

# RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

		<b>POLITEKNIK SAINS SENI REKAKREASI</b> <b>PROGRAM STUDI ANIMASI</b>		
<b>RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)</b>				
<b>Nama Mata Kuliah</b>	<b>Kode Mata Kuliah</b>	<b>BOBOT (SKS)</b>	<b>Semester</b>	<b>Tgl Penyusunan</b>
Marketing Campaign		2	3	29 Agustus 2022
<b>Nama Dosen Pengampu</b>	<b>Ka PRODI</b>		<b>Wakil Direktorat 1</b>	
Riza Garibaldi	 Lukas Sugiyanto, MA, M.IKom		Nama & Tanda tangan	
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	<b>CPL-PRODI (Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi) Yang Dibebankan Pada Mata Kuliah</b>			
	1	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri.		
	2	Menguasai konsep yang terkait dengan Marketing Campaign, animasi, dan industri kreatif lainnya		
	3	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.		
	4	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur.		
	5	Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi		

	<b>CPMK (Capaian Pembelajaran Mata Kuliah)</b>	
	1	Mampu menjelaskan apa itu marketing campaign
	2	Mampu menjelaskan dan mengidentifikasi tujuan dan target marketing campaign dengan formula (SMART)
	3	Mampu menunjukkan dan menjelaskan contoh kasus marketing campaign yang berhasil
	4	Mampu menjelaskan strategi marketing campaign
	5	Mampu menyusun pitch deck akan suatu brand berikut dengan marketing campaignnya, dan mempresentasikan secara mandiri
<b>Diskripsi Singkat MK</b>	Pada mata kuliah ini mahasiswa belajar tentang apa itu marketing campaign, bagaimana marketing campaign dibuat, dan peruntukannya. Mahasiswa akan membuat marketing campaign akan satu brand (pitch deck) dan mempresentasikannya secara mandiri.	
<b>Bahan Kajian / Materi Pembelajaran</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengetahuan tentang marketing, dan marketing campaign.</li> <li>2. Pengetahuan bagaimana rencana marketing campaign di buat.</li> <li>3. Pengetahuan tentang strategi marketing campaign.</li> <li>4. Pengetahuan membuat marketing campaign aka satu brand secara mandiri.</li> </ol>	
<b>Komponen Penilaian</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kehadiran 10 %</li> <li>2. Tugas 20 %</li> <li>3. Ujian Tengah Semester 30 %</li> <li>4. Ujian Akhir Semester 40 %</li> </ol>	

<b>Kriteria Penilaian</b>	<b>Nilai Angka</b>	<b>Nilai Huruf</b>	<b>Bobot</b>	<b>Nilai Angka</b>	<b>Nilai Huruf</b>	<b>Bobot</b>
	> 82	A	4	61,99 - 58	C	2
	81,99 - 78	A-	3,75	57,99 - 54	C-	1,75
	77,99 - 74	B+	3,25	53,99 - 50	D+	1,25
	73,99 - 70	B	3	49,99 - 46	D	1
	64,99 - 66	B-	2,75	45,99 - 0	E	0
	65,99 - 62	C+	2,25			
<b>Daftar Referensi</b>	<b>Utama:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dale Carnegie &amp; Associates. (2020). <i>How to win friends &amp; influence people in the digital age</i> Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.</li> <li>2. Seth Godin. (2020). <i>This is Marketing</i>. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.</li> </ol>					
	<b>Pendukung:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Modul Kuliah yang di susun oleh dosen pengampu mata kuliah marketing campaign</li> <li>2. Referensi yang bersumber dari online.</li> </ol>					
<b>Nama Dosen Pengampu</b>	Riza Garibaldi					
<b>Mata kuliah Prasyarat (Jika ada)</b>	Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Microsoft power point.					

Tatap Muka	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran [Media & Sumber Belajar]	Estimasi Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian		
						Kriteria & Bentuk	Indikator	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pengantar perkuliahan</li> <li>Mampu menjelaskan apa itu marketing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aturan perkuliahan tatap muka</li> <li>Materi perkuliahan yang akan dipelajari</li> <li>Sistem pembelajaran dan penilaian</li> <li>Pengertian marketing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Metode: Pemaparan materi, Diskusi kelompok dan studi kasus.</li> <li>Media; Laptop, internet dan Lcd Projector</li> </ul>	TM: (3x45") PT: (3x45") BM: (3x60")	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mencari materi makalah <b>secara on-line</b> dengan menggunakan aplikasi e-Learning tentang marketing.</li> <li>Interaksi Tanya jawab</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan dan penguasaan materi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan menjelaskan tentang marketing.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>
2-3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mampu menjelaskan apa itu Marketing campaign (5w+1H), dan contohnya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pengertian marketing campaign, perkembangannya berikut dengan contohnya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Metode: Pemaparan materi, Diskusi kelompok dan studi kasus.</li> <li>Media; Laptop, internet dan Lcd Projector</li> </ul>	TM: 2x(3x45") PT: 2x(3x45") BM: 2x(3x60")	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mencari materi makalah <b>secara on-line</b> dengan menggunakan aplikasi e-Learning tentang marketing campaign.</li> <li>Interaksi Tanya jawab</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan dan penguasaan materi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan menjelaskan tentang marketing campaign.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>
4-5	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mampu menjelaskan bagaimana menentukan tujuan dan target</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pengertian bagaimana menentukan tujuan &amp; target marketing campaign</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Metode: Pemaparan materi, Diskusi kelompok dan</li> </ul>	TM: 2x(3x45") PT:	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mencari materi makalah <b>secara on-line</b> dengan menggunakan aplikasi e-Learning tentang</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan dan penguasaan</li> <li>Rubrik deskriptif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan menjelaskan dan menentukan tujuan dan target marketing campaign.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>


	marketing campaign	menggunakan SMART (Specific, Measurable, Attainable, Relevant, Time-based)	studi kasus. • Media; Laptop, internet dan Lcd Projector	2x(3x45")  BM: 2x(3x60")	marketing campaign. • Interaksi Tanya jawab	untuk presentasi		
6-7	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mampu menjelaskan marketing funnels (customer journey) dan membuat contohnya (studi kasus)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pengertian akan customer journey dan bagaimana cara membuatnya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Metode: Pemaparan materi, Diskusi kelompok dan studi kasus.</li> <li>Media; Laptop, internet dan Lcd Projector, aplikasi microsoft power point.</li> </ul>	TM: 2x(3x45")  PT: 2x(3x45")  BM: 2x(3x60")	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mencari materi makalah <b>secara on-line</b> dengan menggunakan aplikasi e-Learning tentang customer journey.</li> <li>Interaksi Tanya jawab</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan dan penguasaan</li> <li>Presentasi</li> <li>Self portofolio, customer journey</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan menjelaskan dan membuat marketing funnels (customer journey)</li> </ul>	
<b>8</b>	<b>Ujian Tengah Semester</b>							<b>20</b>
9-10	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mampu menjelaskan strategi marketing campaign, dan membuat rencana strateginya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pengertian akan strategi marketing campaign dan bagaimana cara membuatnya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Metode: Pemaparan materi, Diskusi kelompok dan studi kasus.</li> <li>Media; Laptop, internet dan Lcd Projector, aplikasi microsoft power point.</li> </ul>	TM: 2x(3x45")  PT: 2x(3x45")  BM: 2x(3x60")	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mencari materi makalah <b>secara on-line</b> dengan menggunakan aplikasi e-Learning tentang strategi marketing campaign.</li> <li>Interaksi Tanya jawab</li> </ul>	<b>Kriteria:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan dan penguasaan</li> <li>Presentasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan menjelaskan dan membuat strategi marketing campaign.</li> </ul>	

11-12	<ul style="list-style-type: none"><li>Mampu menjelaskan dan memberikan contoh marketing campaign yang sukses</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Pengertian akan suksesnya marketing campaign dan analisisnya</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Metode: Pemaparan materi, Diskusi kelompok dan studi kasus.</li><li>Media;Laptop, internet dan Lcd Projector.</li></ul>	TM: 2x(3x45’’) PT: 2x(3x45’’) BM: 2x(3x60’’)	<ul style="list-style-type: none"><li>Mencari materi <b>secara on- line</b> dengan menggunakan aplikasi e-Learning tentang strategi marketing campaign.</li><li>Interaksi Tanya jawab</li></ul>	<b>Kriteria:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Ketepatan dan penguasaan</li><li>Presentasi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Ketepatan menjelaskan dan menganalisa suksesnya marketing campaign.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li></li></ul>	
13-14	<ul style="list-style-type: none"><li>Mampu membuat brand, konsep, tujuan dan rencana marketing campaignnya</li><li>Group project (2 grup) dengan brief yang sama compete untuk membuat marketing campaign.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Pengertian akan suksesnya marketing campaign dan analisisnya</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Metode: Pemaparan materi, Diskusi kelompok dan studi kasus (dibagi menjadi 2 grup).</li><li>Media;Laptop, internet dan Lcd Projector.</li></ul>	TM: 2x(3x45’’) PT: 2x(3x45’’) BM: 2x(3x60’’)	<ul style="list-style-type: none"><li>Mencari materi <b>secara on- line</b> dengan menggunakan aplikasi e-Learning tentang strategi marketing campaign.</li><li>Presentasi (pitching)</li><li>Interaksi Tanya jawab</li></ul>	<b>Kriteria:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Ketepatan dan penguasaan</li><li>Presentasi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Ketepatan menjelaskan dan menganalisa suksesnya marketing campaign.</li><li>Membuat strategi, konsep akan satu brand dan compete dengan grup lain.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li></li></ul>	
15	<ul style="list-style-type: none"><li>Mampu menjelaskan, menganalisa, mengukur kesuksesan marketing campaign</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Pengertian bagaimana cara mengukur kesuksesan marketing campaign</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Metode: Pemaparan materi, Diskusi kelompok dan studi kasus</li><li>Media;Laptop, internet dan Lcd Projector.</li></ul>	TM: (3x45’’) PT: (3x45’’) BM: (3x60’’)	<ul style="list-style-type: none"><li>Mencari materi <b>secara on- line</b> dengan menggunakan aplikasi e-Learning tentang strategi marketing campaign.</li><li>Interaksi Tanya jawab</li></ul>	<b>Kriteria:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Ketepatan dan penguasaan</li><li>Presentasi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Ketepatan menjelaskan dan mengukur akan suksesnya marketing campaign.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li></li></ul>	
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
13. 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.
14. 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.
15. 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.
16. 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.

RENCANA TUGAS MAHASISWA

	<b>POLITEKNIK SAINS SENI REKAKREASI</b> <b>PROGRAM STUDI .....</b>				
<b>RENCANA TUGAS MAHASISWA</b>					
<b>MATA KULIAH</b>	Marketing Campaign				
<b>KODE</b>		<b>SKS</b>	2	<b>SEMESTER</b>	3
<b>DOSEN PENGAMPU</b>	Riza Garibaldi, MA				
<b>BENTUK TUGAS</b>		<b>WAKTU Pengerjaan Tugas</b>			
Membuat Poster 1 Branding		3 minggu			
<b>JUDUL TUGAS</b>					
Tugas: Poster Branding					
<b>SUB CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH</b>					
Mampu merancang rencana, konsep, akan suatu brand, berikut dengan marketing campaignnya, yang akan terefleksi dalam Poster design yang merupakan salah satu bentuk aplikasi dari marketing campaign. Mahasiswa di harapkan selain membuat, bisa mempresentasikan, ide, konsep, strategi, rencana dari marketing campaign melalui poster design.					
<b>DISKRIPSI TUGAS</b>					
Memastikan mahasiswa paham akan marketing campaign melalui poster desain.					
<b>METODE Pengerjaan Tugas</b>					



1. Membuat konsep branding
2. Menunjukkan rencana, strategi dari marketing campaign
3. Tunjukkan rancangan desain poster sebagai salah satu bentuk marketing campaign.
4. Mengkompilasi semua materi di atas dalam satu deck presentasi, dan presentasikan di depan kelas

#### **BENTUK DAN FORMAT LUARAN**

1. Poster Design menggunakan format Portrait dengan ukuran A3, dengan 150dpi.
2. Print hard copy desain poster dengan ukuran A3 di kertas Art Paper
3. Compile semua konsep, rencana, strategi dan marketing campaign di dalam deck presentasi dengan format .ppt, dengan orientasi landscape standard web size.

#### **INDIKATOR, KRITERIA DAN BOBOT PENILAIAN**

- a. Ringkasan hasil kajian journal (bobot 20%)
- b. Proposal Penelitian (30%)
- c. Penyusunan Slide Presentasi (bobot 20%)
- d. Presentasi (bobot 30%)

#### **JADWAL PELAKSANAAN**

.....

#### **LAIN-LAIN**

.....

#### DAFTAR RUJUKAN

1. Creswell, J. W. (2012). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research* (4 ed.). Boston: PEARSON.
2. Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
3. Tuckman, B. W., & Harper, B. E. (February 9, 2012). *Conducting Educational Research* (6 ed.). Maryland, USA: Rowman & Littlefield Publishers.
4. Thiel, D. V. (2014). *Research Methods for Engineers*. Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press.
5. Sugiyono. (2012). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
6. Soetrisno, & Rita. (2007). *Filsafat Ilmu dan Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.