode riset multidisiplin CLO 02 [PLO-6]Mampu menganalisis berbagai data terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual	Mahasiswa mampu mengidentifikasi berbagai metode desain yang populer dan mendiferensiasi metodologi desain sesuai dengan konteks perancangan. [C2f, A2k]	1. Ketepatan dalam mengidentifikasi persamaan/perbedaan metode-metode desain. [C2f] 2. Ketepatan dalam mendiskusikan pendekatan desain, metode desain, dan konteks perancangan. [A2k]	Bentuk non test: Tugas 1 - Review pandangan dan metode desain tokoh-tokoh pada studi lapangan (sekitar) Bentuk test: -	1. Berbagai pendekatan transdisiplin yang mempengaruhi metode desain 2. pendekatan desain inklusif 3. pendekatan desain partisipatif 4. Konteks, penelitian desain, dan proses desain 5. Analisis dan sintesis dalam penelitian desain 6. Konsep dalam metodologi desain dkv	**Kuliah:** Pemaparan **Small Group Discussion, Cooperative Learning:** Diskusi dan Refleksi			4
4	CLO 01 [PLO-6]Mampu menelaah data melalui metode riset multidisiplin CLO 02 [PLO-6]Mampu menganalisis berbagai data terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual	mahasiswa mampu mengidentifikasi konsep desain partisipatif dan turunan metodologi dalam penelitian desain yang berorientasi pada manusia dan lingkungan sebagai subjek terdampak desain komunikasi visual.[C2f, C4p]	1. Ketepatan dalam mengidentifikasi apa itu metode berpikir dalam desain dan penelitian. [C2f] 2. Ketepatan dalam menganalisis metode desain dan orientasi desain. [C4p]	Bentuk non test: Tugas 2 - Review pendekatan metodologi desain partisipatif Bentuk test: -		**Kuliah:** Pemaparan **Discovery learning dan Contextual Instruction**: Review pendekatan partisipatif dan konteks desain komunikasi visual	2x50'		4
5	CLO 01 [PLO-6]Mampu menelaah data melalui metode riset multidisiplin CLO 02 [PLO-6]Mampu menganalisis berbagai data terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual	Mahasiswa mampu mengidentifikasi apa yang dimaksud strategi desain dalam konteks komunikasi visual yang berorientasi pada manusia dan lingkungan sebagai subjek terdampak desain. [C4p, A2k]	1. Ketepatan menganalisis definisi dan klasifikasi strategi desain. [C2f] 2. Ketepatan dalam mendiskusikan strategi desain dalam konteks dan orientasi. [A2k]	Bentuk non test: Tugas 2 - Review pendekatan metodologi desain partisipatif Bentuk test: -	1. Definisi strategi desain 2. Klasifikasi strategi desain	**Kuliah:** Pemaparan **Small Group Discussion, Cooperative Learning:** Diskusi dan Refleksi	1x100'		4
6	CLO 02 [PLO-6] Mampu menganalisis berbagai data terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual	Mahasiswa mampu menelaah keragaman design thinking, dan kegunaan design thinking terhadap metodologi dalam penelitian desain dan tindakan desain yang berorientasi pada manusia dan lingkungan sebagai subjek terdampak desain. [C4f]	1. Ketepatan dalam mengidentifikasi dan menelaah cara berpikir desain sebagai pendekatan pada metodologi dan tindakan desain. [C4f]	Bentuk non test: Tugas 2 - Review pendekatan metodologi desain partisipatif Bentuk test: -	1. Introduksi pada design thinking 2. ragam design thinking 3. Kegunaan design thinking 4. Relasi design thinking dengan metodologi dan tindakan desain	**Kuliah:** Pemaparan **Small Group Discussion, Cooperative Learning:** Diskusi dan Refleksi			7
7	CLO 02 [PLO-6]Mampu menganalisis berbagai data terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visua CLO 03 [PLO-7]Mampu menelaah ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian dan tulisan ilmiah	Mahasiswa mampu menelaah berbagai metode desain yang populer, pemahaman fundamental metode desain barat dan timur, mendiferensiasi metodologi desain sesuai dengan konteks perancangan komunikasi visual dari case study. [C4f]	1. Ketepatan dalam mengidentifikasi dan menelaah metode desain fundamental barat dan timur, pengaruh pada metodologi dan tindakan desain dalam konteks dkv. [C4f]	Bentuk non test: Refleksi Diskusi Bentuk test: -	1. Pemahaman metode desain fundamental barat dan timur 2. Pendekatan penelitian desain komunikasi visual 3. Metode perancangan dalam konteks komunikasi visual 4. Metode brainstorming, teknik idea-generating dan menyempurnakan ide desain 5. alat dan instrumen penelitan dan perancangan	**Kuliah:** Pemaparan **Small Group Discussion, Cooperative Learning, Discovery Learning:** Diskusi dan Refleksi	1x100'		CONTOH 5
8	CLO 01 [PLO-6] Mampu menelaah data melalui metode riset multidisiplin CLO 02 [PLO-6] Mampu menganalisis berbagai data terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visua CLO-03 [PLO-7] Mampu menelaah ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian dan tulisan ilmiah	Students are able to analyze design thinking, design processes, methods, frameworks, tools, and instruments used in the context of visual communication design in case studies [C4p, C5p]	]1. Accuracy in explaining and analyzing design thinking, design processes, methods, frameworks, tools, and instruments. [C4p] 2. Systematic accuracy of presentation of reports and related visual data [C5p]	-Non-test form: ASSESSMENT 1 (Case Study Analysis) Test form:	1. Example of a design case in the context of visual communication	Perkuliahan dilakukan dalam bahasa inggris **Discovery Learning and Contextual Instruction:** Theory analysis on case studies in real experience		1x100'	12

9	CLO 01 [PLO-6] Mampu menelaah data melalui metode riset multidisiplin CLO 04 [PLO-7] Mampu menganalisis ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya berdasarkan kaidah dan etika ilmiah	Mahasiswa mampu memahami konteks dan signifikansi visual mapping sebagai metode dalam penelitian/proses desain dengan ruang lingkup studi kasus komunikasi visual. [C2f, A2k]	1. Ketepatan dalam menjelaskan tujuan pemetaan visual sebagai metode dalam penelitian/proses desain [C2f] 2. Ketepatan dalam mendiskusikan hal-hal krusial dalam pemetaan visual sebagai metode dalam penelitian/proses desain [A2k]	Bentuk non test: Kumpulan dan Deskripsi 5 Jenis Pemetaan Visual Bentuk test: -	1. pengertian pemetaan (mapping) dan visualisasi pemetaan dalam penelitian desain dan proses desain 2. contoh aplikasi pemetaan (mapping)	**Kuliah:** Pemaparan **Small Group Discussion, Cooperative Learning:** Kumpulan 5 Jenis Pemetaan Visual	1x50'	1x50'	4
10	CLO 02 [PLO-6] Mampu menganalisis berbagai data terkait khalayak sasar di bidang desain CLO 03 [PLO-7] Mampu menelaah ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian dan tulisan ilmiah CLO 04 [PLO-7] Mampu menganalisis ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya berdasarkan kaidah dan etika ilmiah	Mahasiswa mampu mendemonstrasikan dan mengkomunikasikan insight melalui metode mapping dalam penelitian desain dengan ruang lingkup studi kasus komunikasi visual. [C3p, A2p]	1. Ketepatan dalam mendemonstrasikan metode visual mapping dengan teknik walk-around dan dokumentasi [C3p] 2. Ketepatan dalam melaporkan insight visual mapping [A2p]	Bentuk non test: workshop Bentuk test: -	1. workshop metode visual mapping	**Simulation, Collaborative Learning, Discovery Learning**: Workshop metode visual mapping	1x50'	1x50'	5
11	CLO 01 [PLO-6]Mampu menelaah data melalui metode riset multidisiplin CLO-04 [PLO-7]Mampu menganalisis ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya berdasarkan kaidah dan etika ilmiah	Mahasiswa mampu memahami signifikansi metode brainstorming (Lightning Decision Jam/Kolase) yang menghasilkan prioritas desain dan representasi visual dalam penelitian/proses desain dengan ruang lingkup studi kasus komunikasi visual. [C2f, A2k]	1. Ketepatan dalam menjelaskan tujuan metode brainstorming sebagai metode dalam penelitian/proses desain [C2f] 2. Ketepatan dalam mendiskusikan hal-hal krusial dalam teknik LDJ/Kolase sebagai metode dalam penelitian/proses desain [A2k]	Bentuk non test: Mini group discussion Bentuk test: -	1. Pengertian metode Brainstorming dalam penelitian/proses desain 2. Metode Brainstorming dengan LDJ dan Kolase 2. Contoh penggunaan metode LDJ/kolase	**Kuliah:** Pemaparan **Discovery Learning, Small Group Discussion:** Signifikansi metode brainstorming dalam penelitian/proses desain	1x100'		4
12	CLO 02 [PLO-6] Mampu menganalisis berbagai data terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visua CLO 03 [PLO-7]Mampu menelaah ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian dan tulisan ilmiah CLO 04 [PLO-7] Mampu menganalisis ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya berdasarkan kaidah dan etika ilmiah	Mahasiswa mampu mendemonstrasikan dan mengkomunikasikan gagasan melalui metode brainstorming (Lightning Decision Jam/Kolase) dalam proses desain dengan ruang lingkup studi kasus komunikasi visual. [C3p, A2p]	1. Ketepatan dalam mendemonstrasikan metode brainstorming dengan LDJ dan Kolase [C3p] 2. Ketepatan dalam melaporkan gagasan desain sebagai hasil LDJ dan membuat representasi visual dengan Kolase [A2p]	Bentuk non test: workshop Bentuk test: -	1. Workshop metode LDJ/kolase	**Simulation, Collaborative Learning, Discovery Learning**: Workshop LDJ/Kolase	1x100'		5
13	CLO 01 [PLO 6]Mampu menelaah data melalui metode riset multidisiplin CLO 04 [PLO-7]Mampu menganalisis ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya berdasarkan kaidah dan etika ilmiah	Mahasiswa mampu memahami metode semantic differentials dan signifikansinya dalam proses desain dengan ruang lingkup studi kasus komunikasi visual. [C2f, A2k]	1. Ketepatan dalam menjelaskan tujuan metode semantic differentials dalam penelitian/proses desain [C2f] 2. Ketepatan dalam mendiskusikan hal-hal krusial dalam metode semantic differentials dalam penelitian/proses desain [A2k]	Bentuk non test: Mini group discussion Bentuk test: -	1. Pengertian metode semantic differentials dan signifikansinya dalam survey 2. Contoh penggunaan metode semantic differentials	**Kuliah:** Pemaparan **Discovery Learning, Small Group Discussion:** Signifikansi metode semantic differentials	1x100'		8
14	CLO 03 [PLO 7]Mampu menelaah ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian dan tulisan ilmiah CLO 04 [PLO 7]	Mahasiswa mampu mendemonstrasikan dan mengkomunikasikan gagasan melalui metode semantik dalam proses desain dengan ruang lingkup studi kasus komunikasi visual. [C3f, A2p]	1. Ketepatan dalam mendemonstrasikan metode survey semantic differentials [C3p] 2. Ketepatan dalam melaporkan insight survey semantic differentials [A2p]	Bentuk non test: workshop Bentuk test: -	1. Workshop metode semantik	**Simulation, Collaborative Learning, Discovery Learning**: Simulasi metode semantic differentials	1x100'		10
15	CLO 02 [PLO 6] Mampu menganalisis berbagai data terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visua CLO 03 [PLO-7]Mampu menelaah ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian dan tulisan ilmiah CLO 04 [PLO 7] Mampu menganalisis ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya berdasarkan kaidah dan etika ilmiah	mahasiswa mampu mengkaji dan menyusun hasil evaluasi simulasi penelitian desain dalam presentasi untuk merumuskan metodologi desain dalam konteks perancangan komunikasi visual sesuai dengan ruang lingkup studi kasusnya. [C4p,C5p, A2p]	1. Accuracy in evaluating design research simulation results [C5p] 2. Systematic accuracy of presentation of reports and presentation slides [C5p] 3. Accuracy in presenting related visual data, attractive and legible visualization on presentation slides.[A2p] 4. Clarity of analysis and evaluation points for developing design methodology. [C4p] 5. accuracy of synthesis as a basis for formulating design methodology. [A4f]	Bentuk non test: ASSESSMET 2 - Presentasi Hasil Workshop - Evaluasi dan Rumusan Framework Metodologi Desain Bentuk test: -	1. Arahan penulisan makalah berisi hasil penelitian dan perumusan kerangka kerja metodologi desain	**Discovery Learning, Problem-based Learning**: Presentasi mini research	1x100'		9

16	LO-03 [PLO-7] Able to study science, technology, art, design and culture to produce scientific studies and writings CLO-04 [PLO-7] Able to analyze science, technology, art, design and culture based on scientific principles and ethics	students can present the results of design research and formulate their design methodology in the context of visual communication design according to the scope of their case study. [C5p, A4f]		Non-test form: ASSESSMENT 2 - Evaluation Paper and Design Methodology Framework Formulation Test form:-	1. Evaluation of the design methodology and formulation of the design methodology in producing a design with a visual communication context.	Perkuliahan dilakukan dalambahasa inggris **Discovery Learning, Self-directed Learning:** Evaluation paper and design methodology formulation, assembling the framework in English	1x100'		8

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	Desain Sosial	FAK3BAB3	Aectiva	-	T = 2 sks	P = 1 sks	5 Ganjil 2024/2025	10 Juni 2024

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	Ttd Idhar Resmadi, S.I.Kom., M.T.	Ttd [Dr. Santi Salayanti, S.Sn., M.Ds.]	Ttd Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata Kuliah Desain Sosial merupakan mata kuliah wajib program studi S1 Desain Komunikasi Visual yang memberikan pengetahuan tentang teori, ide, dan gagasan desain berbasis sosial. Mata Kuliah Desain Sosial memaparkan dan mengkaji berbagai teori dan ide desain berbasis sosial serta membahas tentang fenomena-fenomena sosial dan pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals/ SDG's) yang ada di masyarakat. Mahasiswa diharapkan dapat memiliki kepekaan sosial (social awareness) sehingga dapat menelaah dan menganalisis berbagai fenomena dan perubahan sosial yang ada di masyarakat melalui perspektif desain.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-3	Mampu mengimplementasikan dan mendemonstrasikan teori, sejarah, dan prinsip seni rupa/desain di tingkat lokal serta global
PLO-7	Mampu menelaah dan menganalisis ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian berupa tulisan ilmiah berdasarkan kaidah serta etika ilmiah

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	[PLO-2] CLO 1- Mampu mengimplementasikan teori dan sejarah seni rupa dan desain di tingkat global (C3,F)	PLO-3
CLO-2	[PLO-7]- CLO 2- Mampu menelaah ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian dan tulisan ilmiah (C4,F)	PLO-7
CLO-3	[PLO-7]- CLO 3- Mampu menganalisis ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya berdasarkan kaidah dan etika ilmiah (C4,P)	PLO-7

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)					TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif		Kognitif/Pengetahuan	Hasil Proyek		
	Presentasi 1	Presentasi 2	Kuis	Makalah 1	Makalah 2	
CLO-1			24			24
CLO-2	18	18				36
CLO-3				20	20	40
Total per penilaian	18	18	20	20	20	100

Pustaka

Utama:

1. Berman David B. Do Good Design , Pearson education 2009
2. ARIEF ADITYAWAN S. Tinjauan Desain Grafis, Gramedia 2011
3. Andrew Shea. Designing For Social Change: Strategies for Community-Based Graphic Design.Princeton Architectural Press. 2012
4. Jorge Frascara. Design and Social Sciences. Routledge. 2002.
5. Agus Sachari. Sosiologi Desain. Penerbit ITB Press. 2002

Pustaka Pendukung:

1. Laura Scherling, Andrew DeRosa , Ethics in Design and Communication Critical Perspectives , Bloomsbury Visual Arts 2020
2. Klein Naomi , No LOGO, Knopf Canada Picador.1999
3. R. P. Bastari, I. Resmadi, and W. Lukito, "NILAI-NILAI SUBKULTUR DALAM MEREK MATERNAL DISASTER ", bahasarupa, vol. 4, no. 2, pp. 134-145, Apr. 2021

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Microsoft Word, Microsoft Powerpoint	Laptop/PC, Buku Tulis, Bolpoin/Pensil

Team Teaching	Idhar Resmadi, S.I.Kom., M.T. (Koordinator MK)
Matakuliah Syarat	-
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-01	Sub-CLO 1.1: Mahasiswa mampu menjelaskan definisi,pengertian, dan teori desain sosial (C2,F)	1. Ketepatan dalam menjelaskani menjelaskan definisi,pengertian, dan teori desain sosial	Bentuk non test: Membaca makalah Bentuk test: Kuis	Definisi dan pengertian desain sosial dan kaitannya dengan sustainable development goals	Kuliah: Pemaparan kontrak perkuliahan Small-Group Discussion: Mahasiswa membaca, merangkum, dan mempresentasikan makalah	1x150'		3
2	CLO-01	Sub-CLO 1.1: Mahasiswa mampu menjelaskan definisi,pengertian, dan teori desain sosial (C2,F)	1. Ketepatan dalam menjelaskani menjelaskan definisi,pengertian, dan teori desain sosial	Bentuk non test: Membaca makalah Bentuk test: Kuis	Teori-teori desain sosial dari Victor Papanek, Nigel Cross, dan Ivan Illich, dan sosiologi desain Agus Sachari	Kuliah: Kuliah Mimbar Small-Group Discussion: Mahasiswa membaca, merangkum, dan mempresentasikan makalah	1x150'		3
3	CLO-01	Sub-CLO 1.2: Mahasiswa mampu menjelaskan gagasan desain dan tanggung jawab sosial (C2,F)	1. Ketepatan dalam menjelaskan gagasan desain dan tanggung jawab sosial	Bentuk non test: Membaca Makalah Bentuk test: Kuis	Gagasan desain dan tanggung jawab sosial (social responsibility) berdasarkan perspektif Do Good Design	Kuliah: Kuliah Mimbar Small-Group Discussion: Mahasiswa membaca, merangkum, dan mempresentasikan makalah	1x150'		3
4	CLO-01	Sub-CLO 1.2: Mahasiswa mampu menjelaskan gagasan desain dan tanggung jawab sosial (C2,F)	1. Ketepatan dalam menjelaskan gagasan desain dan tanggung jawab sosial	Bentuk non test: Membaca Makalah Bentuk test: Kuis	Desain dan Etika	Kuliah: Kuliah Mimbar Small-Group Discussion: Mahasiswa membaca, merangkum, dan mempresentasikan makalah	1x150'		3

5	CLO-01	Sub-CLO 1.2: Mahasiswa mampu menjelaskan gagasan desain dan tanggung jawab sosial (C2,F)	1. Ketepatan dalam menjelaskan gagasan desain dan tanggung jawab sosial	Bentuk non test: Mencari studi kasus terkait sirkular ekonomi Bentuk test: Kuis	Desain dan Perilaku/Perubahan Sosial dan Teknologi	Kuliah: Kuliah Mimbar Small-Group Discussion: Mahasiswa mempresentasikan dan mendiskusikan tugas	1x150'		3
6	CLO-02	Sub-CLO: Mahasiswa mampu menelaah fenomena sosial melalui perspektif desain sosial (C4,F)	1. Ketepatan dalam menelaah fenomena sosial melalui perspektif desain sosial	Bentuk non test: - Bentuk test: Presentasi dan Makalah	Presentasi	Kuliah: Kuliah Mimbar Small-Group Discussion: Mahasiswa mempresentasikan dan mendiskusikan tugas	1x150'		9
7	CLO-02	Sub-CLO: Mahasiswa mampu menelaah fenomena sosial melalui perspektif desain sosial (C4,F)	1. Ketepatan dalam menelaah fenomena sosial melalui perspektif desain sosial	Bentuk non test: - Bentuk test: Presentasi dan Makalah	Presentasi	Kuliah: Kuliah Mimbar Small-Group Discussion: Mahasiswa mempresentasikan dan mendiskusikan tugas		1x150'	9
8	CLO 03	Sub-CLO: Mahasiswa mampu menganalisis fenomena sosial melalui perspektif desain sosial ke dalam bentuk tulisan ilmiah (C4,P)	1. Ketepatan dalam menganalisis fenomena sosial melalui perspektif desain sosial ke dalam bentuk tulisan ilmiah	Bentuk non test: - Bentuk test: Makalah	Pengumpulan Tugas 1 (Membedah studi kasus tentang desain sosial berdasarkan perspektif teori desain sosial)	Kuliah: **MATERI AKAN DISAMPAIKAN DALAM BAHASA INGGRIS** Kuliah Mimbar Small-Group Discussion: Mahasiswa mempresentasikan dan mendiskusikan tugas		1x150'	20
9	CLO 01	Sub-CLO 1.3: Mahasiswa mampu memberikan contoh isu-isu sosial terkait desain (C2,K)	1. Ketepatan dalam memberikan contoh isu-isu sosial terkait desain	Bentuk non test: Mencari studi kasus tentang desain dan etika Bentuk test: Kuis	Desain Berkelanjutan (circular economy)	Kuliah: Kuliah Mimbar Small-Group Discussion: Mahasiswa mempresentasikan dan mendiskusikan tugas	1x150'		3
10	CLO 01	Sub-CLO 1.3: Mahasiswa mampu memberikan contoh isu-isu sosial terkait desain (C2,K)	1. Ketepatan dalam memberikan contoh isu-isu sosial terkait desain	Bentuk non test: Mencari studi kasus tentang desain gaya hidup Bentuk test: Kuis	Desain dan Gaya Hidup (kultur dan subkutur)	Kuliah: Kuliah Mimbar Small-Group Discussion: Mahasiswa mempresentasikan dan mendiskusikan tugas	1x150'		3
11	CLO 01	Sub-CLO 1.3: Mahasiswa mampu memberikan contoh isu-isu sosial terkait desain (C2,F)	1. Ketepatan dalam memberikan contoh isu-isu sosial terkait desain	Bentuk non test: Mencari studi kasus tentang desain dan etika Bentuk test: Kuis	Desain dan media propanda	Kuliah: Kuliah Mimbar Small-Group Discussion: Mahasiswa mempresentasikan dan mendiskusikan tugas	1x150'		3
12	CLO 02	Sub-CLO: Mahasiswa mampu menelaah fenomena sosial melalui perspektif desain sosial (C4,F)	1. Ketepatan dalam menelaah fenomena sosial melalui perspektif desain sosial	Bentuk non test: Mencari studi kasus dari desainer lokal berbasis komunitas Bentuk test: Makalah	Strategi desain sosial berbasis komunitas	Kuliah: Kuliah Mimbar Cooperative Learning: Mahasiswa secara berkelompok membahas dan menyimpulkan tugas untuk menggali strategi desain sosial berbasis komunitas	1x150'		3
13	CLO 02	Sub-CLO: Mahasiswa mampu menelaah fenomena sosial melalui perspektif desain sosial (C4,F)	1. Ketepatan dalam menelaah fenomena sosial melalui perspektif desain sosial	Bentuk non test: Mencari studi kasus dari desainer lokal berbasis komunitas Bentuk test: Makalah	Strategi desain sosial berbasis komunitas	Kuliah: Kuliah Mimbar Cooperative Learning: Mahasiswa secara berkelompok membahas dan menyimpulkan tugas untuk menggali strategi desain sosial berbasis		1x150'	3
14	CLO 02	Sub-CLO: Mahasiswa mampu menelaah fenomena sosial melalui perspektif desain sosial (C4,F)	1. Ketepatan dalam menelaah fenomena sosial melalui perspektif desain sosial	Bentuk non test: - Bentuk test: Presentasi dan Makalah	Presentasi	Kuliah: Kuliah Mimbar Small-Group Discussion: Mahasiswa mempresentasikan dan mendiskusikan tugas	1x150'		6
15	CLO 02	Sub-CLO: Mahasiswa mampu menelaah fenomena sosial melalui perspektif desain sosial (C4,F)	1. Ketepatan dalam menelaah fenomena sosial melalui perspektif desain sosial	Bentuk non test: - Bentuk test: Presentasi dan Makalah	Presentasi	Kuliah: Kuliah Mimbar Small-Group Discussion: Mahasiswa mempresentasikan dan mendiskusikan tugas	1x150'		6

16	CLO 03	Sub-CLO: Mahasiswa mampu menganalisis fenomena sosial melalui perspektif desain sosial ke dalam bentuk tulisan ilmiah (C4,P)	1, Ketepatan dalam menganalisis fenomena sosial melalui perspektif desain sosial ke dalam bentuk tulisan ilmiah	Bentuk non test: - Bentuk test: Presentasi dan Makalah	Pengumpulan Tugas 2 (zines atau infografis terkait desain sosial berbasis komunitas)	Kuliah: **MATERI AKAN DISAMPAIKAN DALAM BAHASA INGGRIS** Kuliah Mimbar Small-Group Discussion: Mahasiswa mempresentasikan dan mendiskusikan tugas		1x150'	20

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	Portfolio and Visual Presentation	FAK3CAB3	Humagy	Asosiasi Desain Grafis Indonesia (ADGI)	T = 1	P = 2	5 Ganjil 2024/2025	10-Jun-24

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	Wahyu Lukito, S.Ds., M.Ds.	Dr. Andreas Rio Adriyanto, SE., M.Eng.	Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah

Portfolio and Visual Presentation merupakan mata kuliah wajib di Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual di Fakultas Industri Kreatif, yang mempelajari tentang penyusunan portofolio karya desain dan teknik presentasi visual. Mata kuliah ini memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa dalam mengkurasi karya-karya terbaik yang mampu merepresentasikan kemampuan dan keahlian yang dimiliki mahasiswa. Mahasiswa diharapkan mampu serta memiliki pemahaman tentang tren dan standar industri dalam pembuatan portofolio desain dan teknik presentasi visual.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-9	Mampu merancang dan menciptakan aset visual dan/atau audio visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual.
PLO-12	Mampu mengevaluasi, memberi saran, dan memutuskan hasil proyek pada kelompok kerja yang berada di bawah tanggungjawabnya melalui kinerja mandiri, bermutu, dan terukur dalam bidang keilmuan agar memberikan kontribusi kepada masyarakat luas.

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	[PLO-9] CLO-1 Mampu merancang aset visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual. [C6p]	PLO-9
CLO-2	[PLO-12] CLO-2 Mampu menciptakan karya desain komunikasi visual yang dapat dipresentasikan untuk pemecahan masalah yang memiliki nilai kewirausahaan. [C6k]	PLO-12

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif	Kognitif/ Pengetahuan	Hasil Proyek				
	Forum Diskusi	Kuis	Tugas-1	Tugas-2	Tugas Besar-1	Tugas Besar-2	
CLO-1	5	5	15		30		55
CLO-2				15		30	45
Total per penilaian	5	5	15	15	30	30	100

Pustaka

Utama:

1.Janda, M. 2013. Burn Your Portfolio: Stuff they don't teach you in design school, but should. Paperback
2.Keller, Maura. 2010. Design Matters: Portfolios 01. Flexibound
3.The Graphic Designer's Guide to Portfolio Design 3rd Editionby Debbie Rose Myers (Author)
4.Eisenman, S. 2008. Building Design Portfolios: Innovative Concepts for Presenting Your Work (Design Field Guide). Paperback
5.Anderson, D. 2016. Stand Out: Design a personal brand. Build a killer portfolio. Find a great design job. Paperback
6.Constructing the Persuasive Portfolio: The Only Primer You'll Ever Need by Margaret Fletcher (Author)
7.Clazie, I. 2010. Creating Your Digital Portfolio: The Essential Guide to Showcasing Your Design Work Online. Hardcover

Pustaka Pendukung:

1.Rowe, R., Will, G., & Linton, H. (2010). Graphic Design Portfolio Strategies for Print and Digital Media. Pearson.
2.Scher, P. (1992). The Graphic Design Portfolio. Watson-Guptill Publications.

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Office (Word, Excel, Power Point), Adobe Illustrator, Adobe Photoshop	Laptop, komputer, proyektor

Team Teaching	Wahyu Lukito, S.Ds., M.Ds., Yanuar Rahman, S.Ds., M.Ds., Novian Denny Nugraha, S.Sn., M.Sn., Aria Ar Razi, S.Ds., M.Ds.	
Matakuliah Syarat	-	
Ambang Batas Kelulusan	50,01	[dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%	[mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Mampu menjelaskan definisi dan kategori portofolio desain. [C2f]	Ketepatan dalam menguraikan definisi dan kategori portofolio desain. [C2p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis	1. Kontrak Perkuliahan, 2. Pengantar Portofolio Desain	**Kuliah:** Pemaparan kontrak perkuliahan dan pengantar portofolio desain. **Discovery Learning:** Contoh dan referensi portofolio desainer profesional.	3x50'		10
2	CLO-1	Mampu memproyeksikan karier di bidang DKV serta mendiskusikan tentang etika profesi desainer dalam sebuah forum. [C5k, A2k]	1. Ketepatan dalam memproyeksikan karier di bidang DKV. [C5k] 2. Kecakapan dalam mendiskusikan pendapat mengenai etika profesi desainer. [A2k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Forum diskusi, Tugas-1	1. Karier di Bidang DKV, 2. Etika Profesi Desainer	**Kuliah:** Pemaparan materi karier di bidang DKV dan etika profesi desainer. **Discovery Learning:** Memetakan keahlian yang dimiliki mahasiswa dan desainer yang menjadi panutan.	3x50'		10
3	CLO-1	Mampu mengimplementasi konsep personal branding [C3f]	Kecakapan dalam mengimplementasikan konsep personal branding. [C3f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas-1	1. Pengantar Personal Branding 2. Brief Tugas-1	**Kuliah:** Pemaparan materi Pengantar Personal Branding. **Discovery Learning:** Desainer yang memiliki personal branding yang	3x50'		5
4	CLO-1	Mampu merancang aset visual identity dengan software berbasis vektor dan bitmap [C6k]	1. Ketepatan dalam merancang aset visual identity berupa logo. [C6k] 2. Kecakapan dalam mengoperasikan software berbasis vektor dan bitmap. [P5m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas-1	Asistensi Tugas-1	**Project Based Learning:** Merancang logo sesuai dengan personal branding yang ingin dicitrakan.		3x50'	5
5	CLO-1	Mampu merancang aset visual identity dengan software berbasis vektor dan bitmap [C6k]	1. Ketepatan dalam merancang aset visual identity berupa supergraphic. [C6k] 2. Kecakapan dalam mengoperasikan software berbasis vektor dan bitmap. [P5m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas-1	Asistensi Tugas-1	**Project Based Learning:** Merancang supergraphic sesuai dengan personal branding yang ingin dicitrakan.	3x50'		5

6	CLO-1	Mampu menjelaskan definisi curriculum vitae dan cover letter [C2f]	Ketepatan dalam menguraikan definisi curriculum vitae dan cover letter. [C2p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar-1	1. Pengantar Curriculum Vitae & Cover Letter (dalam Bahasa Inggris) 2. Brief Tugas Besar-1	**Kuliah:** Pemaparan materi Pengantar Curriculum Vitae & Cover Letter (dalam Bahasa Inggris). **Discovery Learning:** Contoh curriculum vitae dan cover letter.	3x50'		5
7	CLO-1	Mampu merancang curriculum vitae pada platform curriculum vitae daring [C6k]	1. Ketepatan dalam merancang curriculum vitae mulai dari menyusun data pribadi, latar belakang pendidikan, pengalaman pekerjaan, serta kemampuan pribadi. [C6k] 2. Kecakapan dalam mengoperasikan platform curriculum vitae daring [P5m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar-1	Asistensi Tugas Besar-1	**Project Based Learning:** Merancang curriculum vitae pada platform curriculum vitae daring.	3x50'		5
8	CLO-1	Mampu merancang cover letter dengan software berbasis vektor dan bitmap [C6k]	1. Ketepatan dalam merancang cover letter mulai dari menyusun kalimat hingga menata letak elemen visual identity [C6k] 2. Kecakapan dalam mengoperasikan software berbasis vektor dan bitmap. [P5m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar-1	Asistensi Tugas Besar-1	**Project Based Learning:** Merancang cover letter dengan software berbasis vektor dan bitmap.		3x50'	5
9	CLO-2	Mampu menyeleksi karya desain untuk persiapan menyusun portofolio [C4k]	Ketepatan dalam menyeleksi karya-karya desain terbaik untuk disusun dalam portofolio [C4k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas-2	1. Kurasi Karya untuk Portofolio Desain 2. Brief Tugas-2	**Kuliah:** Pemaparan materi Kurasi Karya untuk Portofolio Desain. **Project Based Learning:** Menyeleksi karya-karya desain terbaik yang sudah pernah dikerjakan untuk persiapan menyusun portofolio.	3x50'		5
10	CLO-2	Mampu merancang portofolio desain pada platform portofolio daring sebagai media promosi diri. [C6k]	1. Ketepatan dalam merancang portofolio sesuai kategori media/ proyek. [C6k] 2. Kecakapan dalam mengoperasikan platform portofolio daring. [P5m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas-2	1. Tips dalam Menyusun Portofolio (dalam Bahasa Inggris) 2. Asistensi Tugas-2	**Kuliah:** Pemaparan materi Tips dalam Menyusun Portofolio (dalam Bahasa Inggris). **Project Based Learning:** Merancang portofolio desain pada platform portofolio daring.	3x50'		5
11	CLO-2	Mampu merancang portofolio desain pada platform portofolio daring sebagai media promosi diri. [C6k]	1. Ketepatan dalam merancang portofolio sesuai kategori media/ proyek. [C6k] 2. Kecakapan dalam mengoperasikan platform portofolio daring. [P5m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas-2	Asistensi Tugas-2	**Project Based Learning:** Merancang portofolio desain pada platform portofolio daring.	3x50'		5
12	CLO-2	Mampu merancang presentasi visual yang menarik dan efektif untuk persiapan wawancara. [C6k]	Ketepatan dalam merancang presentasi visual yang menarik dan efeketif. [C6k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar-2	1. Presentasi Visual 2. Brief Tugas Besar-2	**Kuliah:** Pemaparan materi Presentasi Visual. **Project Based Learning:** Merancang presentasi visual.	3x50'		10
13	CLO-2	Mampu merancang presentasi visual yang menarik dan efektif untuk persiapan wawancara. [C6k]	Ketepatan dalam merancang presentasi visual yang menarik dan efeketif. [C6k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar-2	Asistensi Tugas Besar-2	**Project Based Learning:** Merancang presentasi visual.	3x50'		5
14	CLO-2	Mampu mempraktikkan teknik wawancara yang persuasif. [A2p]	Kecakapan dalam mempraktikkan teknik wawancara yang persuasif. [A2p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar-2	1. Teknik Wawancara 2. Asistensi Tugas Besar-2	**Kuliah:** Pemaparan materi Teknik Wawancara. **Simulasi:** Praktek wawancara.	3x50'		10
15	CLO-2	Mampu mempraktikkan presentasi visual dan wawancara. [A2p]	Kecakapan dalam mempraktikkan presentasi visual dan wawancara sebagai simulasi wawancara kerja dan presentasi kepada klien. [A2p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar-2	Asistensi Tugas Besar-2	**Simulasi:** Presentasi visual dan wawancara kerja.		3x50'	5
16	CLO-2	Mampu mempraktikkan presentasi visual dan wawancara. [A2p]	Kecakapan dalam mempraktikkan presentasi visual dan wawancara sebagai simulasi wawancara kerja dan presentasi kepada klien. [A2p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar-2	Asistensi Tugas Besar-2	**Simulasi:** Presentasi visual dan wawancara kerja.		3x50'	5

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	**Nama MK**	**Kode MK**	**Rumpun MK**	**Mitra Pengembang RPS**	**Bobot (SKS)**		**Semester**	**Direvisi**
	Kerja Praktek	FAK3DAB2	Humagy		T = 1 SKS	P = 1 SKS	6 GENAP 24/25	20 MEI 2024

Otoritas	**Pengembang RPS**	**Ketua Kelompok Keahlian**	**Ketua Program Studi**
	Mario, M.Ds	Dr. Andreas Rio Adriyanto, SE., M.Eng	Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata Kuliah Kerja Profesi memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa dalam lingkungan kerja nyata, sesuai bidang studi mereka. Melalui program ini, mahasiswa dapat menerapkan teori yang telah dipelajari, mengembangkan keterampilan profesional, dan memahami dinamika industri. Kegiatan ini melibatkan tugas-tugas yang relevan dengan profesi yang dipilih, dibimbing oleh mentor, serta menghasilkan laporan akhir sebagai evaluasi. Tujuannya adalah mempersiapkan lulusan yang siap kerja dan kompetitif di industri.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI		
PLO-2	Mampu mengimplementasikan semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan di bidang desain komunikasi visual	
PLO-7	Mampu menelaah dan menganalisis ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian berupa tulisan ilmiah berdasarkan kaidah serta etika ilmiah	
Course Learning Outcomes (CLO)		**PLO yang didukung**
CLO-1	Mampu mengimplementasikan semangat kemandirian dan kejuangan (C3f)	PLO-2
CLO-2	Mampu menelaah ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian dan tulisan ilmiah (C4f)	PLO-7
CLO-3	Mampu menganalisis ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya berdasarkan kaidah dan etika ilmiah (C4p)	PLO-7

Penilaian

Id CLO	**Bobot per Bentuk Penilaian (%)**			**TOTAL BOBOT PER CLO**
	Aktivitas Partisipatif	**Kognitif/Pengetahuan**	**Hasil Proyek**	
	Kegiatan Kerja Praktek	Proses Bimbingan	Laporan Kerja Praktek	
CLO-1	50			50
CLO-2		20		20
CLO-3			30	30
Total per penilaian	50	20	30	100

Pustaka

Utama:

1.
2.

Pustaka Pendukung:

1. -
2. .

Media Pembelajaran	**Software :**	**Hardware :**
	Disesuaikan dengan kebutuhan	Disesuaikan dengan kebutuhan

Team Teaching	Mario, M.Ds
Matakuliah Syarat	-
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

#VALUE!	RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
	PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
	FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	Cultural Studies	FAK3EAB2	Aectiva		T = 2	P = 0	6 Genap 23/24	11 Juni 2024

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	Ttd [Wibisono Tegar Guna Putra, M.A.]	Ttd [Dr. Santi Salayati, S.Sn., M.Sn.]	Ttd [Arief Budiman, S.Sn., M.Sn]

Deskripsi Mata Kuliah	Mata kuliah ini adalah mata kuliah wajib prodi S1 Desain Komunikasi Visual Kajian budaya dan desain komunikasi visual bersinggungan dalam berbagai cara, mengeksplorasi bagaimana elemen visual memengaruhi, merefleksikan, dan membentuk praktik dan ideologi budaya. Kajian desain komunikasi visual melalui keca mata kajian budaya memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana elemen visual beroperasi dalam konteks budaya. Studi ini menyoroti keterkaitan antara desain visual, pemaknaan budaya, dan kekuatan sosial, yang menawarkan wawasan kritis mengenai peran budaya visual dalam membentuk masyarakat di hari ini.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)	Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
	PLO-1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi dengan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika.
	PLO-7	Mampu menelaah dan menganalisis ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian berupa tulisan ilmiah berdasarkan kaidah serta etika ilmiah

	Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
	CLO-1	[PLO-1] CLO 1 - Mampu menerapkan kemampuan berpikir logis dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi. [P2p]	PLO-1
	CLO-2	[PLO-7] CLO 1 - Mampu menelaah ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian dan tulisan ilmiah [C4f]	PLO-7

Penilaian	Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
		Aktivitas Partisipatif	Kognitif/Pengetahuan	Hasil Proyek				
		Asistensi	Kuis	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	
	CLO-1	0	5	15	15	15	0	50
	CLO-2	10	0	0	0	0	40	50
	Total per penilaian	10	5	15	15	15	40	100

Pustaka	Utama:
	1. Barker, Chris. (2005). Cultural Studies: Theory and Practices . Sage Publications, London, New Delhi 2. Kenney, K. (2008). Visual communication research designs. In Visual Communication Research Designs. https://doi.org/10.4324/9780203931011
	Pustaka Pendukung:
	1. Storey, John. (2018). Cultural Theory and Popular Culture:An Introduction. Taylor & Francis Group, New York 2. Darey, A. (2001). VISUAL DIGITAL CULTURE: Surface Play and Spectacle in New Media Genres. Taylor & Francis Group e-Library 3. W. T. G. Putra and D. Apsari, "Imagined Spaces Through Public Space Typography: Preliminary Studies Using Multimodal Ethnography", bahasarupa, vol. 6, no. 1, pp. 116-124, Oct. 2022.

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Microsoft Office, powerpoint	Laptop, Proyektor

Team Teaching	Wibisono Tegar Guna Putra, M.A.
Matakuliah Syarat	0
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu membedakan konsep-konsep dalam studi kebudayaan [P1p]	1. Ketepatan dalam membedakan konsep-konsep, ruang lingkup, dan keterkaitan studi kebudayaan dengan bidang desain komunikasi visual [P1p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis	1. Ruang lingkup Desain dan Studi Kebudayaan 2. Kontrak Perkuliahan; 3. Brief tugas 1 dan 2	**Kuliah:** Pemaparan mengenai kontrak perkuliahan **Self-direct learning:** Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Kuis di LMS.	1x100'		5
2	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu membedakan konsep-konsep dalam studi kebudayaan [P1p]	1. Ketepatan dalam membedakan konsep poliasemi dalam studi kebudayaan [P1p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1	1. IMAGE AND POLYSEMY 2.	**Kuliah:** Diskusi kelas	1x100'		5
3	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu membedakan konsep-konsep dalam studi kebudayaan [P1p]	1. Ketepatan dalam membedakan konsep cultural memory dalam studi kebudayaan [P1p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1	1. Memory dan media digital	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan dan briefing Tugas 1.	1x100'		5

4	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu membedakan konsep-konsep dalam studi kebudayaan [P1p]	1. Ketepatan dalam membedakan konsep consumption dalam studi kebudayaan [P1p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2	1. Consumption	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan dan briefing Tugas 2.	1x100'		10
5	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu membedakan konsep-konsep dalam studi kebudayaan [P1p]	1. Ketepatan dalam membedakan konsep identities dalam studi kebudayaan [P1p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2	1. Identities	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan.	1x100'		10
6	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu membedakan konsep-konsep dalam studi kebudayaan [P1p]	1. Ketepatan dalam membedakan konsep image and power dalam studi kebudayaan [P1p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3	1. Image and power	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan.	1x100'		6
7	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu membedakan konsep-konsep dalam studi kebudayaan [P1p]	1. Ketepatan dalam membedakan konsep representasi dalam studi kebudayaan [P1p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3	1. representasi	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan dan briefing Tugas 3. **Materi menggunakan bahasa inggris**	1x100'		6
8	CLO-1	Sub-CLO 1.2 Mampu menerapkan konsep-konsep dalam studi kebudayaan dalam rencana penulisan [P2f]	1. Ketepatan dalam menerapkan konsep-konsep dalam studi kebudayaan dalam rencana penulisan [P2f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3	1. Evaluasi hasil summary dan diskusi 2.	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Materi menggunakan bahasa inggris**		1x100'	6
9	CLO-2	Sub-CLO 2.1 Mampu mengembangkan ide penelitian dengan menggunakan konsep studi kebudayaan	1. Ketepatan dalam menerapkan konsep-konsep dalam topik dan objek penelitian studi kebudayaan dalam rencana penulisan [C2p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1. Menentukan topik dan objek penelitian dengan menggunakan perspektif studi kebudayaan untuk kebutuhan perancangan media dalam Desain Komunikasi Visual	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Discovery Learning:** Tahap 1: Mencari topik penelitian yang didasarkan pada permasalahan dan atau minat untuk kemudian melakukan proses asistensi.	1x100'		6
10	CLO-2	Sub-CLO 2.1 Mampu mengembangkan ide penelitian dengan menggunakan konsep studi kebudayaan	1. Ketepatan dalam menerapkan konsep-konsep dalam studi kebudayaan dalam rencana penulisan dengan analisis konten [C2p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1. Analisis Konten	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Discovery Learning:** Tahap 2: pengembangan ide penulisan bedasarkan topik-topik kebudayaan	1x100'		6
11	CLO-2	Sub-CLO 2.1 Mampu mengembangkan ide penelitian dengan menggunakan konsep studi kebudayaan	1. Ketepatan dalam menerapkan konsep-konsep dalam studi kebudayaan dalam rencana penulisan dengan analisis wacana kritis [C2p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** tugas 4	1.Analisis wacana kritis	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan.	1x100'		5

12	CLO-2	Sub-CLO 2.2 Mampu melengkapi hasil penulisan hasil penelitian [C3p]	1. Ketepatan dalam melengkapi hasil penulisan hasil penelitian dengan menuliskan objek penelitian [C3p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1. Workshop penulisan essay: menentukan topik dan objek penelitian	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Contextual instruction:** Tahap 3: praktek penulisan essay dan menentukan objek penelitian	1x100'		6
13	CLO-2	Sub-CLO 2.2 Mampu melengkapi hasil penulisan hasil penelitian [C3p]	1. Ketepatan dalam melengkapi hasil penulisan hasil penelitian dengan menggunakan alat analisis [C3p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1. Workshop penulisan essay: Penggunaan konsep dan alat analisis	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Discovery Learning:** Tahap 3: praktek analisis data untuk Kemudian melakukan proses asistensi.	1x100'		6
14	CLO-2	Sub-CLO 2.2 Mampu melengkapi hasil penulisan hasil penelitian [C3p]	1. Ketepatan dalam melengkapi hasil penulisan hasil penelitian dengan membuat slide presentasi [C3p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1.Presentasi progres penulisan	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Contextual Learning:** Tahap 4: praktek pemaparan progres penelitian		1x100'	6
15	CLO-2	Sub-CLO 2.2 Mampu melengkapi hasil penulisan hasil penelitian [C3p]	1. Ketepatan dalam melengkapi hasil penulisan hasil penelitian dengan menunjukan progres penulisan [C3p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1. Asistensi progres penulisan	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan.		1x100'	6
16	CLO-2	Sub-CLO 2.3 Mampu mendistribusikan hasil penelitian dalam bentuk berkas essay penelitian [C4p]	1. Ketepatan dalam mendistribusikan hasil penelitian dalam bentuk berkas essay penelitian dan presentasi [C4p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1. Presentasi hasil penulisan	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Contextual Learning:** **T**ahap 4: praktek pemaparan progres penelitian		1x100'	6

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah

Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
Manajemen Proyek	FAK3FAB2	HUMAGY	tidak ada	T= 3	P= 0	6 Genap 2024/2025	10-Jun-24

Otoritas

Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
[Diena Yudiarti, S.Ds., M.S.M.]	Ttd [Dr. Andreas Rio, SE., M.Eng.]	Ttd [Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.]

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini merupakan matakuliah wajib S1 DKV, Mk ini juga memberikan pemahaman mengenai manajemen proyek dalam keilmuan Desain Komunikasi Visual. Mensimulasikan suatu proyek desain yang dimulai dari persiapan, perencanaan, pelaksanaan, pengendalian sumber daya yang digunakan dan pengakhiran suatu proyek desain. Metode pembelajaran mata kuliah ini menerapkan studi kasus, analisis data serta metode simulasi proyek dengan klien seperti teknik negosiasi permintaan klien, presentasi hasil proyek dan dokumentasi pengarsipan suatu proyek desain sebagai portofolio unit bisnis yang memiliki nilai kewirausahaan.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-5	PLO 5 - Mampu mengonsep, melaksanakan dan menghasilkan proyek desain melalui prinsip manajemen proyek, Hak Kekayaan Intelektual (HKI), dan etika keprofesian terkait desain komunikasi visual.
PLO-8	PLO 8 - Mampu mengevaluasi, memberi saran, dan memutuskan hasil proyek pada kelompok kerja yang berada di bawah tanggungjawabnya melalui kinerja mandiri, bermutu, dan terukur dalam bidang keilmuan agar memberikan kontribusi kepada masyarakat luas

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	[PLO 5] CLO 1 - Mampu mengonsep proyek desain melalui prinsip manajemen proyek (c3k)	PLO-5
CLO-2	Mampu menguraikan tahapan dan membuat perencanaan biaya dalam dokumen penawaran proyek desain (c4f)	PLO-5
CLO-3	[PLO 8] CLO 2 - Mampu memberi saran dalam bidang keilmuan agar memberikan kontribusi kepada masyarakat luas (c5f)	PLO-8
CLO-4	Mampu mensimulasikan cara berkomunikasi dan teknik negosiasi dengan tim internal maupun dengan klien (c6f)	PLO-8

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif		Kognitif/Pengetahuan		Hasil Proyek		
	Tugas 1	Tugas 2	Kuis	Forum Diskusi	Tugas Besar 1	Tugas Besar 2	
CLO-1	10		5		10		25
CLO-2	10				15		25
CLO-3		10		5		10	25
CLO-4		10				15	25
Total per penilaian	20	20	5	5	25	25	100

Pustaka

Utama:

1. Terry Lee Stone, 2010, Managing the Design Process, Implementing Design, An Essential Manual for the Working Designer, Rockport Publisher

Pustaka Pendukung:

1. Surianto Rustan, 2015, Bisnis Desain, Penerbit Lintas Kreasi Imaji

Media Pembelajaran

Software :	Hardware :
Microsoft Office & Adobe	PC with internet connection & Projector

Team Teaching: Diena Yudiarti, S.Ds., M.S.M.; Atria N. Fadilla, M.Ds.

Matakuliah Syarat: -

Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01	[dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	80,00%	[mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 80,00% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mahasiswa mampu mengonsep proyek desain melalui prinsip manajemen proyek (c3k)	Ketepatan dalam mengidentifikasi Ruang Lingkup dan manajemen proyek desain	Bentuk non test: Tugas 1 Bentuk test: -	Ruang Lingkup dan manajemen proyek desain	Kuliah: Pemaparan Diskusi: Discovery Learning	3x50'		5
2 & 3	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mahasiswa mampu mengonsep proyek desain melalui prinsip manajemen proyek (c3k)	Ketepatan dalam mengidentifikasi definisi, karakteristik, cycle dab constraint manajemen proyek	Bentuk non test: Tugas 1 Bentuk test: Kuis	definisi, karakteristik, cycle dan constraint manajemen proyek	Kuliah: Pemaparan Diskusi: Contextual Instruction	6x50'		10
4	CLO-2	Sub-CLO 2.1 Mahasiswa mampu menguraikan tahapan dan membuat perencanaan biaya dalam dokumen penawaran proyek desain (c4f)	Ketepatan dalam menjelaskan proses kerja dalam proyek desain komunikasi visual	Bentuk non test: Tugas 1 Bentuk test: -	proses kerja dalam proyek desain komunikasi visual -Company Profile -Portofolio	Kuliah: Pemaparan Diskusi: Contextual Instruction & Collaborative Learning	3x50'		5

5,6 & 7	CLO-2	Sub-CLO 2.1 Mahasiswa mampu menguraikan tahapan dan membuat perencanaan biaya dalam dokumen penawaran proyek desain (c4f)	Ketepatan dalam menjelaskan arsip dan dokumen awal proyek desain - Proposal penawaran - Budgeting & Pricing - Time Constraint	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas Besar 1	arsip dan dokumen awal proyek desain - Proposal penawaran - Budgeting & Pricing - Time Constraint	Kuliah: Pemaparan Diskusi: Contextual Instruction & Collaborative Learning	9x50'		10
8	CLO-1 CLO-2	Sub-CLO 1.1 Mahasiswa mampu mengonsep proyek desain melalui prinsip manajemen proyek (c3k) Sub-CLO 2.1 Mahasiswa mampu menguraikan tahapan dan membuat perencanaan biaya dalam dokumen penawaran proyek desain (c4f)	Ketepatan dalam menjelaskan Draft Proposal Penawaran	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas Besar 1	Draft Proposal Penawaran	Kuliah: Pemaparan Diskusi: Contextual Instruction & Collaborative Learning		3x50'	20
9, 10, & 11	CLO-3	Sub-CLO 3.1 Mahasiswa mampu memberi saran dalam bidang keilmuan agar memberikan kontribusi kepada masyarakat luas (c5f)	Ketepatan dalam menjelaskan arsip dan dokumen proyek desain (visualisasi) - Client Brief - TOR Design	Bentuk non test: Tugas 2 Bentuk test: Forum Diskusi	arsip dan dokumen proyek desain (visualisasi) - Client Brief - TOR Design	Kuliah: Pemaparan Diskusi: Contextual Instruction & Collaborative Learning	9x50'		10
12, 13 & 14	CLO-4	Sub-CLO 4.1 Mahasiswa mampu mensimulasikan cara berkomunikasi dan teknik negosiasi dengan tim internal maupun dengan klien (c6f)	Ketepatan dalam menjelaskan arsip dan dokumen proyek desain (manajemen) - Timeline/Gantt Chart - BA Negosiasi Konten -Kontrak	Bentuk non test: Tugas 2 Bentuk test: -	arsip dan dokumen proyek desain (manajemen) - Timeline/Gantt Chart - BA Negosiasi Konten -Kontrak	Kuliah: Pemaparan Diskusi: Contextual Instruction & Collaborative Learning	9x50'		10
15 & 16	CLO-3 CLO-4	Sub-CLO 3.1 Mahasiswa mampu memberi saran dalam bidang keilmuan agar memberikan kontribusi kepada masyarakat luas (c5f) Sub-CLO 4.1 Mahasiswa mampu mensimulasikan cara berkomunikasi dan teknik negosiasi dengan tim internal maupun dengan klien (c6f)	Ketepatan dalam menjelaskan Final Artwork	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas Besar 2	Presentasi Dokumen Final Artwork	Kuliah: Pemaparan disampaikan menggunakan Bahasa Inggris Diskusi: Contextual Instruction & Collaborative Learning	3x50' pertemuan 15	3x50' pertemuan 16	30

LOGO UNIVERSITAS	RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	NAMA MK	KODE MK	RUMPUN MATA KULIAH	MITRA PENGEMBANG RPS			SEMESTER	Direvisi
	ETIKA DESAIN	IFI5D7	Mata Kuliah Program Studi	Telkomsel		P=0	7	22 Maret 2024

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ka PRODI
	Team	-	ex : Zaline Zyuyra

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini membantu mahasiswa belajar tentang bagaimana etika desain yang ada di dalam kehidupan sehari-hari dan lingkungan perusahaan. Setelah mengikuti perkuliahan ini mahasiswa akan mempunyai gambaran bagaimana etika desain diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari dan dalam lingkungan perusahaan.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes

Program Learning Outcomes (PLO) / CPL PRODI	
PLO 1	
PLO 2	

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang di dukung
CLO1	Mahasiswa mampu menjelaskan teori dan konsep etika desain	PLO 1
CLO2	Mahasiswa mampu menghubungkan teori dan konsep etika desain untuk membuat keputusan dalam kehidupan sehari-hari dan keterkaitan antara pemangku kepentingan di	PLO 1

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)					TOTAL BOBOT PER CLO (%)
	Aktivitas Partisipatif		Kognitif/Pengetahuan		Hasil Proyek	
	Tugas 1	Tugas 2		Quiz	Tugas Besar	
CLO1	5	5		10	30	50
CLO2	5	5		10	30	50
Total per penilaian	10	10	0	20	60	100

Pustaka

Utama:
1.[HAR14]
Hartman, Laura.
Pustaka Pendukung: -

Pustaka Pendukung:
1.[ADI21]

Media Pembelajaran	Software:	Hardware :
	Microsoft word, Mendeley, Mind map	-

Team Teaching	Runik M. Denny, Rizky
Matakuliah prasyarat	
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	60,00 (nilai)
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% (persentase)

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESMEN	MATERI	METODE	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT SUB CLO
1	CLO1	[CLO 01] Mahasiswa mampu menjelaskan definisi dasar tentang etika desain	Ketepatan penjelasan tentang definisi dasar etika, etika profesional, pentingnya etika dalam desain	Quiz, Tugas Besar	Pendahuluan Etika Desain: •Definisi etika Desain •Perkembangan etika Desain •Perilaku tidak etis	Ceramah dan Diskusi Kelas	2x50'		2,5
2	CLO1	CLO 01] Mahasiswa mampu menjelaskan dan, menguraikan sejarah dan dasar teori-teori etika desain	Ketepatan penjelasan dan uraian tentang sejarah dan dasar teori-teori dalam etika desain	Tugas	Teori-teori dalam etika bisnis: ●Teori utilitarisme ●Teori deontologi ●Teori hak ●Teori keutamaan	Ceramah dan Studi Kasus (Esai singkat dari salah satu teori etika)	2x50'		5
3	CLO1	CLO 01] Mahasiswa mampu menjelaskan dan memahami etika yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari	Ketepatan penjelasan dan uraian tentang etika desain yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari : Kode Etik Profesi dan Tujuan Kode Etik	Mini Proyek	Perilaku etis dan tidak etis dalam kehidupan sehari-hari: ●Nilai etika ●Hak dan kewajiban individu ●Peduli dan menghargai orang lain ●Toleransi, empati dan sikap positif	Ceramah dan Problem Based Learning		2x50'	
4	CLO1	•[CLO 01] Mahasiswa mampu menganalisis tentang arah bisnis dan tujuan penerapan etika dalam aspek desain, norma dan hukum	Ketepatan dalam menganalisis tentang arah bisnis dan tujuan penerapan etika dalam aspek desain, norma dan hukum	Quiz,	Arah desain dan tujuan penerapan etika desain dalam aspek bisnis, norma dan hukum: • Histori bisnis dan perubahan etika bisnis • Misi etika	Problem based learning		2x50' Quiz	2,5
5	CLO1	[1CLO1] Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan tentang penghargaan Kekayaan Intelektual sebagai bagian dari Etika Desain	Ketepatan dalam menjelaskan tentang Kekayaan Intelektual, dasar hukum kekayaan Intelektual serta ketepatan dalam menjelaskan tentang manfaat kekayaan intelektual bagi pelaku industri kreatif (C2f)	Non Test: - Test: Quiz	Definisi Hak Kekayaan Intelektual Dasar Hukum Kekayaan Intelektual Manfaat Kekayaan Intelektual pada pelaku Industri Kreatif (In English)	Diskusi dan problem based learning Dosen memaparkan dan memberikan presentasi Mahasiswa berdiskusi melalui forum diskusi	2x50'		2,5
6	CLO1	[CLO1] Mahasiswa mampu memahami dan menelaskan tentang penghargaan Kekayaan Intelektual sebagai bagian dari Etika Desain	Ketepatan dalam menguraikan, membandingkan serta memberikan contoh tentang Kekayaan Intelektual yang digunakan dalam keilmuan desain seperti Hak Cipta, Hak Desain Industri serta Indikasi Asal (C2k)	Non Test: Tugas 3: Progress Akhir Penulisan Proposal Test: Quiz	Hak Cipta Hak Merk Hak Desain Industri Indikasi Asal (In English)	Diskusi dan problem based learning Dosen memaparkan dan memberikan presentasi Mahasiswa berdiskusi melalui forum diskusi	2x50'		2,5
7	CLO1	[CLO1] Mahasiswa mampu menganalisis dilema etis dalam praktik desain	Ketepatan mahasiswa dalam menganalisis dilema etis dan pengambilan keputusan yang dihadapi dalam proyek desain khususnya terkait desain	Proyek	Analsis Dilema Etis Pengambila Keputusan Etis	Problem based learning (Studi Kasus)	2x50'		5
8	CLO1 : Mini Proyek	[CLO1] Mahasiswa mampu menganalisis dan merancang etika dalam Desain	Ketepatan mahasiswa dalam menganalisis dan merancang etika dalam desain	Mini Proyek tentang Desain yang Etis	Privasi Pengguna Manipulasi Digital Etika AI dalam Desain	Active Learning		2x50	30
9	CLO2	[CLO2] Mahasiswa mampu menganalisis Tren dan Tantangan Masa Depan dalam Etika Desain	Ketepatan mahasiswa dalam menganalisisTren dan Tantangan Masa Depan dalam Etika Desain	Tugas	Tren terbaru dalam etika desain dan tantangan masa depan dalam etika desain	Ceramah dan problem solving	2x50		5
10	CLO2	[CLO2] Mahasiswa mampu menjelaskan praktik presentasi yang baik dan etis	Ketepatan mahasiswa dalam menjelaskan jenis-jenis praktik presentasi yang baik dan etis	quiz	Pengertian dan Tujuan presentasi yang baik Jenis-Jenis Presentasi Yang Baik	Ceramah bervariatif dan diskusi	1 x 150'		5

11	CLO2	[CLO2] Mahasiswa mampu menjelaskan praktik negosiasi yang tepat dan sesuai etika desain	Ketetapatan mahasiswa dalam menjelaskan praktik negosiasi yang tepat dan etis	Tugas Proyek	Pengertian dan Tujuan Negosiasi yang baik Jenis-Jenis Negosiasi Yang Baik	Ceramah bervariatif dan diskusi	2x50'		2
12	CLO2	[CLO2] Mahasiswa mampu menganalisis Etika dalam Desain Industri secara berkelanjutan	Ketepatan mahasiswa dalam menganalisis etika dalam	Quiz	Tanggung jawab sosial Desain untuk keberlanjutan Hak-hak pekerja	diskusi dan problem based learning	2x50'		5
13	CLO2	[CLO2] Mahasiswa mampu menjelaskan jenis pengadaan jasa desain	Ketetapatan mahasiswa dalam menjelaskan Jenis Pengadaan jasa desain	Tugas Proyek	Proyek/Pengadaan Jasa Desain oleh Pemerintah Tahapan Proyek Pemerintah Tender & Seleksi Jasa Konsultansi Proyek Pemerintah dan Swasta		1 x 150'		3
14	CLO2	[CLO2] Mahasiswa mampu menentukkan biaya dalam layanan jasa desain	Ketepatan mahasiswa dalam merancang dan menentukan biaya dalam layanan jasa desain	Tugas Proyek	Strategi Harga Layanan Jasa Desain Cara Menghitung Biaya Pengerjaan Suatu Proyek Desain Termin Pembayaran Kontrak Kerja Rencana Anggaran		1 x 150'		5
15	CLO2	[CLO 2] Mahasiswa mampu merancang penawaran jasa desain secara etis	Ketepatan mahasiswa secara etis dalam menawarkan jasa desain	Proyek	Studi kasus	diskusi dan problem based learning	2x50'		10
16	CLO2 : Proyek	[CLO 2] Mahasiswa mampu merancang dan menampilkan praktik presentasi dan negosiasi dalam menawarkan jasa desain secara etis	Ketepatan mahasiswa secara etis dalam mempresentasikan dan menegosiasi suatu tawaran jasa desain	Proyek	Studi kasus	Problem based learning (Studi Kasus)	2x50'		15

RPS MK PEMINATAN
DESAIN ADVERTISING

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah

Nama MK	Kode MK	Kelompok Keahlian	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
				T=	P=		
Copywriting 2	FAK2AIB3	AECTIVA		T= 1	P= 2	4 GENAP 23/24	10-Jun-24

Otoritas

Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
[Sri Nurbani, S.Pd., M.Hum]	Dr. Santi Salayanti	ttd [Arief Budiman, S.Sn., M.Sn]

Deskripsi Mata Kuliah

Copywriting 2 merupakan mata kuliah wajib peminatan Advertising. Mata kuliah ini bertujuan untuk memperkenalkan kepada mahasiswa mengenai teknik penulisan naskah untuk iklan radio, jingle iklan, dan storyboard iklan televisi. Pada mata kuliah ini mahasiswa juga akan berlatih bagaimana menulis secara kreatif dan persuasif untuk mengartikulasikan pesan periklanan kepada target audiens sehingga pesan komunikasinya dapat tersampaikan secara efektif dengan cara menciptakan asep visual dan dapat membuat kosep perancangannya.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO 9	Mampu merancang dan menciptakan aset visual dan/atau audio visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual
PLO 10	Mampu merencanakan dan membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO 1	Mampu menciptakan aset visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual [A5f, P5p]	PLO 9
CLO 2	Mampu membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual yang relevan untuk menjawab kebutuhan target audiens [C6p].	PLO 10

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)								TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif		Kognitif/Pengetahuan		Hasil Proyek				
	Diskusi	Asistensi	Kuis 1 (Soal 1-10)	Kuis 2 (Soal 1-10)	Tugas 1 (Konsep Consum er	Tugas 2 (Kelompok) : Implemo	Tugas 3 (kelompok) : Konsep Naskah Iklan	Tugas 4 (Kelompok) : pengujian konsep	
CLO-1	5		5		10	15			35
CLO-2		10		5			20	30	65
Total per penilaian	5	10	5	5	10	15	50		100

Pustaka

Utama:

Agustrijatno. (2001). Copywriting: Seni Mengasah Kreativitas dan Memahami Bahasa Iklan. Bandung: Rosdakarya

Ahmadi, M. (1990). Komposisi Bahasa Indonesia. Malang: Yayasan A3

Alwasilah, A.C. & Alwasilah, S.S. (2005). Pokoknya Menulis. Bandung: Kiblat.

Alwi, H. (et.al). (2003). Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka

Arifin, E.Z. & Tasai, S.A. (1995). Cermat Berbahasa Indonesia. Jakarta: Akapres.

Atmowiloto, A. (2001). Mengarang Itu Gampang. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Keraf, Goris. 2004. Diksi dan Gaya Bahasa. Jakarta: Gramedia

Mark Shaw. 2009, Copywriting: Successful writing for design, advertising and marketing, Laurence King Publishing.

Suparno. 2004. Keterampilan Dasar Menulis. Jakarta: UT

Pustaka Pendukung:

A.M. Hoeta Soehoet. 2003.Media Komunikasi, Jakarta: IISIP.

Nurbani, S., & Barlian, Y. A. (2022). METAFORA PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT COVID-19. Semantik, 11(2), 135–148.

Media Pembelajaran

Software :	Hardware : Projector
Office (Word, Power Point), Movie & Audio Editor (bebas)	Infocus, Camera, Microphonegila

Team Teaching

Sri Nurbani, S.Pd., M.Hum, Reza Ramadani Firman, S.Ds., M.Ds, Yelly Andriani Barlian, S.S., M.Pd
Sri Maharani Budi H, S.Ds., M.Advtg

Matakuliah Syarat

Copywriting

Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01	[dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%	[mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
Week 1	CLO 01	Sub-CLO 1.1 Mampu menjelaskan mengenai terminologi Market Research pada naskah iklan. (C2F)	Ketepatan dalam menjelaskan Terminologi (Sejarah, Makna, Fungsi) Market Research pada Naskah Iklan TVC, Radio, & Jinggle)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis , soal no	Pengantar Market Research: Definisi Market Research Peran & Fungsi Big Data dalam Advertising	**Kuliah:** Pemaparan kontrak perkuliahan **Discovery learning:** Pengertian, fungsi dan sejarah market research	1x150'		2

Week 2	CLO 01	Sub-CLO 1.1 Mampu menjelaskan mengenai terminologi Market Research pada naskah iklan. (C2F)	Ketepatan dalam menjelakan Peran Market Research dalam Rancangan Naskah Iklan	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis , soal no	Market Research: Sumber-sumber rujukan Market Research. Metode pengumpulan data Konsumen Data Kuantitatif dan Data Kualitatif	**Kuliah:** Pemaparan Materi **Role play - simulation:** Diskusi tentang materi	1x150'		3
Week 3	CLO 01	Sub-CLO 1.2 Mampu mengkonsepkan dan merumuskan Consumer Journey dalam studi kasus yang brand/produk. (C3K, A4k)	Ketepatan dalam Menjabarkan Definisi Consumer Journey, Peran, dan Manfaatnya bagi Perancangan Copywriting Iklan	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1 (Kelompok): Mengkonsepkan Consumer Journey Berdasarkan Analisa Market Research.	Pengantar Consumer Journey Definisi Consumer Journey Fungsi Consumer Journey Elemen-elemen Consumer Journey Cara merancang Consumen Journey Contoh Consumer Journey Studi Kasus	**Kuliah:** Pemaparan Materi **Role play - simulation:** Diskusi tentang materi	1x150'		5
Week 4	CLO 01	Sub-CLO 1.2 Mampu mengkonsepkan dan merumuskan Consumer Journey dalam studi kasus yang brand/produk. (C3K, A4k)	Kesesuaian dalam Menggali dan Mengkonsepkan Consumer Journey dari Hasil Analisis Market Research melalui Studi Kasus Brand/produk tertentu.	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1 (Kelompok): Mengkonsepkan Consumer Journey Berdasarkan Analisa Market Research.	Consumer Journey: Activity Opinion Interest	**Kuliah:** Pemaparan brief pengumpulan tugas 1 dalam bahasa Inggris **Role Play - Simulation:** Presentasi	1x150'		5
Week 5	CLO 01	Sub-CLO 1.3 Mampu mengaitkan peran rand Insight, Problem Insight, dan Consumer Insight dengan Proses Perancangan Copywriting dalam Iklan (C4F)	Ketepatan dalam Mengaitkan Peran Brand Insight, Problem Insight, dan Consumer Insight dengan Proses Perancangan Copywriting dalam Iklan	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2 (Kelompok): Pengimplementasian hasil analisis market research dan insight sesuai dengan consumer journey yang telah dipilih.	Peran Brand Insight, Problem Insight, dan Consumer Insight	**Kuliah:** Pemaparan Materi **Role play - simulation:** Diskusi tentang materi	1x150'		5
Week 6	CLO 01	Sub-CLO 1.4 Mampu menganalisis data Consumer Journey menjadi insight-insight kreatif dalam merancang ide copywriting sesuai studi kasus. (C4P)	Ketepatan dalam menganalisis data Consumer Journey menjadi insight-insight yang kreatif dalam perancangan ide copywriting Iklan dengan media yang beragam.	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2 (Kelompok): Pengimplementasian hasil analisis market research dan insight sesuai dengan consumer journey yang telah dipilih.	Peran Brand Insight, Problem Insight, dan Consumer Insight	**Self-Paced Learning:** Mengakses aktivitas di LMS **Discovery Learning:** Eksplor website penyedia sumber lainnya		1x150'	5
Week 7	CLO 01	Sub-CLO 1.5 Mampu merancang dan menentukan hasil Consumer Journey Brand/Produk sesuai dengan studi kasus. (C6K, P5f)	Ketepatan dalam merancang hasil analisis Market Research dan insights berupa laporan mengenai Consumer Journey sebuah Brand/Produk tertentu.	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2 (Kelompok): Pengimplementasian hasil analisis market research dan insight sesuai dengan consumer journey yang telah dipilih.	Peran Brand Insight, Problem Insight, dan Consumer Insight	**Kuliah:** Pemaparan brief pengumpulan tugas 2 dalam bahasa Inggris **Role Play - Simulation:** Presentasi	1x150'		5
Week 8	CLO 02	Sub-CLO 1.5 Mampu merancang dan menentukan hasil Consumer Journey Brand/Produk sesuai dengan studi kasus. (C6K, P5f)	Ketepatan dalam mengemukakan laporan mengenai Consumer Journey dari sebuah Brand/Produk tertentu berdasarkan hasil analisis Market Research dan Insights.	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis 2 , soal no	Brand/Produk, Market Research, dan Insights.	**Kuliah:** Pemaparan Materi **Role play - simulation:** Diskusi tentang materi	1x150'		2
Week 9	CLO 02	Sub-CLO 2.1 Mampu menguraikan dan menyusun ide konsep naskah iklan sesuai Consumer Journey yang ditentukan. (C4F, A4p)	Ketepatan dalam mengilustrasikan ide rancangan dan menyusun konsep naskah iklan Tvc, Radio, Jinggle sesuai data Consumer Journey yang telah diperoleh.	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis 2 , soal no	Consumer Journey: Activity Opinion Interest	**Self-Paced Learning:** Mengakses aktivitas di LMS **Discovery Learning:** Eksplor website penyedia sumber lainnya		1x150'	3
Week 10	CLO 02	Sub-CLO 2.1 Mampu menguraikan dan menyusun ide konsep naskah iklan sesuai Consumer Journey yang ditentukan. (C4F, A4p)	Ketepatan dalam menguraikan hubungan antara rancangan naskah iklan Tvc, Radio, Jinggle dengan data Consumer Journey, Market Research dan Insight yang telah diperoleh pada minggu-minggu sebelumnya.	**Bentuk non test: Diskusi** **Bentuk test:** Tugas 3 (Kelompok): Konsep naskah iklan TVC, Radio dan Jinggle.	naskah iklan, Tvc, Radio, Jinggle	**Kuliah:** Pemaparan Materi **Role play - simulation:** Diskusi tentang materi	1x150'		5
Week 11	CLO 02	Sub-CLO 2.2 Mampu menafsirkan kembali contoh-contoh media promosi sebagai pengaplikasian copywriting iklan yang sudah ditentukan pada TVC. (C5K)	Ketepatan dalam menafsirkan kembali contoh-contoh media promosi sebagai pengaplikasian copywriting iklan yang sudah ditentukan pada TVC.	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3 (Kelompok): Konsep naskah iklan TVC, Radio dan Jinggle.	naskah iklan, Tvc, Radio, Jinggle	**Self-Paced Learning:** Mengakses aktivitas di LMS **Discovery Learning:** Eksplor website penyedia sumber lainnya		1x150'	10

Week 12	CLO 02	Sub-CLO 2.3 Mampu menyimpulkan dan menciptakan naskah iklan TVC, Radio, Jinggle pada media promosi yang memaksimalkan pesan komunikasi iklan. (C6M, P5p)	Ketepatan dalam menciptakan naskah iklan Tvc, Radio, Jinggle pada media-media promosi yang dapat memaksimalkan pesan komunikasi iklan.	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3 (Kelompok): Konsep naskah iklan TVC, Radio dan Jinggle.	naskah iklan, Tvc, Radio, Jinggle	**Kuliah:** Pemaparan brief pengumpulan tugas 3 **Role Play - Simulation:** Presentasi	1x150'		10
Week 13	CLO 02	Sub-CLO 2.3 Mampu menyimpulkan dan menciptakan naskah iklan TVC, Radio, Jinggle pada media promosi yang memaksimalkan pesan komunikasi iklan. (C6M, P5p)	Kesesuaian dalam pengujian konsep naskah iklan Tvc pada media-media promosi yang telah dipilih	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4 (Kelompok): pengujian konsep naskah iklan Tvc pada media-media promosi yang telah dipilih	konsep, naskah iklan Tvc, media-media promosi	**Kuliah:** Pemaparan Materi **Role play - simulation:** Diskusi tentang materi	1x150'		10
Week 14	CLO 02	Sub-CLO 2.3 Mampu menyimpulkan dan menciptakan naskah iklan TVC, Radio, Jinggle pada media promosi yang memaksimalkan pesan komunikasi iklan. (C6M, P5p)	Ketepatan dalam menciptakan naskah iklan Tvc pada media-media promosi yang dapat memaksimalkan pesan komunikasi iklan.	**Bentuk non test:** **- Asistensi** **Bentuk test:** Tugas 4 (Kelompok): pengujian konsep naskah iklan Tvc pada media-media promosi yang telah dipilih	Consumer Journey: Activity Opinion Interest	**Self-Paced Learning:** Mengakses aktivitas di LMS **Discovery Learning:** Eksplor website penyedia sumber lainnya		1x150'	10
Week 15	CLO 02	Sub-CLO 2.3 Mampu menyimpulkan dan menciptakan naskah iklan TVC, Radio, Jinggle pada media promosi yang memaksimalkan pesan komunikasi iklan. (C6M, P5p)	Ketepatan dalam pengujian konsep naskah iklan Tvc pada media-media promosi yang telah dipilih	**Bentuk non test:** **Asistensi** **Bentuk test:** Tugas 4 (Kelompok): pengujian konsep naskah iklan Tvc pada media-media promosi yang telah dipilih	CONTOH Dasar-Dasar Penelitian	**Kuliah:** **Role Play - Simulation:** Presentasi	1x150'		10
Week 16	CLO 02	Sub-CLO 2.3 Mampu menyimpulkan dan menciptakan naskah iklan TVC, Radio, Jinggle pada media promosi yang memaksimalkan pesan komunikasi iklan. (C6M, P5p)	Ketepatan dalam melakukan pengujian konsep naskah iklan Tvc pada media-media promosi yang telah dipilih	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4 (Kelompok): pengujian konsep naskah iklan Tvc pada media-media promosi yang telah dipilih	Consumer Journey: Activity Opinion Interest	**Kuliah:** Pengumpulan tugas 3 **Role Play - Simulation:** Presentasi	1x150'		10

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	Advertising & Media	FAK2BIB3	AECTIVA		T = 1	P = 2	4 Genap 23/24	27 Mei 2024

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	[Aisyi Syafikarani, S.T., M.Ds]	Ttd [Dr. Santi Salayati, S.Sn., M.Sn.]	Ttd [Arief Budiman, S.Sn., M.Sn]

Deskripsi Mata Kuliah	Mata kuliah Advertising dan Media merupakan matakuliah wajib peminatan Advertising, yang membahas mengenai peran media dalam industri periklanan. Media tersebut merujuk pada berbagai platform seperti media cetak (surat kabar, majalah, brosur), media elektronik (televisi, radio), media luar ruangan (billboard, spanduk), dan media digital (internet, media sosial). Mahasiswa akan belajar untuk menyusun strategi kreatif dalam periklanan, mulai dari perencanaan, bentuk strategi, membangun pesan yang efektif dan kreatif sehingga mahasiswa mengetahui tentang strategi media terintegrasi.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)	Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
	PLO-4	Mampu mengimplementasikan dan menggunakan teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya desain komunikasi visual.
	PLO-9	Mampu merancang dan menciptakan aset visual dan/atau audio visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual.
	Course Learning Outcomes (CLO)	**PLO yang didukung**
	CLO-1	[PLO-4] CLO 1 - Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, dan pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya desain komunikasi visual. [C3f] — PLO-4
	CLO-2	[PLO-9] CLO 2 - Mampu menciptakan aset visual untuk media desain komunikasi visual. [C6p] — PLO-9

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)							TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif	Kognitif/Pengetahuan		Hasil Proyek				
	Diskusi	Kuis 1	Kuis 2	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	
CLO-1	5	5		15	20			45
CLO-2			5			25	25	55
Total per penilaian	5	5	5	15	20	25	25	100

Pustaka

Utama:

1. Ilhamsyah. 2021. Pengantar Strategi Kreatif. Advertising Era Digital. Yogyakarta: Penerbit Andi.
2. Altstiel, T., Grow, Jean. 2011. Advertising Strategy: Creative Tactic From the Outside/In. California: Sage Publications, Inc.
3.Moriarty, S., Mitchell, N. & Wells, W. 2015. Advertising. Jakarta: Kencana
4.Kasilo, Djito. 2008. Komunikasi Cinta: Menembus G-spot Konsumen Indonesia. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.

Pustaka Pendukung:

1. Nasrullah, Dr. Rulli, M.Si. 2016. Sosial Media. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
2. Sugiyama, Kotaru. dan Andree, Tim. (2011). The Dentsu Way . USA: McGraw-Hill.

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Microsoft Powerpoint, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop	Laptop, Proyektor

Team Teaching	Aisyi Syafikarani, S.T., M.Ds. (Koord), Reza Ramadani Firman, S.Ds., M.Ds., Apsari Wiba Pamela, S.Ds., M.Ds., Nina Nursetia Ningrum, S.Pd., M.Pd., Dr. Samsul Alam, S.Pd., M.Pd.
Matakuliah Syarat	Komunikasi dan Media Literasi
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01 — [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% — [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu menjelaskan mengenai definisi dan jenis-jenis periklanan serta keterkaitan perkambangan pemasaran saat ini dengan perubahan periklanan yang terjadi. [C2f] [A1m]	1. Ketepatan dalam menerangkan kembali mengenai definisi periklanan. [C2f] 2. Kecakapan dalam menjawab dan menunjukkan keterkaitan perkembangan pemasaran saat ini dengan perubahan periklanan yang terjadi. [C2k] [A1m]	**Bentuk non test:** Diskusi mengenai Evolusi Komunikasi **Bentuk test:** Kuis 1: Definisi Periklanan (Soal 1-10)	1. Kontrak Perkuliahan 2. Definisi Periklanan 3. Evolusi Komunikasi Periklanan 4. Iklan dan Pemasaran	**Kuliah:** Pemaparan mengenai kontrak perkuliahan Advertising & Media dan materi perkuliahan. **Self-direct learning:** Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Kuis di LMS.	1x150'		5 5
2	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu menjelaskan mengenai definisi dan jenis-jenis periklanan serta keterkaitan perkambangan pemasaran saat ini dengan perubahan periklanan yang terjadi. [C2f] [A1m]	1. Ketepatan dalam menjelaskan trend periklanan saat ini dengan menggunakan studi kasus iklan. [C2f] 2. Ketepatan dalam menguraikan jenis-jenis iklan secara umum dan menunjukkan keterkaitannya dengan iklan sebagai komunikasi persuasif. [C2p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1 - Tren Periklanan	1. Jenis-jenis Iklan sebagai Komunikasi Persuasif 2. Iklan sebagai Komunikasi Persuasif 3. Trend Periklanan Saat Ini 4. Brief Tugas 1	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan dan briefing Tugas 1. **Project Based Learning:** Tahap 1: Asistensi - Progres pengumpulan data tren periklanan.	1x150'		5

3	CLO-1	Sub-CLO 1.2 Mampu menjelaskan langkah-langkah strategi kreatif serta model dampak iklan dalam sebuah rancangan kampanye periklanan. [C2f]	1. Ketepatan dalam menjelaskan langkah-langkah strategi kreatif dan tahapan perencanaan kampanye periklanan dalam sebuah studi kasus iklan. [C2f] 2. Ketepatan menyimpulkan pola strategi media dalam sebuah studi kasus iklan. [C2m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1 - Tren Periklanan	1. Definisi Strategi Kreatif Periklanan 2. Tahan Perencanaan Kampanye Periklanan (AISAS, Faced Model Effect) 3. Pola Strategi Media Aktif dan Pasif	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** Tahap 2: Menyimpulkan strategi kreatif dan media dari studi kasus yang sudah dipilih sebelumnya dan menampilkannya dalam bentuk infografis. Serta mengunggahnya di LMS.	1x150'		10
4	CLO-1	Sub-CLO 1.3 Mampu mengimplementasikan dan menerangkan strategi media terintegrasi dan trend media saat ini. [C3f]	1. Ketepatan dalam menjelaskan mengenai strategi media terintegrasi dan keterkaitannya dengan bagaimana media tersebut sebagai pesan iklan. [C2f] 2. Kecakapan dalam menemukan trend media dengan memberikan beberapa contoh media terkini. [C3f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2 - Tren Media Periklanan	1. Strategi Media Terintegrasi 2. Media sebagai Pesan 3. Trend Media Saat Ini 4. Brief Tugas 2	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan dan briefing Tugas 2. **Project Based Learning:** Tahap 1: Asistensi - Brainstorming mengenai trend media saat ini.		1x150'	5
5	CLO-1	Sub-CLO 1.3 Mampu mengimplementasikan dan menerangkan strategi media terintegrasi dan trend media saat ini. [C3f] [A2k]	1. Ketepatan dalam menampilkan beberapa contoh perancangan media dalam sebuah rancangan kampanye periklanan yang ada. [C2f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2 - Tren Media Periklanan	1.Perencanaan Media, Part 1 (Static Image, Print (Majalah, Koran), OOH, Ambient Ads, Kemasan, Banner Ads, Pop Up Ads, Screen Ads, Konten Medsos, Meme (MIM))	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Contextual Instruction:** Tahap 2: Asistensi - Melakukan studi lapangan untuk mencari contoh pengimplementasian media pada beberapa lokasi yang dijadikan studi kasus.	1x150'		5
6	CLO-1	Sub-CLO 1.3 Mampu mengimplementasikan dan menerangkan strategi media terintegrasi dan trend media saat ini. [C3f] [A2k]	1. Ketepatan dalam menampilkan beberapa contoh perancangan media dalam sebuah rancangan kampanye periklanan yang ada. [C2f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2 - Tren Media Periklanan	2.Perencanaan Media, Part 2 (Reactvertising, Poster Digitak, Media Dynamic Image, Audio Visual Televisi Commercial, Video Digital, Media Interactive, Online Ads, Aplikasi Digital, Games, Website, Radio (Streaming))	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** Tahap 3: Menampilkan beberapa contoh perancangan media yang ada dalam bentuk media TikTok. Serta mengunggahnya di LMS.	1x150'		10
7	CLO-2	Sub-CLO 2.1 Mampu menentukan strategi kreatif iklan dalam sebuah rancangan kampanye periklanan. [C3m]	1. Ketepatan dalam menentukan benefit produk dan consumer insight serta menghubungkan antara keduanya. [C3m] 2. Ketepatan dalam mengklasfikasikan kompetitor berdasarkan pada Perceptual Scale. [C2k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3 - Strategi Kreatif Periklanan	1. Benefit Product (FAB, Linking Strategy FCB) 2. Consumer Insight (Target Audiens, Consumer Journey (AOI), Moodboard Target Audiens) 3. Benefit Product vs Consumer Insight 4. Kompetitor (Perceptual Scale) 5. Brief Tugas 3	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan dan briefing Tugas 3. **Project Based Learning:** Tahap 1: Asistensi - Memilih studi kasus. Menentukan benefit produk, consumer insigt, dan kompetitor dari studi kasus yang dipilih.	1x150'		7
8	CLO-2	Sub-CLO 2.1 Mampu menentukan strategi kreatif iklan dalam sebuah rancangan kampanye periklanan. [C3m]	1. Ketepatan dalam menghasilkan pesan iklan/statement penjualan dalam sebuah rancangan kampanye periklanan dan keterkaitannya dalam menentukan creative approach. [C3m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3 - Strategi Kreatif Periklanan	1. Membangun Pesan Iklan/ Statement Penjualan (Message) 2. Creative Approach	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** Tahap 2: Asistensi - Menentukan pesan iklan/statement penjualan dari studi kasus yang dipilih.		1x150'	5
9	CLO-2	Sub-CLO 2.1 Mampu menentukan strategi kreatif iklan dalam sebuah rancangan kampanye periklanan. [C3m]	1. Ketepatan menghasilkan data hasil analisis dari observasi, wawancara, dan kuesioner yang akan digunakan dalam menyusun sebuah rancangan kampanye periklanan. [C3m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3 - Strategi Kreatif Periklanan	1. How to Find Data (Observasi, Wawancara, Kuesioner) 2. How to Analysis Data (Creative Analysis) 3. How to Use Consumer Journey data	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Discovery Learning:** Tahap 3: Asistensi - Mencari, mengumpulkan, dan menentukan informasi/data dari hasil observasi, wawancara, dan kuesioner.	1x150'		5

10	CLO-2	Sub-CLO 2.1 Mampu menentukan strategi kreatif iklan dalam sebuah rancangan kampanye periklanan. [C3m]	1. Ketepatan dalam menghasilkan big idea, key visual & key finding serta moodboard dalam menyusun sebuah rancangan kampanye periklanan. [C3m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3 - Strategi Kreatif Periklanan	1. How to Find Big Idea 2. Key Finding & Key Visual 3. Moodboard	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** Tahap 4: Menghasilkan big idea, key visual & key finding, dan moodboard. Serta menampilkan semua tahapan dalam bentuk artbook kemudian mengunggahnya di LMS.	1x150'		8
11	CLO-2	Sub-CLO 2.2 Mampu membuat ide kreatif yang tepat dalam sebuah kampanye periklanan. [C6p]	1. Kecakapan dalam mengecek ide kreatif yang telah ditentukan pada tahapan sebelumnya melalui pengujian ide dalam sebuah kampanye periklanan. [C3m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis 2: Pengujian Ide	1. Pengujian Ide (Simple, Unexpected, Persuasif, Entertain, Relevant, Acceptable)	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Collaborative Learning** Menilai ide kreatif yang telah dibuat melalui pengujian ide (Simple, Unexpected, Persuasif, Entertain, Relevant, Acceptable) dan mengunggahnya di LMS.	1x150'		5
12	CLO-2	Sub-CLO 2.3 Mampu menciptakan konsep visual dan media, serta mengimplementasikannya dalam bentuk perancangan sebuah kampanye periklanan. [C6p]	1. Ketepatan dalam merancang ide visual dalam menyusun sebuah rancangan kampanye periklanan. [C6k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4 - Perancangan Visual dan Media Periklanan	1. Visual Strategy (Ide Visual) 2.Perancangan Visual, Part 1 (Proximity, Alignment, Contrast, Balance, Fotografi & Ilustrasi) 3. Brief Tugas 4	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan dan briefing Tugas 4. **Project Based Learning:** Tahap 1: Asistensi - Menentukan ide visual perancangan.		1x150'	5
13	CLO-2	Sub-CLO 2.3 Mampu menciptakan konsep visual dan media, serta mengimplementasikannya dalam bentuk perancangan sebuah kampanye periklanan. [C6p]	1. Ketepatan dalam merancang ide visual dalam menyusun sebuah rancangan kampanye periklanan. [C6k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4 - Perancangan Visual dan Media Periklanan	1.Perancangan Visual, Part 2 (Retorika Visual, Warna, Tipografi, Tata Letak (Layout), Fisiologis Pembaca, Grid System, Moodboard Visual)	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** Tahap 2: Asistensi - Merancang visual berdasarkan pada ide visual yang sudah dirancang sebelumnya.	1x150'		5
14	CLO-2	Sub-CLO 2.3 Mampu menciptakan konsep visual dan media, serta mengimplementasikannya dalam bentuk perancangan sebuah kampanye periklanan. [C6p]	1. Ketepatan dalam merancang copywriting dalam bentuk headline/ subheadline/ bodycopy/ tagline dalam menyusun sebuah rancangan kampanye periklanan. [C6k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4 - Perancangan Visual dan Media Periklanan	1. Copywriting (Headline, Subheadline, Bodycopy, Tagline, # e-tagline)	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** Tahap 3: Asistensi - Merancang headline, subheadline, bodycopy, tagline berdasarkan ide besar yang sudah dirancang sebelumnya.	1x150'		5
15	CLO-2	Sub-CLO 2.3 Mampu menciptakan konsep visual dan media, serta mengimplementasikannya dalam bentuk perancangan sebuah kampanye periklanan. [C6p]	1. Ketepatan dalam merancang konsep visual dan media dalam bentuk mockup dan presentasi. [C6k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4 - Perancangan Visual dan Media Periklanan	1. How to selling idea	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan **dalam Bahasa Inggris. Project Based Learning:** Tahap 4: Presentasi - Merancang konsep visual dan media berdasarkan pada tahapan-tahapan sebelumnya dalam bentuk mockup dan presentasi. Serta mengunggahnya di LMS.	1x150'		5

16	CLO-2	Sub-CLO 2.3 Mampu menciptakan konsep visual dan media, serta mengimplementasikannya dalam bentuk perancangan sebuah kampanye periklanan. [C6p]	1. Ketepatan dalam merancang konsep visual dan media dalam bentuk mockup dan presentasi. [C6k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4 - Perancangan Visual dan Media Periklanan	1. How to present your idea	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan **dalam Bahasa Inggris. Project Based Learning:** Presentasi - Merancang konsep visual dan media berdasarkan pada tahapan-tahapan sebelumnya dalam bentuk mockup dan presentasi.		1x150'	5

CONTOH - Template ini dapat digunakan untuk menyusun RPS. Isian setiap komponen dapat disesuaikan dengan kebutuhan. Namun tidak diperkenankan melakukan perubahan pada struktur dokumen RPS

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI SARJANA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah

Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
				T= 1	P= 2		
Market Research and Consumer Behaviour	FAK2CIB3	HUMAGY	-			4 Genap 24/25	27-Mei-24

Otoritas

Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
Nina Nursetia Ningrum S.Pd., S.Pd., M.Pd.	Dr. Andreas Rio Adriyanto, SE., M.Eng.	Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah Market Research and Consumer Behaviour merupakan mata kuliah wajib pemintan yang memberikan pemahaman mendalam tentang konsep dan praktik riset pasar serta perilaku konsumen. Mahasiswa akan belajar mengenai metode-metode riset pasar yang efektif, perilaku konsumen dari sisi Psikologi, Insights, Neuromarketing, serta analisis pesaing dan pasar secara keseluruhan. Sehingga mahasiswa mampu memahami kebutuhan konsumen serta mampu menentukan potensi pasar termasuk survei, wawancara, dan analisis data. Mereka juga akan mempelajari faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen, seperti motivasi, persepsi, dan preferensi. Dengan memahami perilaku konsumen secara mendalam, mahasiswa dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan tepat sasaran, serta meningkatkan daya saing produk atau layanan dalam pasar yang kompetitif.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-6	Mampu menelaah dan menganalisis data melalui metode riset multidisiplin terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual.
PLO-10	Mampu merencanakan dan membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin.

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	CLO 1 - memahami metode riset yang relevan untuk halayak sasaran desain komunikasi visual. (c3k)	PLO-6
CLO-2	CLO 2 - Menginterpretasikan data secara kreatif untuk mengeksplorasi perilaku khalayak sasar sebagai landasan konsep iklan berbasis kaidah dkv. (c2f)	PLO-6
CLO-3	CLO 3 - Mampu menyusun konsep dan narasi perancangan iklan kreatif berdasarkan riset dan analisis vang terstruktur. (c6m)	PLO-10

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif		Pengetahuan/Kognitif		Hasil Proyek		
	Diskusi 1	Diskusi 2	Kuis	Tugas Individu	Proyek Kecil	Proyek Besar	
CLO-1	10		5		25		40
CLO-2				20			20
CLO-3		10				30	40
Total per penilaian	10	10	5	20	25	30	**100**

Pustaka

Utama:

1. Solomon, M.R. (2019). Consumer Behavior: Buying, Having, and Being (13th ed.). Pearson.
2. Norman, D.A. (2013). The Design of Everyday Things (Revised and Expanded Edition). Basic Books.
3. Eyal, N. (2014). Hooked: How to Build Habit-Forming Products. Portfolio.
4. Heath, C. and Heath, D. (2007). Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die. Random House.
5. Berger, J. (2013). Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age. Simon & Schuster.

Pustaka Pendukung:

1. Nahai, N. (2016). Inside the Mind of a Consumer. [Video] TEDx Talks. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=2bFWdbbS8Rk
2. Influence At Work. (2012). The Science of Persuasion. [Video] Available at: https://www.youtube.com/watch?v=cFdCzN7RYbw

Media Pembelajaran

Software :	Hardware :
Ms Office, Adobe Creative Suite	Alat Tulis, PC/Laptop

Team Teaching: Rahmiati Aulia S.Sn, M.M.
Rizka Rachmawati S,Ds., MBA

Matakuliah Syarat: Design Thinking

Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01	[dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%	[mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	1-1. mahasiswa mampu menelaah data-data market research yang dihasilkan serta mendeteksi data pasar yang relefan dalam sebuah gagasan (c4f)	1. Ketepatan dalam menjelaskan market recearch and human behavoiur sesuai dengan data yang sudah didapatkan 2. Ketepatan dalam mengusulkan data-data market research sebagai materi penunjang di perkuliahan	**Bentuk non-test:** - **Bentuk test:** Kuis	Gambaran Umum Riset Pasar dan Perilaku Konsumen	**Kuliah:** Pemaparan kontrak perkuliahan & materi umum mengenai Riset Pasar & Perilaku Konsumen **Diskusi:** pentingnya memahami perilaku konsumen bagi pengiklan.	1x150		2,5
2	CLO-1	1-1. mahasiswa mampu menelaah data-data market research yang dihasilkan serta mendeteksi data pasar yang relefan dalam sebuah gagasan (c4f)	1. Ketepatan dalam mengklasifikasikan data yang didapat sesuai target pasar 2. ketepatan dalam mendiskusikan mengenai target usia market	**Bentuk non-test:** - **Bentuk test:** Kuis	Mengapa Wawasan tentang Consumer Behaviour itu Penting	**Kuliah:** Pemaparan mengenai Wawasan Perilaku Konsumen **Diskusi:** Diskusi studi kasus tentang bagaimana wawasan mengubah strategi periklanan.	1x150		2,5
3	CLO-1	1-2. mahasiswa mampu mengaitkan data dengan market research dalam wilayah advertising yang dituju dan menemukan data yang relevan untuk dikaji lebih mendalam (c4f)	1. ketepatan dalam mengaitkan beberapa teori dengan market reseach and human behaviour 2. ketepatan dalam mengusulkan target market sebagai salah satu awal dari gagasan ide iklan	**Bentuk non-test:** Diskusi 1 **Bentuk test:** -	Menafsirkan Data untuk Menghasilkan Wawasan	**Kuliah:** Pemaparan mengenai Metode Penelitian secara umum **Diskusi:** menafsirkan data yang diberikan untuk menghasilkan wawasan.	1x150		3
4	CLO-1	1-2. mahasiswa mampu mengaitkan data dengan market research dalam wilayah advertising yang dituju dan menemukan data yang relevan untuk dikaji lebih mendalam (c4f)	1. Ketepatan dalam menganalisis target usia sebagai data yang dibutuhkan 2. Ketepatan dalam menyesuaikan target usia market sebagai awal dari ide pembuatan iklan	**Bentuk non-test:** Diskusi 1 **Bentuk test:** -	Teknik Pengumpulan Data (Survei, Wawancara, Focus Groups)	**Kuliah:** - **Roleplay & Simulation:** Melakukan wawancara tiruan berpasangan.		1x150	3
5	CLO-1	2-1. mahasiswa mampu menyeleksi beberapa data market research yang dapat digunakan ataupun tidak digunakan serta dapat menentukan data yang sudah diperoleh secara terperinci (c4k)	1. Ketepatan dalam menyesuaikan beberapa pertanyaan quesioner dengan target audience 2. Ketepatan dalam mengusulkan beberpa pertanyaan sebagai pertanyaan market research	**Bentuk non-test:** Diskusi 1 **Bentuk test:** -	Metode Penelitian Kualitatif vs. Kuantitatif	**Kuliah:** Pemaparan mengenai Metode Penelitian secara umum **Collaborative learning:** Merancang pertanyaan penelitian untuk studi produk.	1x150		4

6	CLO-1	2-1. mahasiswa mampu menyeleksi beberapa data market research yang dapat digunakan ataupun tidak digunakan serta dapat menentukan data yang sudah diperoleh secara terperinci (c4k)	1. Ketepatan dalam melengkapi beberpa pertanyaan quesioner yang kurang dalam membuat quesioner 2. ketepatan dalam mendiskusikan hasil rancangan pertanyaan quesioner	**Bentuk non-test:** - **Bentuk test:** Proyek Kecil	Mempersiapkan Data Riset	**Kuliah:** materi mengenai cara mempersiapkan data riset **Collaborative learning:** Latihan langsung dengan mengorganisir data survei menggunakan perangkat digital.		1x150	7
7	CLO-1	2-2. mahasiswa mampu melakukan riset melalui data consumer insight yang sudah didapat untuk membuktikan media dan komunikasi (c3m)	1. Ketepatan dalam mengkonsepkan beberapa pertanyaan yang akan dijadikan quesioner 2. Ketepatan dalam mendiskusikan pertanyaan quesioner yang akan di sebar ke target audience	**Bentuk non-test:** - **Bentuk test:** Proyek Kecil	Menyiapkan perangkat penyimpan Data (Excel, Google Sheets)	**Kuliah:** materi mengenai perangkat penyimpan data **Self Directed learning:** Sesi praktis menggunakan Excel untuk entri dan pembersihan data.	1x150		7
8	CLO-1	2-2. mahasiswa mampu melakukan riset melalui data consumer insight yang sudah didapat untuk membuktikan media dan komunikasi (c3m)	1. Ketepatan dalam mendistribusikan quesioner pada target audience sebagai market research and human behaviour 2. Ketepatan dalam menyesuaikan quesioner pada target audience	**Bentuk non-test:** - **Bentuk test:** Proyek Kecil	Menyiapkan Data Market Riset menggunakan perangkat digital	**Kuliah:** - **Roleplay & Simulation:** Simulasi berupa presentasi hasil riset kepada klien	1x150		11
9	CLO-2	3-1. mahasiswa mampu merencanakan sebuah data untuk menjangkau target consumer insight dan merancang media komunikasi yang terhubung dengan target audience yang dituju (c6f)	1. Ketepatan dalam merencanakan beberapa pertanyaan wawancara sebagai penunjang human behaviour 2. ketepatan dalam mengaitkan beberapa pertanyaan dengan target audience untuk di wawancarai	**Bentuk non-test:** - **Bentuk test:** Tugas Individu	Pengantar Analisis Data (Deskriptif & AIO)	**Kuliah:** materi mengenai pengantar Analisis Data **Collaborative learning:** Menganalisis data menggunakan model deskriptif dan AIO	1x150		5
10	CLO-2	3-1. mahasiswa mampu merencanakan sebuah data untuk menjangkau target consumer insight dan merancang media komunikasi yang terhubung dengan target audience yang dituju (c6f)	1. Ketepatan dalam merancang pertanyaan wawancara 2. ketepatan dalam mendiskusikan ide pertanyaan-pertanyaan wawancara	**Bentuk non-test:** - **Bentuk test:** Tugas Individu	Pengantar Visualisasi Data (Grafik, Diagram)	**Kuliah:** - **Collaborative learning:** Membuat grafik dan diagram menggunakan aplikasi pengolah data visual		1x150	5
11	CLO-2	3-2. mahasiswa mampu merancang pertanyaan terkait consumer insight yang akan disebar ke target audience serta mampu menyimpulkan data yang sudah didapat melalui hasil survey (c6k)	1. Ketepatan dalam memilih beberapa jenis pertanyaan wawancara secaya terstruktur dan tepat 2. Ketepatan dalam menyempurnakan pertanyaan wawancara yang akan didistribusikan pada target audience	**Bentuk non-test:** - **Bentuk test:** Tugas Individu	Menerapkan Wawasan Konsumen dalam Periklanan: Segmentasi target audiens, analisis psikografis, dan proses konsumen dalam *decision-making*	**Kuliah:** materi mengenai wawasan Perilaku Konsumen **Contextual Instruction:** mengembangkan konsep strategi periklanan berdasarkan perilaku konsumen.	1x150		10
12	CLO-3	3-2. mahasiswa mampu merancang pertanyaan terkait consumer insight yang akan disebar ke target audience serta mampu menyimpulkan data yang sudah didapat melalui hasil survey (c6k)	1. Ketepatan dalam mempersiapkan pertanyaan wawancara sebagai salah satu bentuk mengetahuinnya human behaviour 2. Ketepatan dalam melaporkan hasil yang didapat setelah melakukan wawancara dengan target audience	**Bentuk non-test:** Diskusi 2 **Bentuk test:** -	Studi Kasus Iklan berbasis Market Riset, Neuromarketing, dan Perilaku Konsumen	**Kuliah:** materi mengenai studi kasus iklan **Collaborative learning:** Membuat konsep kampanye iklan alternatif berbasis perilaku konsumen	1x150		5
13	CLO-3	4-1.mahasiswa mampu mengkonsepkan sebuah gagasan pesan dan media serta mampu merancang terciptanya konsep iklan yang relevan(c3k)	1. Ketepatan dalam membangun gagasan dalam suatu ide iklan 2. Ketepatan dalam menciptakan suatu konsep dan ide iklan	**Bentuk non-test:** Diskusi 2 **Bentuk test:** -	Etika dalam Riset Pasar	**Kuliah:** materi mengenai etika dalam riset pasar **Diskusi:** Debat tentang isu etis dalam pengumpulan dan analisis data	1x150		5
14	CLO-3	4-1.mahasiswa mampu mengkonsepkan sebuah gagasan pesan dan media serta mampu merancang terciptanya konsep iklan yang relevan(c3k)	1. Ketepatan dalam merancang ide atau gagasan sebuah iklan 2. ketepatan dalam merumuskan gagasan ide iklan yang sampai ke target audience	**Bentuk non-test:** - **Bentuk Test:** Proyek Besar	Penerapan Riset Pasar & Perilaku Konsumen	**Kuliah:** Panduan Tugas Proyek Besar **Collaborative Learning:** Mengumpulkan Data Pasar berupa visualisasi siap olah		1x150	10
15	CLO-3	4-2. mahasiswa mampu menghasilkan konsep serta gagasan pesan media untuk terciptanya iklan kreatif dan mampu mendemonstrasikan gagasan tersebut(c3m)	1. Ketepatan dalam merumuskan konsep iklan sebagai salah satu penunjang terciptanya iklan yang sesuai dengan market research 2. Ketepatan dalam mengerjakan konsep dan ide iklan	**Bentuk non-test:** - **Bentuk Test:** Proyek Besar	Strategi Kampanye Iklan berbasis Riset Pasar & Perilaku Konsumen	**Kuliah:** - **Collaborative Learning:** Mengembangkan konsep strategi kampanye iklan	1x150		10
16	CLO-3	4-2. mahasiswa mampu menghasilkan konsep serta gagasan pesan media untuk terciptanya iklan kreatif dan mampu mendemonstrasikan gagasan tersebut (c3m)	1. Ketepatan dalam mempertunjukan suatu konsep dan ide iklan yang sudah dikerjakan 2. Ketepatan dalam menyempurnakan suatu konsep iklan	**Bentuk non-test:** - **Bentuk Test:** Proyek Besar	Presentasi Akhir	**Kuliah:** - **Flip Learning:** Presentasi hasil konsep kampanye iklan berbasis riset pasar dan konsumen	1x150		10

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI SARJANA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	Manajemen Periklanan	FAK2DIB2	HUMAGY	Agensi Iklan	T= 2	P= -	4 Genap 24/25	10-Jun-24

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	Rahmiati Aulia, S.Sn., M.M.	Dr. Andreas Rio Adriyanto, SE., M.Eng.	Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah

Manajemen Periklanan merupakan mata kuliah yang merupakan salah satu mata kuliah wajib peminatan, yang membahas mengenai perkembangan industri periklanan Indonesia maupun global, agensi-agensi periklanan, serta potensi karir pada bidang tersebut. Selain itu mata kuliah ini membekali mahasiswa dengan pemahaman mendalam tentang bagaimana proses penggunaan media dalam promosi penjualan produk dan/atau layanan jasa sehingga mampu menghasilkan iklan yang efektif, komunikatif, estetis dan menarik perhatian khalayak sesuai dengan karakter dan kebutuhan pengguna jasa atau klien. Mahasiswa diharapkan mampu dan mempersiapkan diri dalam industri periklanan.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-3	Mampu **mengimplementasikan dan mendemonstrasikan** teori, sejarah, dan prinsip seni rupa/desain di tingkat lokal serta global
PLO-5	Mampu **mengonsep, melaksanakan dan menghasilkan** proyek desain melalui prinsip manajemen proyek, Hak Kekayaan Intelektual (HKI), dan etika keprofesian terkait desain komunikasi visual.

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	[PLO 3] CLO 1 - Mampu **mengimplementasikan** teori dan sejarah seni rupa dan desain di tingkat global (C3f)	PLO-3
CLO-2	[PLO 3] CLO 2 - Mampu **mengimplementasikan** teori dan sejarah seni rupa dan desain di tingkat lokal (C3f)	
CLO-3	[PLO 5] CLO 3 - Mampu **melaksanakan** etika keprofesian terkait desain komunikasi visual(advertising) (C3f)	PLO-5

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)					TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif		Kognitif/Pengetahuan		Hasil Proyek	
	Asistensi Mid Term	Asistensi Final Term	Kuis	Data Riset	Presentasi akhir	
CLO-1	2	0	2	0	0	4
CLO-2	5	0	0	30	10	45
CLO-3	0	5	2	34	10	51
Total per penilaian	7	5	4	64	0	100

Pustaka

Utama:

1. Nurfebiaraning, S. (2017) *Manajemen periklanan* . Yogyakarta: Deepublish.
2. Kumar, P. (2023) *Function and Structure of Advertising Agencies: A Comprehensive Guide* . Last updated: 29 July 2023. Available at: hmhub
3. Ilhamsyah (2021) *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital* . Yogyakarta: Andi. ISBN 978-623-01-1007-8

Pustaka Pendukung:

1. Sauerman, R. (2024) The Brand Guy. Available at: https://the-brand-guy.com/
2. Jung, D. (2022) 'What is working at a creative advertising agency like? Hours, culture, pros/cons | career talk', YouTube video, added by Dahye Jung [Online]. Available at: https://youtu.be/77kHUQTsghQ?si=ZV5JLSBWxpuDO5fB

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Microsoft Office	PC/Laptop, Alat Tulis

Team Teaching	Sri Maharani Budi H, S.Ds., M.Advtg Rizka Rachmawati, S.Ds., MBA.
Matakuliah Syarat	Tidak ada
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01 — [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% — [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-01	1-1. Mahasiswa mampu menginterpretasikan sejarah dan evolusi agensi periklanan(C2f)	1. Ketepatan menginterpretasikan sejarah dan evolusi agensi periklanan(C2f)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis: Persepsi mengenai agensi iklan	Pengenalan kepada Agensi Periklanan	**Kuliah:** Pemaparan Kontrak Perkuliahan **Discovery Learning Inquiry:** Introduction Agensi Periklanan	1x100'		2
2	CLO-01	1-1. Mahasiswa mampu menginterpretasikan sejarah dan evolusi agensi periklanan(C2f)	1. Ketepatan menginterpretasikan sejarah dan evolusi agensi periklanan(C2f)	**Bentuk non test:** Asistensi-Menentukan Agensi Periklanan **Bentuk test:** -	Sejarah dan Evolusi Agensi Periklanan	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Collaborative Learning:** Riset dan referensi agensi periklanan	1x100'		2
3	CLO-02	2-1. Mahasiswa mampu mengklasifikasikan dan menguraikan struktur agensi periklanan (C2k, C2p)	1. Ketepatan mengklasifikasikan dan kecermatan menguraikan struktur agensi periklanan (C2k, C2p)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Profile Agensi Periklanan: • Types of Ad Agencies • Structure of Ad Agencies • Ad Agency Workflow • Creative Strategy and Development	Jenis-jenis Agensi Periklanan	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Collaborative Learning:** Riset dan wawancara agensi periklanan	1x100'		5
4	CLO-02	2-1. Mahasiswa mampu mengklasifikasikan dan menguraikan struktur agensi periklanan (C2k, C2p)	1. Ketepatan mengklasifikasikan dan kecermatan menguraikan struktur agensi periklanan (C2k, C2p)	**Bentuk non test:** Asistensi-Profile Agensi Periklanan: • Structure of Ad Agencies **Bentuk test:** -	Struktur Agensi Periklanan	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Collaborative Learning:** Riset dan wawancara agensi periklanan		1x100'	5
5	CLO-02	2-2. Mahasiswa mampu melengkapi profil agensi periklanan (C3p)	1. Kecermatan melengkapi profil agensi periklanan (C3p)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** T.1-Profile Agensi Periklanan: • Types of Ad Agencies • Structure of Ad Agencies	Agensi Periklanan Populer di Dunia dan Nasional	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Collaborative Learning:** Riset dan wawancara agensi periklanan	1x100'		10
6	CLO-02	2-2. Mahasiswa mampu melengkapi profil agensi periklanan (C3p)	1. Kecermatan melengkapi profil agensi periklanan (C3p)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** T.1-Profile Agensi Periklanan: • Ad Agency Workflow	Alur Kerja Agensi Periklanan	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Collaborative Learning:** Riset dan wawancara agensi periklanan	1x100'		5

7	CLO-02	2-2. Mahasiswa mampu melengkapi profil agensi periklanan (C3p)	1. Kecermatan melengkapi profil agensi periklanan (C3p)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** T.1-Profile Agensi Periklanan(Presentasi): • Creative Strategy and Development • Media Planning and Buying	Strategi Kreatif dan Pengembangannya	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Collaborative Learning:** Riset dan wawancara agensi periklanan	1x100'		10
8	CLO-02	2-2. Mahasiswa mampu melengkapi profil agensi periklanan (C3p)	1. Kecermatan melengkapi profil agensi periklanan (C3p)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** T.1-Profile Agensi Periklanan: • Ad Agency Workflow • Creative Strategy and Development • Media Planning and Buying	Media Planning and Buying	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi ***(dalam Bahasa Inggris)*** **Discovery Learning:** Research and interview advertising agencies		1x100'	10
9	CLO-03	3-1. Mahasiswa mampu menemukenali dan menyimpulkan etika profesi dalam periklanan (C1f, C2m)	1. Ketepatan menemukenali dan menyimpulkan etika profesi dalam periklanan (C1f, C2m)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis: Etika profesi periklanan	Etika dalam Periklanan	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Collaborative Learning:** Riset dan wawancara agensi periklanan	1x100'		2
10	CLO-03	3-1. Mahasiswa mampu menemukenali dan menyimpulkan etika profesi dalam periklanan (C1f, C2m)	1. Ketepatan menemukenali dan menyimpulkan etika profesi dalam periklanan (C1f, C2m)	**Bentuk non test:** Visitasi industri perikalanan **Bentuk test:** -	Kunjungan ke Agensi Periklanan: Kuliah Umum/Kunjungan Industri	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Collaborative Learning:** Riset dan wawancara agensi periklanan		1x100'	5
11	CLO-03	3-2. Mahasiswa mampu mengklasifikasikan dan menunjukan jenis dan pola pekerjaan pada agensi periklanan (C2k, P3f)	1. Ketepatan mengklasifikasikan dan menunjukan jenis dan pola pekerjaan pada agensi periklanan (C2k, P3f)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** T.2-Jobdesk Agensi Periklanan: • Digital Advertising	Digital Advertising/Periklanan Digital	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Collaborative Learning:** Riset dan wawancara agensi periklanan	1x100'		2
12	CLO-03	3-2. Mahasiswa mampu mengklasifikasikan dan menunjukan jenis dan pola pekerjaan pada agensi periklanan (C2k, P3f)	1. Ketepatan mengklasifikasikan dan menunjukan jenis dan pola pekerjaan pada agensi periklanan (C2k, P3f)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** T.2-Jobdesk Agensi Periklanan: • Advertising Campaign Case Studies	Studi Kasus: Kampanye Periklanan	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Collaborative Learning:** Riset dan wawancara agensi periklanan	1x100'		5
13	CLO-03	3-2. Mahasiswa mampu mengklasifikasikan dan menunjukan jenis dan pola pekerjaan pada agensi periklanan (C2k, P3f)	1. Ketepatan mengklasifikasikan dan menunjukan jenis dan pola pekerjaan pada agensi periklanan (C2k, P3f)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** T.2-Jobdesk Agensi Periklanan: • Teamwork and Communication Skills	Kerja Tim dan Keterampilan Komunikasi	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Collaborative Learning:** Riset dan wawancara agensi periklanan	1x100'		5
14	CLO-03	3-2. Mahasiswa mampu mengklasifikasikan dan menunjukan jenis dan pola pekerjaan pada agensi periklanan (C2k, P3f)	1. Ketepatan mengklasifikasikan dan menunjukan jenis dan pola pekerjaan pada agensi periklanan (C2k, P3f)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** T.2-Jobdesk Agensi Periklanan: • Final Project Preparation& Presentation	Persiapan Proyek Akhir	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Self-Directed Learning & Collaborative Learning:** Riset dan wawancara agensi periklanan	1x100'		10
15	CLO-03	3-2. Mahasiswa mampu mengklasifikasikan dan menunjukan jenis dan pola pekerjaan pada agensi periklanan (C2k, P3f)	1. Ketepatan mengklasifikasikan dan menunjukan jenis dan pola pekerjaan pada agensi periklanan (C2k, P3f)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** T.2-Jobdesk Agensi Periklanan(Presentasi): • Final Project Preparation& Presentation	Presentasi Proyek Akhir	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi **Discovery Learning:** Review dan Feedback	1x100'		10
16	CLO-03	3-2. Mahasiswa mampu mengklasifikasikan dan menunjukan jenis dan pola pekerjaan pada agensi periklanan (C2k, P3f)	1. Ketepatan mengklasifikasikan dan menunjukan jenis dan pola pekerjaan pada agensi periklanan (C2k, P3f)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** T.2-Jobdesk Agensi Periklanan: • Review dan feedback	Dream Job to Consider in Advertising: Course Review and Feedback	**Kuliah:** Pemaparan dan Diskusi ***(dalam bahasa inggris)*** **Discovery Learning:** Review dan Feedback		1x100'	12

CONTOH - Template ini dapat digunakan untuk menyusun RPS. Isian setiap komponen dapat disesuaikan dengan kebutuhan. Namun tidak diperkenankan melakukan perubahan pada struktur dokumen RPS

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	Studio Advertising 4	FAK3AIB4	HUMAGY	-	T = 2	P = 2	7 Ganjil 24/25	22 Mei 2024

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	Ttd [Jiwa Utama, S.Ds., M.Ds]	Ttd [Dr. Andreas Rio Adriyanto, SE., M.Eng]	Ttd [Arief Budiman, S.Sn., M.Sn]

Deskripsi Mata Kuliah	Mata kuliah Studio Advertising 4 merupakan mata kuliah wajib peminatan, yang bertujuan melatih mahasiswa untuk mengembangkan konsep strategi kreatif iklan atau strategi pesan, kemampuan teknis, tata ungkap visual yang efektif sebagai eksekusi kreatif, komunikatif dalam proyek kampanye periklanan komersil interaktif yang inovatif serta melatih mahasiswa agar mampu merancang kampanye periklanan dengan penekanan pada penggunaan media digital serta mampu untuk mempresentasikan karya iklan dalam kampanye periklanan komersil tersebut dengan baik dan tepat.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-6	PLO 6 - Mampu menelaah dan menganalisis data melalui metode riset multidisiplin terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual.
PLO-10	PLO 10 - Mampu merencanakan dan membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	[PLO 6] CLO 1 - Mampu menelaah data melalui metode riset multidisiplin	PLO-6
CLO-2	[PLO 6] CLO 2 - Mampu menganalisis berbagai data terkait khalayak sasar di bidang Desain Komunikasi Visual	PLO-6
CLO-3	[PLO 10] CLO 3 - Mampu merencanakan perancangan konsep karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisplin	PLO-10
CLO-4	[PLO 10] CLO 4 - Mampu membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual	PLO-10

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)							TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif				Kognitif/Pengetahuan	Hasil Proyek		
	Tugas 1 (1.1)	Tugas 1 (1.2-1.3)	Tugas 2 (2.1)	Tugas 2 (2.2-2.5)	Kuis	Tugas 3	Tugas 4	
CLO-1					5			10
	5							
CLO-2		10						15
			5					
CLO-3				15				15
CLO-4						20	40	60
Total per penilaian	5	10	5	15	5	20	40	100

Pustaka

Utama:

1. Altstiel, T., Grow, Jean. 2011. Advertising Strategy: Creative Tactic From the Outside/In. California: Sage Publications, Inc.
2. Moriarty, S., Mitchell, N. & Wells, W. 2011. Advertising. Jakarta: Kencana
3. Ilhamsyah. 2021. Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital. Jakarta: Andi

Pustaka Pendukung:

1. Kasilo, Djito. 2008. Komunikasi Cinta: Menembus G-spot Konsumen Indonesia. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
2. Jewler, A. Jerome., Drewniany, Bonnie L. 2001. Creative Strategy in Advertising. Belmont USA: Wadsworth/Thomson Learning

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe Premiere, Adobe After Effect,	PC / Laptop grafis, Kamera

Team Teaching	Jiwa Utama, Ilhamsyah, Ligar Muthmainah	
Matakuliah Syarat	Studio DKV 3	
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01	[dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%	[mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Sub-CLO 1-1 Mahasiswa mampu **menjelaskan** dengan baik dan tepat apa itu Iklan dalam sebuah kampanye komersil [**C2F**]	Ketepatan dalam menjelaskan pengertian, fungsi, jenis, dan tujuan dari iklan dan juga bagaimana peran iklan dalam sebuah kampanye komersil	Bentuk test: Kuis - pemahaman iklan dalam kampanye komersil	Pengantar Iklan dalam sebuah kampanye komersial	Kuliah: Pemaparan materi tentang Iklan (pengertian, jenis,fungsi) dan posisi iklan dalam sebuah kampanye komersil (membahas dari contoh-contoh kampanye iklan komersil beserta media-media yang digunakan dalam sebuah	4x50'		5
2		Sub-CLO 1-2 Mahasiswa mampu **menjelaskan** dengan baik dan tepat apa itu 4 komponen dalam Advertising modern [**C2F**]	Ketepatan dalam menjelaskan apa itu 4 komponen advertising modern yaitu Strategi Advertising, Ide kreatif atau Konsep Kreatif, Pelaksanaan Kreatif, hingga Perencanaan media, dan bagaimana implementasinya pada sebuah kampanye komersil	Bentuk test: Tugas 1: 1.1 mencari dan menelaah data iklan dari produk yang ditentukan dan menganalisis bagaimana implementasi 4 komponen advertising dari data iklan produk tersebut	4 Komponen dalam Advertising	Kuliah: Pemaparan tentang materi 4 Komponen dalam Advertising Modern beserta contoh implementasi dari 4 komponen tersebut (contoh implementasi Strategi Advertising, Ide Kreatif / Konsep Kreatif, Pelaksanaan Kreatif, Perencanaan Media-penjelasan media tradisional dan media digital)	4x50'		5
3	CLO-2	Sub-CLO 2-1 Mahasiswa mampu **menjelaskan** dengan baik dan tepat data produk dan target sasar yang telah ditelaah [**C2F**]	Ketepatan dalam menjelaskan data keunggulan produk (Feature, Advantage, Benefit), SWOT, konsumen, customer, dan prospek yang telah ditelaah serta bagaimana cara kerja perilaku konsumen	Bentuk test: Tugas 1: 1.2 mencari dan menelaah data produk dan target sasar	Perencanaan Kampanye Iklan : Analisis Situasi - Analisis SWOT dan Target Sasar	Kuliah: Pemaparan tentang materi Rencana Kampanye - analisis situasi tentang mengumpulkan dan menganalisis informasi tentang produk, kompetitor, dan informasi target sasar secara umum dan pelanggan secara khusus	4x50'		5
4		Sub-CLO 2-2 Mahasiswa mampu **menelaah** dengan baik dan tepat pesan iklan dari data iklan yang telah ditentukan [**C4F**]	Ketepatan dalam menelaah strategi pendekatan pesan iklan apa yang digunakan dari data iklan produk (TVC dan iklan cetak) yang telah ditentukan	Bentuk test: Tugas 1: 1.3 menelaahpesan iklan dari data iklan produk (TVC dan Iklan Cetak) yang telah ditentukan	Perencanaan Kampanye Iklan : Analisis Situasi - Tujuan Advertising - Identifikasi Masalah melalui pesan iklan	Kuliah: Pemaparan materi tentang analisis situasi - apa itu tujuan advertising dan pengidentifikasian masalah yang dapat dipecahkan dengan pesan iklan	4x50'		5

5		Sub-CLO 2-3 Mahasiswa mampu **menelaah** dan menentukan masalah produk dengan baik dan tepat **[C4F]**	Ketepatan dalam menelaah dan menentukan masalah produk (awareness produk yang kurang, pesan produk yang belum tepat) berdasarkan analisis terhadap positioning produk	Bentuk test: Tugas 2: 2.1 menelaah dan menentukan masalah produk (melalui simulasi masalah yang ditentukan) berdasarkan analisis terhadap positioning produk	Perencanaan Kampanye Iklan : Strategi Komunikasi Brand	Kuliah: Pengantar kuliah menggunakan **Bahasa Inggris** : Brand Communication Strategy	4x50'	4
6	CLO-3	Sub-CLO 3-1 Mahasiswa mampu **merencanakan** perancangan pesan iklan dengan baik dan tepat **[C6F]**	Ketepatan dalam merencanakan strategi perancangan pendekatan pesan iklan rasional (hardsell) berdasarkan simulasi masalah produk yang telah ditentukan	Bentuk test: Tugas 2: 2.2 **merencanakan**perancangan pesan iklan (hardsell) berdasarkan simulasi masalah produk yang telah ditentukan	Perencanaan Pesan Iklan : apa itu Strategi Kreatif atau Strategi Pesan - Pendekatan Strategi Kreatif: pendekatan kepala (rasional), hardsell	Kuliah: Pemaparan materi tentang Strategi Kreatif atau Strategi Pesan - Pendekatan rasional (hardsell)	4x50'	4
7		Sub-CLO 3-1 Mahasiswa mampu **merencanakan** perancangan pesan iklan dengan baik dan tepat **[C6F]**	Ketepatan dalam merencanakan strategi perancangan pendekatan pesan iklan emosional softsell) berdasarkan simulasi masalah produk yang telah ditentukan	Bentuk test: Tugas 2: 2.3 **merencanakan**perancangan pesan iklan (softsell) berdasarkan simulasi masalah produk yang telah ditentukan	Perencanaan Pesan Iklan : apa itu Strategi Kreatif atau Strategi Pesan - Pendekatan Strategi Kreatif: pendekatan hati (emosional), softsell	Kuliah: Pengantar kuliah dalam **Bahasa Inggris** : Creative Strategy : emotional message (softsell)	4x50'	4
8		Sub-CLO 3-2 Mahasiswa mampu **merencanakan** perancangan ide besar dan konsep eksekusi kreatif dengan baik dan tepat **[C6F]**	Ketepatan dalam merencanakan strategi perancangan ide besar dengan prinsip ROI kreativitas (relevan, orisinal, impact) dan konsep eksekusi kreatif dengan melakukan lompatan kreatif pada proses kreatif dalam mendapatkan ide orisinal berdasarkan pesan yang telah dirancang	Bentuk test: Tugas 2: 2.4 **merencanakan**perancangan ide besar atau konsep kreatif berdasarkan pesan yang telah dirancang	Perencanaan Konsep Kreatif : Ide-ide besar advertising, ROI (relevan, orisinal, impact) Kreativitas, Lompatan Kreatif, Proses Kreatif bagaimana mendapatkan ide dan menciptakan ide orisinal	Kuliah: Pemaparan materi tentang ide besar atau Konsep Kreatif serta konsep eksekusi kreatif	4x50'	4
9		Sub-CLO 3-3 Mahasiswa mampu **merencanakan** perancangan ide besar dan konsep eksekusi kreatif pada media turunan yang terintegrasi dengan baik dan tepat **[C6F]**	Ketepatan dalam merencanakan ide besar dengan prinsip ROI kreativitas (relevan, orisinal, impact) dan konsep visual formulasi pesan sebagai eksekusi kreatif (how to say) pada media turunan yang terintegrasi	Bentuk test: Tugas 2: 2.5 **merencanakan** ide besar dan eksekusi kreatif (how to say) pada media turunan yang terintegrasi	Perencanaan Eksekusi Kreatif : Visualisasi Formula Pesan media turunan yang terintegrasi	Kuliah: Pemaparan materi tentang Eksekusi Kreatif pada media turunan yang terintegrasi	4x50'	4
10	CLO-4	Sub-CLO 4-1 Mahasiswa mampu **merancang** eksekusi kreatif pada TVC dengan baik dan tepat **[C6K]**	Ketepatan dalam merancang eksekusi kreatif (visuallisasi formula pesan) sebagai bentuk implementasi dari pesan iklan yang dirancang pada storyboard TVC	Bentuk test: Tugas 3: 3.1 **merancang**eksekusi kreatif (how to say) sebagai bentuk implementasi dari pesan iklan yang telah dirancang pada TVC : **Sketsa Storyboard**	Perencanaan Eksekusi Kreatif : Visualisasi Formula Pesan pada Storyboard TVC	Kuliah: Pemaparan materi tentang Eksekusi Kreatif pada TVC	4x50'	10
11		Sub-CLO 4-2 Mahasiswa mampu **merancang** eksekusi kreatif pada iklan cetak dengan baik dan tepat **[C6K]**	Ketepatan dalam merancang eksekusi kreatif (visualisasi formula pesan) sebagai bentuk implementasi dari pesan iklan yang dirancang pada konsep visual Iklan Cetak	Bentuk test: Tugas 3: 3.2 **merancang**eksekusi kreatif (how to say) sebegai bentuk implementasi dari pesan iklan yang telah dirancang pada Iklan Cetak : **Sketsa Iklan Cetak**	Perencanaan Eksekusi Kreatif : Visualisasi Formula Pesan pada Iklan Cetak	Kuliah: Pemaparan materi tentang Eksekusi Kreatif pada iklan cetak	4x50'	10
12		Sub-CLO 4-3 Mahasiswa mampu **merancang** perencanaan Pre-Production shooting TVC dengan baik dan tepat **[C6K]**	Ketepatan dalam merancang perencanaan Pre-Production shooting TVC dari mulai perencanaan eksekusi storyboard TVC, perencanaan eksekusi iklan cetak dan media turunan, pemilihan talent, lokasi shooting, serta properti yang akan digunakan ketika shooting	Bentuk test: Tugas 4: 4.1 merancang perencanaan Pre-Production shooting TVC Bentuk test: -	Perancangan perencanaan Pre-Production TVC	Kuliah: Pemaparan materi tentang Pre-Production TVC	4x50'	5
13		Sub-CLO 4-4 Mahasiswa mampu **menghasilkan karya** TVC dengan baik dan tepat **[P5P]**	Ketepatan dalam **menghasilkan karya** TVC (shooting TVC) dimana implementasi konsep visualisasi formula pesan dan narasi iklan pada storyboard dapat di eksekusi dengan baik dan tepat pada proses shooting TVC	Bentuk test: Tugas 4: 4.2 Eksekusi shooting TVC	Perancangan perencanaan Pre-Production TVC: Post-Production Offline dan Online	Kuliah: Pemaparan materi tentang proses offline dan online pada Post-Production TVC Diskusi: presentasi pre-production TVC	4x50'	10
14		Sub-CLO 4-5 Mahasiswa mampu **menghasilkan karya**perancangan offline dan online hasil eksekusi TVC dengan baik dan tepat **[P5P]**	Ketepatan dalam menghasilkan karya TVC dimana perancangan offline dilakukan dengan memilih scene dan menentukan grading warna dengan baik dan tepat serta dan perancangan online yang dilakukan dengan memberikan efek visual dan suara dengan baik dan tepat sebagai bentuk hasil eksekusi TVC	Bentuk test: Tugas 4: 4.3 Perancangan offline dan online hasil eksekusi TVC	Perancangan perencanaan Pre-Production TVC: Post-Production Offline dan Online	Kuliah: Pemaparan materi tentang proses offline dan online pada Post-Production TVC Diskusi: presentasi post-production TVC offline dan online	4x50'	10
15		Sub-CLO 4-6 Mahasiswa mampu **menghasilkan karya** final produksi TVC dengan baik dan tepat **[P5P]**	Ketepatan dalam menghasilkan karya final produksi TVC dimana proses perancangan online telah di review dan dilakukan penyesuaian dengan baik dan tepat	Bentuk test: Tugas 4: 4.4 Final produksi iklan TVC	Post Production TVC: Perancangan TVC Final	Diskusi: presentasi Perancangan TVC Final	4x50'	5
16		Sub-CLO 4-7 Mahasiswa mampu **menghasilkan karya** hasil perancangan final media kampanye TVC dan media turunan yang terintegrasi dengan baik dan tepat **[P5P]**	Ketepatan dalam menghasilkan karya hasil perancangan Final Media Kampanye dimana konsep pesan dan visual Iklan TVC yang telah dirancang dapat dikembangkan dengan kreatif pada konsep pesan dan visual Media turunan yang terintegrasi terutama pada media digital yang saling terintegrasi dengan baik dan tepat	Bentuk non test: Tugas 4: 4.5 Presentasi perancangan Final Media Kampanye Iklan: TVC dan Media turunan yang terintegrasi	Presentasi perancangan final rangkaian Media Kampanye: TVC dan media turunan yang terintegrasi	Diskusi: Presentasi Perancangan final media kampanye iklan yang telah dirancang :TVC dan media turunan yang terintegrasi	4x50'	10

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah

Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
				T=1	P=2		
Print Media	FAK3BIP3	HUMAGY	WInDesign			5 Ganjil 24/25	31 Mei 2024

Otoritas

Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
[Ligar Muthmainnah, S.Ds., M.Ds.]	[Dr. Andreas Rio Adriyanto, SE., M.Eng]	[Arief Budiman, S.Sn., M.Sn]

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah print media ini merupakan mata kuliah wajib peminatan, yang mengeksplorasi konsep dan teknik dalam media cetak, mencakup desain, pembuatan prototype dan menyampaikan pesan-pesan secara visual. Serta mengajarkan mengenai penataan produk dan elemen visual lainnya untuk menarik perhatian konsumen, meningkatkan penjualan, memberikan informasi produk secara interaktif, dan membangun identitas merek yang kuat. Melalui proyek praktis dan studi kasus, mata kuliah ini membekali mahasiswa dengan keterampilan untuk mengenal Point of purchase (PoP) dan Primary Display Panel (PDP).

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-4	Mampu mengimplementasikan dan menggunakan teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya desain komunikasi visual
PLO-9	Mampu merancang dan menciptakan aset visual dan/atau audio visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual.

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	[PLO-4] CLO 1 - Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, dan pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya desain komunikasi visual [C3f]	PLO-4
CLO-2	[PLO-9] CLO 2 - Mampu merancang aset visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual [C6k]	PLO-9

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif	Kognitif / Pengetahuan	Hasil Proyek				
	Diskusi	Kuis	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	
CLO-1	5	4	5	5	5	5	29
CLO-2	6		10	15	20	20	71
Total per penilaian	11	4	15	20	25	25	100

Pustaka

Utama:

1. Kusrianto, Adi.2007, Pengantar Desain Komunikasi Visual. Andi, Yogyakarta. Netherlands: Taylor & Francis.
2. Safanayong, Yongky. 2006, Desain Komunikasi Visual Terpadu. Arte Intermedia, Jakarta. Production. United Kingdom: Taylor & Francis.
3. Ilhamsyah (2021) Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital. Yogyakarta: Andi. ISBN 978-623-01-1007-8
4. Supriyono, Rakhmat.2010, Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi. Andi, Yogyakarta

Pustaka Pendukung:

1. Terence A shimp (2003).Periklanan Promosi Erlangga, Jakarta
2. Aulia, R. and Putro, W.R., 2021. Sustainable Packaging Design (Studi Kasus Pengukuran Persepsi Desain Kemasan Produk Jamu Houseblend Suwe Ora Jamu)
3. Rudy Jusup (2009), Visual Merchandising, Gramedia Pustaka, Jakarta

Media Pembelajaran

Software :	Hardware :
Microsoft Word, Microsoft Powerpoint, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop	Laptop, Komputer, Handphone, Proyektor, Kertas, Cardboard,Pensil, Penghapus, Alat mewarnai

Team Teaching

Ligar Muthmainnah, S.Ds., M.Ds. (Koord.), Rahmiati Aulia, S.Sn., M.M., M. Hidayatulloh, S.Sn., M.Sn., Bhima Danniswara, S.Sn., M.Ds.

Matakuliah Syarat

-

Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01	[dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%	[mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu **Menjelaskan** sejarah mencetak dunia, mengikuti perkembangan teknik mencetak, dan dapat **menerapkan** teori terhadap proses perancangan konsep desain [C2f] [P2p]	1. Ketepatan dalam **menceritakan** sejarah mencetak dunia, mengikuti perkembangan teknik cetak [C2f] 2. ketepatan dalam **mempraktekan** teori terhadap proses perancangan konsep desain [A2p]	**Bentuk non test:** Forum Diskusi **Bentuk test:** -	1. Kontrak Perkuliahan 2. Pengantar Print Media	**Kuliah:** Pemaparan kontrak perkuliahan dan pengantar Print Media **Self-Paced Learning:** Mahasiswa mengakses materi pembelajaran **Small Group Discussion:** Jenis dan bentuk media cetak dan informasi desain.	1x150'		2
2	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu **Menjelaskan** sejarah mencetak dunia, mengikuti perkembangan teknik mencetak, dan dapat **menerapkan** teori terhadap proses perancangan konsep desain [C2f] [P2p]	1. Ketepatan dalam **menceritakan** sejarah mencetak dunia [C2f] 2. Kesesuaian dalam **menyipulkan** teori untuk awalan proses perancangan konsep desain [C3m]	**Bentuk non test:** Forum Diskusi **Bentuk test:** -	1. Sejarah cetak 2. Perkembangan Teknik Cetak	**Kuliah:** Pemaparan sejarah cetak dunia **Self-Paced Learning:** Mahasiswa mengakses materi pembelajaran dan	1x150'		3

3	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu **Menjelaskan** sejarah mencetak dunia, mengikuti perkembangan teknik mencetak, dan dapat **menerapkan** teori terhadap proses perancangan konsep desain [C2f] [P2p]	1. Ketepatan dalam **merangkum** berbgai jenis-jenis teknik cetak [C2k] 2. Kesesuaian dalam **menjawab** teori untuk menjadi landasan proses perancangan konsep desain [A1m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Quiz 1	1. Kertas sebagai media cetak	**Kuliah:** Pemaparan materi kertas sebgai media cetak **Self-Paced Learning:** Mahasiswa mengakses materi pembelajaran dan mengerjakan quiz di LMS.	1x150'		2
4	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu **Menjelaskan** sejarah mencetak dunia, mengikuti perkembangan teknik mencetak, dan dapat **menerapkan** teori terhadap proses perancangan konsep desain [C2f] [P2p]	1. Ketepatan dalam **menguraikan** perkembangan kertas sebagai media cetak [C2p] 2. Ketepatan dalam **menyesuaikan** teori untuk menjadi landasan proses perancangan konsep desain [A2f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Quiz 2	1.Media dan Advertising	**Kuliah:** Pemaparan materi Media dan advertising **Self-Paced Learning:** Mahasiswa mengakses materi pembelajaran dan mengerjakan quiz di LMS.	1x150'		2
5	CLO-1	Sub-CLO 1.2 Mampu **mengklasifikasikan** jenis-jenis PoP yang sudah beredar di lapangan (supermarket/minimarket) dan **menyesuaikan** antara teori yang didapat dengan kenyataan di lapangan [C2k] [A2f]	1. Ketepatan dalam **menguraikan** perkembangan kertas sebagai media cetak [C2p] 2. Ketepatan dalam **menyesuaikan** teori untuk menjadi landasan proses perancangan konsep desain [A1m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1- Video Vertikal	1. Materi tentang Point of Purchase 2. Brief Tugas 1	**Kuliah:** Pemaparan materi tentang definisi, macam-macam, dan kegunaan point of purchase dan Brief tugas 1 **Project Based Learning:** Membuat video singkat memaparkan apa itu point of purchase	1x150'		5
6	CLO-1	Sub-CLO 1.2 Mampu **mengklasifikasikan** jenis-jenis PoP yang sudah beredar di lapangan (supermarket/minimarket) dan **menyesuaikan** antara teori yang didapat dengan kenyataan di lapangan [C2k] [A2f]	1. Ketepatan dalam **memberi definisi dan jenis-jenis** point of purchase [C1m] 2. Kecakapan dalam **melaksanakan** teori dalam mengerjakan tugas [A2p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1- Video Vertikal	1. Eksplorasi contoh-contoh PoP	**Project Based Learning:** Dokumentasikan contoh-contoh Point of Purchase di supermarket /minimarket, Dokumentasi harus berupa video		1x150'	10
7	CLO-2	Sub-CLO 2.1 Mampu **mengkonsepkan** desain dan **menghasilkan karya** shelftalker yang sesuai dengan produk untuk kebutuhan promosi di etalase supermarket/minimarket **[C3k] [P5p]**	1. Kesesuaian dalam **membuat** desain shelftalker [P3m] 2. Kecakapan dalam **mengembangakan** ide-ide dalam pembuatan shelftaker [P4p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2 - Shelftalker	1. Pengantar Shelftalker 2. Brief Tugas 2	**Kuliah: Pemaparan materi dalam bahasa inggris** tentang definisi, macam-macam, dan kegunaan shelftalker dan Brief tugas 1. **Project Based Learning:** Menentukan produk yang akan dibuatkan desain	1x150'		5
8	CLO-2	Sub-CLO 2.1 Mampu **mengkonsepkan** desain dan **menghasilkan karya** shelftalker yang sesuai dengan produk untuk kebutuhan promosi di etalase supermarket/minimarket **[C3k] [P5p]**	1. Ketepatan dalam **mengusulkan** desain shelftalker [A3k] 2. Kecakapan dalam **memodifikasi** desain shelftalker [P4p]	**Bentuk non test:** Forum Diskusi **Bentuk test:** Tugas 2 - Shelftalker	1. eksplorasi konsep desain shelftalker	**Project Based Learning:** Membuat beberapa alternatif konsep desain shelftalker	1x150'		5
9	CLO-2	Sub-CLO 2.1 Mampu **mengkonsepkan** desain dan **menghasilkan** karya shelftalker yang sesuai dengan produk untuk kebutuhan promosi di etalase supermarket/minimarket **[C3k] [P5p]**	1. Ketepatan dalam **melaksanakan** tugas desain shelfttalker [A3k] 2. Kecakapan dalam **menyempurnakan** ide-ide konsep ke dalam bentuk prototype [A3p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2 - Shelftalker	1. eksplorasi protoype shelftalker	**Project Based Learning:** Membuat prototype dari desain konsep yang sudah didiskusikan		1x150'	2 10
10	CLO-2	Sub-CLO 2.2 Mampu **menciptakan** desain visual baru dan **mengebangka**n ide konsep dalam membuat prototype desain kebutuhan promosi di retail **[C6p] [P4p]**	1. Kecermatan dalam **mendesain** tugas desain display box [P5k] 2. Ketepatan dalam **memproseskan** ide-ide konsep ke dalam bentuk prototype [C3p]	**Bentuk non test:** Forum Disuksi **Bentuk test:** tugas 3 - Display Box	1. Pengantar untuk box display 2. Brief Tugas 3	**Kuliah: Pemaparan materi dalam bahasa inggris** tentang definisi, macam-macam, dan kegunaan boxdisplay dan Brief tugas 2. **Project Based Learning:** Menganalisa produk yang akan dibuatkan display boxnya lalu mencari referensi desain untuk mambuat display box	1x150'		2 5
11	CLO-2	Sub-CLO 2.2 Mampu **menciptakan** desain visual baru dan **mengebangka**n ide konsep dalam membuat prototype desain kebutuhan promosi di retail **[C6p] [P4p]**	1. Kecermatan dalam **mendesain** tugas desain display box [P5k] 2. Ketepatan dalam **memproseskan** ide-ide konsep ke dalam bentuk prototype [C3p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3 - Display Box	1. Explorasi konsep desain display box	**Project Based Learning:** Mencari beberapa konsep desain untuk membuat display box		1x150'	10

12	CLO-2	Sub-CLO 2.2 Mampu **menciptakan** desain visual baru dan **mengebangka**n ide konsep dalam membuat prototype desain kebutuhan promosi di retail **[C6p] [P4p]**	1. Kecermatan dalam **mendesain** tugas desain display box [P5k] 2. Ketepatan dalam **memproseskan** ide-ide konsep ke dalam bentuk prototype [C3p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3 - Display Box	1. Explorasi protoype display box	**Project Based Learning:** Membuat prototype dari konsen desain yang sudah didiskusikan untuk membuat display box	1x150'		10
13	CLO-2	Sub-CLO 2.3 Mampu **mengembangkan** ide dari konsep kedalam bentuk visual dan **menyusun** proses dalam pembuatan packaging **[P4p] [A4p]**	1. Kecermatan dalam **menyempurnakan** konsep ide dalam mendesain packaging [A4p] 2. Ketepatan dalam **mengembangkan** ide-ide konsep ke dalam bentuk prototype [C3p]	**Bentuk non test:** Forum Diskusi **Bentuk test:** Tugas 4 - Packaging	1. Pemaparan Packaging dalam Promosi. 2. Brief Tugas 4	**Kuliah:** Pemaparan materi tentang definisi, macam-macam, dan kegunaan packaging dalam promosi dan Brief tugas besar 2. **Project Based Learning:** Menganalisa desain packaging sekunder sebuah produk menggunkan analisa VIEW	1x150'		2 5
14	CLO-2	Sub-CLO 2.3 Mampu **mengembangkan** ide dari konsep kedalam bentuk visual dan **menyusun** proses dalam pembuatan packaging **[P4p] [A4p]**	1. Kecermatan dalam **menyempurnakan** konsep ide dalam mendesain packaging [A4p] 2. Ketepatan dalam **mengembangkan** ide-ide konsep ke dalam bentuk prototype [C3p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4 - Packaging	1. ekplorasi desain packaging	**Project Based Learning:** Membuat sketsa pola desain packaging	1x150'		5
15	CLO-2	Sub-CLO 2.3 Mampu **mengembangkan** ide dari konsep kedalam bentuk visual dan **menyusun** proses dalam pembuatan packaging **[P4p] [A4p]**	1. Kecermatan dalam **menyempurnakan** konsep ide dalam mendesain packaging [A4p] 2. Ketepatan dalam **mengembangkan** ide-ide konsep ke dalam bentuk prototype [C3p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4 - Packaging	1. Eksplorasi desain PDP	**Project Based Learning:** Membuat desain Primary Desain Panel (PDP)	1x150'		5
16	CLO-2	Sub-CLO 2.3 Mampu **mengembangkan** ide dari konsep kedalam bentuk visual dan **menyusun** proses dalam pembuatan packaging **[P4p] [A4p]**	1. Kecermatan dalam **menyempurnakan** konsep ide dalam mendesain packaging [A4p] 2. Ketepatan dalam **mengembangkan** ide-ide konsep ke dalam bentuk prototype [C3p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4 - Packaging	1. Presentasi tugas 4	**Project Based Learning:** Mempresentasikan hasil pembuatan desain packaging dengan membawa prototype desain		1x150'	10

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
					T=1	P=2		
	Non-Commercial Advertising	FAK3CIB3	AECTIVA				5 Ganjil 24/25	28 Mei 2024

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	[Sri Maharani Budi H, S.Ds., M.Advtg]	[Dr. Santi Salayati, S.Sn., M.Sn.]	[Arief Budiman, S.Sn., M.Sn]

Deskripsi Mata Kuliah	MK Non-commercial Advertising merupakan matakuliah wajib peminatan Advertising yang mengedukasi mahasiswa tentang jenis iklan yang bertujuan membangun dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang suatu masalah atau isu tertentu, seperti isu lingkungan, kesehatan, pendidikan, sosial-budaya, dll. Dalam MK ini, mahasiswa belajar mengidentifikasi problematika sosial serta merancang iklan sesuai dengan brief. Mahasiswa dapat mengusulkan konsep kerjasama bersama lembaga sosial/komunitas masyarakat maupun dalam konsep CSR. Hasil akhir dari MK ini adalah konsep dari strategi iklan

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)	Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
	PLO-4	Mampu mengimplementasikan dan menggunakan teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya desain komunikasi visual
	PLO-10	Mampu merencanakan dan membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin.

	Course Learning Outcomes (CLO)	PLO yang didukung
	CLO-1	CLO 1 - Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, dan pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya desain komunikasi visual	PLO-4
	CLO-2	CLO 2 - Mampu menggunakan perangkat dan media komunikasi untuk produksi karya desain komunikasi visual	PLO-4
	CLO-3	CLO 3 -Mampu merancang konsep iklan kreatif berupa pesan komunikasi dan media yang relevan untuk menjawab kebutuhan iklan non-komersial dari studi kasus yang diangkat.	PLO-10

Penilaian	Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
		Aktivitas Partisipatif	Kognitif/Pengetahuan				Hasil Proyek	
		Focus Group Discussion	Hasil Riset	Forum Diskusi	Kuis	Tugas kecil: Presentasi kelompok	Tugas Besar: Presentasi Kelompok	
	CLO-1	5			5			10
	CLO-2		15	15		25		55
	CLO-3				10		25	35
	Total per penilaian	5	15	15	15	25	25	100

Pustaka

Utama:

1. Durham, S., 2009. Brandraising: How nonprofits raise visibility and money through smart communications. John Wiley & Sons.
2. Polesana, M.A., 2019. Advertising, Values and Social Change: A Sociological Analysis. Cambridge Scholars Publishing.
3. Berman, D.B., 2008. Do good design: How design can change our world. Peachpit Press.
4. Heath, C. and Heath, D., 2007. Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die. New York: Random House.
5. Berger, J., 2013. Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age. New York: Simon & Schuster.
6. Cialdini, R.B., 2006. Influence: The Psychology of Persuasion. Rev. ed. New York: Harper Business.
7. Thaler, R.H. and Sunstein, C.R., 2008. Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness. New Haven: Yale University Press.

Pustaka Pendukung:

1. Morgan, A. (2015). The True Cost Official Trailer 1 [Trailer]. Untold Creative. https://www.youtube.com/watch?v=NDx711ibD1M
2. Smith, J. (Producer), & Johnson, R. (Director). (2012). The Naked Brand [Film]. Naked Juice Productions. https://www.youtube.com/watch?v=JZtcOmFK-rk
3. Budi, S.M., Gusti, A. and Lazuardini, D., 2020. Perancangan Konten Digital Promosi Museum Sultan Mahmud Badaruddin Ii Palembang Dalam Era New Normal. Barista: Jurnal Kajian Bahasa dan Pariwisata, 7(1), pp.39-47.
4. Spurlock, M. (dir.), 2004. Super Size Me [Documentary]. USA: Samuel Goldwyn Films.
5. Orlowski, J. (dir.), 2020. The Social Dilemma [Documentary]. USA: Netflix.

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Ms.Office, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Aplikasi mindmap, dan sejenisnya.	Laptop, Proyektor/Screen, Alat tulis, Smartphone

Team Teaching	Sri Maharani Budi H, S.Ds., M.Advtg; Sri Nurbani, S.Pd., M.Hum
Matakuliah Syarat	Market Research & Consumer Behaviour
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu **membedakan** antara iklan komersial dan iklan non-komersial (C2P), dan merunutkan kembali transformasi iklan non-komersial berdasarkan kronologi sejarah melalui studi kasus iklan komersial dan non-komersial yang populer beredar di masyarakat (A2K)	Kesesuaian dalam **membedakan** antara iklan komersial dan non-komersial (C2P) dengan menyebutkan contoh-contoh iklan yang relevan dan merunutkan transformasi (A2K) iklan non-komersial berdasarkan kronologi waktu.	**Bentuk non test:** Tanya jawab **Bentuk test:** Kuis "Wawasan Iklan Non-Komersial"	Pengertian, Sejarah, Fungsi, dan Transformasi Iklan Non-komersial	**Kuliah:** Pemaparan kontrak perkuliahan dilanjutkan dengan materi kuliah (**menggunakan Bahasa Inggris)** **Roleplay & Simulation:** Mahasiswa menyimak materi kuliah, menjawab kuis, dan membahas materi tersebut berdasarkan peran yang dibagi dalam FGD minggu selanjutnya.	1x150'		5
2	CLO-1	Sub-CLO 1.2 Mampu **mendiskusikan** berbagai kategori isu sosial yang marak diangkat dalam iklan non-komersial yang beredar di masyarakat melalui studi kasus iklan populer di Indonesia maupun global. (A2K).	Kecermatan mahasiswa dalam **menyebutkan** dan mendiskusikan berbagai kategori isu sosial yang marak diangkat dalam iklan non-komersial yang beredar di masyarakat (A2K).	**Bentuk non test:** Menonton video dan berdiskusi **Bentuk test:** Focus Group Discussion "Karakteristik dan Studi Kasus Iklan Non-komersial"	Karakteristik dan Studi Kasus Iklan Non-komersial	**Kuliah:** Pemaparan materi kuliah berupa studi kasus iklan yang menggunakan mix media **dalam Bahasa Inggris**. **Case-based Learning:** Mahasiswa menyimak dan mendiskusikan kasus studi yang ditampilkan dalam materi perkuliahan melalui FGD	1x150'		5

3	CLO-2	Sub-CLO 2.1 Mampu **memperkirakan** isu-isu sosial yang dapat diangkat menjadi iklan non-komersial (C2M) sesuai dengan sejarah dan konteks iklan non-komersial dalam minggu-minggu sebelumnya.	Ketepatan mahasiswa dalam **menentukan** berbagai kategori isu sosial yang marak diangkat dalam iklan non-komersial yang beredar di masyarakat (C3M)	**Bentuk non test:** Observasi dari berita-berita yang terdapat dalam media informasi digital **Bentuk test:** Forum Diskusi "Isu dan Mitra Iklan Non-komersial"	Kategori Isu-isu Sosial dalam Iklan Layanan Masyarakat	**Kuliah:** Pemaparan materi kuliah **Problem-based Learning:** Mahasiswa memanfaatkan gawainya untuk mengobservasi berita terkini dan sedang populer melalui media informasi digital.	1x150'		5
4	CLO-2	Sub-CLO 2.2 Mampu **menguraikan** jenis-jenis lembaga/komunitas masyarakat yang relevan terhadap isu sosial dan dapat diangkat sebagai mitra iklan (C4F) sesuai dengan sejarah dan konteks iklan non-komersial dalam minggu-minggu sebelumnya.	Ketepatan dalam menyebutkan lembaga maupun komunitas masyarakat yang lazim menggunakan iklan layanan masyarakat untuk mendorong kesadaran terhadap problematika sosial.	**Bentuk non test:** Mencari jenis-jenis lembaga/komunitas masyarakat yang terkait dengan berita-berita yang terdapat dalam media informasi digital **Bentuk test:** Forum Diskusi "Isu dan Mitra Iklan Non-komersial"	Jenis Lembaga/Komunitas Masyarakat dan Target Sasar dalam Iklan Non-komersial	**Kuliah:** Pemaparan materi kuliah **Case-based Learning:** Mahasiswa memanfaatkan gawainya untuk mengidentifikasi lembaga/komunitas masyarakat terkait dengan berita terkini dan sedang populer melalui media informasi digital.	1x150'		5
5	CLO-2	Sub-CLO 2.3 Mampu **merangkum** elemen-elemen dasar yang dibutuhkan dalam iklan non-komersial (C2K)	Kesesuaian dalam **menguraikan** elemen-elemen dasar yang membentuk serta menentukan kualitas sebuah iklan layanan masyarakat (C2P)	**Bentuk non test:** Tanya-jawab mengenai materi kuliah dan hasil diskusi dari minggu pertama hingga ke-4. **Bentuk test:** Forum Diskusi "Isu dan Mitra Iklan Non-komersial"	Elemen-elemen Dasar dalam Iklan Non-komersial	**Kuliah:** Pemaparan singkat materi kuliah **Contextual Intruction:** Dosen menerangkan keterkaitan antara materi dengan situasi nyata sehari-hari diikuti oleh mahasiswa yang dapat menyebutkan contoh studi kasus yang ditemukan sehari-hari.	1x150'		5
6	CLO-2	Sub-CLO 2.4 Mampu **menguraikan** implementasi Sub-CLO 1.1 hingga 1.5 dalam bentuk pemaparan studi kasus iklan non-komersial yang spesifik (C2P)	Kepekaan dalam **menunjukkan** isu-isu tertentu yang diangkat oleh sejumlah studi kasus iklan layanan masyarakat (C2K)	**Bentuk non test:** Melakukan riset sederhana menggunakan alat tulis dan laptop. **Bentuk test:** Persiapan presentasi Kelompok "Pesan Komunikasi dan Media Iklan Non-komersial"	Fenomena dan Masyarakat Sasar Iklan Non-komersial	**Kuliah:** Pemaparan singkat mengenai Assessment. **Information Cooperative Learning:** Mahasiswa melakukan riset sederhana untuk mengidentifikasi masalah-masalah sosial di masyarakat.	1x150'		5
7	CLO-2		Kecermatan dalam **menganalisis** pesan komunikasi dan media iklan yang digunakan oleh sejumlah studi kasus iklan layanan masyarakat (C4P).	**Bentuk non test:** Membuat mindmap **Bentuk test:** Persiapan Presentasi Kelompok "Pesan Komunikasi dan Media Iklan Non-komersial"	Pesan Komunikasi dan Media Iklan Non-komersial	**Kuliah:** Pemaparan singkat mengenai Assessment. **Collaborative Learning:** Mahasiswa dipandu oleh dosen akan belajar bersama secara daring untuk mengidentifikasi pesan komunikasi dan media iklan yang sesuai dengan instruksi.		1x150'	5
8	CLO-2		Kesesuaian dalam **menghubungkan** hasil temuan dan analisis terkait iklan-iklan layanan masyarakat yang diteliti dua minggu sebelumnya (C3K)	**Bentuk non test:** Membuat materi presentasi **Bentuk test:** Presentasi Kelompok "Pesan Komunikasi dan Media Iklan Non-komersial"	Rangkuman Iklan Non-Komersial	**Kuliah:** Pemaparan singkat mengenai mekanisme presentasi. **Cooperative Learning:** Mahasiswa menampilkan hasil risetnya berupa presentasi di depan kelas yang menarik.	1x150'		15
9	CLO-3	Sub-CLO 3.1 Mampu **menentukan** isu sosial dan mitra yang ingin diangkat sebagai objek iklan layanan masyarakat melalui proses riset yang mendalam (C3M)	Kepekaan dan ketepatan dalam **menentukan** isu sosial yang dapat diangkat menjadi objek perancangan konsep iklan layanan masyarakat (C3M)	**Bentuk non test:** Observasi terhadap konten-konten digital. **Bentuk test:** Riset	Pemilihan dan Riset Objek Iklan Non-komersial	**Kuliah:** Panduan singkat mengenai model Assesment **dalam Bahasa Inggris**. **Self-directed Learning:** Mahasiswa melakukan riset sesuai dengan Assessment yang diberikan.	1x150'		5
10	CLO-3		Ketepatan dalam **menentukan** lembaga/komunitas yang dapat diangkat menjadi mitra dalam perancangan konsep iklan layanan masyarakat (C3M)		Pemilihan dan Riset Lembaga/Komunitas sebagai Mitra Iklan Non-komersial			1x150'	10
11	CLO-3		Kesesuaian dalam **mempersiapkan** materi dari hasil riset selama dua minggu sebelumnya (P2F)	**Bentuk non test:** Mempersiapkan data siap olah menggunakan perangkat tulis & digital **Bentuk test:** Kuis "Ceklist Prosedur"	Persiapan Materi Iklan Non-komersial	**"Kuliah:** Panduan singkat mengenai proses persiapan materi dari data mentah menjadi siap olah. **Self-directed Learning:**	1x150'		5

12	CLO-3	Sub-CLO 3.2 Mampu **mempersiapkan** materi iklan layanan masyarakat sesuai dengan kaidah yang benar (P2F)	Kesesuaian dalam **melengkapi** daftar prosedur iklan dengan materi yang dikumpulkan dari hasil riset selama dua minggu sebelumnya (P3K)	**Bentuk non test:** Mencocokkan daftar prosedur iklan **Bentuk test:** Kuis "Ceklist Prosedur"	Ceklist Prosedur Perancangan Iklan Non-komersial	Mahasiswa melakukan persiapan materi sesuai dengan Assessment yang diberikan."		1x150'	5
13	CLO-3	Sub-CLO 3.3 Mampu **mendesain** konsep iklan layanan masyarakat sederhana sesuai dengan kaidah yang benar (P5K)	Kedalaman analisis dan kreatifitas dalam **mendesain** konsep iklan layanan masyarakat sesuai dengan kaidah keilmuan advertising yang benar (P5K)	Bentuk non test: Mahasiswa menganalisa data untuk dikembangkan menjadi konsep kreatif iklan non-komersial. Bentuk test: Persiapan Presentasi "Iklan Layanan Masyarakat"	Merancang Konsep Iklan Non-komersial	Kuliah: Panduan singkat mengenai proses awal menerjemahkan data menjadi konsep kreatif iklan Non-komersial. Discovery & Inquiry Learning: Mahasiswa melakukan analisis konten terhadap data riset yang telah disiapkan.	1x150'		5
14	CLO-3		Kecermatan dan kreatifitas dalam **mendesain** konsep pesan komunikasi iklan layanan masyarakat sesuai dengan kaidah keilmuan advertising yang benar (P5K)	**Bentuk non test:** Mahasiswa mengikuti prosedur perancangan pesan komunikasi iklan dan media promosi sesuai dengan panduan Dosen **Bentuk test:** Persiapan Presentasi "Iklan Layanan Masyarakat"	Merancang Pesan Komunikasi Iklan Kreatif Non-komersial	"Kuliah: Panduan singkat mengenai proses perancangan pesan komunikasi dan media iklan non-komersial. Self-directed Learning: Mahasiswa melakukan persiapan materi sesuai dengan Assessment yang diberikan."		1x150'	5
15	CLO-3		Ketepatan dan kreatifitas dalam **mendesain** konsep media iklan layanan masyarakat sesuai dengan kaidah keilmuan advertising yang benar (P5K)		Merancang Media Iklan Non-komersial		1x150'		5
16	CLO-3		Keluwesan menyampaikan gagasan dan menerima masukan dalam **melaksanakan** evaluasi terhadap konsep iklan layanan masyarakat yang dirancang (P5M)	**Bentuk non test:** Persiapan presentasi konsep iklan non-komersial sesuai panduan. **Bentuk test:** Presentasi "Iklan Layanan Masyarakat"	Konsep Iklan Non-komersial	Self-paced Learning: Mahasiswa melakukan Presentasi dari konsep iklan yang telah dirancang secara mandiri.	1x150'		10

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	Creative Content	FAK3DIB2	Human, Media & Technology (HUMAGY)	-	T=2	P=0	5 Ganjil 24/25	10-Jun-24

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	[Apsari Wiba Pamela, S.Ds., M.Ds.]	Ttd [Dr. Andreas Rio Adriyanto, SE., M.Eng]	Ttd [Arief Budiman, S.Sn., M.Sn]

Deskripsi Mata Kuliah	Creative Content merupakan mata kuliah wajib peminatan Advertising, yang mengajarkan kepada mahasiswa mengenai cara crafting idea atau mengolah ide baik itu gambar, video, teks, grafis, atau kombinasi dari semuanya, sebagai konten kreatif untuk kebutuhan promosi. Sehingga dapat menghasilkan sebuah content yang berkesan bagi audiencenya. Mata kuliah ini memberikan peluang bagi mahasiswa untuk memperluas pemahaman tentang media sosial dan komunikasi visual, serta mengembangkan portofolio konten yang kuat dan beragam untuk tujuan promosi tertentu.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-10	Mampu merencanakan dan membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	[PLO-10] CLO 1 - Mampu merencanakan perancangan konsep karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin (C6f)	PLO-10
CLO-2	[PLO-10] CLO 2 - Mampu membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual (C6p)	PLO-10

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif	Kognitif/Pengetahuan				Hasil Proyek	
	Forum Diskusi	Kuis	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas Besar	
CLO-1	5	10	15	20			50
CLO-2					25	25	50
Total per penilaian	5	10	15	20	25	25	100

Pustaka

Utama:

1. Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2019) Marketing 4.0. Gramedia Pustaka Utama.
2. Budiargo, D. (2015). Berkomunikasi Ala Net Generation. Jakarta: PT Gramedia.
3. Bender, A. (2020). Creative Content Kit: A Method to Ideate and Create Content Strategy. Laurence King
4. Hennessy, B. (2018) Influencer: Building Your Personal Brand in the Age of Social Media. Paperback
5. Adair, J. (2007). The Power of Real-Time Social Media Marketing The Art of Creative Thingking (How to be Innovative and Develop Great Ideas). Kogan Page

Pustaka Pendukung:

1. Social Media Succes For Every BRAND (5 Pilar Storybrand Yang Mengubah Postingan Anda menjadi Profit. Claire Diaz - Ortiz
2. Handley, A. (2014) Everybody Writes: Your Go-To Guide for Creating Ridiculously Good Content. Wiley.

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Microsoft Word, Microsoft Powerpoint, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop	Laptop, Komputer, Kamera, Telpon Genggam, Proyektor

Team Teaching	Apsari Wiba Pamela, S.Ds., M.Ds. (Koord), Reza Ramadani Firman, S.Ds., M.Ds., Ligar Mutmainah. S.D., M.Ds., Sonson Nurusholih, S.Sn., M.Sn
Matakuliah Syarat	-
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Sub-CLO-1.1 Mampu **menjelaskan** mengenai definisi dan jenis konten pillar di media sosial serta mampu **membedakan** karakteristik berbagai macam *platform* media sosial (C2f, A3p)	1. Ketepatan dalam **menguraikan** definisi dan jenis konten pillar yang terdapat di media sosial (C2p)	**Bentuk non test:** Forum Diskusi **Bentuk test:** Kuis 1	1. Kontrak Perkuliahan 2. Pengantar, Fungsi dan Tujuan Konten Kreatif 3. Jenis-jenis konten pillar di media sosial	**Kuliah:** Pemaparan kontrak perkuliahan dan pengantar Creative Content **Self-Paced Learning:** Mahasiswa mengakses materi pembelajaran dan mengerjakan kuis di LMS.	1x50'	1x50'	10
2	CLO-1		1. Ketepatan dalam membedakan karakteristik berbagai macam platform media sosial (C2p) 2. Kesesuaian dalam membandingkan karakteristik konten kreatif dan pengguna di berbagai macam platform di media sosial (C4k]	**Bentuk non test:** Forum DIskusi **Bentuk test:** -	1. Karakteristik Media Sosial (X, Tiktok, Instagram dan Marketplace) 2. User Characteristic on Sosial Media (Materi dalam bahasa inggris)	**Kuliah:** Pemaparan mengenai karakteristik media sosial **dalam Bahasa Inggris** dan penggunanya dilanjutkan dengan briefing tugas 1 **Small Group Discussion:** Mahasiswa mendiskusikan melalui forum mengenai macam-macam marketing konten melalui studi kasus yang ada di media sosial	1x100'		5

3	CLO-1		1. Ketepatan dalam **mengkalasifikasikan** jenis "konten inspirasi" berdasarkan kategori konten review produk di media sosial X (Twitter) (C2p)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1	1. Inspire content on social media (Materi dalam bahasa Inggris) 2. Konten review produk di media sosial X (Twitter) marketing 3. Brief Tugas 1	**Kuliah:** Pemaparan materi mengenai jenis konten inspirasi media sosial berikut kategori format kontennya **Case Based Learning:** Tahap 1: Mahasiswa menemukan macam-macam konten inspirasi di media sosial X (Twitter) dan mengklasifikasikan ke dalam kelompok konten review produk	1x100'		5
4	CLO-1	Sub-CLO-1.2 Mampu **menemukan** jenis "konten inspirasi" dan **mengklasifikasikan** berdasarkan kategori konten review produk dan top list rekomendasi di platform media sosial (C3f)(C2k)	1. Ketepatan dalam **mengkalasifikasi** jenis konten inspirasi berdasarkan kategori konten top list rekomendasi di media sosial X (Twitter) (C2p)	**Bentuk non test:** Forum Diskusi **Bentuk test:** Tugas 1	1. Konten top list rekomendasi di media sosial X (Twitter)	**Case Based Learning:** Tahap 2: Mahasiswa mengklasifikasikan jkelompok konten top list review yang termasuk ke dalam konten inspirasi di media sosial X (Twitter) **Self Paced Learning:** Mahasiswa mengerjakan tugas secara mandiri dengan materi panduan yang ada di LMS	1x50'	1x50'	5
5	CLO-1		1. Ketepatan dalam **menganalisis** dari kategori konten inspirasi untuk melihat kecenderungan trend konten di media sosial X (Twitter) (C4p)	**Bentuk non test:** Forum Diskusi **Bentuk test:** Tugas 1	1. Trending topic media sosial X (Twitter) 2. Digital Marketing Trend (Materi dalam bahasa Inggris)	**Case Based Learning:** Tahap 3: Mahasiswa menganalisis jenis konten inspirasi di media sosial X (Twitter) dan melihat kecenderungan trend konten	1x100'		5
6	CLO-1	Sub-CLO-1.3 Mampu **menemukan** jenis "konten entertain" melalui video iklan di media sosial serta **menganalisis** struktur konten dan pesan komunikasinya (C3f) (C4p)	1. Kecakapan dalam **menemukan** berbagai macam konten entertain melalui video di media sosial Tiktok yang bertujuan mengiklankan sebuah produk	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2	1. Definisi dan jenis konten entertain (viral video content, contest, dll) 2. Brief Tugas 2	**Kuliah:** Pemaparan mengenai pilar konten entertain **dalam Bahasa Inggris**.dilanjutkan dengan briefing tugas 2 **Case Based Learning:** Tahap 1: Mahasiswa menemukan berbagai macam konten entertain melalui video iklan di media sosial Tiktok	1x100'		5
7	CLO-1		1. Ketepatan dalam **menganalisis** struktur konten entertain dari video iklan di media sosial Tiktok 2. Ketepatan dalam **menganalisis** pesan komunikasi dari konten entertain pada contohi video iklan di media sosial Tiktok	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2	1. Struktur konten (narasi, visual, audio) 2. Analisis pesan komunikasi (tujuan, target audience, pesan, cara pesan diperkuat melalui konten entertain)	**Case Based Learning:** Tahap 2: Menganalisis struktur konten dan pesan komunikasi dari video iklan di media sosial Tiktok	1x100'		5
8	CLO-1		1. Ketepatan dalam **membuat** kesimpulan dari ringkasan analisis konten video entertain pada media sosial Tiktok (C5f) 2. Ketepatan dalam menguraikan implikasi bagi pemasaran dan brandingi dari konten entertain pada contohi video iklan di media sosial Tiktok	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2	1. Ringkasan analisis 2. Implikasi bagi pemasaran dan branding	**Case Based Learning:** Tahap 3: Membuat kesimpulan dari konten video entertain yang telah dianalisis pada media sosial Tiktok **Self Paced Learning:** Mahasiswa mengerjakan tugas secara mandiri dengan materi panduan yang ada di LMS	1x50'	1x50'	10
9	CLO-2		1. Ketepatan dalam **menguraikan** jenis dan format konten edukatif di media sosial Instagram	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3	1. Jenis dan format konten edukatif (tutorial, tips & trick dan data infografis) 2. Brief tugas 3	**Kuliah:** Pemaparan materi mengenai jenis dan format konten edukatif lalu dilanjutkan dengan briefing tugas 3 **Project Based Learning:** Tahap 1: Menganalisis data jenis konten edukatif di media sosial Instagram	1x100'		5

10	CLO-2	Sub-CLO-2.1 Mampu **membuat** konsep perancangan jenis "konten edukatif" melalui konten digital interaktif di platform media sosial. (P5k)	1. Ketepatan dalam **menganalisis** produk (C4p) 2. Kecakapan dalam **menentukan** persona target audience (P5f)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3	1. Benefit product (FAB) 2. Pemetaan target audience (Profil dan persona)	**Kuliah:** Pemaparan materi mengenai pemetaan target audience dan analisis produk **Project Based Learning:** Tahap 2: Menganalisis produk dan menentukan persona target audience	1x100'		5
11	CLO-2		1. Kecakapan dalam **mengembangkan** tema konten edukatif di media sosial Instagram (C2p) 2. Kecakapan dalam **menentukan** konsep kreatif pada konten edukatif melalui konten interaktif di media sosial instagram Instagram (P5f)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3	1. Tema dan format konten. 2. Jalan cerita dan kalender konten	**Project Based Learning:** Tahap 3: Menentukan tema dan konsep tema konten interaktif yang bersifat edukatif di media sosial Instagram	1x100'		5
12	CLO-2		1. Kecakapan dalam **menentukan** format konten interaktif yang bersifat edukatif dengan menggunakan fitur-fitur di media sosial Instagram (P5k) 2. Kecakapan dalam merancang konsep visual untuk konten interaktif yang bersifat edukatif di media sosial Instagram	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3	1. Fitur dan Jenis Konten Interaktif di Instagram 2. Editorial plan	**Project Based Learning:** Tahap 4: Membuat konsep konten dan visual yang dikemas dalam bentuk editorial plan sederhana	1x100'		5
13	CLO-2	Sub-CLO-2.2 Mampu **membuat** konsep perancangan jenis "konten penjualan" di media digital marketplace (P5k)	1. Ketepatan dalam **menguraikan** jenis dan format konten penjualan di media digital/sosial 2. Kecakapan dalam **menentukan** media iklan di marketplace yang sesuai untuk konten penjualan	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar	1. Jenis dan format konten penjualan (brosur, product demo, case studies, dll) 2. Brief tugas besar	**Kuliah:** Pemaparan mengenai jenis dan format konten penjualan di media digital khususnya marketplace lalu dilanjutkan dengan briefing tugas besar **Project Based Learning:** Tahap 1: Menganalisis jenis konten penjualan di media digital	1x100'		5
14	CLO-2		1. Ketepatan dalam menganalisis konten promosi di marketplace yang telah dilakukan oleh kompetitor 2. Kecakapan dalam menentukan kompetitor	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar	1. Analisis SWOT 2. Analisis Matrix Perbandingan	**Project Based Learning:** Tahap 2: Menganalisis konten promosi penjualan di marketplace yang telah dilakukan oleh kompetitor	1x100'		5
15	CLO-2		1. Ketepatan dalam menghasilkan ide berupa konsep visual dalam menyusun sebuah rancangan konten penjualan di marketplace [C3m] 2. Kecakapan dalam menyusun media iklan dan rencana konten penjualan di marketplace	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar	1. Perancangan Konsep Visual 2. Media iklan di marketplace	**Project Based Learning:** Tahap 3: Menentukan ide berupa konsep visual terhadap konten penjualan di marketplace	1x100'		5
16	CLO-2		1. Ketepatan dalam merancang artbook proposal mengenai konsep perancangan konten penjualan di media marketplace (C6k) 2. Kecakapan dalam merekomendasikan visual untuk koten penjualan di media marketplace (C5f)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar	1. Artbook proposal konsep perancangan	**Project Based Learning:** Tahap 4: Membuat artbook proposal dari rancangan ide dan rekomendasi visual. **Self Paced Learning:** Mahasiswa mengerjakan tugas secara mandiri dengan materi panduan yang ada di LMS	1x50'	1x50'	10

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah

Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
Studio Advertising 5 (Brand Communication)	FAK3EIB4	AECTIVA	-	T=2	P=2	6 Genap 24/25	28 Mei 2024

Otoritas

Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
Ilhamsyah S.Sn., M.Ds.	Dr. Andreas Rio A., S.E., M.Eng.	[Arief Budiman, S.Sn., M.Sn]

Deskripsi Mata Kuliah

Mata Kuliah Studio Advertising 5 merupakan mata kuliah wajib peminatan Advertising, yang mengajarkan kepada mahasiswa mengenai kemampuan komunikasi suatu merek dalam membangun image atau citra positif kepada audiens dalam bentuk fisik atau persepsi yang bertujuan untuk membangun loyalitas konsumen dan menimbulkan kepercayaan terhadap suatu merek (brand trust). Matakuliah ini umumnya menggunakan softsells (emotional) dan lebih bersifat rekomendasi strategi komunikasi dan visual untuk tahapan implementasi (promosi). Akhirnya, mahasiswa akan mampu menyusun data, merancang konsep, dan menciptakan visual untuk kebutuhan media promosi yang akan disajikan dalam bentuk Artbook, poster promosi, video bumper, dan video promosi produk yang dapat diakses melalui platform Youtube.

Program Learning Outcomes

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-6	Mampu menelaah dan menganalisis data melalui metode riset multidisiplin terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual.
PLO-10	Mampu merencanakan dan membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin
PLO-11	Mampu merencanakan, membuat, dan menyimpulkan strategi desain komunikasi visual sebagai pemecahan masalah secara kreatif dan kolaboratif melalui pendekatan berpikir kritis dan inovatif

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	Mampu menelaah data melalui metode riset multidisiplin	PLO-6
CLO-2	Mampu menganalisis berbagai data terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual	PLO-6
CLO-3	Mampu merencanakan perancangan konsep karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisplin	PLO-10
CLO-4	Mampu membuat strategi desain komunikasi sebagai pemecahan masalah secara kreatif dan kolaboratif	PLO-11

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas	Kognitif / Pengetahuan	Hasil Proyek				
	Forum Diskusi	Kuis	Tugas 1	Tugas 2	Tugas Besar 1	Tugas Besar 2	
CLO-1		5					5
CLO-2	5		10				15
CLO-3	5			20	25		50
CLO-4	5					25	30
Total per penilaian	15	5	10	20	25	25	100

Pustak

Utama:

1. Ilhamsyah. 2021. Pengantar Strategi Kreatif. Advertising Era Digital. Yogyakarta: Penerbit Andi.
2. Potter, W.J. (2013) Media Literacy. SAGE Publications.
3. Sugiyama, Kotaru. and Andree, Tim. 2011. *The Dentsu Way* . USA: McGraw-Hill.
4. Airey, D. (2014) Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities, 2nd Edition. 2nd edition. Berkeley, Ca: Peachpit Press.

Pustaka Pendukung:

1. Wheeler, A. (2018) Designing Brand Identity. New Jersey : John Wiley & Sons.
2. Lupton, E. and Phillips, J.C. (2015) Graphic Design: The New Basics. 2nd edition. New York : Baltimore: Princeton Architectural Press.

Media Pembelajaran

Software :	Hardware :
Microsoft Word, Microsoft Powerpoint, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop	Laptop, Komputer, Proyektor, Kertas, Pensil, Penghapus, Alat mewarnai

Team Teaching: I Gusti Agung Rangga Lawe, S.Ds., M.Ds. (Koord.), Aria Ar Razi, S.Ds., M.Ds., Muhammad Iskandar, S.Sn., M.Sn., Adya Mulya Prajana, S.Ds., M.Ds., Apsari Wiba Pamela, M.Ds, Yayat Sudaryat, S.Sn., M.Sn., Novian Denny Nugraha, S.Sn., M.Sn., Nisa Eka Nastiti, S.Ds., M.I.Kom.

Matakuliah Syarat: Studio DKV 4

Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01	[dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%	[mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Sub CLO-1.1 Mampu menjelaskan kembali definisi kembali definisi branding, brand communication sebagai bagian dari pemasaran era digital	1.Ketepatan dalam menjelaskan definisi branding 2.Ketepatan dalam menjelaskan hubungan brand communication sebagai bagian dari branding era digital. 3.Ketepatan dalam kembali fungsi dan tujuan brand communication dalam pemasaran era digital	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis (Soal 1-10)"	1.Kontrak Perkuliahan 2.Definisi Branding serta kaitannya dengan periklanan dan desain komunikasi visual. 3.Branding era pemasaran digital. 4.Tujuan dan fungsi Brand Communication.	Kuliah: Pemaparan mengenai kontrak perkuliahan Studio Advertising 5 dan materi perkuliahan. Self-direct learning: Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Kuis di LMS.	3x50'	1x50'	10
2	CLO-1	Sub CLO-1.2 Mampu menjelaskan kembali teori Branding dan brand communication	1.Ketepatan dalam menjelaskan Brand personality, brand essence, brand value 2.Ketepatan dalam menjelaskan data target audiens: Insight, Frame of reference, Motivation, Need & Want, Lifestyle 3.Ketepatan dalam menjelaskan Tone and Manner 4.Ketepatan dalam menjelaskan Positioning 5.Ketepatan dalam menjelaskan Tagline dan Big Idea	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas 1	1.Memahami Brand personality, brand essence, brand value 2.Memahami target audiens: Insight, Frame of reference, Motivation, Need & Want, Lifestyle 3.Tone and Manner 4.Positioning 5.Tagline dan Big Idea	Kuliah: Pemaparan mengenai teori Branding dan Brand Communication Self-direct learning: Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Tugas di LMS.	3x50'	1x50'	5
3	CLO-2	Sub CLO-2.1 Mampu menjelaskan kembali Marketing Mix 4Ms Al Reis Models	1.Ketepatan dalam menjelaskan Merchandise 2.Ketepatan dalam menjelaskan Market 3.Ketepatan dalam menjelaskan Media 4.Ketepatan dalam menjelaskan Message	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas 1	1.Marketing Mix 4Ms Al Reis Models: Merchadise 2.Marketing Mix 4Ms Al Reis Models: Market 3.Marketing Mix 4Ms Al Reis Models: Media 4.Marketing Mix 4Ms Al Reis Models: Message	Kuliah: Pemaparan mengenai Marketing Mix 4Ms Al Reis Models Self-direct learning: Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Tugas di LMS.	4x50'		5
4	CLO-2	Sub CLO-2.2 Mampu menganalisis potensi dari suatu brand	1.Ketepatan dalam menganalisis SWOT, 2.Ketepatan dalam menentukan USP 3.Ketepatan dalam menganalisis demografis dan psikografis target market, serta 4.Ketepatan dalam menganalisis perceptual maps untuk menentukan positioning produk	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas 1	1.Analisis SWOT, 2.Analisis dalam menentukan USP 3.Demografis dan psikografis target market 4.Teknik perceptual maps untuk menentukan positioning produk	Kuliah: Pemaparan mengenai varian produk baru dari suatu brand, asistensi penentuan brand varian produk baru Self-direct learning: Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Tugas di LMS.	4x50'		5
5	CLO-2	Sub CLO-2.2 Mampu menganalisis potensi dari suatu brand	1.Ketepatan dalam menentukan nama produk 2.Ketepatan dalam merancang logo brand varian produk baru	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas 1	1.Menentukan nama produk 2.Merancang logo brand varian produk baru	Kuliah: Asistensi nama dan desain logo brand varian produk baru Self-direct learning: Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Tugas di LMS.	3x50'	1x50'	5

6	CLO-3	Sub CLO-3.1 Mampu menjelaskan pengertian kemasan dari sisi branding dan promotion (5P's)	Ketepatan dalam menjelaskan pengertian kemasan dari sisi branding dan promotion	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas 2	1.Desain kemasan dalam lingkup branding dan promotion. 2.Unsur-unsur desain kemasan 3.Strategi perancangan desain kemasan	Kuliah: Perkuliahan pengertian desain kemasan; Asistensi desain kemasan brand varian produk baru Self-direct learning: Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Tugas di LMS.	4x50'		5
7	CLO-3	Sub CLO-3.2 Mampu merancang desain kemasan varian produk baru.	1.Ketepatan merancang desain kemasan 2.Ketepatan ide visual desain kemasan yang memiliki potensi promosi	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas 2	1.Desain kemasan dalam lingkup branding dan promotion. 2.Unsur-unsur desain kemasan 3.Strategi perancangan desain kemasan	Kuliah: Asistensi desain kemasan brand varian produk baru Self-direct learning: Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Tugas di LMS.	4x50'		5
8	CLO-3	Sub CLO-3.2 Mampu merancang desain kemasan varian produk baru.	1.Ketepatan merancang desain kemasan 2.Ketepatan ide visual desain kemasan yang memiliki potensi promosi	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas Besar 1	1.Desain kemasan dalam lingkup branding dan promotion. 2.Unsur-unsur desain kemasan 3.Strategi perancangan desain kemasan	Kuliah: Presentasi desain kemasan brand varian produk baru Self-direct learning: Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Tugas di LMS.	3x50'	1x50'	7
9	CLO-4	Sub CLO 4.1 Mampu menjelaskan dan menganalisis strategi Brand Communication produk varian baru dengan tepat	Ketepatan dalam menjelaskan dan menganalisis strategi Brand Communication produk varian baru.	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas 3	1.Tagline (reason why to buy); 2.Big Idea (tema komunikasi brand yang akan diangkat); 3.Strategi komunikasi berdasarkan AISAS	Kuliah: Perkuliahan dan asistensi strategi Brand Communication, Self-direct learning: Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Tugas di LMS."	4x50'		7
10	CLO-4	Sub CLO-4.1 Mampu merencanakan konsep strategi Brand Communication produk varian baru dengan tepat	Kecakapan dalam merencanakan konsep strategi Brand Communication produk varian baru.	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas 3	1.Tagline (reason why to buy); 2.Big Idea (tema komunikasi brand yang akan diangkat); 3.Strategi komunikasi berdasarkan AISAS	Kuliah: Asistensi strategi Brand Communication, Self-direct learning: Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Tugas di LMS."	4x50'		8
11	CLO-4	Sub CLO-4.1 Mampu merencanakan konsep strategi Brand Communication produk varian baru dengan tepat	Kecakapan dalam merencanakan key visual strategi Brand Communication produk varian baru.	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas 3	1.Tone and Manner 2.Visual style 3.Colour, Typography, Layout design 4.Tagline and Copywriting	Kuliah: Asistensi strategi Brand Communication dan desain key visual, Self-direct learning: Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Tugas di LMS."	4x50'		8
12	CLO-4	Sub CLO-4.1 Mampu merencanakan konsep strategi Brand Communication produk varian baru dengan tepat	Kecakapan dalam merencanakan key visual strategi Brand Communication produk varian baru.	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas 3	1.Tone and Manner 2.Visual style 3.Colour, Typography, Layout design 4.Tagline and Copywriting	Kuliah: Asistensi strategi Brand Communication dan desain key visual, Self-direct learning: Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Tugas di LMS."	3x50'	1x50'	6
13	CLO-4	Sub CLO 4.2 Mampu merencanakan konsep strategi media promosi berdasarkan rancangan AISAS	Kecakapan dalam merencanakan konsep strategi media promosi berdasarkan rancangan AISAS	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas 3	1.Strategi media promosi berdasarkan AISAS 2.Crafting visual idea berdasarkan big idea yang telah dirancang sebelumnya	Kuliah: Perkuliahan dan asistensi strategi media berdasarkan AISAS, Self-direct learning: Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Tugas di LMS."	4x50'		6
14	CLO-4	Sub CLO 4.3 Mampu merencanakan ide visual media sebagai rekomendasi rancangan kampanye promosi brand varian produk baru.	Kecakapan dalam merencanakan ide visual media sebagai rekomendasi rancangan kampanye promosi brand varian produk baru.	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas 3	*Crafting visual idea* berdasarkan big idea yang telah dirancang sebelumnya	Kuliah: Perkuliahan dan asistensi ide visual berdasarkan big idea, Self-direct learning: Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Tugas di LMS."	4x50'		6
15	CLO-4	Sub CLO 4.3 Mampu merencanakan ide visual media sebagai rekomendasi rancangan kampanye promosi brand varian produk baru.	Kecakapan dalam merencanakan ide visual media sebagai rekomendasi rancangan kampanye promosi brand varian produk baru.	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas 3	*Crafting visual idea* berdasarkan big idea yang telah dirancang sebelumnya	Kuliah: Perkuliahan dan asistensi ide visual berdasarkan big idea, Self-direct learning: Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Tugas di LMS."	4x50'		6
16	CLO-4	Sub CLO 4.4 Mampu mempresentasikan strategi brand communication varian produk baru.	Kecakapan dalam mempresentasikan strategi brand communication varian produk baru.	Bentuk non test: - Bentuk test: Tugas Besar 2	*How to present your idea*	Kuliah: Presentasi strategi brand communication varian produk baru, Self-direct learning: Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Tugas di LMS."	4x50'		6

#VALUE!	RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
	PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
	FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	Metodologi Penelitian	DAJ3B2	Humagy		T = 2	P = 0	6 Genap 23/24	11-Jun-24

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	[Gema Ari Prahara, S.Sn, M.Ds.]	Ttd [Dr. Andreas Rio Adriyanto, SE., M.Eng.]	Ttd [Arief Budiman, S.Sn., M.Sn]

Deskripsi Mata Kuliah	Tujuan mata kuliah ini mengantarkan mahasiswa pada kemampuan untuk melakukan penelitian dengan mempelajari prinsip-prinsip dasar penelitian, cara-cara melaksanakan proses penelitian, terutama penelitian visual, melalui penggunaan data kualitatif maupun kuantitatif, serta mengembangkan ketrampilan meneliti. Keterampilan melakukan penelitian mencakup proses dan operasional penelitian, cara pengumpulan data, pengolahan data, analisis data serta penarikan kesimpulan. Kemampuan melakukan penelitian ini sebagai syarat untuk mata kuliah seminar, sekaligus menjadi asupan untuk perancangan tugas akhir desain komunikasi visual.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-6	Mampu menelaah dan menganalisis data melalui metode riset multidisiplin terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual.

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	[PLO-6] CLO 13 - Mampu menelaah data melalui metode riset multidisiplin (C4f)	PLO-6
CLO-2	[PLO-6] CLO 14 - Mampu menganalisis berbagai data terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual (C4p)	PLO-6

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif	Kognitif/Pengetahuan	Hasil Proyek				
	Diskusi	Kuis	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	
CLO-1	5	5	15	15			40
CLO-2		5			15	40	60
Total per penilaian	5	10	15	15	15	40	100

Pustaka

Utama:

1. Flick, U. (2015). Introducing Research Methodology: A Beginner's Guide to Doing a Research Project. SAGE Publications Ltd.
2. Kenney, K. (2008). Visual communication research designs. In Visual Communication Research Designs. https://doi.org/10.4324/9780203931011
3. Ilhamsyah. (2020). Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital. Yogyakarta: Penerbit ANDI

Pustaka Pendukung:

1. Soewardikoen, D. W, 2019, Metodologi Penelitian DKV, Kanisius, Yogyakarta
2. Harris, D. (2019). Literature Review and Research Design. In Literature Review and Research Design. https://doi.org/10.4324/9780429285660

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Microsoft Office	Laptop, Proyektor

Team Teaching	Wibisono Tegar Guna Putra, M.A.
Matakuliah Syarat	0
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu menemukenali data, definisi data, dan lingkup metodologi penelitian dalam bidang desain komunikasi visual (C1f]	1. Ketepatan dalam menemukenali data, definisi data, dan lingkup metodologi penelitian dalam bidang desain komunikasi visual (C1f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis (Soal 1-10)	1. Data kualitatif dan kuantitatif 2. Kontrak Perkuliahan	**Kuliah:** Pemaparan mengenai kontrak perkuliahan **Self-direct learning:** Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Kuis di LMS.	1x100'		5
2	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu menemukenali data, definisi data, dan lingkup metodologi penelitian dalam bidang desain komunikasi visual (C1f]	1. Ketepatan dalam menemukenali data, definisi data, dan lingkup metodologi penelitian dalam bidang desain komunikasi visual (C1f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1	1. tiga aspek penelitian 2. Memilih Sampel	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan dan briefing Tugas 1. **Disampaikan dalam bahasa inggris**		1x100	5
3	CLO-1	Sub-CLO 1.2 Mampu menemukenali metode Pencarian data [C1f]	1. Ketepatan dalam menemukenali metode Pencarian data [C1f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1	Metode Penelitian Observasi, Visual, dan data dari Aspek Imaji	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan dan briefing Tugas 1.		1x101	5

4	CLO-1	Sub-CLO 1.2 Mampu menemukenali metode Pencarian data [C1f]	1. Ketepatan dalam menemukenali metode Pencarian data [C1f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1	1. Metode Wawancara	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan dan briefing Tugas 2.	1x100'		10
5	CLO-1	Sub-CLO 1.2 Mampu menemukenali metode Pencarian data [C1f]	1. Ketepatan dalam menemukenali metode Pencarian data [C1f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1	1.Studi Dokumen	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Disampaikan dalam bahasa inggris**	1x100'		10
6	CLO-1	Sub-CLO 1.2 Mampu menemukenali metode Pencarian data [C1f]	1. Ketepatan dalam menemukenali metode Pencarian data [C1f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1	1. Metode Survey	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan.	1x100'		6
7	CLO-1	Sub-CLO 1.3 Mampu menemukenali metode analisis data [C1f]	1. Ketepatan dalam menemukenali metode analisis data [C1f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2	1. Metode Analisis Data Kualitatif 2.	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan dan briefing Tugas 3.	1x100'		6
8	CLO-1	Sub-CLO 1.3 Mampu menemukenali metode analisis data [C1f]	1. Ketepatan dalam menemukenali metode analisis data [C1f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2	1. Metode Analisis Data Kuantitatif 2.	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan.		1x100	6
9	CLO-1, CLO-2	Sub-CLO 1.4 Mampu melaksanakan prosedur pencarian data dan analisis [C3f], Sub-CLO 2.1 Mampu menyusun daftar topik penelitian [C1p]	1. Ketepatan melaksanakan prosedur pencarian data dan analisis [C3f], ketepatan dalam menyusun daftar topik penelitian [C1p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3	1. Menentukan topik penelitian, identifikasi masalah, dan rumusan masalah	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Discovery Learning:** Tahap 1: Mencari topik penelitian yang didasarkan pada permasalahan dan atau minat untuk kemudian melakukan proses asistensi.	1x100'		6
10	CLO-1, CLO-2	Sub-CLO 1.4 Mampu melaksanakan prosedur pencarian data dan analisis [C3f], Sub-CLO 2.2 Mampu mengembangkan ide penelitian dengan menggunakan metode pencarian data yang spesifik [C2p]	1. Ketepatan dalam melaksanakan prosedur pencarian data dan analisis [C3f]; 2. Ketepatan dalam mengembangkan ide penelitian dengan menggunakan metode pencarian data yang spesifik [C2p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3	1. Praktek Pengumpulan data kualitatif melalui observasi tidak langsung dan studi dokumen	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Discovery Learning:** Tahap 2: praktek pengumpulan data untuk Kemudian melakukan proses asistensi.	1x100'		6
11	CLO-1, CLO-2	Sub-CLO 1.4 Mampu melaksanakan prosedur pencarian data dan analisis [C3f], Sub-CLO 2.2 Mampu mengembangkan ide penelitian dengan menggunakan metode pencarian data yang spesifik [C2p]	1. Ketepatan dalam melaksanakan prosedur pencarian data dan analisis [C3f]; 2. Ketepatan dalam mengembangkan ide penelitian dengan menggunakan metode pencarian data yang spesifik [C2p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** tugas 3	1. Praktek Pengumpulan data kuantitatif melalui data sekunder dan survey 2.	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Discovery Learning:** Tahap 2: praktek pengumpulan data untuk Kemudian	1x100'		5

12	CLO-1, CLO-2	Sub-CLO 1.5 Mampu menelaah data untuk masuk ke dalam proses analisis[C4f], Sub-CLO 2.3 Mampu memproses data dengan menggunakan metode analisis yang spesifik [C3p]	1. Ketepatan dalam menelaah data untuk masuk ke dalam proses analisis[C4f], ketepatan dalam memproses data dengan menggunakan metode analisis yang spesifik [C3p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1. Praktek analisis data kualitatif 2.	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Contextual instruction:** Tahap 3: praktek analisis data untuk Kemudian melakukan proses asistensi.	1x100'		6
13	CLO-1, CLO-2	Sub-CLO 1.5 Mampu menelaah data untuk masuk ke dalam proses analisis[C4f], Sub-CLO 2.3 Mampu memproses data dengan menggunakan metode analisis yang spesifik [C3p]	1. Ketepatan dalam menelaah data untuk masuk ke dalam proses analisis[C4f], ketepatan dalam memproses data dengan menggunakan metode analisis yang spesifik [C3p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1. Praktek analisis data kuantitatif	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Discovery Learning:** Tahap 3: praktek analisis data untuk Kemudian melakukan proses asistensi.	1x100'		6
14	CLO-2	Sub-CLO 2.4 Mampu menganalisis data dan menuliskan hasil analisis dalam bentuk simpulan dan kata kunci [C4p]	1. Ketepatan dalam menganalisis data dan menuliskan hasil analisis dalam bentuk simpulan dan kata kunci [C4p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1.Penarikan Simpulan dan Kata Kunci	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Discovery Learning:** Tahap 4: praktek penarikan simpulan dari data untuk	1x100'		6
15	CLO-1	Sub-CLO 1.6 Mampu mengaitkan topik penelitian dengan pustaka yang relevan [C4f]	1. Ketepatan dalam mengaitkan topik penelitian dengan pustaka yang relevan [C4f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1. Pengutipan artikel	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan.	1x100'		6
16	CLO-2	Sub-CLO 2.5 Mampu mendistribusikan hasil penelitian dalam bentuk berkas usulan penelitian [C4p]	1. Ketepatan dalam mendistribusikan hasil penelitian dalam bentuk berkas usulan penelitian [C4p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1. Presentasi hasil penelitian	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan.		1x100'	6

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah

Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
Creative Strategy & Art Directing	FAK3GIB3	AECTIVA	-	T = 1	P = 2	7 Ganjil 23/24	

Otoritas

Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
Ttd [Ilhamsyah, S.Sn., M.Ds.]	Ttd [Dr. Santi Salayati, S.Sn., M.Sn.]	Ttd [Arief Budiman, S.Sn., M.Sn]

Deskripsi Mata Kuliah

Creative Strategy & Art Directing merupakan mata kuliah wajib peminatan Advertising, yang membahas konsep dan teknik pengembangan ide kreatif serta arahan seni dalam industri periklanan dan desain. Dengan fokus pada menggabungkan visi yang kreatif dengan strategi pemasaran yang efektif, mahasiswa akan mengasah keterampilan dalam menyusun kampanye yang kuat secara visual dan konseptual.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-4	Mampu mengimplementasikan dan menggunakan teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya desain komunikasi visual.
PLO-9	Mampu merancang dan menciptakan aset visual dan/atau audio visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual.

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	[PLO-4] CLO 1 - Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, dan pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya desain komunikasi visual. [C3f]	PLO-4
CLO-2	[PLO-9] CLO 2 - Mampu menciptakan aset visual untuk media desain komunikasi visual. [C6p]	PLO-9

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif	Kognitif/Pengetahuan	Hasil Proyek				
	Diskusi	Kuis 1	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	
CLO-1	5	5	15	20			45
CLO-2					25	30	55
Total per penilaian	5	5	15	20	25	30	100

Pustaka

Utama:

1. Ilhamsyah. 2021. Pengantar Strategi Kreatif. Advertising Era Digital. Yogyakarta: Penerbit Andi.
2. Altstiel, T., Grow, Jean. 2011. Advertising Strategy: Creative Tactic From the Outside/In. California: Sage Publications, Inc.
3. Moriarty, S., Mitchell, N. & Wells, W. 2015. Advertising. Jakarta: Kencana
4. Kasilo, Djito. 2008. Komunikasi Cinta: Menembus G-spot Konsumen Indonesia. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.

Pustaka Pendukung:

1. Nasrullah, Dr. Rulli, M.Si. 2016. Sosial Media. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
2. Sugiyama, Kotaru. dan Andree, Tim. (2011). The Dentsu Way . USA: McGraw-Hill.

Media Pembelajaran

Software :	Hardware :
Microsoft Powerpoint, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop	Laptop, Proyektor

Team Teaching

Ilhamsyah S.Sn., M.Ds. (Koord), Reza Ramadani Firman, S.Ds., M.Ds., Apsari Wiba Pamela, S.Ds., M.Ds., Nina Nursetia Ningrum, S.Pd., M.Pd., Dr. Samsul Alam, S.Pd., M.Pd.

Matakuliah Syarat

Komunikasi dan Media Literasi

Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01	[dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%	[mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu menjelaskan kembali pengertian strategi kreatif periklanan serta kaitannya dengan desain komunikasi visual. [C2f] [A1m]	1.Ketepatan dalam menjelaskan definisi strategi kreatif periklanan 2.Ketepatan dalam menjelaskan hubungan strategi kreatif periklanan dan desain komunikasi visual. 3.Ketepatan dalam kembali fungsi dan tujuan periklanan dalam pemasaran era digital	**Bentuk non test:** Diskusi **Bentuk test:** Kuis (Soal 1-10)	1. Kontrak Perkuliahan 2. Memahami Brand – Brand personality, brand essence, brand value 3.Memahami target audiens: Insight, Frame of reference, Motivation, Need & Want, Lifestyle 4.Tone and Manner 5.What to says dan how to says 6.Visual dan copy – Storytelling	**Kuliah:** Pemaparan mengenai kontrak perkuliahan Creative Strategy & Art Directing dan materi perkuliahan. **Self-direct learning:** Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Kuis di LMS.	1x150'		10
2	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu menjelaskan pengertian art directing dalam strategi kreatif periklanan. [C2f] [A1m]	1.Ketepatan dalam menjelaskan definisi art directing 2.Ketepatan menjelaskan fungsi dan peran art director dalam proses perancangan iklan 3.Ketepatan dalam menjelaskan Struktur organisasi dalam divisi kreatif agensi periklanan dan sejenisnya.	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1	1.Prospek pekerjaan Art Director pada industri kreatif periklanan 2.Art Director dan Copywriter – dalam struktur organisasi divisi kreatif periklanan.	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan dan briefing workshop tugas 1. **Project Based Learning:**	1x150'		5

3	CLO-1	Sub-CLO 1.2 Mampu menjelaskan dan menerapkan teknik menggali ide kreatif (*crafting idea*). [C2f]	1.Ketepatan dalam menjelaskan definisi crafting idea 2.Ketepatan menjelaskan dan menerapkan teknik menggali ide kreatif (crafting idea) 3.Ketepatan dalam menerapkan teknik storytelling dalam menggali ide kreatif.	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1	1.Teknik-teknik menggali ide kreatif (crafting idea) 2.Teknik storytelling dalam menggali ide kreatif.	**Kuliah:** Pemaparan pengertian crafting idea serta praktik penggalian ide melalui storytelling. **Project Based Learning:** Workshop penggalian ide melalui storytelling, serta mengunggah hasil workshop di LMS.	1x150'		10
4	CLO-1	Sub-CLO 1.2 Mampu menjelaskan dan menerapkan teknik menggali dan merancang pesan iklan (what to says). [C2f]	1.Ketepatan dalam menjelaskan definisi pesan iklan (what to says) 2.Ketepatan dalam menerapkan teknik perancangan pesan iklan (what to says).	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2	1.Pesan iklan (what to says) 2.Teknik perancangan pesan iklan (what to says)	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan dan workshop Tugas 2. **Project Based Learning:** workshop penggalian pesan iklan	1x150'		5
5	CLO-1	Sub-CLO 1.2 Mampu menjelaskan dan menerapkan teknik menggali dan merancang pesan iklan (what to says). [C2f]	1.Ketepatan dalam menjelaskan definisi tema kampanye iklan (big idea) 2.Ketepatan dalam menerapkan teknik perancangan tema kampanye iklan (big idea).	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2	1.Tema kampanye iklan (big idea) 2.Teknik perancangan tema kampanye iklan (big idea)	**Kuliah:** Pemaparan pengertian tema kampanye iklan (big idea) serta praktik penggalian dan perancangan big idea. **Project Based Learning**: workshop penggalian *big idea*	1x150'		5
6	CLO-1	Sub-CLO 1.3 Mampu menjelaskan dan menerapkan teknik merancang ide visual (how to says). [C3f] [A2k]	1.Ketepatan dalam menjelaskan definisi ide visual (how to says) 2.Ketepatan dalam menerapkan teknik perancangan ide visual (how to says).	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2	1.Memvisualkan ide 2.Teknik perancangan ide visual (how to says)	**Kuliah:** Pemaparan teknik perancangan ide visual (how to says). **Project Based Learning:** Praktik penggalian dan perancangan ide visual, serta mengunggahnya di LMS.	1x150'		10
7	CLO-2	Sub-CLO 1.3 Mampu menjelaskan dan menerapkan teknik merancang ide visual (how to says). [C3f]	1.Ketepatan dalam menjelaskan definisi retorika visual 2.Ketepatan dalam menerapkan retorika visual dalam perancangan ide visual (how to says).	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3	1.Retorika visual	**Kuliah:** Pemaparan materi perkuliahan definisi retorika visual **Project Based Learning:** Praktik penggalian dan perancangan ide visual, serta mengunggahnya di LMS.	1x150'		7
8	CLO-2	Sub-CLO 1.3 Mampu menjelaskan dan menerapkan teknik Pengujian ide visual – SUPERS'A' dalam rancangan ide visual. [C3f]	1.Ketepatan dalam menjelaskan definisi SUPERS'A' 2.Ketepatan dalam menerapkan SUPERS'A' dalam menilai rancangan ide visual.	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3	1.Pengujian ide visual – SUPERS'A'	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:**		1x150'	5
9	CLO-2	Sub-CLO 2.1 Mampu menjelaskan dan menerapkan teknik perancangan key visual dan Art Directing for Out of Home Media. [C3m]	1.Ketepatan dalam menjelaskan key visual dalam perancangan iklan 2.Ketepatan dalam menjelaskan Art Directing for Out of Home Media	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1.Key visual 2.Art Directing for Out of Home Media	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** praktik perancangan *art directing for out of home* .	1x150'		5

10	CLO-2	Sub-CLO 2.1 Mampu menjelaskan dan menerapkan teknik perancangan art directing for video commercials. [C3m]	1.Ketepatan dalam merancang art directing for video commercials	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	Art directing for video commercials	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** praktik perancangan *art directing for video commercials* .	1x150'		8
11	CLO-2	Sub-CLO 2.1 Mampu menjelaskan dan menerapkan teknik perancangan art directing for non-conventional media. [C6m]	1.Ketepatan dalam merancang art directing for non-conventional media	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3	1.Art directing for non-conventional media	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** praktik perancangan *art directing non-commercials media* .	1x150'		5
12	CLO-2	Sub-CLO 2.1 Mampu menjelaskan dan menerapkan teknik perancangan art directing for digital media. [C6m]	1.Ketepatan dalam merancang art directing for digital media	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3	1.Art directing for digital media	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** praktik perancangan *art directing digital media* .		1x150'	5
13	CLO-2	Sub-CLO 2.2 Mampu menjelaskan media placement strategy dalam kampanye periklanan produk komersial.	1.Ketepatan menjelaskan media placement strategy dalam kampanye periklanan produk komersial	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	Media placement strategy dalam kampanye periklanan produk komersial	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** -	1x150'		5
14	CLO-2	Sub-CLO 2.2 Mampu mempresentasikan strategi kreatif kampanye periklanan produk komersial.	1.Ketepatan mempresentasikan strategi kreatif kampanye periklanan produk komersial	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	Strategi kreatif kampanye periklanan produk komersial	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** Presentasi strategi kreatif kampanye periklanan produk komersial	1x150'		5
15	CLO-2	Sub-CLO 2.2 Mampu mempresentasikan strategi kreatif kampanye periklanan produk komersial.	1.Ketepatan mempresentasikan strategi kreatif kampanye periklanan produk komersial	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1. How to selling idea	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** Presentasi strategi kreatif kampanye periklanan produk komersial	1x150'		5
16	CLO-2	Sub-CLO 2.3 Mampu menciptakan konsep visual dan media, serta mengimplementasikannya dalam bentuk perancangan sebuah kampanye periklanan. [C6p]	1. Ketepatan dalam merancang konsep visual dan media dalam bentuk mockup dan presentasi. [C6k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1. How to present your idea	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan **dalam Bahasa Inggris.** **Project Based Learning:** Presentasi - Merancang konsep visual dan media berdasarkan pada tahapan-tahapan sebelumnya dalam bentuk mockup dan presentasi.		1x150'	5

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah

Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
Sinematografi Periklanan	FAK3HIB3	AECTIVA		T = -	P = 2	6 Genap 24/25	28 Mei 2024

Otoritas

Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
Ttd [Putu Raka Setya Putra, S.DS., M.Ds]	Ttd [Dr. Santi Salayati, S.Sn., M.Sn.]	Ttd Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata Kuliah Sinematografi Periklanan merupakan mata kuliah pilihan peminatan Advertising yang bertujuan untuk melatih seni dan teknik dalam pembuatan iklan yang melibatkan penggunaan elemen-elemen visual dan audiovisual sebagai penciptaan pesan yang menarik bagi audiens. sinematografi periklanan ini melibatkan pengaturan pencahayaan, komposisi gambar, penggunaan warna, gerakan kamera, dan editing untuk mencapai tujuan periklanan yang diinginkan.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI

PLO-9	PLO 9 - Mampu merancang dan menciptakan aset visual dan/atau audio visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual
PLO-10	PLO 10 - Mampu merencanakan dan membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	Mampu menciptakan aset visual untuk media desain komunikasi visual [C6p]	PLO-9
CLO-2	Mampu merencanakan perancangan konsep karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisplin [C6f]	PLO-10

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)											TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif					Kognitif/Pengetahuan	Hasil Proyek					
	Asistensi Tugas 1 (1.1 - 1.2)	Asistensi Tugas 2	Asistensi Tugas 3	Asistensi Tugas 4	Asistensi Tugas 5	Kuis	Tugas 1 (1.3)	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	Tugas 5	
CLO-1	10	10				10	5	15				50
CLO-2			5	5	5				10	5	20	50
Total per penilaian	10	10	5	5	5	10	5	15	10	5	20	100

Pustaka

Utama:

Prabowo,Mei.,2020.Pengantar Sinematografi.Semarang:The Mahfud Ridwan Intitute

Brown,Blain.,2016.Theory and Practice: Image Making for Cinematographers. New York: Routledge

Pustaka Pendukung:

Tahapary,Hanoch.,2021.Digital Sinematografi dalam produksi acara televisi dan Film.Jakarta:Universitas Indonesia

Nurusholih, S. (2019). Analisis retorika visual konten iklan produk pada account Instagram bank BNI. Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan, 4(2), 199-214.

Alton,John.,2013.Painting With Light, New York: The Regents of the University of California

Media Pembelajaran

Software :	Hardware :
Adobe Photoshop, Lightroom, Adobe Premier	PC, Laptop, Kamera DSLR

Team Teaching

1. Sonson Nurusholih, S.Sn., M.Sn.
2. Trimalda Nur Fitriati, S.Sn., M.Ds.

Matakuliah Syarat

-

Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01	[dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%	[mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1		Sub-CLO 1.1 Mahasiswa mampu merancang kebutuhan aset untuk sinematografi periklanan [C6k]	Ketepatan dalam merancang kebutuhan aset untuk sinematografi periklanan [C6k]	**Non test type:** - **Test type:** Kuis 1 : Pengertian, fungsi dan tujuan sinematografi periklanan	Creative Exercise 1: Teknik pencahayaan (Dual-color) dan komposisi gambar dalam iklan produk	Kuliah : Pemaparan materi tentang Pengertian, fungsi, tujuan dari sinematografi periklanan Diskusi : self-direct learning dan one final question	1x150'		5
2		Sub-CLO 1.1 Mahasiswa mampu merancang kebutuhan aset untuk sinematografi periklanan [C6k]	Ketepatan dalam merancang kebutuhan aset untuk sinematografi periklanan [C6k]	**Non test type:** - **Test type:** Kuis 1 : Pengertian, fungsi dan tujuan sinematografi periklananKuis 1 : Pengertian, fungsi dan tujuan sinematografi periklanan	Creative Exercise 2: Teknik mengaplikasikan tone warna, jenis shot, dan storytelling	Kuliah : Pemaparan materi tentang Teknik dasar dan unsur-unsur sinematografi periklanan meliputi experiment pembuatan foto cinematic Diskusi : self-direct learning dan one final question	1x150'		5
3		Sub-CLO 1.2 Mahasiswa mampu merancang strategi dan menentukan kebutuhan aset untuk sinematografi periklanan [C6k]	Ketepatan dalam merancang strategi dan menentukan kebutuhan aset untuk sinematografi periklanan [C6k]	**Non test type:** - **Test type:** Kuis 1 : Pengertian, fungsi dan tujuan sinematografi periklananTugas 1 : pemotretan produk UMKM sebagai kebutuhan promosi	Creative Exercise 3: Menyesuaikan gambar produk sesuai dengan brief dari segi lighting dan komposisi menggunakan Adobe Lightroom.	Kuliah : Pemaparan materi tentang eksekusi kreatif pada foto cinematic untuk kebutuhan promosi produk	1x150'		5
4	**CLO-01**	Sub-CLO 1.2 Mahasiswa mampu merancang strategi dan menentukan kebutuhan aset untuk sinematografi periklanan [C6k]	Ketepatan dalam merancang strategi dan menentukan kebutuhan aset untuk sinematografi periklanan [C6k]	**Non test type:** - **Test type:** Kuis 1 : Pengertian, fungsi dan tujuan sinematografi periklananTugas 1 : pemotretan produk UMKM sebagai kebutuhan promosi makanan/minuman	Creative Exercise 4: Menyesuaikan foto jasa sesuai dengan brief dari segi lighting dan komposisi menggunakan Adobe Lightroom.	Kuliah : Pemaparan materi tentang eksekusi kreatif pada foto cinematic untuk kebutuhan promosi produk		1x150'	5
5		Sub-CLO 1.3 Mahasiswa mampu menciptakan aset visual sinematografi periklanan [C6p]	Ketepatan dalam merancang strategi dan menentukan kebutuhan aset untuk sinematografi periklanan [C6k]	**Non test type:** - **Test type:** Tugas 1 : pemotretan produk UMKM sebagai kebutuhan promosi makanan/minuman	Projek kecil - Membuat konten	Kuliah : Pemaparan materi tentang eksekusi kreatif pada foto cinematic untuk kebutuhan promosi media cetak	1x150'		5
6		Sub-CLO 1.3 Mahasiswa mampu menciptakan aset visual sinematografi periklanan [C6p]	Ketepatan dalam merancang dan menciptakan aset visual sinematografi periklanan [C6k]	**Non test type:** - **Test type:** Tugas 2 : Menciptakan sebuah aset visual media cetak dan digital media sebagai	Projek kecil - Membuat konten	Kuliah : Pemaparan materi tentang eksekusi kreatif pada foto cinematic untuk kebutuhan promosi media cetak	1x150'		5

7		Sub-CLO 1.3 Mahasiswa mampu menciptakan aset visual sinematografi periklanan [C6p]	Ketepatan dalam merancang dan menciptakan aset visual sinematografi periklanan [C6k]	**Non test type:** - **Test type:** Tugas 2 : Menciptakan sebuah aset visual media cetak dan digital media sebagai	Projek kecil - Membuat konten	Kuliah : Pemaparan materi tentang strategi kreatif sinematografi periklanan	1x150'		10
8		Sub-CLO 1.3 Mahasiswa mampu menciptakan aset visual sinematografi periklanan [C6p]	Ketepatan dalam merancang dan menciptakan aset visual sinematografi periklanan [C6k]	**Non test type:** - **Test type:** Tugas 2 : Menciptakan sebuah aset visual media cetak dan digital media sebagai	Projek kecil - Membuat konten	Kuliah : Pemaparan materi tentang pemotretan sinematografi periklanan untuk kebutuhan media promosi : Media cetak dan digital media		1x150'	10
9		Sub-CLO 2.1 Mahasiswa mampu mengkonsepkan aset visual promosi baru dengan perkembangan media baru [C3k]	Ketepatan dalam mengkonsepkan aset visual promosi baru dengan perkembangan media baru [C3k]	**Non test type:** - **Test type:** Tugas 3 : Merancang Video Konten sebagai Aset Visual dalam mengembangkan	Creative Exercise 5: Teknik per	Kuliah : Pemaparan materi tentang Objek, strategi kreatif pada pembuatan video iklan (media TVC)		1x150'	5
10		Sub-CLO 2.1 Mahasiswa mampu mengkonsepkan aset visual promosi baru dengan perkembangan media baru [C3k]	Ketepatan dalam mengkonsepkan aset visual promosi baru dengan perkembangan media baru [C3k]	**Non test type:** - **Test type:** Tugas 3 : Merancang Video Konten sebagai Aset Visual dalam mengembangkan	Creative Exercise 6: Teknik mengaplikasikan tone warna, jenis shot, dan storytelling pada video jasa	Kuliah : Pemaparan materi tentang Objek, strategi kreatif pada pembuatan video iklan (media TVC)	1x150'		5
11		Sub-CLO 2.1 Mahasiswa mampu mengkonsepkan aset visual promosi baru dengan perkembangan media baru [C3k]	Ketepatan dalam mengkonsepkan aset visual promosi baru dengan perkembangan media baru [C3k]	**Non test type:** - **Test type:** Tugas 3 : Merancang Video Konten sebagai Aset Visual dalam mengembangkan	Creative Exercise 7: Menyesuaikan video produk sesuai dengan brief dari segi lighting dan komposisi menggunakan Adobe Lightroom.	Kuliah : Pemaparan materi tentang Objek, strategi kreatif pada pembuatan video iklan (media TVC)	1x150'		5
12		Sub-CLO 2.2 Mahasiswa mampu menciptakan aset visual promosi baru dan mengembangkan ide visual baru sebagai kebutuhan promosi [C6p]	Ketepatan dalam menciptakan aset visual promosi baru dan mengembangkan ide visual baru sebagai kebutuhan promosi [C6p]	**Non test type:** - **Test type:** Tugas 4 : menentukan strategi kreatif dalam membuat video orisinil dan kreatif	Creative Exercise 8: Menyesuaikan produk jasa sesuai dengan brief dari segi lighting dan komposisi menggunakan Adobe Lightroom.	Kuliah : Pemaparan materi tentang Objek, strategi kreatif pada pembuatan video iklan (Digital Media)	1x150'		2
13	**CLO-02**	Sub-CLO 2.2 Mahasiswa mampu menciptakan aset visual promosi baru dan mengembangkan ide visual baru sebagai kebutuhan promosi [C6p]	Ketepatan dalam menciptakan aset visual promosi baru dan mengembangkan ide visual baru sebagai kebutuhan promosi [C6p]	**Non test type:** - **Test type:** Tugas 4 : menentukan strategi kreatif dalam membuat video orisinil dan kreatif	Projek Besar - Membuat konten video produk dan jasa	Kuliah : Pemaparan materi tentang Objek, strategi kreatif pada pembuatan video iklan (Digital Media)	1x150'		3
14		Sub-CLO 2.2 Mahasiswa mampu menciptakan aset visual promosi baru dan mengembangkan ide visual baru sebagai kebutuhan promosi [C6p]	Ketepatan dalam menciptakan aset visual promosi baru dan mengembangkan ide visual baru sebagai kebutuhan promosi [C6p]	**Non test type:** - **Test type:** Tugas 4 : menentukan strategi kreatif dalam membuat video orisinil dan kreatif	Projek Besar - Membuat konten video produk dan jasa	Kuliah : Pemaparan materi tentang Objek, strategi kreatif pada pembuatan video iklan (Digital Media)	1x150'		5
15		Sub-CLO 2.3 Mahasiswa mampu menghasilkan sebuah iklan video promosi yang sesuai dengan prinsip dan teknik periklanan [P5p]	Ketepatan dalam menghasilkan sebuah iklan video promosi yang sesuai dengan prinsip dan teknik periklanan [P5p]	**Non test type:** - **Test type:** Tugas 5 : Tugas Individu	Projek Besar - Membuat konten video produk dan jasa	Kuliah : Pemaparan video iklan sebagai kebutuhan promosi media sosial	1x150'		5
16		Sub-CLO 2.3 Mahasiswa mampu menghasilkan sebuah iklan video promosi yang sesuai dengan prinsip dan teknik periklanan [P5p]	Ketpatan dalam menghasilkan sebuah iklan video promosi yang sesuai dengan prinsip dan teknik periklanan [P5p]	**Non test type:** - **Test type:** Tugas 5 : Tugas Individu	Projek Besar - Membuat konten video produk dan jasa	Kuliah : Pemaparan video iklan sebagai kebutuhan promosi media sosial		1x150'	20

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
					T=1	P=2		
	Persuasive Illustration	FAK3JIB3	HUMAGY	-			6 Genap 24/25	27 Mei 2024

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	[I Gusti Agung Rangga Lawe, S.Ds., M.Ds.]	[Dr. Andreas Rio Adriyanto, SE., M.Eng]	[Arief Budiman, S.Sn., M.Sn]

Deskripsi Mata Kuliah	Mata kuliah Persuasive Illustration merupakan mata kuliah pilihan peminatan Advertising dalam program studi Desain Komunikasi Visual di Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom. Mata kuliah ini bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan dalam menciptakan ilustrasi persuasif yang efektif untuk menyampaikan pesan dan mencapai tujuan komunikasi. Mahasiswa akan mempelajari definisi, elemen, dan prinsip-prinsip dasar ilustrasi persuasif, serta teknik dan aplikasi ilustrasi persuasif dalam berbagai media komunikasi. Mahasiswa juga akan diajarkan cara merancang konsep ilustrasi persuasif yang sesuai dengan kebutuhan klien, serta cara membuat dan melaksanakan presentasi konsep ilustrasi persuasif yang komprehensif. Mata kuliah ini diharapkan dapat membantu mahasiswa mengembangkan kemampuannya dalam menciptakan ilustrasi persuasif yang kreatif, efektif, dan komunikatif, yang dapat digunakan untuk mendukung berbagai tujuan komunikasi, seperti iklan, branding, dan kampanye sosial.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)		
Program Learning Outcomes (PLO) PRODI		
PLO-9	Mampu merancang dan menciptakan aset visual dan/atau audio visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual.	
PLO-10	Mampu merencanakan dan membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin.	
Course Learning Outcomes (CLO)		**PLO yang didukung**
CLO-1	[PLO-9] CLO 1 - Mampu merancang aset visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual. [C6k]	PLO-9
CLO-2	[PLO-10] CLO 2 - Mampu membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual. [C6p]	PLO-10

Penilaian	Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
		Aktivitas Partisipatif	Kognitif / Pengetahuan	Hasil Proyek				
		Presentasi	Kuis	Tugas 1 Poster Kampanye Sosial	Tugas 2 Ilustrasi Editorial	Tugas Besar 1 Banner Iklan Digital	Tugas Besar 2 Iklan Produk Imajinatif	
	CLO-1		10	15	15			40
	CLO-2	10				25	25	60
	Total per penilaian	10	10	15	15	25	25	100

Pustaka	
Utama:	
	1. Zeegan, L. and Zeegen, L. (2006) The Fundamentals of Illustration. First Edition. Lausanne: Fairchild Books AVA.
	2. Lupton, E., Condell, C. and Davidson, G. (2015) How Posters Work. New York, NY: Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum.
	3. Selby, A. (2022) Editorial Illustration: Context, content and creation. Bloomsbury Visual Arts.
	4. Barry, P. (2016) The Advertising Concept Book: Think Now, Design Later. 3rd edition. Thames & Hudson.
	5. Landa, R. (2021) Advertising by Design: Generating and Designing Creative Ideas Across Media. 4th edition. John Wiley & Sons Inc.
Pustaka Pendukung:	
	1. Loomis, A. (2012) Creative Illustration. Illustrated edition. London: Titan Books.
	2. Zeegen, L. (2010) Complete Digital Illustration: A Master Class in Image-Making. 0 edition. Rockport Publishers.
	3. Haswati, S. (2019) 'Sell and Tell: A Story of Dairy & Cocoa Print Advertising During Indonesian Colonial Period', in 5th Bandung Creative Movement International Conference on Creative Industries 2018 (5th BCM 2018). Atlantis Press, pp. 515–522.
	4. Miller, K.T. (2022) Graphic Design Fundamentals: An Introduction & Workbook for Beginners. KT Design, LLC.
	5. Ilhamsyah. (2021) Pengantar Strategi Kreatif. Advertising Era Digital. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Microsoft Word, Microsoft Powerpoint, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop	Laptop, Komputer, Proyektor, Tablet Menggambar

Team Teaching	I Gusti Agung Rangga Lawe, S.Ds., M.Ds. (Koord.), Rizka Rachmawati, S.Ds., MBA.
Matakuliah Syarat	Komputer Grafis, Ilustrasi Dasar
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Mampu menguraikan definisi, elemen dan prinsip dari ilustrasi persuasif [C4f, A3m].	1. Ketepatan dalam menguraikan definisi, tujuan, sejarah dan elemen dasar dari ilustrasi persuasif [C4f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis (Soal 1-10)	1. Kontrak Perkuliahan 2. Definisi dan tujuan ilustrasi persuasif 3. Sejarah dan perkembangan ilustrasi persuasif 4. Elemen dasar ilustrasi persuasif	**Kuliah:** Pemaparan kontrak perkuliahan dan pengantar ilustrasi persuasif.	1x150'		5
2	CLO-1	Mampu menguraikan definisi, elemen dan prinsip dari ilustrasi persuasif [C4f, A3m].	1. Ketepatan dalam menguraikan prinsip dan teknik dari ilustrasi persuasif [C4f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis (Soal 11-20)	1. Prinsip-prinsip desain dalam ilustrasi persuasif 2. Teknik dan alat yang digunakan dalam ilustrasi persuasif 3. Studi kasus ilustrasi persuasif yang sukses	**Self-Paced Learning:** Mahasiswa mengakses materi pembelajaran dan mengerjakan kuis di LMS.		1x150'	5

3	CLO-1	Mampu menciptakan karya visual ilustrasi persuasif mulai dari tahap sketsa hingga penyelesaiannya [C6p, P5k].	1. Ketepatan dalam menelaah brief tugas dalam perancangan poster kampanye sosial [C4f] 2. Kecakapan dalam mengusulkan ide visual dari brief tugas [A3k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1 - Poster Kampanye Sosial	1. Pengantar Poster Kampanye Sosial 2. Brief Tugas 1	**Kuliah:** Pemaparan pengantar tentang Poster Kampanye Sosial dan brief Tugas 1 **Self-Paced Learning:** Mahasiswa mengakses materi pembelajaran di LMS. **Project Based Learning:** Briefing: Penjelasan mengenai isu sosial yang akan diangkat dan tujuan kampanye yang ingin dicapai. Brainstorming: Mahasiswa mengembangkan beberapa ide kreatif untuk poster kampanye sosial.	1x150'		2
4	CLO-1	Mampu menciptakan karya visual ilustrasi persuasif mulai dari tahap sketsa hingga penyelesaiannya [C6p, P5k].	1. Ketepatan dalam merekomendasikan sketsa poster kampanye sosial [C5f] 2. Kecakapan dalam mengembangkan sketsa yang sesuai ide poster [P4p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1 - Poster Kampanye Sosial	1. Brief Tugas 1	**Project Based Learning:** Pembuatan Sketsa Awal: Mahasiswa membuat sketsa kasar berdasarkan konsep yang telah dikembangkan. Feedback Dosen: Mahasiswa menerima umpan balik dari dosen untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut. Revisi Sketsa: Mahasiswa memperbaiki dan menyempurnakan sketsa mereka berdasarkan umpan balik yang diterima.	1x150'		5
5	CLO-1	Mampu menciptakan karya visual ilustrasi persuasif mulai dari tahap sketsa hingga penyelesaiannya [C6p, P5k].	1. Ketepatan dalam merancang finalisasi poster kampanye sosial [C6k] 2. Kecakapan dalam mengoperasikan perangkat desain digital dalam proses perancangan [P5m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1 - Poster Kampanye Sosial	1. Brief Tugas 1	**Project Based Learning:** Digitalisasi: Mahasiswa memindahkan sketsa ke dalam format digital menggunakan software desain grafis. Penerapan Efek Visual: Mahasiswa menerapkan efek visual dan elemen grafis untuk memperkuat pesan kampanye. Finalisasi: Mahasiswa menyempurnakan poster digital mereka, memastikan semua elemen visual dan pesan kampanye terlihat jelas dan efektif.		1x150'	8
6	CLO-1	Mampu menciptakan karya visual ilustrasi persuasif mulai dari tahap sketsa hingga penyelesaiannya [C6p, P5k].	1. Ketepatan dalam menelaah brief tugas dalam perancangan ilustrasi editorial [C4f] 2. Kecakapan dalam mengusulkan ide visual dari brief tugas [A3k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2 - Ilustrasi Editorial	1. Pengantar Ilustrasi Editorial 2. Brief Tugas 2	**Kuliah:** Pemaparan pengantar tentang Ilustrasi Editorial dan brief Tugas 2 **Project Based Learning:** Briefing: Penjelasan mengenai topik atau artikel yang akan diilustrasikan dan tujuan ilustrasi. Brainstorming: Mahasiswa mengembangkan beberapa ide kreatif untuk ilustrasi editorial.	1x150'		2

7	CLO-1	Mampu menciptakan karya visual ilustrasi persuasif mulai dari tahap sketsa hingga penyelesaiannya [C6p, P5k].	1. Ketepatan dalam merekomendasikan sketsa untuk ilustrasi editorial [C5f] 2. Kecakapan dalam mengembangkan sketsa yang sesuai artikel [P4p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2 - Ilustrasi Editorial	1. Brief Tugas 2	**Project Based Learning:** Pembuatan Sketsa Awal: Mahasiswa membuat sketsa kasar berdasarkan konsep yang telah dikembangkan. Feedback Dosen: Mahasiswa menerima umpan balik dari dosen untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut. Revisi Sketsa: Mahasiswa memperbaiki dan menyempurnakan sketsa mereka berdasarkan umpan balik yang diterima.	1x150'		5
8	CLO-1	Mampu menciptakan karya visual ilustrasi persuasif mulai dari tahap sketsa hingga penyelesaiannya [C6p, P5k].	1. Ketepatan dalam merancang finalisasi ilustrasi editorial [C6k] 2. Kecakapan dalam mengoperasikan perangkat desain digital dalam proses perancangan [P5m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2 - Ilustrasi Editorial	1. Brief Tugas 2	**Project Based Learning:** Digitalisasi: Mahasiswa memindahkan sketsa ke dalam format digital menggunakan software desain grafis. Penerapan Efek Visual: Mahasiswa menerapkan efek visual dan elemen grafis untuk memperkuat pesan ilustrasi. Finalisasi: Mahasiswa menyempurnakan ilustrasi digital mereka, memastikan semua elemen visual dan pesan ilustrasi terlihat jelas dan		1x150'	8
9	CLO-2	Mampu merancang konsep ilustrasi persuasif yang sesuai dengan kebutuhan klien [C6p, P5p].	1. Ketepatan dalam menelaah data produk dalam perancangan banner iklan digital [C4f] 2. Kecakapan dalam mengusulkan ide visual dari brief produk [A3k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar 1 - Banner Iklan Digital	1. Pengantar Banner Iklan Digital 2. Brief Tugas Besar 1	**Kuliah:** Pemaparan pengantar tentang Banner Iklan Digital dan brief Tugas Besar 1 **(menggunakan pengantar dalam bahasa Inggris)** **Project Based Learning:** Briefing: Penjelasan mengenai produk atau layanan yang akan diiklankan dan tujuan pemasaran yang ingin dicapai. Brainstorming: Mahasiswa mengembangkan beberapa ide kreatif untuk banner iklan digital.	1x150'		7
10	CLO-2	Mampu merancang konsep ilustrasi persuasif yang sesuai dengan kebutuhan klien [C6p, P5p].	1. Ketepatan dalam merekomendasikan konsep dan sketsa banner iklan digital [C5f] 2. Kecakapan dalam merumuskan konsep dan sketsa yang sesuai dengan brief produk [A4f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar 1 - Banner Iklan Digital	1. Brief Tugas Besar 1	**Project Based Learning:** Pengembangan Konsep: Mahasiswa membuat deskripsi rinci tentang konsep iklan, termasuk pesan utama, target audiens, dan elemen visual yang direncanakan. Sketsa Awal: Mahasiswa membuat sketsa kasar yang mencerminkan konsep banner iklan digital mereka. Feedback Dosen: Mahasiswa menerima umpan balik dari dosen untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut.	1x150'		8

11	CLO-2	Mampu merancang konsep ilustrasi persuasif yang sesuai dengan kebutuhan klien [C6p, P5p].	1. Ketepatan dalam merancang digitalisasi desain banner iklan digital [C6k] 2. Kecakapan dalam mengoperasikan perangkat desain digital dalam proses perancangan [P5m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar 1 - Banner Iklan Digital	1. Brief Tugas Besar 1	**Project Based Learning:** Revisi Sketsa: Mahasiswa memperbaiki sketsa mereka berdasarkan feedback sebelumnya. Digitalisasi: Mahasiswa memindahkan sketsa ke dalam format digital menggunakan software desain grafis. Penerapan Efek Visual: Dosen memberikan panduan dalam penggunaan efek visual untuk memperkuat pesan iklan.		1x150'	10
12	CLO-2	Mampu merancang konsep ilustrasi persuasif yang sesuai dengan kebutuhan klien [C6p, P5p].	1. Kecakapan dalam menunjukkan konsep dan hasil akhir dari desain banner iklan digital [A5f] 2. Kecakapan dalam melaksanakan proses pitching konsep dan hasil akhir ke klien [P5m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar 1 - Banner Iklan Digital	1. Brief Tugas Besar 1	**Role-play and Simulation:** Presentasi: Mahasiswa mempresentasikan konsep banner iklan mereka di depan dosen yang berperan sebagai klien. Q&A: Setelah presentasi, "klien" memberikan pertanyaan dan umpan balik. Penilaian: Dosen memberikan penilaian berdasarkan inovasi, kejelasan pesan, kualitas visual, dan kemampuan presentasi.	1x150'		5
13	CLO-2	Mampu merancang konsep ilustrasi persuasif yang sesuai dengan kebutuhan klien [C6p, P5p].	1. Ketepatan dalam menelaah data produk dalam perancangan iklan produk imajinatif [C4f] 2. Kecakapan dalam mengusulkan ide visual dari brief produk [A3k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar 2 - Iklan Produk Imaginatif	1. Pengantar Iklan Produk Imaginatif 2. Brief Tugas Besar 2	**Kuliah:** Pemaparan pengantar tentang iklan produk imaginatif dan brief Tugas Besar 2 **(menggunakan pengantar dalam bahasa Inggris)** **Project Based Learning:** Briefing: Penjelasan mengenai produk yang akan diiklankan dan tujuan pemasaran yang ingin dicapai. Brainstorming: Mahasiswa mengembangkan beberapa ide kreatif untuk iklan produk.	1x150'		7
14	CLO-2	Mampu merancang konsep ilustrasi persuasif yang sesuai dengan kebutuhan klien [C6p, P5p].	1. Ketepatan dalam merekomendasikan konsep dan sketsa iklan produk imaginatif [C5f] 2. Kecakapan dalam merumuskan konsep dan sketsa yang sesuai dengan brief produk [A4f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar 2 - Iklan Produk Imaginatif	1. Pengantar Iklan Produk Imaginatif 2. Brief Tugas Besar 2	**Project Based Learning:** Pengembangan Konsep: Mahasiswa membuat deskripsi rinci tentang konsep iklan, termasuk pesan utama, target audiens, dan elemen visual yang direncanakan. Sketsa Awal: Mahasiswa membuat sketsa kasar yang mencerminkan konsep iklan mereka. Feedback Dosen: Mahasiswa menerima umpan balik dari dosen untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut.	1x150'		8

15	CLO-2	Mampu merancang konsep ilustrasi persuasif yang sesuai dengan kebutuhan klien [C6p, P5p].	1. Ketepatan dalam merancang digitalisasi desain iklan produk imaginatif [C6k] 2. Kecakapan dalam mengoperasikan perangkat desain digital dalam proses perancangan [P5m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar 2 - Iklan Produk Imaginatif	1. Brief Tugas Besar 2	**Project Based Learning:** Revisi Sketsa: Mahasiswa memperbaiki sketsa mereka berdasarkan feedback sebelumnya. Digitalisasi: Mahasiswa memindahkan sketsa ke dalam format digital menggunakan software desain grafis. Penerapan Efek Visual: Dosen memberikan panduan dalam penggunaan efek visual untuk memperkuat pesan iklan.	1x150'		10
16	CLO-2	Mampu merancang konsep ilustrasi persuasif yang sesuai dengan kebutuhan klien [C6p, P5p].	1. Kecakapan dalam menunjukkan konsep dan hasil akhir dari desain iklan produk imaginatif [A5f] 2. Kecakapan dalam melaksanakan proses pitching konsep dan hasil akhir ke klien [P5m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar 2 - Iklan Produk Imaginatif	1. Brief Tugas Besar 2	**Role-play and Simulation:** Presentasi: Mahasiswa mempresentasikan konsep iklan produk imaginatif mereka di depan dosen yang berperan sebagai klien. Q&A: Setelah presentasi, "klien" memberikan pertanyaan dan umpan balik. Penilaian: Dosen memberikan penilaian berdasarkan inovasi, kejelasan pesan, kualitas visual, dan kemampuan presentasi.	1x150'		5

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah

Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
Advertainment	FAK3KIB3	AECTIVA	-	T=1	P=2	6 Genap 24/25	28 Mei 2024

Otoritas

Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
[Sri Maharani Budi H, S.Ds., M.Advtg]	Ttd [Dr. Santi Salayati, S.Sn., M.Sn.]	[Arief Budiman, S.Sn., M.Sn]

Deskripsi Mata Kuliah

MK ini membahas tentang konsep, strategi, dan implementasi materi iklan dalam aktivitas promosi media hiburan seperti film, musik, gim, dan event olahraga. Mahasiswa mempelajari sejarah, karakteristik, transformasi, studi kasus, hingga cara memanfaatkan aspek-aspek iklan kreatif untuk tujuan periklanan dalam konteks entertaining dengan mengemas konten yang menarik untuk target sasar yang relevan. Luaran dari MK Advertainment ini dapat menjadi landasan mahasiswa dalam mengembangkan judul, pesan komunikasi, serta media pada Tugas Akhir.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-9	Mampu merancang dan menciptakan aset visual dan/atau audio visual menggunakan teknologi untuk media desain komunikasi visual
PLO-10	Mampu merencanakan dan membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin.

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	[PLO-9] CLO 1 - Mampu merangkum sejarah, karakteristik, dan jenis-jenis Advertainment dan mencontohkannya melalui studi kasus yang relevan atau populer.	PLO-9
CLO-2	[PLO-9] CLO 2 - Mampu mempraktekkan penerapan kompetensi desain komunikasi visual ke dalam media-media Advertainment sederhana.	PLO-9
CLO-3	[PLO-10] CLO 3 - Mampu merancang konsep pesan komunikasi dan media iklan Advertainment yang kreatif dan persuasif melalui karya visual.	PLO-10

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)									TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif			Kognitif/Pengetahuan			Hasil Proyek			
	CE1	CE2	CE3	Kuis 1	Kuis 2	Kuis 3	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	
CLO-1	5	5	5	3	3	3				24
CLO-2	5	5	6							16
CLO-3							20	20	20	60
Total per penilaian	20	10	11	3	3	3	20	20	20	100

Pustaka

Utama:

1. Lehu, J.-M., 2007. Branded Entertainment: Product Placement & Brand Strategy in the Entertainment Business. London: Kogan Page.
2. Rose, F., 2011. The Art of Immersion: How the Digital Generation is Remaking Hollywood, Madison Avenue, and the Way We Tell Stories. New York: W.W. Norton & Company.
3. Valkenburg, P.M. and Piotrowski, J.T., 2017. Plugged In: How Media Attract and Affect Youth. New Haven: Yale University Press.
4. O'Guinn, T., Allen, C. and Semenik, R., 2018. Advertising and Integrated Brand Promotion. 8th ed. Boston: Cengage Learning.
5. McAllister, M.P. and West, E. eds., 2013. The Routledge Companion to Advertising and Promotional Culture. London: Routledge.
6. Belch, G.E. and Belch, M.A., 2017. Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. 11th ed. New York: McGraw-Hill.

Pustaka Pendukung:

1. Vox, 2018. How Movie Product Placement Works. [video online] Available at: https://www.youtube.com/watch?v=3tU3Jd8grJc [Accessed 25 May 2024].
2. Gaming Historian, 2017. The Evolution of Video Game Advertising. [video online] Available at: https://www.youtube.com/watch?v=3tU3Jd8grJc [Accessed 25 May 2024>.
3. Bloomberg, 2019. How Nike Became the Most Powerful Brand in Sports. [video online] Available at: https://www.youtube.com/watch?v=FwzloxTH_Ek [Accessed 25 May 2024].

Media Pembelajaran

Software :	Hardware :
Ms.Office, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Aplikasi mindmap, dan sejenisnya.	Laptop, Proyektor/Screen, Alat tulis, Smartphone

Team Teaching

Sri Maharani Budi H, S.Ds., M.Advtg
I Gusti Agung Rangga Lawe, S.Ds., M.Ds
Ligar Muthmainnah, S.Ds., M.Ds
Aisyi Syafikarani, S.T., M.Ds

Matakuliah Syarat

Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01	[dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50%	[mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu menerangkan kembali sejarah, jenis, dan karakteristik Advertainment.	Penguasaan materi tentang sejarah, karakteristik Advertainment secara general dibuktikan dengan kemampuan dalam menceritakan kembali.	**Bentuk non test:** Diskusi **Bentuk test:** Kuis 1	Sejarah, Jenis, dan karakteristik Advertainment	**Kuliah:** Pemaparan kontrak perkuliahan dan pengantar materi kuliah dalam **Bahasa Inggris.** **Collaborative Learning:** Dosen dan mahasiswa melakukan diskusi bersama mengenai pokok bahasan utama.	3x50'		3
2	CLO-1	Sub-CLO 1.2 Mampu menguraikan Sejarah dan karakteristik dari Sport Advertising.	Kesesuaian dalam menerangkan kembali mengenai sejarah dan karakteristik Sport Advertising.	**Bentuk non test:** Tanya jawab **Bentuk test:** Creative Exercise 1	Sport Advertising: Sejarah & Karakteristik	**Kuliah:** Penyampaian materi kuliah **Collaborative Learning:** Dosen dan mahasiswa melakukan diskusi bersama mengenai pokok bahasan utama.	3x50'		2

3	CLO-2	Sub-CLO 2.1 Mampu mengimplementasikan kompetensi desain komunikasi visual untuk kebutuhan pesan komunikasi dan media iklan dari Sport Advertising.	Kecakapan dalam mengimplementasikan kompetensi desain komunikasi visual masing-masing ke dalam pesan iklan kreatif berbasis kebutuhan Sport Advertising.	**Bentuk non test:** Tanya jawab **Bentuk test:** Creative Exercise 1	Pesan Komunikasi Iklan dalam Sport Advertising	**Kuliah:** Penyampaian panduan membaca Creative Brief. **Problem based Learning:** Mahasiswa menghasilkan karya sesuai dengan brief assessment yang ditentukan.	3x50'		4
4	CLO-2		Kecakapan dalam mengimplementasikan kompetensi desain komunikasi visual masing-masing ke dalam media iklan kreatif berbasis kebutuhan Sport Advertising.	**Bentuk non test:** Tanya jawab **Bentuk test:** Creative Exercise 1	Media Iklan dalam Sport Advertising & Studi Kasus	**Kuliah:** Penyampaian panduan membaca Creative Brief. **Problem based Learning:** Mahasiswa menghasilkan karya sesuai dengan brief assessment yang ditentukan.	3x50'		4
5	CLO-3	Sub-CLO 3.1 Mampu merancang konsep Sport Advertising yang kreatif dan persuasif sesuai brief.	Penguasaan kompetensi dalam merancang konsep iklan kreatif secara menyeluruh sebagai respon dari creative brief Sport Advertising yang dianalisis.	**Bentuk non test:** Assistensi Daring **Bentuk test:** Tugas 1	Merancang Sport Advertising	**Self directed Learning:** Mahasiswa mengembankan konsep kreatif sendiri sesuai dengan brief Sport Advertising yang ditentukan.		3x50'	20
6	CLO-1	Sub-CLO 1.3 Mampu menguraikan Sejarah dan karakteristik dari Film & Album Promotion.	Kesesuaian dalam menerangkan kembali mengenai sejarah dan karakteristik Film & Album promotion.	**Bentuk non test:** Tanya jawab **Bentuk test:** Kuis 2	Film & Album Promotion: Sejarah & Karakteristik	**Kuliah:** Penyampaian materi kuliah **Collaborative Learning:** Dosen dan mahasiswa melakukan diskusi bersama mengenai pokok bahasan utama.	3x50'		3
7	CLO-2	Sub-CLO 2.2 Mampu mengimplementasikan kompetensi desain komunikasi visual untuk kebutuhan pesan komunikasi dan media iklan dari Film & Album Promotion.	Kecakapan dalam mengimplementasikan kompetensi desain komunikasi visual masing-masing ke dalam pesan iklan kreatif berbasis kebutuhan Film & Album promotion.	**Bentuk non test:** Tanya jawab **Bentuk test:** Creative Exercise 2	Pesan Komunikasi Iklan dalam FIlm & Album Promotion	**Kuliah:** Penyampaian panduan membaca Creative Brief. **Problem based Learning:** Mahasiswa menghasilkan karya sesuai dengan brief assessment yang ditentukan.	3x50'		4
8	CLO-2		Kecakapan dalam mengimplementasikan kompetensi desain komunikasi visual masing-masing ke dalam media iklan kreatif berbasis kebutuhan Film & Album promotion.	**Bentuk non test:** Assistensi Daring **Bentuk test:** Creative Exercise 2	Media Iklan dalam Film & Album Promotion	**Problem based Learning:** Mahasiswa menghasilkan karya sesuai dengan brief assessment yang ditentukan.		3x50'	4
9	CLO-2		Kecermatan dalam menganalisis studi kasus Film & Album Promotion sesuai dengan kaidah Advertising.	**Bentuk non test:** Diskusi **Bentuk test:** Creative Exercise 2	Studi Kasus Film & Album Promotion	**Case-based Learning**: Mahasiswa akan menganalisis studi kasus melalui diskusi yang dipandu Dosen.	3x50'		2
10	CLO-3	Sub-CLO 3.1 Mampu merancang konsep Film & Album Promotion yang kreatif dan persuasif sesuai brief.	Penguasaan kompetensi dalam merancang konsep iklan kreatif secara menyeluruh sebagai respon dari creative brief Film Promotion yang dianalisis.	**Bentuk non test:** Assistensi **Bentuk test:** Tugas 2	Merancang Film Promotion	**Kuliah: Panduan mengerjakan assessment.** **Self directed Learning:** Mahasiswa mengembankan konsep kreatif sendiri sesuai dengan brief Film & Album Promotion yang ditentukan.	3x50'		10
11	CLO-3		Penguasaan kompetensi dalam merancang konsep iklan kreatif secara menyeluruh sebagai respon dari creative brief Album Promotion yang dianalisis.	**Bentuk non test:** Assistensi Daring **Bentuk test:** Tugas 2	Merancang Album Promotion	**Self directed Learning:** Mahasiswa mengembankan konsep kreatif sendiri sesuai dengan brief Film & Album Promotion yang ditentukan.		3x50'	10
12	CLO-2	Sub-CLO 1.4 Mampu menerangkan kembali definisi In-game Advertising.	Ketepatan dalam menjelaskan kembali dengan luwes definisi In-game Advertising sesuai acuan-acuan literasi digital yang relevan.	**Bentuk non test:** Tanya jawab **Bentuk test:** Kuis 3	Iklan Gim (In-game Advertising)	**Kuliah:** Penyampaian materi kuliah **Collaborative Learning:** Dosen dan mahasiswa melakukan diskusi bersama mengenai pokok bahasan utama.	3x50'		1

13	CLO-2	Sub-CLO 1.5 Mampu menguraikan Sejarah dan karakteristik dari In-game Advertising	Kesesuaian dalam menerangkan kembali mengenai sejarah dan karakteristik In-game Advertising.	**Bentuk non test:** Tanya jawab **Bentuk test:** Kuis 3	Sejarah, Karakteristik, dan Transformasi In-game Advertising	**Kuliah:** Penyampaian materi kuliah **Collaborative Learning:** Dosen dan mahasiswa melakukan diskusi bersama mengenai pokok bahasan utama.	3x50'		2
14	CLO-2	Sub-CLO 2.3 Mampu mengimplementasikan kompetensi desain komunikasi visual untuk kebutuhan pesan komunikasi dan media iklan dari In-game Advertising.	Kecakapan dalam mengimplementasikan kompetensi desain komunikasi visual masing-masing ke dalam pesan iklan kreatif berbasis kebutuhan Film & Album promotion.	**Bentuk non test:** Assistensi **Bentuk test:** Creative Exercise 3	Pesan Komunikasi Iklan dalam In-game Advertising	**Kuliah:** Penyampaian panduan membaca Creative Brief. **Problem based Learning:** Mahasiswa menghasilkan karya sesuai dengan brief assessment yang ditentukan.	3x50'		
15	CLO-2		Kecakapan dalam mengimplementasikan kompetensi desain komunikasi visual masing-masing ke dalam media iklan kreatif berbasis kebutuhan Film & Album promotion.	**Bentuk non test:** Assistensi Daring **Bentuk test:** Creative Exercise 3	Media Iklan dalam In-game Advertising & Studi Kasus	**Problem based Learning:** Mahasiswa menghasilkan karya sesuai dengan brief assessment yang ditentukan.		3x50'	
16	CLO-2	Sub-CLO 3.1 Mampu merancang konsep In-game Advertising yang kreatif dan persuasif sesuai brief.	Penguasaan kompetensi dalam merancang konsep iklan kreatif secara menyeluruh sebagai respon dari creative brief In-game Advertising yang dianalisis.	**Bentuk non test:** Assistensi **Bentuk test:** Tugas 3	Merancang In-game Advertising	**Self directed Learning:** Mahasiswa mengembankan konsep kreatif sendiri sesuai dengan brief Film & Album Promotion yang ditentukan.	3x50'		20

#VALUE!	RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL FAKULTAS INDUSTRI KREATIF							
Identitas Mata Kuliah	**Nama MK**	**Kode MK**	**Rumpun MK**	**Mitra Pengembang RPS**	**Bobot (SKS)**		**Semester**	**Direvisi**
	Seminar Advertising	FAK4AIB3	HUMAGY		T = 3	P = 0	7 Ganjil 23/24	16 Mei 2024
Otoritas	**Pengembang RPS**			**Ketua Kelompok Keahlian**			**Ketua Program Studi**	
	Ttd [Gema Ari Prahara, S.Sn, M.Ds.]			Ttd [Dr. Andreas Rio Adriyanto, SE., M.Eng]			Ttd [Arief Budiman, S.Sn., M.Sn]	
Deskripsi Mata Kuliah	Seminar Advertising merupakan mata kuliah wajib peminatan Advertising, yang mengantarkan mahasiswa pada kemampuan untuk mengangkat dan mengembangkan topik / ide penelitian dan mengimplementasikannya ke dalam tulisan ilmiah untuk menunjang aspek pengkaryaan maupun kajian dalam bidang Desain Komunikasi Visual.							

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-6	Mampu menelaah dan menganalisis data melalui metode riset multidisiplin terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual.
PLO-7	Mampu menelaah dan menganalisis ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian berupa tulisan ilmiah berdasarkan kaidah serta etika ilmiah

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-2	Mampu **menganalisis** berbagai data terkait khalayak sasar di bidang desain komunikasi visual	PLO-6
CLO-1	Mampu **menelaah** ilmu pengetahuan, teknologi, seni, desain, dan budaya untuk menghasilkan kajian dan tulisan ilmiah	PLO-7

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif	Kognitif/Pengetahuan	Hasil Proyek				
	Diskusi	Kuis	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	
CLO-1	5	5	15	25			50
CLO-2					30	20	50
Total per penilaian	5	5	15	25	30	20	100

Pustaka

Utama:

1. Soewardikoen, Didit Widiatmoko, 2019, Metodologi Penelitian DKV, Kanisius, Yogyakarta
2. Kenney, K. (2008). Visual communication research designs. In Visual Communication Research Designs. https://doi.org/10.4324/9780203931011
3. Thomas, C. G. (2021). Research Methodology and Scientific Writing. In Research Methodology and Scientific Writing. Springer International Publishing.

Pustaka Pendukung:

1. Josephson, S., Kelly, J. D., & Smith, K. (2020). Handbook of visual communication: Theory, methods, and media. In Handbook of Visual Communication: Theory,
2. Harris, D. (2019). Literature Review and Research Design. In Literature Review and Research Design. https://doi.org/9780429285660

Media Pembelajaran	**Software :**	**Hardware :**
	Microsoft Office	Laptop, Proyektor
Team Teaching	Wibisono Tegar Guna Putra, M.A.	
Matakuliah Syarat	Metodologi Penelitian	
Ambang Batas	50,01	[dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas	85,50%	[mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan,

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu Menyusun daftar Kebutuhan penulisan TA sesuai dengan aturan penulisan (C1p]	1. Ketepatan dalam menyusun daftar Template penulisan TA dan Urgensi Penelitian (C1f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis (Soal 1-10); **Tugas 1**	1. Kontrak Perkuliahan 2. Template penulisan TA dan Urgensi Penelitian	**Kuliah:** Pemaparan mengenai kontrak perkuliahan dan penyampaian materi perkuliahan **Self-direct learning:** Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Kuis di LMS.	1x150'		
2	CLO-1	Sub-CLO 1.2 Mampu mengembangkan ide, topik penelitian, dan urgensi dalam penulisan artikel (C2p]	1. Ketepatan dalam mengembangkan ide, topik penelitian, dan urgensi dalam penulisan artikel (C2p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1	1. Bab 1 Pendahuluan 2. Template Bab 1 dan isi Bab 1	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan dan briefing Tugas 1. **Discovery Learning:** Tahap 1: Mencari topik penelitian yang didasarkan pada permasalahan dan atau minat untuk kemudian melakukan proses asistensi.	1x150'		

3	CLO-1	Sub-CLO 1.3 Mampu mengembangkan pembacaan kajian literatur ke dalam penulisan (C2p]	1. Ketepatan dalam mengembangkan pembacaan kajian literatur ke dalam penulisan (C2p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2	Template dan Isi Bab 2; memilih toeri yang relevan	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan dan briefing Tugas 1. **Discovery Learning:** Tahap 2: Mencari sumber bacaan penelitian yang ditujukan untuk menjawab rumusan masalah untuk kemudian melakukan proses asistensi	1x150'		
4	CLO-1	Sub-CLO 1.4 Mampu mengembangkan data dan temuan dalam penulisan (C2p]	1. Ketepatan dalam mengembangkan data dan temuan dalam penulisan (C2p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3	1. Template dan Isi bab 3; Memilih data yang relevan untuk ditampilkan dalam laporan TA / Skripsi	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan dan briefing Tugas 2. **Discovery Learning:** **Tahap 3:** Mencari sumber data penelitian yang ditujukan untuk menjawab rumusan masalah untuk kemudian melakukan proses asistensi	1x150'		
5	CLO-2, CLO-1	Sub-CLO 1.5 Mampu memproses data dan menuliskan ke dalam artikel (C3p]; Sub-CLO 2.1 Mampu mengimplementasikan alat analisis data [C3f]	1. Ketepatan dalam memproses ide, topik penelitian, dan urgensi dalam penulisan artikel (C3p]; mengimplementasikan alat analisis data, menarik simpulan, dan kata kunci dari proses analisis [C3f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3	1. Analisis Data	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan.	1x150'		
6	CLO-2, CLO-1	Sub-CLO 1.5 Mampu memproses data dan menuliskan ke dalam artikel (C3p]; Sub-CLO 2.2 Mampu mengimplementasikan alat analisis data, menarik simpulan, dan kata kunci dari proses analisis [C3f]	1. Ketepatan dalam memproses data ide, topik penelitian, dan urgensi dalam penulisan artikel (C3p]; mengimplementasikan alat analisis data, menarik simpulan, dan kata kunci dari proses analisis [C3f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3	1. Kata Kunci, simpulan, dan kesimpulan	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan.	1x150'		
7	CLO-1	Sub-CLO 1.6 Mampu melengkapi penulissan artikel dengan referensi yang relevan (C3p]	1. Ketepatan dalam melengkapi penulissan artikel dengan referensi yang relevan (C3p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3	1. Pengutipan dan sumber referensi 2.	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan	1x150'		
8	CLO-1	Sub-CLO 1.7 Mampu melengkapi berkas penulisan bab 1-3	1. Ketepatan dalam mengimplementasikan tata cara penulisan ke dalam bentuk format tugas akhir [C3f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1. Asistensi dan praktek penulisan Bab 1 2.	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan.	1x150'		
9	CLO-1	Sub-CLO 1.7 Mampu melengkapi berkas penulisan bab 1-3	1. Ketepatan dalam mengimplementasikan tata cara penulisan ke dalam bentuk format tugas akhir [C3f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1. Asistensi dan praktek menuliskan Bab 2	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan.	1x150'		
10	CLO-1	Sub-CLO 1.7 Mampu melengkapi berkas penulisan bab 1-3	1. Ketepatan dalam mengimplementasikan tata cara penulisan ke dalam bentuk format tugas akhir [C3f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1. Asistensi dan Praktek penulisan Bab 3	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan.	1x150'		

11	CLO-1	Sub-CLO 1.7 Mampu melengkapi berkas penulisan bab 1-3	1. Ketepatan dalam mengimplementasikan tata cara penulisan ke dalam bentuk format tugas akhir [C3f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1. Asistensi dan penulisan hasil analisis, simpulan, kata kunci, dan kesimpulan 2.	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Discovery Learning**: Tahap 4: praktek penarikan simpulan dari data untuk Kemudian melakukan proses asistensi.	1x150'		
12	CLO-1	Sub-CLO 1.7 Mampu melengkapi berkas penulisan bab 1-3	1. Ketepatan dalam mengimplementasikan tata cara penulisan ke dalam bentuk format tugas akhir [C3f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1. Parafrase 2. Sumber-sumber artikel ilmiah	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan.	1x150'		
13	CLO-1	Sub-CLO 1.7 Mampu melengkapi berkas penulisan bab 1-3	1. Ketepatan dalam mengimplementasikan tata cara penulisan ke dalam bentuk format tugas akhir [C3f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1. Penulisan Daftar Pustaka dan referensi	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan.	1x150'		
14	CLO-1	Sub-CLO 1.7 Mampu melengkapi berkas penulisan bab 1-3	1. Ketepatan dalam menganalisis data dan menuliskan hasil analisis dalam bentuk simpulan dan kata kunci [C4p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1.Template jurnal ilmiah	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan.	1x150'		
15	CLO-1	Sub-CLO 1.7 Mampu melengkapi berkas penulisan bab 1-3	1. Ketepatan dalam mengaitkan topik penelitian dengan pustaka yang relevan [C4f]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1. finalisasi berkas Bab 1, 2, dan, 3	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan.	1x150'		
16	CLO-1	Sub-CLO 1.8 Mampu mendistribusikan hasil penelitian dalam bentuk berkas usulan penelitian [C4p]	1. Ketepatan dalam mendistribusikan hasil penelitian dalam bentuk berkas usulan penelitian [C4p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 4	1. Presentasi hasil penelitian	CONTOH Kuliah: Pemaparan Diskusi: Peer Learning	1x150'		

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	Visual Merchandise (Product Promotion)	FAK4BIB2	AECTIVA		T = 2	P = 0	7 Ganjil 23/24	27 Mei 2024

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	[Aisyi Syafikarani, S.T., M.Ds.]	Ttd [Dr. Santi Salayati, S.Sn., M.Sn.]	Ttd [Arief Budiman, S.Sn., M.Sn]

Deskripsi Mata Kuliah	Visual Merchandise adalah mata kuliah wajib peminataan Advertising, yang dirancang untuk memberikan pemahaman dan keterampilan dalam menciptakan tampilan visual yang menarik untuk produk dan ruang pameran. Fokus dari mata kuliah ini adalah pada teknik dan strategi yang digunakan untuk meningkatkan daya tarik dan penjualan produk melalui penataan estetika dan fungsional. Serta mengetahui tren terbaru dalam visual merchandising dan bagaimana menerapkannya dalam konteks ritel modern. Sehingga dapat meningkatkan ketertarikan konsumen dan mendorong pembelian sebuah produk.

Program Learning Outcomes (CLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-10	Kemampuan menganalisis permasalahan, melakukan identifikasi dan mendefinisikan kebutuhan komputasi yang bersesuaian dengan solusi.

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	[PLO-10] CLO 1 - Mampu membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual. [C6p]	PLO-10

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif	Kognitif/Pengetahuan		Hasil Proyek			
	Diskusi	Kuis 1	Kuis 2	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	
CLO-1	5	5	5	25	30	30	100
Total per penilaian	5	5	5	25	30	30	100

Pustaka

Utama:

1. Schaefer, Kate. 2021. Swipe, Scan, Shop, Interactive Visual Merchandising. United Kingdom: Bloomsbury Publishing
2. Ebster, Claus,. Marion Garaus. 2015. Store Design and Visual Merchandising, Creating Store Space That Encourages Buying. New York: Business Expert Press

Pustaka Pendukung:

1. Morgan, Tony. 2011. Visual Merchandising, Window and in-store displays for retail. London: Laurence King Publishing

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Microsoft Powerpoint, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop	Laptop, Proyektor

Team Teaching	Aisyi Syafikarani, S.T., M.Ds. (Koord), Bhima Danniswara, S.Sn., M.Ds., Rizka Rachmawati, S.Ds., MBA.
Matakuliah Syarat	Print Media
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01 — [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% — [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu menjelaskan mengenai definisi, sejarah dan perkembangan Visual Merchandising. [C2f] [A2k]	1. Ketepatan dalam menerangkan kembali mengenai definisi Visual Merchandising. [C2f] 2. Kecakapan dalam menjawab dan menunjukkan keterkaitan pentingnya Visual Merchandising dalam mendorong pembelian produk. [C2k] [A1m]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis: Definisi Visual Merchandising (Soal 1-10)	1. Kontrak Perkuliahan 2. What is Visual Merchandising. 3. Why is Visual Merchandising Used?	**Kuliah:** Pemaparan mengenai kontrak perkuliahan Visual Merchandise dan materi perkuliahan **dalam Bahasa Inggris.** **Self-direct learning:** Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Kuis di LMS.	1x100'		5
2	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu menjelaskan mengenai definisi, sejarah dan perkembangan Visual Merchandising. [C2f] [A2k]	1. Ketepatan dalam menerangkan kembali sejarah Visual Merchandising. 2. Kecakapan dalam mendiskusikan mengenai elemen-elemen Visual Merchandising dan kaitannya dengan evolusi Visual Merchandising.	**Bentuk non test:** Diskusi mengenai Evolution of Visual Merchandising **Bentuk test:** -	1. The History and Evolution of Visual Merchandising 2. Visual Merchandising Elements	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan **dalam Bahasa Inggris.** **Small Group Discussion:** Evoluation of Visual Merchandising. Hasil diskusi diunggah pada LMS.	1x100'		5
3	CLO-1	Sub-CLO 1.2 Mampu membedakan mengenai Visual Merchandising in a Departement Store, Visual Merchandising in Multiple Chain Store,dan Visual Merchandising in Small Retail. [C2p]	1. Ketepatan dalam membedakan Visual Merchandising in a Departement Store, Visual Merchandising in Multiple Chain Store,dan Visual Merchandising in Small Retail. [C2p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1: Brand Knowledge dalam Visual Merchandising	1. Visual Merchandising in a Departement Store 2. Visual Merchandising in Multiple Chain Store 3. Visual Merchandising in Small Retail 4. Briefing Tugas 1	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan dan briefing Tugas 1. **Project Based Learning:** Tahap 1: Asistensi - Analisis Brand knowledge dari studi kasus yang dipilih (Brand dengan Visual Merchandising in Multiple Chain Store).	1x100'		5

4	CLO-1	Sub-CLO 1.3 Mampu menguraikan mengenai In-Store Visual Mercahndising. [C4f]	1. Ketepatan dalam menganalisis In-Store Visual Merchandising. [C4p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1: Brand Knowledge dalam Visual Merchandising	1. In-Store Visual Merchandising	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** Tahap 2: Asistensi - Analisis Visual Merchandising and Omnichannel Retail berdasarkan pada studi kasus yang sudah ditentukan sebelumnya.		1x100'	10
5	CLO-1	Sub-CLO 1.4 Mampu menganalisis mengenai Visual Merchandising and Omnichannel Retail dalam mendorong pembelian produk. [C4p]	1. Ketepatan dalam menganalisis mengenai Visual Merchandising and Omnichannel Retail dalam mendorong pembelian produk. [C4p]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1: Brand Knowledge dalam Visual Merchandising	1. Visual Merchandising and Omnichannel Retail	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** Tahap 3: Menampilkan hasil analisis pada tahapan - tahapan sebelumnya dalam bentuk infografis. Serta mengunggahnya di LMS.	1x100'		10
6	CLO-1	Sub-CLO 1.5 Mampu membuat konsep perancangan elemen Visual Merchandising dalam mendorong pembelian produk. [C6p] [P5k]	1. Ketepatan dalam membuat konsep perancangan elemen Visual Merchandising berupa store design and planning dalam mendorong pembelian produk. [C6p] [P5k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2: Perancangan Elemen Visual Merchandising	1. Store Design and Planning 2. Briefing Tugas 2	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan dan briefing Tugas 2. **Project Based Learning:** Tahap 1: Asistensi - Pengembangan konsep store design and planning dari studi kasus yang sudah dipilih sebelumnya.	1x100'		6
7	CLO-1	Sub-CLO 1.5 Mampu membuat konsep perancangan elemen Visual Merchandising dalam mendorong pembelian produk. [C6p] [P5k]	1. Ketepatan dalam membuat konsep elemen Visual Merchandising berupa eksterior display dalam mendorong pembelian produk. [C6p] [P5k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2: Perancangan Elemen Visual Merchandising	1. Eksterior Display	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** Tahap 2: Asistensi - Pengembangan konsep eksterior display dari studi kasus yang sudah dipilih sebelumnya.	1x100'		6
8	CLO-1	Sub-CLO 1.5 Mampu membuat konsep perancangan elemen Visual Merchandising dalam mendorong pembelian produk. [C6p] [P5k]	1. Ketepatan dalam membuat konsep elemen Visual Merchandising berupa store interiors dalam mendorong pembelian produk. [C6p] [P5k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2: Perancangan Elemen Visual Merchandising	1. Store Interiors	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** Tahap 3: Asistensi - Pengembangan konsep store interiors dari studi kasus yang sudah dipilih sebelumnya.		1x100'	6
9	CLO-1	Sub-CLO 1.5 Mampu membuat konsep perancangan elemen Visual Merchandising dalam mendorong pembelian produk. [C6p] [P5k]	1. Ketepatan dalam membuat konsep elemen Visual Merchandising berupa window and decor props dalam mendorong pembelian produk. [C6p] [P5k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2: Perancangan Elemen Visual Merchandising	1. Window, Decor and Props	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** Tahap 4: Asistensi - Pengembangan konsep window and decor props, signage, lighting, fixtures, mannequins and form dari studi kasus yang sudah dipilih sebelumnya.	1x100'		6
10	CLO-1	Sub-CLO 1.5 Mampu membuat konsep perancangan elemen Visual Merchandising dalam mendorong pembelian produk. [C6p] [P5k]	1. Ketepatan dalam membuat konsep elemen Visual Merchandising berupa signage, lighting, fistures dan Mannequins and Form dalam mendorong pembelian produk. [C6p] [P5k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2: Perancangan Elemen Visual Merchandising	1. Signage 2. Lighting 3. Fixtures 4. Mannequins and Form	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** Tahap 5: Menyimpulkan pengembangan konsep perancangan elemen visual merchandising pada tahapan-tahapan sebelumnya dalam bentuk artbook. Serta mengunggahnya di LMS.	1x100'		6

11	CLO-1	Sub-CLO 1.5 Mampu membuat konsep perancangan elemen Visual Merchandising dalam mendorong pembelian produk. [C6p] [P5k]	1. Kecapakapan dalam menyimpulkan pengembangan konsep elemen Visual Merchandising dalam mendorong pembelian produk. [C6m] [P5k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis: Peer Review	1. Peer Review	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Collaborative Learning:** Peer review mengenai pengembangan konsep perancangan elemen visual merchandising sudah dirancang sebelumnya.	1x100'		5
12	CLO-1	Sub-CLO 1.6 Mampu membuat konsep perancangan karya berupa store design yang mampu mendorong pembelian sebuah produk. [C6p] [P5k]	1. Ketepatan dalam membuat pengembangan konsep store design dengan memperhatikan shopper navigate agar mampu mendorong pembelian sebuah produk. [C6p] [P5k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3: Perancangan Konsep Store Design	1. Understanding and Influencing How Shopper Navigate Your Store 2. Briefing Tugas 3	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** Tahap 1: Asistensi - Pengembangan konsep store design dengan memperhatikan shopper navigate.		1x100'	6
13	CLO-1	Sub-CLO 1.6 Mampu membuat konsep perancangan karya berupa store design yang mampu mendorong pembelian sebuah produk. [C6p] [P5k]	1. Ketepatan dalam membuat pengembangan konsep store design dengan memperhatikan store design factors agar mampu mendorong pembelian sebuah produk. [C6p] [P5k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3: Perancangan Konsep Store Design	1. Store Design factors	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** Tahap 2: Asistensi - Pengembangan konsep store design dengan memperhatikan store design factors.	1x100'		6
14	CLO-1	Sub-CLO 1.6 Mampu membuat konsep perancangan karya berupa store design yang mampu mendorong pembelian sebuah produk. [C6p] [P5k]	1. Ketepatan dalam membuat pengembangan konsep store design dengan memperhatikan customer attention agar mampu mendorong pembelian sebuah produk. [C6p] [P5k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3: Perancangan Konsep Store Design	1. Capturing Customer Attention	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** Tahap 3: Asistensi - Pengembangan konsep store design dengan memperhatikan customer attention.	1x100'		6
15	CLO-1	Sub-CLO 1.6 Mampu membuat konsep perancangan karya berupa store design yang mampu mendorong pembelian sebuah produk. [C6p] [P5k]	1. Ketepatan dalam membuat pengembangan konsep store design dengan memperhatikan store atmosphere agar mampu mendorong pembelian sebuah produk. [C6p] [P5k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3: Perancangan Konsep Store Design	1. Store Atmosphere	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** Tahap 4: Asistensi - Pengembangan konsep store design dengan memperhatikan store atmosphere dan Experiental Store Design.	1x100'		6
16	CLO-1	Sub-CLO 1.6 Mampu membuat konsep perancangan karya berupa store design yang mampu mendorong pembelian sebuah produk. [C6p] [P5k]	1. Ketepatan dalam membuat konsep perancangan karya berupa store design yang mampu mendorong pembelian sebuah produk. [C6p] [P5k]	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3: Perancangan Konsep Store Design	1. Experiental Store Design	**Kuliah:** Pemaparan mengenai materi perkuliahan. **Project Based Learning:** Tahap 5: Menampilkan hasil pengembangan konsep store design pada tahapan-tahapan sebelumnya dalam bentuk mockup dan artbook. Serta mengunggahnya di LMS.		1x100'	6

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah

Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
Creative Advertising Communication	FAK4CIB3	AECTIVA	-	T = 2	P = 1	7 Ganjil 23/24	28-Mei-24

Otoritas

Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
Ttd [Ilhamsyah, S.Sn., M.Ds.]	Ttd [Dr. Santi Salayati, S.Sn., M.Sn.]	Ttd Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah

Dalam matakuliah Creative Advertising Communication merupakan mata kuliah wajib pemintatan advertising, dimana mahasiswa akan belajar memahami konteks perancangan pesan komunikasi iklan secara holistik dari perspektif desainer yang kritis dan kreatif dengan membedah studi kasus yang terjadi dalam industri iklan Indonesia maupun mancanegara. Kompetensi dalam matakuliah ini akan digunakan untuk menyempurnakan pemahaman mahasiswa mengenai industri iklan dan akan terealisasikan melalui perancangan tugas akhir Advertising.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-10	Mampu merencanakan dan membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin.
PLO-11	Mampu merencanakan, membuat, dan menyimpulkan strategi desain komunikasi visual sebagai pemecahan masalah secara kreatif dan kolaboratif melalui pendekatan berpikir kritis dan inovatif.

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	[PLO-10] CLO 1 - Mampu membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual.	PLO-10
CLO-2	[PLO-11] CLO 2 - Mampu membuat strategi desain komunikasi sebagai pemecahan masalah secara kreatif dan kolaboratif.	PLO-11

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif	Kognitif/Pengetahuan	Hasil Proyek				
	Diskusi	Kuis 1	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas 4	
CLO-1	5	5	15	20			45
CLO-2					25	30	55
Total per penilaian	5	5	15	20	25	30	100

Pustak

Utama:

1. Ilhamsyah. 2021. Pengantar Strategi Kreatif. Advertising Era Digital. Yogyakarta: Penerbit Andi.
2. Altstiel, T., Grow, Jean. 2011. Advertising Strategy: Creative Tactic From the Outside/In. California: Sage Publications, Inc.
3. Veksner, Simon. (2015): 100 Ideas That Changed Advertising. London: Laurence King Publishing Ltd.
4. Mahon, Nik. (2010) Basic Advertising; Art Direction, Switzerland: AVA Publishing SA

Pustaka Pendukung:

1. Moriarty, S., Mitchell, N. & Wells, W. 2015. Advertising. Jakarta: Kencana
2. Sugiyama, Kotaru. dan Andree, Tim. (2011). The Dentsu Way . USA: McGraw-Hill.

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Microsoft Powerpoint, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop	Laptop, Proyektor

Team Teaching	Ilhamsyah, S.Sn., M.Ds. (Koord), Bhima Danniswara, S.Sn., M.Ds., Aisyi Syafikarani, S.T, M.Ds., Jiwa Utama, S.Ds., M.Ds., Apsari Wiba Pamela, S.Ds., M.Ds.
Matakuliah Syarat	
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (DARING)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Sub-CLO 1.1 Mampu menjelaskan mengenai definisi dari creative advertising, dasar-dasar dalam berpikir kreatif. Serta keterkaitannya denggan pemahaman terhadap target audiens yang disasar. [C2f] [A1m]	1. Ketepatan dalam menjelaskan mengenai konsep creative advertising, termasuk pengertian, ruang lingkup, dan pentingnya dalam konteks promosi	Bentuk non test: - Bentuk test: Kuis	1. Kontrak Perkuliahan 2. Periklanan Kreatif 3. Pentingnya Kreativitas 4. Memahami Generasi Konsumen	**Kuliah:** Pemaparan mengenai kontrak perkuliahan Creative Advertising Communication dan materi perkuliahan. **Self-direct learning:** Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan	1x150'		5
2	CLO-1		1. Kecakapan dalam memahami mengenai dasar-dasar berpikir kreatif, termasuk teknik dan strategi untuk menghasilkan ide-ide yang inovatif dan orisinal dalam konteks creative advertising.		**Berpikir Kreatif** (Mind Mapping, SCAMPER, etc.).	**Kuliah:** Pemaparan materi perkuliahan. **Self-direct learning:** Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Kuis di LMS.	1x150'		
3	CLO-1		1. Ketepatan dalam menjelaskan keterkaitan antara creative advertising dengan pemahaman terhadap target audiens yang disasar. 2. Kesesuaian dalam menguraikan kebutuhan, preferensi, dan perilaku audiens secara akurat.	Bentuk non test: Brainstorming menemukan insight dari teman sekelompok Bentuk test: -	Consumer Insight untuk mendorong Ide Kreatif	**Kuliah:** Pemaparan materi perkuliahan. **Self-direct learning:** Mahasiswa melaksanakan workshop pembuatan ide berdasarkan insight teman sekelompok	1x150'		5
4	CLO-1	Sub-CLO 1.2 Mampu membuat pesan melalui creative storytelling. [C6p]	1. Ketepatan dalam menjelaskan konsep dasar creative storytelling, termasuk unsur-unsur narasi yang efektif dan teknik storytelling yang digunakan dalam konteks periklanan. 2. Kecakapan dalam menghasilkan cerita yang kreatif dan orisinal, dengan mengintegrasikan pesan pemasaran ke dalam narasi secara menyeluruh dan meyakinkan.	Bentuk non test: Brainstorming menemukan insight dari teman sekelompok Bentuk test: Tugas 1. Perancangan ide kreatif berdasarkan insight target audiens diterjemahkan kedalam narasi yang menarik, ide visual dan headline	**Storytelling dan Ide Iklan Kreatif:** 1. Elemen dari Storytelling yang baik 2. Teknik Menciptakan Narasi	**Kuliah:** Pemaparan materi perkuliahan. **Self-direct learning:** Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Kuis di LMS.		1x150'	15
5	CLO-1		1. Ketepatan dalam membuat tagline/slogan yang menarik dan memikat bagi audiens		**Ide Iklan Kreatif dan Copywriting**	**Kuliah:** Pemaparan materi perkuliahan. **Self-direct learning:** Mahasiswa membuat tugas pembuatan ide berdasarkan insight terget audiens diterkemahkan ke dalam narasi yang menarik, ide	1x150'		
6	CLO-1		1. Ketepatan dalam menjelaskan konsep dasar visual creativity dalam konteks digital advertising, termasuk pemahaman tentang keunikan, estetika, dan daya tarik visual dalam pembuatan materi promosi.	Bentuk non test: Brainstorming	1. Basics of Visual Design 2. Importance of Visuals in Ads	**Kuliah:** Pemaparan materi perkuliahan. **Self-direct learning:** Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Kuis di LMS.	1x150'		

7	CLO-1	Sub-CLO 1.3 Mampu membuat visual creativity dengan memanfaatkan inovasi dalam digital advertising. [C6p]	1.Ketepatan dalam mengidentifikasi fungsi dan kekuatan Social Media Marketing and Digital Advertising 2.Ketepatan dalam mengidentifikasikan Influencer Marketing, KOL and Brand evangelist on Digital Marketing 3.Ketepatan dalam	Brainstorming menemukan insight dari target sasaran potensial Bentuk test: Tugas 2. Perancangan initiative ads, berupa ide kreatif berdasarkan insight target audiens dalam bentuk narasi yang menarik,diterjemahkan kedalam ide visual dan headline	1.Social Media Marketing and Digital Advertising 2.Influencer Marketing, KOL and Brand evangelist on Digital Marketing 3.Brand activation and Viral Marketing	**Kuliah:** Pemaparan materi perkuliahan. **Self-direct learning:** Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Kuis di LMS.	1x150'		20
8	CLO-1		1. Kecakapan dalam menerapkan inovasi desain visual, termasuk penggunaan teknologi terkini dan tren desain yang relevan, untuk menciptakan hasil karya yang fresh dan original. 2. Kesesuaian dalam memilih dan menggunakan element visual seperti warna,		1. *initiative ad* dalam dunia periklanan	**Kuliah:** Pemaparan materi perkuliahan. **Self-direct learning:** Mahasiswa membuat tugas initiative ads, berupa ide kreatif berdasarkan insight target audiens dalam bentuk narasi yang menarik, diterjemahkan kedalam ide		1x150'	
9	CLO-2	Sub-CLO 2.1 Mampu membuat kampanye periklanan komprehensif dan mampu menyampaikan ide, konsep, rancangan kepada audiens. [C6p]	1.Ketepatan dalam menjelaskan Consumer Behavior dalam riset konsumen mutakhir. 2.Ketepatan dalam menjelaskan Psychological Triggers in Ads	Bentuk non test: - Bentuk test: Kuis	1. Consumer Behavior 2. Psychological Triggers in Ads	**Kuliah:** Pemaparan materi perkuliahan. **Self-direct learning:** Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Kuis di LMS.	1x150'		25
10	CLO-2		1.Ketepatan dalam menjelaskan Disruptive Advertising 2.Ketepatan dalam menjelaskan Guerrilla Marketing		1.Disruptive Advertising 2.Guerrilla Marketing 3.Interactive Advertising 4.AR/VR in Ads 5.Multimedia Integration	**Kuliah:** Pemaparan materi perkuliahan. **Self-direct learning:** Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Kuis di LMS.	1x150'		
11	CLO-2		1.Ketepatan dalam menjelaskan Ethics in Advertising 2.Ketepatan dalam menjelaskan Cultural Sensitivity in Advertising 3.Ketepatan dalam menjelaskan Global Advertising		1. Ethics in Advertising 2. Cultural Sensitivity 3. Global Advertising	**Kuliah:** Pemaparan materi perkuliahan. **Self-direct learning:** Mahasiswa mengakses materi perkuliahan dan mengerjakan Kuis di LMS.	1x150'		
12	CLO-2		Kecakapan dalam merancang konsep integrated campaign strategy produk lokal dengan sentuhan budaya atau tradisi khas lokal tempat produk tersebut dijual.	Bentuk non test: Brainstorming menemukan insight dari target sasaran potensial Bentuk test: Tugas 3. Perancangan konsep integrated campaign strategy, berupa ide kreatif berdasarkan insight target audiens dalam bentuk narasi yang menarik,diterjemahkan strategy media yang unik	integrated campaign strategy	**Kuliah:** Pemaparan materi perkuliahan. **Self-direct learning:** Mahasiswa membuat perancangan konsep integrated campaign strategy, berupa ide kreatif berdasarkan insight target audiens dalam		1x150'	
13	CLO-2		Kecakapan dalam merancang konsep integrated campaign strategy produk lokal dengan sentuhan budaya atau tradisi khas lokal tempat produk tersebut dijual.		1. Media Planning Basics 2. Integrating Campaign Elements	**Kuliah:** Pemaparan materi perkuliahan. **Self-direct learning:** Mahasiswa asistensi perancangan konsep integrated campaign strategy, berupa ide kreatif berdasarkan insight target audiens dalam	1x150'		
14	CLO-2	Sub-CLO 2.2 Mampu membuat media interaktif dan terintegrasi dengan memperhatikan Psychology, Ethical and Cultural of Advertising. [C6p]	1.Ketepatan dalam menjelaskan Current Trends in Advertising 2.Ketepatan dalam menjelaskan Future of Advertising	Bentuk non test: Brainstorming menemukan insight dari target sasaran potensial Bentuk test: Tugas 4. Perancangan media interaktif dan terintegrasi, berupa ide kreatif berdasarkan insight target audiens, Psychology, Ethical and Cultural of Advertising	1. Current Trends in Advertising 2. Future of Advertising	**Kuliah:** Pemaparan materi perkuliahan. **Self-direct learning:** Mahasiswa membuat ide kreatif perancangan media interaktif dan terintegrasi, berdasarkan insight target audiens, Psychology, Ethical and Cultural of Advertising	1x150'		30
15	CLO-2		1.Ketepatan dalam menerapkan Effective Presentation Techniques 2.Ketepatan dalam menerapkan pitching idea strategy		1.Effective Presentation Techniques 2.Pitching idea strategy	**Kuliah:** Pemaparan materi perkuliahan. **Self-direct learning:** Mahasiswa mempresentasikan ide kreatif perancangan media interaktif dan terintegrasi, berdasarkan insight target audiens, Psychology, Ethical and Cultural of Advertising	1x150'		
16	CLO-2		1.Ketepatan dalam menerapkan Effective Presentation Techniques 2.Ketepatan dalam menerapkan pitching idea strategy		Membuat kampanye periklanan komprehensif dan mampu menyampaikan ide, konsep, rancangan kepada audiens (pitching)	**Kuliah:** - **Self-direct learning:** Mahasiswa mempresentasikan ide kreatif perancangan media interaktif dan terintegrasi, berdasarkan insight target audiens, Psychology, Ethical and Cultural of Advertising	1x150'		

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI SARJANA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)	Semester	Direvisi
	Content Writing	DAI3Q3	AECTIVA		T = 1 P = 2	7 Ganjil 24/25	8 Mei 2024

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	Ttd Yelly Andriani Barlian	Ttd [Dr. Santi Salayati, S.Sn., M.Sn.]	Ttd Arief Budiman, S.Sn., M.Sn.

Deskripsi Mata Kuliah

Mata kuliah ini adalah mata kuliah pilihan di konsentrasi Advertising prodi DKV. Mahasiswa diharapkan dapat mengimplementasikan dan menggunakan teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya DKV melalui pembelajaran teknik penulisan yang efektif. Mahasiswa mempelajari strategi penulisan kreatif, optimasi SEO, dan penerapan gaya bahasa yang sesuai dengan audiens. Dengan fokus pada pengembangan keterampilan menulis yang menarik, informatif, memikat dan relevan dengan untuk target pasar yang ditentukan.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO 4	Mampu mengimplementasikan dan menggunakan teori, prinsip, pengetahuan, perangkat komunikasi, serta media untuk perancangan dan produksi karya desain komunikasi visual
PLO 10	Mampu merencanakan dan membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	Mampu mengimplementasikan teori, prinsip, dan pengetahuan komunikasi dan media untuk perancangan karya desain komunikasi visual [C3f]	PLO-4
CLO-2	Mampu membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual [C3k]	PLO-10

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)							TOTAL BOBOT PER CLO		
	Aktivitas Partisipatif				Aktifitas Kognitif			Hasil Proyek		
		Diskusi & kolaborasi	Tugas 1	Tugas 2	Quiz 1 & 2 -Pengantar Content Writing & Perkembangan Platform Digital	Tugas besar 1		Tugas besar 2 - Konsep Iklan Editorial		
CLO-1			25		10	15				50
CLO-2		15		15				10	10	50
Total per penilaian		15	25	15	10	15		10	10	100

Pustaka

Utama:

Fitriyani, M.N.F.P.S.Psi., M.A., Prahastuti, N.F., 2020. Personal Branding Format Baru. Laksana.

Rahman, S., 2007. Buku Pintar SEO. Elex Media Komputindo.

Pustaka Pendukung:

Earnshaw, Steven, 2014. THE HANDBOOK OF CREATIVE WRITING, 2nd ed. y Edinburgh University Press, Edinburgh.

Hendiawan, T., Ds, S., Sn, M., Barlian, Y.A., Pd, M., 2015. BANDUNG CREATIVE MOVEMENT 2015 2nd International Conference on Creative Industries "Strive to Improve Creativity" FRAMING ADAPTATION ON RECTOVERSO MOVIE (Untold Love). BANDUNG CREATIVE MOVEMENT 2015 2nd International Conference on Creative Industries "Strive to Improve Creativity".

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Plagiarism Checker Software	In focus/ Smart TV

Team Teaching	Yelly Andriani Barlian, Gagas Ezhar R, Sri Maharani Budi, Sri Nurbani
Matakuliah Syarat	Tidak ada
Ambang Batas Kelulusan	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	DALAM JARINGAN (DARING)	LUAR JARINGAN	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Sub CLO 01-1 Mampu menjelaskan pengertian, fungsi dan tujuan content writing [C2f]	Ketepatan dalam menceritakan apa yang dimaksud dengan content writing menggunakan bahasa sendiri	**Test**: Kuis 1 (Pengantar Content Writing, soal 1-10 multiple choice) **Non-test**: -	Pengantar Content Writing: 1. Pengertian Content Writing 2. Fungsi dan Tujuan Content Writing 3. Contoh Penerapan Content Writing	Kuliah: Pengenalan mengenai MK terkait dan penjelasan mengenai bahan kajian yang akan dipelajari di semester tersebut dengan **menggunakan Bahasa Inggris** Self-directed Learning (SDL)	3x50'		5
2	CLO-1	Sub CLO 01-2 Mampu menjelaskan sejarah perkembangan internet dan sejarah perkembangan media sosial serta pemanfaatannya. [C2f]	Ketepatan dalam menceritakan apa yang dimaksud dengan content writing menggunakan bahasa sendiri	**Test**: Kuis 2 (Perkembangan Platform Digital, soal 1-10 multiple choice) **Non-test**: -	Perkembangan Platform Digital: 1. Sejarah Internet 2. Awal kemunculan media sosial 3. Manfaat dan fungsi media sosial	Kuliah: Pemaparan materi perkuliah di minggu tersebut dan penjelasan tahapan pembelajaran, komponen belajar dan tujuan yang diinginkan Self Directed learning: Mengexplor dan menceritakan pemahaman mereka akan topik pada minggu tersebut	3x50'		5
3	CLO-1	Sub CLO 01-3 Mampu menceritakan potensi diri. [C2f] Sub CLO 01-4 Mampu mengimplementasikan metode 5w + 1H dan SWOT [C3f]	Ketepatan analisa sampai mendapatkan kesimpulan	**Tugas Besar 1** **Test**: Analisis potensi diri **Non-Test**: -	Personal Branding 1. Mengenali potensi diri dengan menggunakan metode 5W + 1 H dan SWOT 2. Analisi konsep keunggulan diri dengan menentukan what to say dan how to say	Kuliah: Pemaparan materi perkuliah di minggu tersebut dan penjelasan tahapan pembelajaran, komponen belajar dan tujuan yang diinginkan Self Directed learning: Mengexplor dan menceritakan pemahaman mereka akan topik pada minggu tersebut	3x50'		5
4	CLO-1	Sub CLO 01-3 Mampu menceritakan potensi diri.[C2f] Sub CLO 01-4 Mampu mengimplementasikan metode 5w + 1H dan SWOT [C3f]	Ketepatan analisa sampai mendapatkan kesimpulan	**Tugas Besar 1** **Test**: Analisis potensi diri **Non-Test:** -	Personal Branding 1. Mengenali potensi diri dengan menggunakan metode 5W + 1 H dan SWOT 2. Analisi konsep keunggulan diri dengan menentukan what to say dan how to say	Kuliah: Pemaparan materi perkuliah di minggu tersebut dan penjelasan tahapan pembelajaran, komponen belajar dan tujuan yang diinginkan Self Directed learning/ Asistensi tugas	3x50'		10
5	CLO-1	Sub CLO 01-5 Mampu menjelaskan perbedaan antara target audience dan target marketing [C2f] Sub CLO 01-6 Mampu menemukan insight dari target [C3f]	Ketepatan analisa sampai mendapatkan kesimpulan	**Tugas 1** **Test**: Analisis potensi target **Non-test:** -	Membedah target. 1. Mengenali perbedaan antara target audience dan target marekting. 2. Menentukan insight target	Kuliah: Pemaparan materi perkuliah di minggu tersebut dan penjelasan tahapan pembelajaran, komponen belajar dan tujuan yang diinginkan Self Directed learning/ Asistensi tugas	3x50'		5

6	CLO-1	Sub CLO 01-6 Mampu menjelaskan fungsi SEO [C2f]	Ketepatan dalam pemanfaatan platform digital	**Tugas 1** **Test:** Analisis potensi target **Non-test**: -	Optimasi Search Engine (kuliah umum) 1. Pengenalan SEO 2. Pemanfaatan SEO	Kuliah: Pemaparan materi perkuliah di minggu tersebut dan penjelasan tahapan pembelajaran, komponen belajar dan tujuan yang diinginkan Self Directed learning: Mengexplor dan menceritakan pemahaman mereka akan topik pada minggu tersebut		3x50'	5
7	CLO-1	Sub CLO 01-7 Mampu mengimplementasikan penulisan kreatif [C3f]	Ketepatan dalam mendapatkan engagement dari pembaca: jumlah kunjungan situs, jumlah klik, durasi membaca	**Tugas 2** **Test**: Naskah kreatif dalam bentuk essay populer **Non-test**: -	Naskah kreatif: 1. Jenis artikel 2. Menetukan judul artikel yang menarik	Kuliah: Pemaparan materi perkuliah di minggu tersebut dan penjelasan tahapan pembelajaran, komponen belajar dan tujuan yang diinginkan Self Directed learning: Mengexplor dan menceritakan pemahaman mereka akan topik pada minggu tersebut	3x50'		5
8	CLO-1	Sub CLO 01-7 Mampu mengimplementasikan penulisan kreatif [C3f]	Ketepatan dalam mendapatkan engagement dari pembaca: jumlah kunjungan situs, jumlah klik, durasi membaca	**Tugas 2** **Test**: Naskah kreatif dalam bentuk essay populer **Non-test**:-	Naskah kreatif: 1. Jenis artikel 2. Menetukan judul artikel yang menarik	Kuliah: Pemaparan materi perkuliah di minggu tersebut dan penjelasan tahapan pembelajaran, komponen belajar dan tujuan yang diinginkan Self Directed learning: Mengexplor dan menceritakan pemahaman mereka akan topik pada minggu tersebut	3x50'		10
9	CLO-02	Sub CLO 02.-1 mampu menyatakan pendapat dalam kerja kelompok [A3m] Sub CLO 02-2 Mampu menerangkan hasil diskusi kelompok [C2f]	Ketepatan dalam berkolaborasi bersama kelompoknya	**Diskusi dan Kolaborasi** **Non-Test**: Keaktifan di dalam kerja kelompok **Test**: -	Pengantar Content Writing - Story Telling online (Story Produk) 1. Pengertian, Tujuan dan Contoh 2. Penerapan (User Generated Content, Ambience, Owner Story, Customer Story) 3. Apa itu Storytelling? 4. Fungsi Storytelling Untuk Pemasaran Produk 5. Penggunaan Storytelling Untuk Kampanye Iklan 6. Membuat Storytelling Untuk 7. Mempromosikan Produk	Kuliah: Pemaparan materi perkuliah di minggu tersebut dan penjelasan tahapan pembelajaran, komponen belajar dan tujuan yang diinginkan Problem based Learning (PBL): Bekerja kelompok untuk memecahkan permasaham yang diberikan.		3x50'	5
10	CLO-02	Sub CLO 02-3 Mampu menjelaskan pengertian, tujuan dan contoh Story Telling [C2f] Sub CLO 02- 4 Mampu mengkonsep teori-teori Story Telling pada naskah mereka sendiri. [C3k]	1. Ketepatan dalam analisa pokok bahasan yang dipresentasikan. 2. Kesesuaian mengkombinasikan naskah story telling dengan konsep dan teori yang telah mereka pelajari	**Tugas 1** **Test**: Naskah story telling **Non-test**: -	Pengantar Content Writing - Story Telling online (Story Produk) 1. Pengertian, Tujuan dan Contoh 2. Penerapan (User Generated Content, Ambience, Owner Story, Customer Story) 3. Apa itu Storytelling? 4. Fungsi Storytelling Untuk Pemasaran Produk 5. Penggunaan Storytelling Untuk Kampanye Iklan 6. Membuat Storytelling Untuk 7. Mempromosikan Produk	Kuliah: Pemaparan materi perkuliah di minggu tersebut dan penjelasan tahapan pembelajaran, komponen belajar dan tujuan yang diinginkan Self Directed learning: Mengexplor dan menceritakan pemahaman mereka akan topik pada minggu tersebut			5
11	CLO-02	Sub CLO 02.-1 mampu menyatakan pendapat dalam kerja kelompok [A3m] Sub CLO 02-2 Mampu menerangkan hasil diskusi kelompok [C2f]	Ketepatan dalam berkolaborasi bersama kelompoknya	**Diskusi dan Kolaborasi** **Non-Test:** Keaktifan di dalam kerja kelompok **Test: -**	Pengantar Content Writing - Testimoni Produk online: 1. Pengertian 2. Tujuan dan Contoh Penerapan (Unboxing, Experience, Story the Product, Tell to the World) 3. Arti Testimoni Secara Umum 4. Jenis-jenis Testimonial: a.Testimoni Tertulis b.Testimoni Tidak Tertulis 4. Berdasarkan isinya: a. Testimoni Positif b. Testimoni Negatif 5. Manfaat Testimoni Bagi Bisnis: a. Meningkatkan Rasa Percaya Konsumen b. Media Pemasaran Gratis	Kuliah: Pemaparan materi perkuliah di minggu tersebut dan penjelasan tahapan pembelajaran, komponen belajar dan tujuan yang diinginkan Problem based Learning (PBL): Bekerja kelompok untuk memecahkan permasaham yang diberikan.		3x50'	5
12	CLO-02	Sub CLO 02-3 Mampu menjelaskan pengertian, tujuan dan contoh Produck Testimony [C2f] Sub CLO 02- 4 Mampu mengkonsep teori-teori Product Testimony pada naskah mereka sendiri. [C3k]	1. Ketepatan analisa pokok bahasan yang dipresentasikan. 2. Kesesuaian mengkombinasikan naskah product testimony dengan konsep dan teori yang telah mereka pelajari	**Tugas 1** **Test**: Naskah Product testimony **Non-test**: -	Pengantar Content Writing - Testimoni Produk online: 1. Pengertian 2. Tujuan dan Contoh Penerapan (Unboxing, Experience, Story the Product, Tell to the World) 3. Arti Testimoni Secara Umum 4. Jenis-jenis Testimonial: a.Testimoni Tertulis b.Testimoni Tidak Tertulis 4. Berdasarkan isinya: a. Testimoni Positif b. Testimoni Negatif 5. Manfaat Testimoni Bagi Bisnis: a. Meningkatkan Rasa Percaya Konsumen b. Media Pemasaran Gratis c. Sebagai Bahan Materi Iklan	Kuliah: Pemaparan materi perkuliah di minggu tersebut dan penjelasan tahapan pembelajaran, komponen belajar dan tujuan yang diinginkan Problem based Learning (PBL): Bekerja kelompok untuk memecahkan permasaham yang diberikan.		3x50'	5
13	CLO-02	Sub CLO 02.-1 mampu menyatakan pendapat dalam kerja kelompok [A3m] Sub CLO 02-2 Mampu menerangkan hasil diskusi kelompok [C2f]	Ketepatan dalam berkolaborasi bersama kelompoknya	**Diskusi dan Kolaborasi** **Non-Test:** Keaktifan di dalam kerja kelompok **Test: -**	Pengantar Content Writing - Engagement With Customer 1.Pengertian 2.Tujuan dan Contoh 3. Penerapan (Games, Quiz) 4. Apa itu customer Engagement 5. Mengapa Customer Engagement Penting? 6. Bagaimana Cara Mengukurnya? 7. Ide Customer Engagement di Media Sosial : Give away Thanks For Customer (birth day – graduate etc), Flash	Kuliah: Pemaparan materi perkuliah di minggu tersebut dan penjelasan tahapan pembelajaran, komponen belajar dan tujuan yang diinginkan Problem based Learning (PBL): Bekerja kelompok untuk memecahkan permasaham yang diberikan.		3x50'	5

14	CLO-02	Sub CLO 02-3 Mampu menjelaskan pengertian, tujuan dan contoh Customer Engagement [C2f] Sub CLO 02- 4 Mampu mengkonsep teori-teori Customer Engagement pada naskah mereka sendiri. [C3k]	1. Ketepatan analisa pokok bahasan yang dipresentasikan. 2. Kesesuaian mengkombinasikan naskah customer engagement dengan konsep dan teori yang telah mereka pelajari	**Tugas 1** **Test**: Naskah customer engagement **Non-test:** -	Pengantar Content Writing - Engagement With Customer 1.Pengertian 2.Tujuan dan Contoh 3. Penerapan (Games, Quiz) 4. Apa itu customer Engagement 5. Mengapa Customer Engagement Penting? 6. Bagaimana Cara Mengukurnya? 7. Ide Customer Engagement di Media Sosial : Give away Thanks For Customer (birth day – graduate etc), Flash	Kuliah: Pengenalan mengenai MK terkait dan penjelasan mengenai bahan kajian yang akan dipelajari di semester tersebut dengan **menggunakan Bahasa Inggris** Self-directed Learning (SDL)	3x50'		5
15 & 16	CLO-02	Sub CLO 02- 4 Mampu mengkonsep teori-teori yang sudah dipelajari ke dalam naskah iklan editorial yang diletakkan di berbagai media seperti majalah, website, dan sejenisnya.[C3k]	1. Kesesuaian jadwal asistensi 2. Ketepatan analisa perancangan iklan editorial salah satu brand di Indonesia 3. Kecermatan dan kreatifitas dalam menyusun konsep rancangan iklan mereka 4. Kesesuaian naskah iklan dengan konsep dan teori yang telah mereka pelajari	**Tugas besar 2** **Non-Test**: Keaktifan dalam melakukan asistensi **Test**: Konsep Iklan Editorial	Narasi Iklan Editorial	Kuliah: Pemaparan materi perkuliah di minggu tersebut dan penjelasan tahapan pembelajaran, komponen belajar dan tujuan yang diinginkan Self Directed learning/ Asistensi tugas	3x50'		Non Test: 10 Test: 10

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	Destination Branding	FAK4EIB3	HUMAGY		T =1	P = 2	7 Ganjil 24/25	10-Jun-24

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	[Apsari Wiba Pamela, S.Ds., M.Ds.]	Ttd [Dr. Andreas Rio Adriyanto, SE., M.Eng]	Ttd [Arief Budiman, S.Sn., M.Sn]

Deskripsi Mata Kuliah	Destination Branding merupakan mata kuliah pilihan mahasiswa dalam program studi S1 Desain Komunikasi Visual dengan fokus pada perminatan Advertising. Mata kuliah ini mengintegrasikan konsep-konsep branding dengan strategi komunikasi visual untuk memperkenalkan, mempromosikan, dan membangun identitas destinasi wisata.Mata kuliah ini mengeksplorasi konsep-konsep fundamental dalam branding destinasi, mulai dari pengenalan esensi destinasi hingga pengembangan identitas merek yang kuat. Mahasiswa akan mempelajari bagaimana destinasi dapat diposisikan dan dipromosikan melalui pendekatan komunikasi visual yang efektif. Mata kulah ini ini membahas strategi-strategi branding yang relevan dengan destinasi wisata, termasuk identifikasi sasaran pasar, analisis pesaing, dan pengembangan pesan merek yang kohesif. Mahasiswa akan belajar bagaimana merancang kampanye branding yang memanfaatkan elemen-elemen desain komunikasi visual seperti warna, tipografi, dan gambar untuk menciptakan koneksi emosional dengan audiens.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)	Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
	PLO-11	PLO 11 - Mampu merencanakan, membuat, dan menyimpulkan strategi desain komunikasi visual sebagai pemecahan masalah secara kreatif dan kolaboratif melalui pendekatan berpikir kritis dan inovatif

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	[PLO 11] CLO 1 - Mampu **merencanakan** strategi desain komunikasi visual (C6f)	PLO-11
CLO-2	[PLO 11] CLO 2 - Mampu **membuat** strategi desain komunikasi sebagai pemecahan masalah secara kreatif dan kolaboratif (C6p)	PLO-11

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)						TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif	Kognitif/Pengetahuan		Hasil Proyek			
	Forum Diskusi	Kuis	Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Tugas Besar	
CLO-1	5	5	15	20			45
CLO-2					25	30	55
Total per penilaian	5	5	15	20	25	30	100

Pustaka

Utama:

1. Judisseno, R., K. (2019) Branding Destinasi dan Promosi Pariwisata. Gramedia Pustaka Utama.
2. Keller, K. L. (2016). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Pearson.
3. Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2011). Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition. Butterworth-Heinemann.

Pustaka Pendukung:

1. Hardiansyah, D., Nurusholih, S. (2019). Perancangan Media Promosi Untuk Meningkatkan Pengunjung Museum Nasional Indonesia. eProceedings of Art & Design. 6 (2)
2. Hankinson, G. (2001). Brand Orientation in Destination Marketing. Journal of Marketing Management, 17(7-8), 997-1015.

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Microsoft Word, Microsoft Powerpoint, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop	Laptop, Komputer, Kamera, Telpon Genggam, Proyektor

Team Teaching	Apsari Wiba Pamela, S.Ds., M.Ds. (Koord), Bhima Danniswara, S.Sn., M.Ds., Sonson Nurusholih, S.Sn., M.Sn.
Matakuliah Syarat	-
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01 — [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% — [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-01	Sub-CLO-1.1 Mampu **menjelaskan** destinasi sebagai brand (C2f)	1. Ketepatan dalam **mengidentifikasi** perbedaan konsep dasar antara branding dan promosi 2. Ketepatan dalam **menjelaskan** consumer behaviour evolution	**Bentuk non test:** Forum Diskusi **Bentuk test:** -	1. Kontrak perkuliahan 2. Konsep branding dan promosi 3. Consumer behaviour evolution (Materi dalam bahasa inggris): brand sebagai penanda, brand sebagai pengalaman, teori piramida kebutuhan maslow	**Kuliah:** Pemaparan materi berupa kontrak perkuliahan, konsep branding dan promosi serta consumer behavior evolution. Dilanjutkan dengan forum diskusi (materi perkuliahan dalam Bahasa Inggris) **Self-Paced Learning:** Mahasiswa mengakses materi pembelajaran dan mengerjakan kuis di LMS.	1x100'	1x50'	5
2	CLO-01		1. Ketepatan dalam mengidentifikasi elemen dan dimensi brand pariwisata 2. Ketepatan dalam mennguraikan Positioning, Diferensiasi dan Brand dalam destinasi wisata	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Kuis	1. Elemen dan dimensi brand pariwisata 2. Dimensi daya tarik pariwisata. 3. PDB (Positioning, Differentiation, Brand) (Materi dalam bahasa Inggris) 4. Makna brand pariwisata	**Kuliah:** Pemaparan pengantar branding destinasi, elemen dan dimensi pariwisata (materi perkuliahan dalam Bahasa Inggris) **Case Based Learning:** Mahasiswa mempelajari makna brand pariwisata di Indonesia dengan studi kasus logo Wonderful Indonesia	1x150'		5

3	CLO-01	Sub-CLO-1.2 Mampu **menguraikan** destinasi wisata dan **menganalisis** target audience dan kompetitor (C2p) (C4p)	1. Ketepatan dalam mengidentifikasi keunikan yang ada pada destinasi wisata 2. Ketepatan dalam menganalisis pasar dan segmentasi audience	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1	1. Interrelation aspects: Activities, Accesibilities, Amenities, Accomodation dan Superstructure 2. USP (Unique Selling Proposition) 3. Brief tugas 1	**Kuliah:** Pemaparan materi berupa Interrelation aspects dan USP pada destinasi wisata **Self-Paced Learning:** Mahasiswa mengakses materi pembelajaran dan mengerjakan kuis di LMS. **Project Based Learning:** Tahap 1: Mengidentifikasi keunikan pada destinasi wisata	1x100'	1x50'	5
4	CLO-01		1. Ketepatan dalam menganalisis pasar dan segmentasi target audience 2. Kecakapan dalam menguraikan consumer insight	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1	1. Segementasi audience (demografis, geografis, psikografis 2. AOI (Activity, Opinion, Interest) 3. Moodboard target audience	**Project Based Learning:** Tahap 2: Menentukan segmentasi target audience dan menganalisis consumer journey dengan AOI	1x150'		5
5	CLO-01		1. Ketepatan dalam menentukan kompetitor (p5f) 2. Ketepatan dalam menganalisis kompetitor	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 1	1. Kompetitor destinasi 2. Analisis SWOT dan matrix perbandingan	**Project Based Learning:** Tahap 3: Menentukan dan menganalisis kompetitor menggunakan analisis SWOT dan matrix perbandingan	1x150'		5
6	CLO-01	Sub-CLO-1.3 Mampu **merancangan** pesan dan tagline untuk branding dan promosi suatu destinasi wisata (C6k)	1. Ketepatan dalam merancang pesan branding dan promosi destinasi wisata	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2	1. Membangun pesan branding dan promisi/ statement (Message) 2. Reason to visit 3. Brief tugas 2	**Kuliah:** Pemaparan materi mengenai cara membuat pesan dan tagline untuk memperkuat brand **Self-Paced Learning:** Mahasiswa mengakses materi pembelajaran dan mengerjakan kuis di LMS. **Project Based Learning:** Tahap 1: Merancang pesan dan tagline menggunakan bagan what to say	1x100'	1x50'	10
7	CLO-01		1. Kecakapan dalam menciptakan tagline untuk memperkuat branding destinasi wisata (C6p)	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 2	1. Tagline dalam branding 2. Copywriting (Headline, Subheadline, Bodycopy, Tagline	**Project Based Learning:** Tahap 2: Merancang tagline untuk brandng dan promosi pariwisata	1x150'		10
8	CLO-02	Sub-CLO-2.1 Mampu **merancang** logo sebagai brand identity destinasi wisata (C6k)	1. Ketepatan dalam menentukan konsep visual untuk brand identity destinasi wisata 2. Kecakapan dalam memilih penggunaan warna, tipografi dan bentuk dalam brand identiy	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3	1. Brand identity 2. Brand Image 3. Elemen visual (Warna, Tipografi, Gambar, dll). 4. Brief Tugas 3	**Kuliah:** Pemaparan materi mengenai brand identiity dan elemen visual **Project Based Learning:** Tahap 1: Menentukan konsep visual untuk logo destinasi wisata	1x150'		5
9	CLO-02		1. Ketepatan dalam merancang logo 2. Kecakapan dalam merancang supergrafis destination branding	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3	1. Logo 2. Supergrafis	**Project Based Learning:** Tahap 2: Merancang logo dan supergrafis untuk identitas brand destinasi wisata	1x150'		10
10	CLO-02		1. Ketepatan dalam membuat panduan logo 2. Kecakapan dalam mengelola branding kit dari turunan logo dan super grafis	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas 3	1. Branding kit package: Kartu nama, amplop, stationery, signature design 2. Panduan logo	**Project Based Learning:** Tahap 3: Merancang panduan logo dan branding kit package	1x150'		10
11	CLO-02		1. Ketepatan dalam **menentukan** big idea dalam kampanye promosi destinasi wisata 2. Kecakapan dalam **merancang** key visual	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar	1. How to Find Big Idea 2. Key Visual 3. Moodboard. 4. Brief Tugas Besar	**Kuliah:** Pemaparan materi mengenai big idea, perancangan key visual dan moodboard **Project Based Learning:** Tahap 1: Menentukan big idea, key visual dan moodboard visual	1x150'		5

12	CLO-02	Sub-CLO-2.2 Mampu **membuat** strategi kampanye promosi destinasi wisata (C6p)	1. Ketepatan dalam **membuat** strategi media menggunakan metode AISAS 2. Kecakapan dalam **menentukan** media placement	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar	1. Media promosi (OOH, media cetak, media digital, new media) 2. Metode AISAS 3. Media placement	**Kuliah:** Pemaparan materi mengenai media promosi, metode AISAS dan media placement **Project Based Learning:** Tahap 2: Menentukan strategi media menggunakan metode AISAS	1x150'		5
13	CLO-02		1. Ketepatan dalam **menghitung** anggaran biaya strategi kampanye promosi destinasi wisata 2. Kecakapan dalam **menyusun** daftar harga media promosi	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar	1. Cara membuat perkiraan anggaran biaya promosi	**Project Based Learning:** Tahap 3: Menghitung perkiraan anggaran biaya kampanye promosi destinasi wisata	1x150'		5
14	CLO-02		1. Ketepatan dalam merancang visual media promosi destinasi wisata 2. Kecakapan dalam menyusun materi promosi menjadi desain visual	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar	1. Strategi Visual 2.Perancangan Visual, Part 1 (Layout, Warna, & Tipografi)	**Project Based Learning:** Tahap 4: Membuat strategi visual menjadi turunan desain AISAS	1x150'		5
15	CLO-02		1. Ketepatan dalam merancang visual media promosi destinasi wisata 2. Kecakapan dalam menyusun materi promosi menjadi desain visual	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar	1. Strategi Visual 2. Perancangan Visual, Part 2 (Fotografi, Ilustrasi, Supergrafis)	**Project Based Learning:** Tahap 5: Membuat strategi visual menjadi turunan desain AISAS	1x150'		5
16	CLO-02		1. Ketepatan dalam membuat artbook dari rancangan strategi kampanye promosi destinasi wisata 2. Kesesuaian dalam mengikuti arahan urutan pembuatan artbook	**Bentuk non test:** - **Bentuk test:** Tugas Besar	1. Artbook	**Project Based Learning:** Tahap 6: Membuat artbook dari rancangan strategi kampanye promosi destinasi wisata		1x150'	5

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI S1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS INDUSTRI KREATIF

Identitas Mata Kuliah	Nama MK	Kode MK	Rumpun MK	Mitra Pengembang RPS	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
	Advertising Campaign & Media Planning	FAK4FIB3	AECTIVA	Lembaga Sosial dan Komunitas Masyarakat	T=1	P=2	7 Ganjil 24/25	15 Mei 2024

Otoritas	Pengembang RPS	Ketua Kelompok Keahlian	Ketua Program Studi
	[Sri Maharani Budi H, S.Ds., M.Advtg]	Ttd [Dr. Santi Salayati, S.Sn., M.Sn.]	[Arief Budiman, S.Sn., M.Sn]

Deskripsi Mata Kuliah	Advertising Campaign & Media Planning merupakan mata kuliah pilihan Advertising, yang memandu mahasiswa membedah strategi kampanye periklanan dan merancang jadwal media kampanye dengan menyeluruh dalam merencanakan kampanye iklan yang efektif serta mengikuti perkembangan tren industri. Mahasiswa akan mempelajari konsep dasar, analisis target audiens, pemilihan media yang sesuai, dan pengukuran kinerja kampanye sederhana. Tujuannya agar mahasiswa memahami bahwa model kampanye tidak selalu digunakan dalam setiap kebutuhan periklanan, serta dibutuhkan pemahaman mengenai perencanaan media yang tepat untuk kampanye tersebut.

Program Learning Outcomes (PLO) & Course Learning Outcomes (CLO)

Program Learning Outcomes (PLO) PRODI	
PLO-10	Mampu merencanakan dan membuat konsep perancangan karya media komunikasi visual melalui riset dan analisis multidisiplin
PLO-11	Mampu merencanakan, membuat, dan menyimpulkan strategi desain komunikasi visual sebagai pemecahan masalah secara kreatif dan kolaboratif melalui pendekatan berpikir kritis dan inovatif

Course Learning Outcomes (CLO)		PLO yang didukung
CLO-1	[PLO-10] CLO 1 - Mampu menerangkan kembali konteks dari Kampanye Periklanan dan Media Planning sesuai dengan kaidah periklanan dan tren yang berkembang.	PLO-10
CLO-2	[PLO-10] CLO 2 - Mampu menkonsepkan sebuah ide iklan sederhana yang mengadaptasi model Kampanye Periklanan dan Media Planning berbasis riset pasar yang tepat.	
CLO-3	[PLO-11] CLO 3 - Mampu merancang sebuah strategi Kampanya Periklanan yang dilengkapi dengan Media Planning memanfaatkan instrumen-instrumen iklan yang memadai.	PLO-11

Penilaian

Id CLO	Bobot per Bentuk Penilaian (%)														TOTAL BOBOT PER CLO
	Aktivitas Partisipatif				Kognitif/Pengetahuan								Hasil Proyek		
	Tugas1	Tugas2	Tugas3	Tugas4	Kuis1	Kuis2	CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	CE6	Tugas Kecil	Tugas Besar	
CLO-1					2	2	5	5		5	5				24
CLO-2	8	10	8	10					5			5			46
CLO-3													15	15	30
Total per penilaian	8	10	8	10	2	2	5	5	5	5	5	5	15	15	100

Pustaka

Utama:

1. Sissors, J.Z. and Baron, R.B., 2010. Advertising Media Planning. 7th ed. New York: McGraw-Hill.
2. Geskey, R.D., 2012. Media Planning and Buying in the 21st Century. 2nd ed. Bloomington: AuthorHouse.
3. Arens, W.F., Weigold, M.F. and Arens, C., 2013. Contemporary Advertising. 14th ed. New York: McGraw-Hill.
4. Belch, G.E. and Belch, M.A., 2017. Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. 11th ed. New York: McGraw-Hill.
5. Tichenor, P.J., 2017. Strategic Media Decisions: Understanding the Business End of the Advertising Industry. New York: Cognella Academic Publishing.

Pustaka Pendukung:

1. Spurlock, M. (dir.), 2011. The Greatest Movie Ever Sold [Film]. USA: Sony Pictures Classics.
2. HubSpot, 2020. What is Media Planning and Why is it Important?. [video online] Available at: https://www.youtube.com/watch?v=OIZs0r11wTc [Accessed 25 May 2024].
3. Think with Google, 2019. The Future of Advertising - What Will 2025 Look Like?. [video online] Available at: https://www.youtube.com/watch?v=Tb3aFhA1C1o [Accessed 25 May 2024].

Media Pembelajaran	Software :	Hardware :
	Ms.Office, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Aplikasi mindmap, dan sejenisnya.	Laptop, Proyektor/Screen, Alat tulis, Smartphone

Team Teaching	Sri Maharani Budi H, S.Ds., M.Advtg; Ilhamsyah, S.Sn., M.Ds
Matakuliah Syarat	
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50,01 [dapat disesuaikan dengan hasil FGD program studi dengan konstituen internal dan eksternal (industri/alumni)]
Ambang Batas Kelulusan MK	85,50% [mata kuliah ini dianggap berhasil apabila sejumlah 85,50% mahasiswa memiliki nilai capaian di atas nilai ambang batas kelulusan yang ditetapkan, ex: 50,01]

MINGGU KE-	ID CLO	DESKRIPSI SUB CLO	INDIKATOR KETERCAPAIAN CLO	BENTUK ASSESSMENT	MATERI	METODE PEMBELAJARAN	LUAR JARINGAN (TATAP MUKA)	DALAM JARINGAN (DARING)	BOBOT Sub CLO
1	CLO-1	Sub CLO 1.1 Mampu **menerangkan** kembali secara garis besar sejarah Kampanye Periklanan	Kesesuaian mahasiswa dalam menerangkan sejarah Kampanye Periklanan secara garis besar dan berdasarkan kronologi waktu/tempat yang benar.	**Bentuk non test:** Tanya jawab **Bentuk test:** Kuis 1	Sejarah singkat mengenai Advertising dan Kampanye Periklanan sebagai sebuah model komunikasi persuasive terstruktur dan terarah.	**Kuliah:** Pemaparan kontrak perkuliahan dilanjutkan dengan materi kuliah **dalam Bahasa Inggris.** **Discovery Learning and Inquiry:** Mahasiswa menarik benang merah dari peristiwa sejarah kampanye periklanan dan menentukan pola-pola komunikasi Kampanye Periklanan	1x150		2
2	CLO-1	Sub CLO 1.2 Mampu **menunjukkan** transformasi Kampanye Periklanan dari tren dan studi kasus populer	Kecermatan mahasiswa dalam menganalisa perbedaan Kampanye Periklanan sebelum dan sesudah era digital.	**Bentuk non test:** Diskusi kelompok **Bentuk test:** Creative Activity 1	Tren & Studi Kasus Kampanye Iklan Populer	**Kuliah:** Panduan untuk mengerjakan creative assessment secara berkelompok. **Case Based Learning:** Mahasiswa berdiskusi mengenai perbedaan model Kampanye Periklanan dari waktu ke waktu secara berkelompok.	1x150		5

3	CLO-1	Sub CLO 1.3 Mampu merangkum dengan tepat definisi Kampanye Periklanan	Kesesuaian mahasiswa dalam merangkum definisi Kampanye Periklanan sesuai dengan materi perkuliahan dan hasil riset sederhana.	**Bentuk non test:** Diskusi kelompok **Bentuk test:** Creative Activity 2	Definisi Kampanye Periklanan	**Kuliah:** Panduan untuk mengerjakan creative assessment secara berkelompok. **Case Based Learning:** Mahasiswa berdiskusi mengenai perbedaan model Kampanye Periklanan dari waktu ke waktu secara berkelompok.	1x150		5
4	CLO-2	Sub CLO 2.1 Mampu mendemonstrasikan contoh penerapan karakteristik Kampanye Periklanan pada studi kasus sederhana	Kesesuaian penguasaan mahasiswa terhadap karakteristik Kampanye Periklanan yang dibuktikan oleh assessment.	**Bentuk non test:** Diskusi kelompok **Bentuk test:** Creative Activity 3	Karakteristik Kampanye Periklanan	**Case Based Learning:** Mahasiswa berdiskusi mengenai perbedaan model Kampanye Periklanan dari waktu ke waktu secara berkelompok.		1x150	5
5	CLO-2	Sub CLO 2.2 Mampu membandingkan kelebihan dan kekurangan model Kampanye Periklanan dibandingkan strategi iklan yang lain	Kesesuaian penguasaan mahasiswa terhadap kelebihan dan kekurangan model Kampanye Periklanan yang dibuktikan oleh assessment.	**Bentuk non test:** Tanya jawab **Bentuk test:** Tugas 1	Kelebihan & Kekurangan Kampanye Periklanan	**Kuliah:** Panduan untuk mengerjakan creative assessment secara individu. **Self-directed Learning:** Mahasiswa akan mengembangkan konsepnya sendiri sebagai alternatif dalam mengatasi kekurangan model Kampanye Periklanan.	1x150		8
6	CLO-2	Sub CLO 2.3 Mampu mendiskusikan contoh penerapan dan pelanggaran etika sosial dalam studi kasus Kampanye Periklanan.	Kecakapan dan kepekaan dalam menganalisis contoh penerapan & pelanggaran etika sosial dalam studi kasus Kampanye Periklanan.	**Bentuk non test:** FGD **Bentuk test:** Tugas 2	Etika Sosial dalam Kampanye Periklanan	**Role-play and Simulation:** Mahasiswa akan mengambil peran dari pelanggaran etika dalam studi kasus Kampanye Periklanan.	1x150		10
7	CLO-3	Sub CLO 3.1 Mampu merencanakan strategi Kampanye Periklanan dalam bentuk konsep yang sederhana.	Kecermatan dalam mengembangkan konsep Kampanye Periklanan sesuai dengan pokok bahasan di minggu-minggu sebelumnya.	**Bentuk non test:** Assistensi daring **Bentuk test:** Tugas Kecil	Implementasi Kampanye Periklanan	**Self-paced Learning:** Mahasiswa akan mengembangkan konsep Kampanye Periklanannya sendiri.		1x150	5
8			Kecermatan dalam mengembangkan konsep Kampanye Periklanan sesuai dengan pokok bahasan di minggu-minggu sebelumnya.	**Bentuk non test:** Tanya jawab. **Bentuk test:** Tugas Kecil	Evaluasi Kampanye Periklanan	**Flipped Learning:** Mahasiswa akan mengembangkan konsep Kampanye Periklanannya sendiri lalu mempresentasikannya kepada mahasiswa lain dan Dosen sesuai pemahamannya.	1x150		10
9	CLO-1	Sub CLO 1.4 Mampu menerangkan kembali secara garis besar definisi Media Planning & fungsinya dalam proses Kampanye Periklanan	Kesesuaian pemahaman terhadap definisi Media Planning bersumber yang literasi kredibel.	**Bentuk non test:** Riset Media Digital. **Bentuk test:** Kuis 2	Media Planning: Pengenalan & Fungsi	**Kuliah:** Pengantar mengenai materi kuliah. **Peer Learning:** Mahasiswa akan berbagi informasi dengan teman-temannya untuk memahami konteks Media Planning dipandu oleh Dosen.	1x150		2
10	CLO-1	Sub CLO 1.5 Mampu menunjukkan peran media planner dalam sebuah kampanye iklan	Kecermatan dalam mengidentifikasi cakupan pekerjaan seorang Media Planner dalam proses perancangan Kampanye Iklan.	**Bentuk non test:** Tanya jawab. **Bentuk test:** Creative Activity 4	Peran Media Planner dalam Kampanye Iklan	**Kuliah:** Pengantar mengenai materi kuliah. **Collaborative Learning:** Mahasiswa secara berkelompok mencari data mengenai materi kuliah dipandu oleh Dosen.	1x150		5
11	CLO-1	Sub CLO 1.6 Mampu merekonstruksi pemahaman dasar sebagai seorang Media Planner dalam Kampanye Periklanan.	Kecakapan dalam merekonstruksi pemahaman menjadi seorang Media Planner dalam bentuk stimulasi.	**Bentuk non test:** Roleplay. **Bentuk test:** Creative Activity 5	Konsep Dasar dalam Media Planning	**Kuliah:** Pengantar mengenai materi kuliah. **Roleplay & Simulation:** Mahasiswa bermain peran sebagai tim Media Planner.	1x150		5

12	CLO-2	Sub CLO 2.1 Mampu mengecek kelengkapan persiapan dan materi Media Planning	Ketepatan dalam memeriksa creative brief dan kelengkapan data sebelum merancang media planning.	**Bentuk non test:** Checklist. **Bentuk test:** Creative Activity 6	Perlengkapan Merancang Media Planning	**Self-paced Learning:** Mahasiswa akan mengecek creative brief dan kelengkapan datanya sendiri sesuai timeline yang dikembangkan secara mandiri.		1x150	5
13	CLO-2	Sub CLO 2.2 Mampu membandingkan alternatif-alternatif pembelian media dalam konteks efisiensi biaya	Ketepatan dalam membandingkan alternatif media dalam konteks efisiensi biaya dan cakupan area (coverage)	**Bentuk non test:** Membandingkan data. **Bentuk test:** Tugas 3	Media Buying	**Kuliah:** Pengantar mengenai materi kuliah. **Collaborative Learning:** Mahasiswa secara berkelompok mencari dan membandingkan data mengenai pembelian media dipandu oleh Dosen.	1x150		8
14	CLO-2	Sub CLO 2.3 Mampu mendiskusikan contoh kasus dari penerapan strategi budgetting yang baik dalam pembelian media	Kecakapan dalam membangun persepsi melalui studi kasus penerapan strategi budgetting yang efisien dalam pembelian media.	**Bentuk non test:** Diskusi. **Bentuk test:** Tugas 4	Budgeting dalam Media Buying	**Kuliah:** Pengantar mengenai materi kuliah. **Collaborative Learning:** Mahasiswa secara berkelompok menganalisis studi kasus pembelian media dipandu oleh Dosen.	1x150		5
15	CLO-3	Sub CLO 3.1 Mampu merencanakan Media Planning sesuai kompetensi yang telah diperoleh sejak minggu ke-9 dalam bentuk sheet yang sederhana	Kecermatan dalam merencanakan Media Plan yang sesuai dengan brief yang ditentukan minggu sebelumnya.	**Bentuk non test:** Assistensi daring. **Bentuk test:** Tugas 4	Implementasi Media Plan	**Self directed Learning:** Mahasiswa akan membuat rancangan media planning yang dikembangkan secara mandiri."		1x150	5
16			Kecakapan dalam mengemukakan strategi media planning yang sudah dikembangkan dari brief sebelumnya.	**Bentuk non test:** Diskusi. **Bentuk test:** Tugas Besar	Evaluasi Media Planning	**Collaborative Learning:** Mahasiswa akan membahas dan mengevaluasi usulan strategi media planning dari mahasiswa lainnya.	1x150		15



Universitas
Telkom