



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET

Identitas Mata Kuliah		Identitas dan Validasi		Nama	Tanda Tangan
Kode Mata Kuliah	: DK3225	Dosen Pengembang RPS	:	Dr Endang Widiyastuti S.Pd., M.Pd. Dr. DENY TRI ARDIANTO S.Sn., MA.	
Nama Mata Kuliah	: COPY WRITING				
Jenis Mata Kuliah (Wajib/pilihan)	:	Koord. Kelompok Mata Kuliah	:	Dr. DENY TRI ARDIANTO S.Sn., MA.	
Semester	: 6	Kepala Program Studi	:	Dr. ANDREAS SLAMET WIDODO, S.Sn., M.Hum.	
Bobot Mata Kuliah (SKS)	: 2				
a. Bobot tatap muka	: 2				
b. Bobot Praktikum	: 0				
c. Bobot praktek lapangan	: 0				
d. Bobot simulasi	: 0				
Mata Kuliah Prasyarat	:				

Tanggal Dibuat	:	2022-02-23	Perbaikan Ke-	:		Tanggal Edit :
Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) / Learning Outcome (LO) yang dibebankan pada Mata Kuliah						
Kode CPL/LO		Unsur CPL/LO				
2	:	P-5 Menguasai prinsip kewirausahaan bidang desain komunikasi visual, meliputi konsep dan teknik membaca peluang, penghitungan biaya dan kelabaan, mencari sumber pembiayaan, dan pemasaran jasa perancangan komunikasi visual.				
3	:	KU-5 Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data.				
4	:	KK-2 Mampu melakukan riset dan eksplorasi ide untuk menetapkan tujuan, sasaran komunikasi, dan prototipe solusi desain komunikasi visual yang dapat mengatasi permasalahan identitas, komunikasi massa, dan kompetisi dengan mempertimbangkan aspek etika, sejarah, budaya, konsekuensi sosial dan regulasi.				
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	:	Mata kuliah yang mempelajari mengenai penulisan naskah iklan, pencarian dan pengembangan gagasan verbal dalam perancangan iklan				
Bahan kajian (Subject Matters)	:	. Naskah Iklan				
	:	. Pengembangan narasi verbal dan visual				
Deskripsi Mata Kuliah	:	Mata kuliah yang mempelajari mengenai penulisan naskah iklan, pencarian dan pengembangan gagasan verbal dalam perancangan iklan				

Basis Penilaian	:	a. Aktivitas Partisipatif (<i>Case Method</i>) = 0%
	:	b. Hasil Proyek (<i>Team Based Project</i>) = 0%
	:	c. Tugas = 0%
	:	d. Quis = 0%
	:	e. UTS = 50%
	:	f. UAS = 50%
Daftar Referensi	:	SEYMOUR CHATMAN, STORY AND DISCOURSE: Narrative Structure in Fiction and Film, Cornell University, 1980
	:	Theo van Leeuwen, Reading Images: THE GRAMMAR OF VISUAL DESIGN, Routledge, 1996
	:	Christina Spurgeon, Advertising and New Media, Routledge, 2008

Tahap	Kemampuan akhir/ Sub-CPMK (kode CPL)	Materi Pokok	Referensi (kode dan halaman)	Metode Pembelajaran		Waktu	Pengalaman Belajar	Penilaian			
				Luring	Daring			Basis penilaian	Teknik penilaian	Indikator, kriteria, (tingkat taksonomi)	Bobot penilaian
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

1	Mahasiswa mampu memahami mengenai teori dasar dan ruang lingkup Copy Writing	Pemahaman dasar Copy Writing	STORY AND DISCOURSE: Narrative Structure in Fiction and Film, Reading Images: THE GRAMMAR OF VISUAL DESIGN, Advertising and New Media		Pembelajaran Kolaboratif	1*100 Menit	Mahasiswa mengetahui dan memahami mengenai teori dasar dan ruang lingkup Copy Writing	Case Method	Partisipasi	Kemampuan mahasiswa untuk memahami kasus dalam copy writing	10%
2-3	Mampu memahami dan memetakan segmentasi khalayak sasaran pembuatan copy writing	Segmentasi khalayak sasaran	Reading Images: THE GRAMMAR OF VISUAL DESIGN, Advertising and New Media		Diskusi Kelompok, Pembelajaran Kolaboratif	2*100 Menit	Mahasiswa mampu menciptakan riset dan pemetaan segmentasi khalayak sasaran pembuatan copy writing	Case Method	Observasi, Partisipasi	kemampuan pemetaan segmentasi khalayak sasaran	10%
4-5	Mahasiswa mampu memahami dan menciptakan Creative Brief materi iklan	Creative Brief	STORY AND DISCOURSE: Narrative Structure in Fiction and Film, Reading Images: THE GRAMMAR OF VISUAL DESIGN, Advertising and New Media		Studi Kasus	2*100 Menit	Mahasiswa mampu menciptakan Creative Brief materi iklan	Case Method, Tugas	Unjuk Kerja	kemampuan penciptaan Creative Brief	10%

6-7	Mahasiswa mampu memahami, menciptakan, dan mengolah Big Idea	Big Idea	STORY AND DISCOURSE: Narrative Structure in Fiction and Film, Reading Images: THE GRAMMAR OF VISUAL DESIGN, Advertising and New Media		Diskusi Kelompok, Pembelajaran Kooperatif	2*100 Menit	Mahasiswa mampu memahami, menciptakan, dan mengolah Big Idea	Case Method	Unjuk Kerja	Kemampuan dan hasil penciptaan dan olah hasil riset menjadi Big Idea	10%
8	UTS	UTS	STORY AND DISCOURSE: Narrative Structure in Fiction and Film, Reading Images: THE GRAMMAR OF VISUAL DESIGN, Advertising and New Media		Studi Kasus	1*100 Menit	Ujian UTS	Case Method	Unjuk Kerja	Terlampir	10%
9-12	Mahasiswa mampu menciptakan Copy Writing untuk Iklan layanan masyarakat	Copy Writing Iklan layanan masyarakat	STORY AND DISCOURSE: Narrative Structure in Fiction and Film, Reading Images: THE GRAMMAR OF VISUAL DESIGN, Advertising and New Media		Pembelajaran Berbasis Proyek	4*100 Menit	Mampu menciptakan Copy Writing untuk Iklan layanan masyarakat	Team Based Project	Unjuk Kerja	Karya Copy Writing Iklan layanan masyarakat	20%

13-15	Mahasiswa mampu menciptakan Copy Writing untuk Iklan komersial	Copy Writing Iklan komersial	STORY AND DISCOURSE: Narrative Structure in Fiction and Film, Reading Images: THE GRAMMAR OF VISUAL DESIGN, Advertising and New Media		Pembelajaran Berbasis Proyek	3*100 Menit	Mampu menciptakan Copy Writing untuk Iklan komersial	Team Based Project	Unjuk Kerja	Karya Copy Writing Iklan komersial	20%
16	UAS	UAS	STORY AND DISCOURSE: Narrative Structure in Fiction and Film, Reading Images: THE GRAMMAR OF VISUAL DESIGN, Advertising and New Media		Pembelajaran Berbasis Proyek	1*100 Menit	Ujian UAS	Team Based Project	Unjuk Kerja	Terlampir	10%