

## SILABUS MATAKULIAH

Revisi : 2  
 Tanggal Berlaku : 1 September 2012

### A. Identitas

1. Nama Matakuliah : A14.17405/ Desain Komunikasi Visual III
2. Program Studi : Desain Komunikasi Visual -S1
3. Fakultas : Ilmu Komputer
4. Bobot sks : 6 SKS
5. Elemen Kompetensi : MKK
6. Jenis Kompetensi : Advertising
7. Alokasi waktu total : 14 X 300 Menit

### B. Unsur-unsur Silabus

Kompetensi Dasar	Indikator	Pokok Bahasan/Materi	Strategi Pembelajaran	Alokasi Waktu	Referensi	Evaluasi
Mahasiswa menyepakati hal-hal yang menjadi penunjang keberhasilan perkuliahan.	Setelah mengikuti kuliah ini, mahasiswa mendapatkan: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penjelasan mengenai materi Iklan Layanan Masyarakat (ILM) yang akan dipelajari selama satu semester dimana <i>outputnya</i> adalah pameran.</li> <li>2. Penjelasan tentang referensi yang digunakan</li> </ol>	<b>KONTRAK KULIAH dan PREVIEW MATERI</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjelaskan kontrak kuliah</li> <li>2. Menjelaskan cakupan materi dan penilaian mata kuliah Desain Komunikasi Visual 3</li> </ol>	300 menit	3	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Melakukan tanya jawab pemahaman mahasiswa tentang cakupan Desain Komunikasi Visual 3</li> <li>b. Mahasiswa membentuk kelompok untuk penugasan pengajuan topik ILM.</li> </ol>

Kompetensi Dasar	Indikator	Pokok Bahasan/Materi	Strategi Pembelajaran	Alokasi Waktu	Referensi	Evaluasi
	3. Penjelasan tentang aturan perkuliahan.					
Mahasiswa dapat: 1. Mengajukan topik/ materi tentang ILM. 2. Memetakan wilayah kajian Desain Komunikasi Visual	Setelah mengikuti kuliah ini, mahasiswa akan dapat: 1. Memahami dan menjelaskan tentang Iklan Layanan Masyarakat. 2. Mencermati dan memahami permasalahan kajian bidang Iklan Layanan Masyarakat.	<b>PENGAJUAN TOPIK dan MATERI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT</b> a. Mengetahui Iklan Layanan Masyarakat lebih dekat b. Ciri-ciri Iklan Layanan Masyarakat c. Sistematika Perancangan d. Mencari studi Kasus dari sebuah Iklan Layanan Masyarakat	1. Menjelaskan Konsep Mengetahui Iklan Layanan Masyarakat 2. Menjelaskan Ciri-ciri Iklan Layanan Masyarakat beserta contohnya 3. Menjelaskan sistematika perancangan 4. Mengulas studi Kasus dari sebuah Iklan Layanan Masyarakat	300 menit	3	a. Melakukan tanya jawab pemahaman mahasiswa b. Konsultasi di kelas. c. Memberi tugas kelompok kepada mahasiswa untuk dikerjakan di rumah.
Mahasiswa dapat: 1. Memahami cara pengumpulan data yang sesuai dengan masalah. 2. Menginventarisasi Data primer dan sekunder	Setelah mengikuti kuliah ini, mahasiswa akan dapat: 1. Menjelaskan beberapa metode pengumpulan data 2. Menerapkan metode pengumpulan data dalam masalah bidang kajian Iklan Layanan Masyarakat	<b>INVENTARISASI DATA dan PESAN DALAM IMAGE</b> a. Data primer b. Data sekunder c. Pesan dalam <i>image</i>	1. Menjelaskan konsep pencarian untuk menyelesaikan masalah 2. Menjelaskan klasifikasi pada metode pengumpulan data 3. Memberi contoh teknik dan metode pengumpulan data 4. Menjelaskan Pesan Secara Harfiah maupun secara Simbolik	600 menit	1	a. Melakukan tanya jawab pemahaman mahasiswa b. Konsultasi di kelas. c. Memberi tugas kelompok kepada mahasiswa untuk dikerjakan di rumah.

Kompetensi Dasar	Indikator	Pokok Bahasan/Materi	Strategi Pembelajaran	Alokasi Waktu	Referensi	Evaluasi
Mahasiswa dapat: 1. Menganalisis Data, dalam 5W1H atau <i>Framing</i> 2. Mengetahui jenis-jenis ILM (Iklan Layanan Masyarakat).	Setelah mengikuti kuliah ini, mahasiswa akan dapat: 1. Menganalisis data menggunakan 5W1H atau <i>Framing</i> 2. Mengetahui jenis-jenis ILM (Iklan Layanan Masyarakat). Sehingga dapat mengaplikasikannya ke dalam tugas mereka	<b>ANALISIS DATA dan JENIS-JENIS ILM</b> a. Analisa data b. Jenis-jenis ILM	1. Menjelaskan cara menganalisis data menggunakan 5W1H atau analisis <i>framing</i> 2. Menjelaskan beserta contoh/ studi kasus : -Iklan berdasarkan Intonasi Bahasa -Iklan berdasarkan Sifat Persuasif -Iklan berdasarkan waktu pencitraan pesan, -Iklan berdasarkan bentuk Informasi, -Iklan berdasarkan Tanya dan Jawab	300 menit	3 dan 5	a. Melakukan tanya jawab pemahaman mahasiswa b. Konsultasi di kelas. c. Memberi tugas kelompok kepada mahasiswa untuk dikerjakan di rumah.
Mahasiswa dapat: 1. Mengetahui media <i>planning</i> dan media <i>schedule</i> untuk efisiensi penjadwalan kampanye ILM.	Setelah mengikuti kuliah ini, mahasiswa akan dapat: 1. Mengetahui tentang media <i>planning</i> : -Tujuan Media : Menjabarkan 'apa' yang harus dicapai. -Strategi Media 2. Mengetahui tentang media <i>Schedule</i> : - Frekuensi - Kesenambungan - Tabel Media	<b>MEDIA PLANNING dan MEDIA SCHEDULE</b> a. media <i>planning</i> , tujuan dan strategi media b. media <i>Schedule</i> : - Frekuensi - Kesenambungan - Tabel Media Schedule	1. Latihan membuat media <i>planning</i> dan media <i>schedule</i> dengan pendekatan tujuan apa yang akan dicapai, strategi pencapaian media, frekuensi, kesinambungan, dan tabel media.	600 menit	2	a. Melakukan tanya jawab pemahaman mahasiswa b. Konsultasi di kelas. c. Memberi tugas kelompok kepada mahasiswa untuk dikerjakan di rumah.

Kompetensi Dasar	Indikator	Pokok Bahasan/Materi	Strategi Pembelajaran	Alokasi Waktu	Referensi	Evaluasi
	Schedule					
<b>Ujian Tengah Semester</b>						
Mendapatkan penjelasan tentang UTS, mengetahui kesalahan yang dibuat, mengetahui hasil UTS.	Setelah mengikuti kuliah ini, mahasiswa akan dapat: 1. Mendapatkan penjelasan tentang hasil UTS 2. Mengetahui prosedur penilaian 3. Mengetahui pengerjaan UTS yang benar	<b>REVIEW UJIAN TENGAH SEMESTER</b>	1. Menjelaskan konsep pertanyaan di UTS 2. Menjelaskan jawaban pada UTS	300 menit	2	a. Melakukan tanya jawab tentang pemahaman UTS bagi mahasiswa
Mahasiswa dapat: 1. Mengalokasikan budget/ biaya dalam pembuatan iklan. 2. Memformulasikan A-A Procedure	Setelah mengikuti kuliah ini, mahasiswa akan dapat: 1. Mengalokasikan budget pembuatan ILM 2. Mendefinisikan A-A Procedure 3. Memberi contoh kasus alokasi budget dan menyelesaikannya dengan formula A-A Procedure	<b>BUDGET/ BIAYA dan Formula dalam Iklan</b> a. Media budget b. Creative budget c. Formula dalam iklan -AIDA -AIDCA	1. Menjelaskan cara mengalokasikan budget/ biaya beserta contohnya yang efektif dan efisien dalam pembuatan iklan. 2. Prosedur Pendekatan Komunikasi Persuasif sering disebut A-A Procedure. 3. Latihan menentukan AIDA dan AIDCA dalam sebuah Iklan Layanan Masyarakat	300 menit	2 dan 4	a. Melakukan tanya jawab pemahaman mahasiswa b. Konsultasi di kelas. c. Memberi tugas kelompok kepada mahasiswa untuk dikerjakan di rumah.
Mahasiswa dapat: 1. Merinci konsep creative	Setelah mengikuti kuliah ini, mahasiswa akan dapat:	<b>CREATIVE PLANNING</b> a. Konsep creative planning	1. Menjelaskan <i>Creative strategy</i> yang berisi inti pesan yang akan	600 menit	2, 3, dan 4	a. Melakukan tanya jawab pemahaman mahasiswa b. Konsultasi di kelas.

Kompetensi Dasar	Indikator	Pokok Bahasan/Materi	Strategi Pembelajaran	Alokasi Waktu	Referensi	Evaluasi
<p><i>planning</i>,</p> <p>2. Menentukan <i>Creative objective</i> yang terpilih sehingga melahirkan <i>big idea</i></p> <p>3. Konsultasi dan diskusi berkaitan dengan media yang dipilih</p>	<p>1. Merinci konsep <i>creative planning</i></p> <p>2. Menentukan <i>Creative objective</i> yang terpilih sehingga melahirkan <i>big idea</i></p> <p>3. Konsultasi dan diskusi berkaitan dengan media yang dipilih</p>	<p>b. Media utama ILM terpilih beserta media pendukung</p>	<p>disampaikan, seperti: <i>headline, copy righting, keyword</i>, ilustrasi, warna, tipografi</p> <p>2. Menjelaskan tentang media Iklan : Below the Line</p> <p>3. Latihan menganalisa bentuk-bentuk media iklan <i>below the line</i> yang telah ada.</p> <p>4. Menjelaskan Konsep <i>creative planning</i></p> <p>5. Presentasi kelompok mahasiswa tentang Media utama ILM terpilih beserta media pendukung</p> <p>6. Memberi contoh (studi kasus)</p>			<p>c. Memberi tugas kelompok kepada mahasiswa untuk dikerjakan di rumah.</p>
<p>Mahasiswa dapat:</p> <p>1. Berkonsultasi dan Diskusi berkaitan dengan visualisasi dari konsep terpilih</p>	<p>Setelah mengikuti kuliah ini, mahasiswa akan dapat:</p> <p>1. Mengerti proses kreatif desain dimulai sketsa, rough layout, tipografi, alternatif desain, hingga final desain.</p>	<p><b>VISUALISASI</b></p>	<p>1. Konsultasi dan diskusi terkait visualisasi terpilih</p>	<p>300 menit</p>	<p>1,2,3, dan 4</p>	<p>a. Melakukan tanya jawab pemahaman mahasiswa</p> <p>b. Konsultasi di kelas.</p> <p>c. Responsi</p>

Kompetensi Dasar	Indikator	Pokok Bahasan/Materi	Strategi Pembelajaran	Alokasi Waktu	Referensi	Evaluasi
Mahasiswa dapat: 1. menentukan media yang tepat untuk perancangan ILM yang dilakukan	Setelah mengikuti kuliah ini, mahasiswa akan dapat: 1. Mengetahui jenis-jenis media iklan. 2. Menerapkan desain pada media iklan	<b>APLIKASI MEDIA</b> a. Definisi dan jenisMedia b. Strategi media iklan c. Penerapan media iklan	1. Konsultasi dan diskusi terkait penentuan media	600	3	a. Melakukan tanya jawab pemahaman mahasiswa b. Konsultasi di kelas. Responsi
<b>Ujian Akhir Semester dan Pameran</b>						



**Daftar Referensi**

Wajib :

1. Gestalt Theory in Interactive Media Design, oleh Lisa Graham
2. Periklanan, Komunikasi Pemasaran Terpadu, oleh Morissan, MA
3. Iklan Layanan Masyarakat, oleh Pujiyanto
4. Estetika Hegemoni Media Lini Atas, oleh Pujiyanto
5. Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual, oleh Jonathan Sarwono dan Hari Lubis

<b>Disusun oleh :</b>	<b>Diperiksa oleh :</b>		<b>Disahkan oleh :</b>
Dosen Pengampu	Penanggungjawab Keilmuan	Program Studi	Dekan
Auria F. Yogananti, S.Sn, MTD[Design]	Auria F. Yogananti, S.Sn, MTD[Design]	Ir. Siti Hadiati Nugrahani, M.Kom, Ph.D	Dr. Abdul Syukur