



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PRODI ILMU KOMUNIKASI**

RPS 2023

**RENCANA PEMBELAJARAN
SEMESTER**

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
Perencanaan Kreatif Periklanan	WK01042320	Ilmu Komunikasi	T=3 SKS	P=16	4	17 Pebruari 2023
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator MK		Ketua PRODI	
	Agus Hermanto, S.I.K., M.I.Kom.		Dr. Oktaviana Purnamasari		Dr. Oktaviana Purnamasari	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK					
CPL1	S2. Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral dan etika; KU1. Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya KK2. Mampu mengimplementasikan konsep teoretis ilmu-ilmu komunikasi guna pemecahan masalah dan beradaptasi terhadap situasi yang dihadapi PP2. Menguasai konsep teoretis ilmu-ilmu komunikasi khususnya Perencanaan Kreatif Periklanan.					
CPL2	S9. Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri KU2. Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur. Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuandan teknologi yang memperhatikan KK5. Mampu menerapkan konsep-konsep Perencanaan Kreatif Periklanan PP27. Memahami dasar-dasar bauran media dan perumusan strategi dalam Perencanaan Kreatif Periklanan.					
CPL3	S10. Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan KU4. Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data KK22. Mampu membuat membuat rancangan dan rekomendasi Perencanaan Kreatif Periklanan. PP25. Memahami dan mampu membuat rancangan serta rekomendasi Perencanaan Kreatif Periklanan secara kreatif.					
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)						
CPMK1	Menjelaskan dan menganalisis konsep Perencanaan Kreatif Periklanan (CPL 1)					
CPMK2	Menganalisis dan menerapkan strategi Perencanaan Kreatif Periklanan (CPL 2)					

CPMK3	Mampu merancang dan membuat rekomendasi secara kreatif Perencanaan Kreatif Periklanan (CPL 3)						
Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)							
Sub-CPMK1	Mampu mengimplementasikan konsep ilmu sosial, politik dan humaniora guna memecahkan masalah-masalah sosial.						
Sub-CPMK2	Mampu mengimplementasikan konsep teoritis ilmu-ilmu komunikasi, advertising dan media guna pemecahan masalah dan beradaptasi terhadap situasi yang dihadapi						
Sub-CPMK3	Mampu menjelaskan dan menganalisis praktik perencanaan kreatif periklanan.						
Sub-CPMK4	Mampu menganalisis dan merancang perencanaan kreatif periklanan.						
Sub-CPMK5	Mampu mengaplikasikan pengetahuan dan menerapkan teknik-teknik perencanaan kreatif periklanan						
Sub-CPMK6	Mampu mengembangkan potensinya untuk menjadi perencana kreatif periklanan serta menciptakan peluang dalam perencanaan media periklanan secara kreatif di berbagai bentuk media khususnya bidang komunikasi.						
Korelasi CPL terhadap Sub-CPMK							
		Sub-CPMK1	Sub-CPMK2	Sub-CPMK3	Sub-CPMK4	Sub-CPMK5	Sub-CPMK6
CPL1		√	√	√	√	√	√
CPL2		√	√	√	√	√	√
CPL3		√	√	√	√	√	√
dst							
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah Perencanaan Kreatif Periklanan merupakan salah satu mata kuliah yang memberikan perspektif strategi dan penerapannya kepada mahasiswa, khususnya kreatif di bidang periklanan yang terkait dengan komunikasi. Mahasiswa diberikan pengetahuan dan dasar-dasar untuk membuat sebuah perencanaan kreatif; mulai dari dasar kreatif periklanan, kreatif brief, strategi kreatif dan big idea, pedoman kreatif dan pesan utama, departemen kreatif, strategic dan tactical planning, membuat dan penerapan rekomendasi strategi kreatif untuk marketing campaign dan social campaign hingga pengembangan perencanaan kreatif periklanan.						
Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengantar Kreatif 2. Dasar-dasar Kreatif Periklanan 3. Departemen Kreatif 4. Kreatif brief 5. Strategi Kreatif dan Big Idea 6. Pedoman Kreatif dan Pesan Utama 7. <i>Strategic dan Tactical Planning</i> 8. Membuat dan Penerapan Rekomendasi Strategi Kreatif (marketing campaign dan social campaign) 9. Pengembangan Perencanaan Kreatif Periklanan 						

Pustaka	Utama :	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rodgers, S., and Thorson, E. 2012. <i>Advertising Theory</i>. New York: Routledge 2. Armstrong, J.S. 2010. <i>Persuasive Advertising; Evidence-based principles</i>. London: Palgrave Macmillan. 3. Fill, C., Hughes, G., & Francesco, S.D. 2013. <i>Advertising; strategy, creativity and media</i>. England: Pearson Education Limited. 4. Lee, M., dan Johnson, C. 2011. <i>Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global Cetakan ke-3</i>. Jakarta: Kencana. 5. Drewniany, B.L. & Jewler, A. J. 2008. <i>Creative Strategy in Advertising Ninth Edition</i>. Boston: Thomson Wadsworth 6. Moriarty Sandra, Nancy Mitchell dan William Wells. 2011. <i>Advertising Edisi Kedelapan</i>. Jakarta: Kencana. 7. E.D.S., Watie. 2012. <i>Periklanan dalam Media Baru (Advertising in The New Media)</i>. <i>The Messenger</i>, 4 (1), pp.37-43 8. Lane, W.R., King, K.W., dan Russell, J.T. 2009. <i>Kleppner's Prosedur Periklanan Edisi ke-17 Jilid 1</i>. Jakarta: PT Indeks. 9. Shimp, T.A. 2014. <i>Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi Edisi 8</i>. Jakarta: Salemba Empat. 10. Einstein, M. 2017. <i>Advertising; What Everyone Needs to Know</i>. New York: Oxford University Press. 11. Agus Hermanto, A., Adawiyah, S.E. and Patrianti, T. 2022. Islamic Brand Sahaja in Commercial TV Advertising Messages: Toward the Islamisation of the product. <i>Wawasan: Jurnal Ilmiah Agama dan Sosial Budaya</i>, 7 (1), pp. 1-12
	Pendukung :	
		Modul atau literatur lain yang berkaitan dengan kreatif periklanan
Dosen Pengampu	Agus Hermanto, S.I.K., M.I.Kom.	
Matakuliah syarat	Pengantar Advertising	

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring (<i>offline</i>)	Daring (<i>online</i>)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Menjelaskan pengantar dan dasar-dasar mengenai kreatif periklanan (CPMK 1, CPMK 2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketepatan menjelaskan tentang kreatif periklanan 2. Mampu menyebutkan bentuk-bentuk 	Kriteria: Sikap, Ketepatan, Penguasaan dan Ketrampilan Teknik:	Praktikum [1x(1x170')] Tugas [BT : 1x(2x60')] [BM : 1x(2x60')]	Kuliah [TM : 1x(2x50')] <i>Synchronous :</i> - Presentasi - Diskusi - Tanya Jawab	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dasar-dasar kreatif periklanan 2. Karakteristik kreatif periklanan 3. Contoh kasus kreatif periklanan dan penggunaannya 	5

		dan karakteristik kreatif periklanan yang ada saat ini	1. Ceramah/ diskusi 2. Pembelajaran berbasis proyek				
2	Memahami berbagai aspek terkait dengan Departemen Kreatif (CPMK 1, CPMK 2)	1. Kemampuan dalam memahami alur kerja Departemen Kreatif 2. Ketepatan dalam menjelaskan alur kerja Departemen Kreatif	Kriteria: Sikap, Ketepatan, Penguasaan dan Ketrampilan Teknik: 1. Ceramah/ diskusi 2. Pembelajaran berbasis proyek	Praktikum [1x(1x170')] Tugas [BT : 1x(2x60')] [BM : 1x(2x60')]	Kuliah [TM : 1x(2x50')] <i>Synchronous :</i> - Presentasi - Diskusi - Tanya Jawab	1. Dasar Departemen Kreatif 2. Alur Kerja Departemen Kreatif 3. Aspek-aspek yang berkaitan dengan alur kerja Departemen Kreatif	5
3	1. Menjelaskan dasar-dasar kreatif brief (CPMK 1, CPMK 2) 2. Memahami pentingnya kreatif brief dalam Perencanaan Kreatif Periklanan (CPMK 1, CPMK 2)	1. Ketepatan menjelaskan tentang kreatif brief 2. Mampu menyebutkan komponen dalam kreatif brief 3. Ketepatan mendeskripsikan Pentingnya kreatif brief dalam	Kriteria: Sikap, Ketepatan, Penguasaan dan Ketrampilan Teknik: 1. Ceramah/ diskusi 2. Pembelajaran berbasis proyek	Praktikum [1x(1x170')] Tugas [BT : 1x(2x60')] [BM : 1x(2x60')]	Kuliah [TM : 1x(2x50')] <i>Synchronous :</i> - Presentasi - Diskusi - Tanya Jawab	1. Dasar-dasar Kreatif Brief 2. Komponen dalam Kreatif biref 3. Apa pentingnya kreatif brief? 4. Keuntungan dalam membuat kreatif brief 5. Bagaimana membuat kreatif brief?	5

		<p>perencanaan kreatif Periklanan</p> <p>4. Ketepatan dalam menganalisis dan menyimpulkan keuntungan pentingnya kreatif brief dalam Perencanaan Kreatif Periklanan</p>					
4-5	Memahami dan membuat Strategi Kreatif dan Big Idea (CPMK 1, CPMK 2, CPMK 3)	<p>1. Ketepatan dalam menjelaskan pentingnya Strategi Kreatif dan Big Idea dalam perencanaan kreatif periklanan periklanan</p> <p>2. Ketepatan dalam menjelaskan elemen-elemen Strategi Kreatif dan Big Idea</p>	<p>Kriteria: Sikap, Ketepatan, Penguasaan dan Ketrampilan</p> <p>Teknik: 1. Ceramah/ diskusi 2. Pembelajaran berbasis proyek</p>	<p>Praktikum [2x(2x170')]</p> <p>Tugas [BT : 2x(2x60')] [BM : 2x(2x60')]</p>	<p>Kuliah [TM: 2x(2x50')]</p> <p><i>Synchronous :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Presentasi - Diskusi - Tanya Jawab 	<p>1. Dasar-dasar Strategi Kreatif dan Big Idea</p> <p>2. Pentingnya Strategi Kreatif dan Big Idea</p> <p>3. Aspek dalam Strategi Kreatif dan Big Idea dalam perencanaan kreatif periklanan.</p> <p>4. Bagaimana membuat dan menerapkan serta mengembangkan Strategi Kreatif dan Big Idea dalam perencanaan kreatif periklanan?</p>	10

		3. Kemampuan membuat Strategi Kreatif dan Big Idea serta menerapkan dan mengembangkannya dalam perencanaan kreatif periklanan					
6-7	Memahami dan menerapkan berbagai aspek terkait dengan Pedoman Kreatif dan membuat Pesan Utama (CPMK 1, CPMK 2, CPMK 3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketepatan dalam menjelaskan Pedoman Kreatif dan membuat Pesan Utama dalam perencanaan kreatif periklanan 2. Ketepatan dalam menjelaskan elemen-elemen Pedoman Kreatif dan membuat Pesan Utama 3. Kemampuan 	<p>Kriteria: Sikap, Ketepatan, Penguasaan dan Ketrampilan</p> <p>Teknik: 3. Ceramah/diskusi 4. Pembelajaran berbasis proyek</p>	<p>Praktikum [2x(2x170')]</p> <p>Tugas [BT : 2x(2x60')] [BM : 2x(2x60')]</p>	<p>Kuliah [TM : 2x(2x50')]</p> <p><i>Synchronous :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Presentasi - Diskusi - Tanya Jawab 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dasar-dasar Pedoman Kreatif dan membuat Pesan Utama 2. Pentingnya Pedoman Kreatif dan membuat Pesan Utama 3. Aspek dalam Pedoman Kreatif dan membuat Pesan Utama dalam perencanaan kreatif periklanan. 4. Bagaimana membuat dan menerapkan serta mengembangkan Pedoman Kreatif dan membuat Pesan Utama dalam 	15

		membuat Pedoman Kreatif dan membuat Pesan Utama serta menerapkan dan mengembangkannya dalam perencanaan kreatif periklanan				perencanaan kreatif periklanan?	
8	UJIAN TENGAN SEMESTER						
9-10	Memahami dan menerapkan bagaimana <i>Strategic</i> dan <i>Tactical Planning</i> dalam perencanaan kreatif periklanan(CPMK 1, CPMK 2, CPMK 3)	<ol style="list-style-type: none"> Ketepatan menjelaskan <i>strategic</i> dan <i>tactical planning</i> dalam Perencanaan Kreatif Periklanan Ketepatan menerapkan dan mengembangkan pengetahuan <i>strategic</i> dan <i>tactical planning</i> dalam Perencanaan Kreatif 	Kriteria: Sikap, Ketepatan, Penguasaan dan Ketrampilan Teknik: <ol style="list-style-type: none"> Ceramah/ diskusi Pembelajaran berbasis proyek 	Praktikum [2x(2x170')] Tugas [BT : 2x(2x60')] [BM : 2x(2x60')]	Kuliah [TM : 2x(2x50')] <i>Synchronous :</i> - Presentasi - Diskusi - Tanya Jawab	<ol style="list-style-type: none"> Dasar-dasar <i>strategic</i> dan <i>tactical planning</i> Aspek-aspek <i>strategic</i> dan <i>tactical planning</i> Penerapan dan pengembangan <i>strategic</i> dan <i>tactical planning</i> dalam Perencanaan Kreatif Periklanan 	15

		Periklanan					
11-13	<p>1. Memahami bagaimana Membuat dan Penerapan Rekomendasi Strategi Kreatif dalam <i>marketing campaign</i> dan <i>social campaign</i> (CPMK 1, CPMK 2)</p> <p>2. Mampu membuat rancangan Rekomendasi Strategi Kreatif dalam <i>marketing campaign</i> dan <i>social campaign</i> (CPMK 1, CPMK 2, CPMK 3)</p>	<p>1. Ketepatan memahami dan mengidentifikasi aspek-aspek yang terkait sebelum memulai sebuah Perencanaan Kreatif</p> <p>2. Ketepatan dalam memahami Strategi Kreatif dalam <i>marketing campaign</i> dan <i>social campaign</i></p> <p>3. Kemampuan mengidentifikasi dan merancang Strategi Kreatif dalam <i>marketing campaign</i> dan <i>social campaign</i> dalam Perencanaan Kreatif periklanan</p>	<p>Kriteria: Sikap, Ketepatan, Penguasaan dan Ketrampilan</p> <p>Teknik: 1. Ceramah/ diskusi 2. Pembelajaran berbasis proyek</p>	<p>Praktikum [2x(1x170')]</p> <p>Tugas [BT : 2x(2x60')] [BM : 2x(2x60')]</p>	<p>Kuliah [TM: 2x(2x50')]</p> <p><i>Synchronous :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Presentasi - Diskusi - Tanya Jawab 	<p>1. Bagaimana memulai dan tahapan sebuah perencanaan kreatif periklanan</p> <p>2. Aspek-aspek teknis yang perlu di persiapkan sebelum memulai perencanaan kreatif periklanan</p> <p>3. Penerapan rancangan Rekomendasi Strategi Kreatif dalam <i>marketing campaign</i> dan <i>social campaign</i> dalam Perencanaan Kreatif Periklanan</p>	25
14-15	<p>1. Mampu membuat dan mempresentasikan Proposal Perencanaan</p>	<p>1. Ketepatan dan kemampuan membuat serta</p>	<p>Kriteria: Sikap, Ketepatan, Penguasaan dan</p>	<p>Praktikum [2x(1x170')]</p>	<p>Kuliah [TM : 2x(2x50')]</p>	<p>1. Pengembangan rancangan perencanaan kreatif</p>	20

	<p>Kreatif Periklanan (CPMK 1, CPMK 2, CPMK 3)</p> <p>2. Mampu melakukan pengembangan proposal hasil saran dari dosen menjadi sebuah Rekomendasi Perencanaan Kreatif Kampanye Periklanan (CPMK 1, CPMK 2, CPMK 3)</p>	<p>mempresentasikan proposal Perencanaan Kreatif Periklanan</p> <p>2. Ketepatan dan kemampuan mengembangkan serta mempresentasikan Pengembangan Perencanaan Kreatif yang telah dilakukan menjadi Rekomendasi Perencanaan Kreatif dalam Kampanye Periklanan</p>	<p>Ketrampilan</p> <p>Teknik:</p> <p>1. Ceramah/ diskusi</p> <p>2. Pembelajaran berbasis proyek</p>	<p>Tugas</p> <p>[BT : 2x(2x60')]</p> <p>[BM : 2x(2x60')]</p>	<p><i>Synchronous :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Presentasi - Diskusi - Tanya Jawab 	<p>2. Format kreatif strategi dalam perencanaan kreatif</p> <p>3. Format Rekomendasi Perencanaan Kreatif dalam Kampanye Periklanan</p>	
16	UJIAN AKHIR SEMESTER						

Catatan :

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. **CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. **CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. **Sub-CP Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan

merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.

5. **Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
6. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
8. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
9. **Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri