

SILABUS MATAKULIAH

Revisi : 2
Tanggal Berlaku : 1 September 2012

A. Identitas

1. Nama Matakuliah : A14. 17501 / Teori Periklanan
2. Program Studi : Desain Komunikasi Visual
3. Fakultas : Ilmu Komputer
4. Bobot sks : 2 SKS
5. Elemen Kompetensi : MKK
6. Jenis Kompetensi : *Advertising*
7. Alokasi waktu total : 14 X 100 Menit

B. Unsur-unsur Silabus

Kompetensi Dasar	Indikator	Pokok Bahasan/Materi	Strategi Pembelajaran	Alokasi waktu	Referensi	Evaluasi
Pengenalan kontrak kuliah dan hal-hal yang berkaitan dengan mata kuliah teori periklanan.	Mahasiswa dapat memahami kontrak kuliah dan sistem yang ada serta dapat memahami apa yang akan dipelajari didalam perkuliahan.	PERKENALAN DAN PENGENALAN TEORI PERIKLANAN a. Penjelasan kontrak kuliah, aturan perkuliahan, mekanisme penilaian, dan tujuan akhir mata kuliah b. Ruang lingkup Periklanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan manfaat mempelajari mata kuliah teori periklanan 2. Menjelaskan kontrak kuliah 3. Menjelaskan aturan perkuliahan dan tujuan akhir mata kuliah 4. Menjelaskan cakupan materi dan penilian mata kuliah teori periklanan 	100 menit	1-10	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan tanya jawab pemahaman mahasiswa
Dasar Periklanan	Mahasiswa memahami dasar periklanan mulai dari definisi menurut pakar periklanan hingga tujuan dan manfaat periklanan	DASAR PERIKLANAN a. Definisi periklanan secara harfiah dan istilah b. Unsur komunikasi dalam periklanan c. Tujuan Periklanan d. Manfaat Periklanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan Konsep dan ruang lingkup dan peran teori periklanan dalam desain komunikasi visual 2. Menjelaskan tentang unsur komunikasi periklanan 3. Memberikan contoh pemanfaatan 	100 menit	1, 2, 5, 8	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan tanya jawab pemahaman mahasiswa

Kompetensi Dasar	Indikator	Pokok Bahasan/Materi	Strategi Pembelajaran	Alokasi waktu	Referensi	Evaluasi
			periklanan			
Sejarah dan Perkembangan Periklanan di Dunia	Mahasiswa memahami sejarah dan perkembangan periklanan di dunia, sebagai langkah awal untuk mempelajari sejarah periklanan Indonesia	SEJARAH DAN PERKEMBANGAN PERIKLANAN DI DUNIA a. Sejarah pertama kali iklan muncul b. Bentuk iklan lisan c. Bentuk iklan tertulis d. Bentuk iklan visual e. Gaya visual iklan di luar negeri	1. Menjelaskan sejarah iklan 2. Menjelaskan bentuk-bentuk iklan 3. Menjelaskan gaya visual iklan di luar negeri 4. Memberi contoh bentuk-bentuk iklan dan gaya visual iklan	100 menit	2, 7, 10	1. Melakukan tanya jawab pemahaman mahasiswa 2. Memberi tugas kepada mahasiswa untuk dikerjakan di rumah.
Sejarah dan Perkembangan Periklanan di Indonesia	Mahasiswa memiliki wawasan tentang sejarah dan perkembangan periklanan di Indonesia, serta bisa membandingkan fenomena perkembangan periklanan di luar negeri	SEJARAH DAN PERKEMBANGAN PERIKLANAN DI INDONESIA a. Sejarah periklanan surat kabar b. Berdirinya percetakan negara c. Iklan visual khas Indonesia d. Keterlibatan Biro dalam periklanan Indonesia	1. Menjelaskan sejarah periklanan di Indonesia 2. Menjelaskan berdirinya percetakan negara 3. Menjelaskan dan memberi contoh iklan visual khas Indonesia 4. Menjelaskan dan memberi contoh keterlibatan Biro dalam periklanan Indonesia	100 menit	2, 7, 10	1. Melakukan tanya jawab pemahaman mahasiswa 2. Memberi tugas kepada mahasiswa untuk dikerjakan di rumah.
Jenis-jenis Iklan	Mahasiswa mampu mengklasifikasikan jenis-jenis iklan yang ada dalam kehidupan sehari-hari	JENIS-JENIS IKLAN a. Iklan secara umum: tanggung jawab sosial, bantuan, pembelaan, perbaikan, dan keluarga b. Iklan secara khusus: media, tujuan, isi pesan, dan fungsi	1. Menjelaskan dan memberi contoh jenis-jenis iklan 2. Menjelaskan media, tujuan, isi, dan fungsi pesan.	100 menit	2, 3, 6, 7, 8	1. Melakukan tanya jawab pemahaman mahasiswa 2. Memberi tugas kepada mahasiswa untuk dikerjakan di

Kompetensi Dasar	Indikator	Pokok Bahasan/Materi	Strategi Pembelajaran	Alokasi waktu	Referensi	Evaluasi
						rumah.
Fungsi Iklan	Mahasiswa memiliki pemahaman tentang fungsi iklan dalam kehidupan di masyarakat secara umum	FUNGSI IKLAN <ol style="list-style-type: none"> Iklan sebagai sarana informasi Iklan sebagai sarana persuasi Iklan sebagai pengingat Iklan sebagai pengubah persepsi 	<ol style="list-style-type: none"> Menjelaskan dan memberi contoh visualisasi tipografi Memberi tugas kepada mahasiswa 	100 menit	1, 2, 7	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan tanya jawab pemahaman mahasiswa Memberikan latihan di kelas Memberi tugas kepada mahasiswa untuk dikerjakan di rumah.
Ujian Tengah Semester						
Studi Khalayak (Audiens)	Mahasiswa tidak hanya memahami morfologi iklan, tetapi juga sasaran iklan (kepada siapa iklan ditayangkan)	Studi Khalayak (Audiens) <ol style="list-style-type: none"> Target Market Target Audiens: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Geografi ▪ Demografi ▪ Psikografi ▪ Behaviour 	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan Review UTS Menjelaskan dan memberi contoh jenis-jenis prinsip pokok tipografi 	100 menit	2, 6, 7	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan tanya jawab pemahaman mahasiswa
Lini Media dan Perkembangannya	Mahasiswa memiliki wawasan dasar tentang jenis-jenis media iklan, serta penggolongan iklan berdasar lini dan perkembangannya hingga saat ini	Lini Media dan Perkembangannya <ol style="list-style-type: none"> Media Lini Atas Media Lini Bawah Ambient Media 	<ol style="list-style-type: none"> Menjelaskan pemahaman karakter dan kesan masing-masing klasifikasi huruf (serif, san serif, dekoratif, script dan monospace) Menjelaskan karakter psikologi warna Menjelaskan proses tahapan perancangan huruf 	100 menit	1, 2, 6, 8, 9	<ol style="list-style-type: none"> Melakukan tanya jawab pemahaman mahasiswa

Kompetensi Dasar	Indikator	Pokok Bahasan/Materi	Strategi Pembelajaran	Alokasi waktu	Referensi	Evaluasi
Iklan yang Baik	Mahasiswa memiliki pemahaman teoritis tentang kriteria iklan yang baik secara estetis maupun secara etika	Iklan yang Baik a. Kriteria Umum iklan yang baik b. "AIDCA" c. "SUPER A"	1. Menjelaskan dan memberi contoh perancangan huruf 2. Memberi tugas kepada mahasiswa	100 menit	2	1. Melakukan tanya jawab pemahaman mahasiswa 2. Memberikan latihan di kelas 3. Memberi tugas kepada mahasiswa untuk dikerjakan di rumah.
Strategi Periklanan dan Strategi Pembuatan Iklan	Mahasiswa memiliki kesadaran dan pemahaman mendasar tentang pentingnya strategi dalam beriklan, yang digunakan sebagai bekal dalam pembuatan iklan yang efektif	Strategi Periklanan dan Strategi Pembuatan Iklan a. Pendekatan 5W+1H b. Marketing Brief c. Pendekatan SWOT d. Creative Brief e. What to Say f. How to Say g. Where to Say h. How Much to Say	1. Menjelaskan tentang logo 2. Menjelaskan dan memberi contoh logotype 3. Menjelaskan dan memberi contoh logogram 4. Menjelaskan tahapan perancangan logo 5. Memberi tugas kepada mahasiswa	100 menit	1, 2, 4, 9	1. Melakukan tanya jawab pemahaman mahasiswa 2. Memberi tugas kepada mahasiswa untuk dikerjakan di rumah.
Budaya Lokal dalam Periklanan	Peran vital budaya lokal dalam peiklanan menjadi poin penting yang harus dipahami mahasiswa, guna membuka wawasan <i>local genius</i> dalam periklanan	Budaya Lokal dalam Periklanan a. Sekilas tentang Budaya Lokal b. Fenomena adaptasi budaya luar pada iklan dalam negeri c. Fenomena adaptasi budaya lokal pada visualisasi iklan dalam negeri	1. Menjelaskan definisi dan ciri-ciri sebuah poster 2. Menjelaskan tentang perbedaan, fungsi layout dan grid untuk perancangan desain 3. Menjelaskan dan Memberikan contoh penggunaan heading, teks dan warna pada poster 4. Menjelaskan tahapan perancang poster	100 menit	5	1. Melakukan tanya jawab pemahaman mahasiswa

Kompetensi Dasar	Indikator	Pokok Bahasan/Materi	Strategi Pembelajaran	Alokasi waktu	Referensi	Evaluasi
Etika Periklanan (Pariwara Indonesia)	Mahasiswa memahami pentingnya etika dalam beriklan, sesuai dengan sosiokultural bangsa Indonesia	Etika Periklanan (Pariwara Indonesia) <ol style="list-style-type: none"> Definisi etika Permasalahan dalam periklanan Indonesia Etika pariwisata Indonesia 	<ol style="list-style-type: none"> Menjelaskan manfaat menggunakan grid sistem Menjelaskan tentang anatomi grid sistem Menjelaskan jenis-jenis basic grid system (Manuscript Grid, Column Grid, Modular Grid, Hierarchical Grid) 	100 menit	1, 2, 3	1. Melakukan tanya jawab pemahaman mahasiswa
Ujian Akhir Semester						

Daftar Referensi

Wajib:

- Dewan Periklanan Indonesia. (2007). *Etika Pariwisata Indonesia (Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia)*. Jakarta: Gedung Dewan Pers
- Jaiz, Muhammad. (2013). *Dasar-dasar Periklanan*. Serang: FISIP UNTIRTA Press
- Mustofa, Ali. (2013). *Peran Media Massa sebagai Sarana Iklan Parpol (Kajian Terhadap Kasus Surya Paloh dan Partai NasDem)*. Jurnal Interaksi, Vol. 2[1], h 62-69. Semarang: FISIP UNDIP
- Palupi, D.H. & Pambudi, T. S. (2006). *Advertising That Sells: Strategi Sukses Membawa Merek Anda Menjadi Pemimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia
- Pujiyanto. (2013). *Dialektika Estetik Desain Periklanan*. Malang: Surya Pena Gemilang
- Suyanto. (2004). *Analisis & Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- _____. (2006). *Strategi Perancangan Iklan Outdoor Kelas Dunia*. Yogyakarta: ANDI
- Triadi, D & Bharata, A.S. (2010). *Ayo Bikin Iklan!: Memahami Teori dan Praktek Iklan Media Lini Bawah*
- Wijaya, B.S. (2011). *Model Komunikasi Berasa dalam Iklan: Sebuah Kajian Mengenai Iklan Ambient Media Sebagai Salah Satu Bentuk Komunikasi Pemasaran Alternatif*. Jurnal Ultimart, Vol. 3[1], h 24-33. Tangerang: DKV UMN
- Winarno, B. (2008). *Rumah Iklan: Upaya Matari Menjadikan Periklanan Indonesia Tuan Rumah di Negeri Sendiri*. Jakarta: Kompas



Disusun oleh :	Diperiksa oleh :		Disahkan oleh :
Dosen Pengampu	Penanggungjawab Keilmuan	Program Studi	Dekan
Toto Haryadi, M.Ds	Toto Haryadi, M.Ds	Ir. Siti Hadiati Nugrahani, M.Kom, Ph.D	DR. Drs. Abdul Syukur, MM