**GARIS BESAR PROGRAM PEMBELAJARAN (GBPP)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Mata Kuliah | : | **DKV Promosi & Kampanye** |
| Kode Mata Kuliah/SKS | : | DKV 302 / 5 sks |
| DeskripsiSingkat | : | Pada mata kuliah ini dibahas tentang perancangan desain komunikasi visual yang menitik beratkan pada perancangan promosi dan kampanye. Perencanaan promosi mengenai produk/brand di analisis untuk dipromosikan sesuai dengan tujuan promosi. Analisis masalah, kelebihan dan keunikan produk/brand, Positioning, strategi komunikasi, strategi media dan strategi kreatif menjadi metode desain dalam membahas dan merencanakan promosi suatu produk atau brand. Sedangkan Kampanye lebih membahas mengenai fenomena sosial yang terjadi dimasyarakat yang kemudian dilakukan pnedekatan perancangan pesan dan solusi melalui desain komunikasi visual. |
|  |  |  |
| StandarKompetensi | : | Mahasiswa dapat mencapai proses perancangan strategi promosi dan kampanye.Mahasiswa mampu menguasi dan mengaplikasikan strategi perancangan untuk promosi & kampanye |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **KompetensiDasardanindikator** | **PokokBahasan,****Sub P.Bahasan** | **Metode** | **Media** | **EstimasiWaktu** | **SumberKepustakaan \*)** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | -Perkenalan dan sosialisasi aturak kuliah -Pengantarumum, metode dan pendekatan MK Promosi danKampanye. | Analisa Strategi Promosi & Kampanye | Tatapmuka&Praktika | Pensil sketsa | 50 + 300 menit | 1 & 3 |
| 2 | Jenis, fungsi dan Tujuan Promosi dan analisa produk | Hasil Analisa media dan visual tentang produk/merek untuk promosi | Tatapmuka&Praktika | Sketsa gambar dan laptop | 50 + 300 menit | 1 & 3 |
| 3 | Presentasi data dan menganalisis hasil. STP;segmentasi, targeting, Positioning | Presentasi hasil analisa produk/merek. | Tatapmuka&Praktika | Laptop &Kertas  | 50 + 300 menit | 1 & 3 |
| 4 | Analisa Data, Kesimpulan Data dan Solusi Desain. | Metode riset desain | Tatapmuka&Praktika | Laptop & kertas | 50 + 300 menit | 1 & 3 |
| 5 | Presentasi: Konsep desain untuk promosi | Presentasi sketsa awal desain dan media | Tatapmuka&Praktika | Kertas, Sketsa dan laptop | 50 + 300 menit | 1 & 3 |
| 6 | Presentasi konsep media dan konsep visual | Presentasi Hasil konsep media dan visual. | Tatapmuka&Praktika | Kertas, Sketsa dan laptop | 50 + 300 menit | 1 & 3 |
| 7 | Presentasi UTS DKV IV: Promosi dan Kampanye | UTS-Presentasi hasil desain promosi | Tatapmuka&Praktika | PensilSketsa | 50 + 300 menit | 2 & 4 |
| 8 | UTS |
| **NO.** | **KompetensiDasardanindikator** | **PokokBahasan,****Sub P.Bahasan** | **Metode** | **Media** | **EstimasiWaktu** | **SumberKepustakaan \*)** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 9 | Pengantar dan prinsip Iklan Layanan Masyarakat(kampanye sosial) dalam desain | Analisa Strategi Promosi & Kampanye | Tatapmuka&Praktika | Pensil sketsa | 50 + 300 menit | 2 & 4 |
| 10 | Jenis-Jenis Iklan Layanan Masyarakat (kampanyesosial). | Hasil Analisa media dan visual tentang produk/merek untuk promosi | Tatapmuka&Praktika | Sketsa gambar dan laptop | 50 + 300 menit | 2 & 5 |
| 11 | Perencanaan strategi media untuk promosi | Presentasi hasil analisa produk/merek. | Tatapmuka&Praktika | Laptop &Kertas  | 50 + 300 menit | 2 & 5 |
| 12 | Presentasi Hasil data dan analisa data dalammerancang kampanye sosial | Metode riset desainPresentasi sketsa awal desain dan media | Tatapmuka&Praktika | Laptop & kertas | 50 + 300 menit | 2 & 5 |
| 13 | Kertas, Sketsa dan laptop | 50 + 300 menit | 2 & 5 |
| 14 | Perencanaan dan pematangan Strategi komunikasi,strategi kreatif dan strategi media | Presentasi Hasil konsep media dan visual. | Tatapmuka&Praktika | Kertas, Sketsa dan laptop | 50 + 300 menit | 3 & 6 |
| 15 | Pensil sketsa | 50 + 300 menit | 3 & 6 |
| 16 | UAS |

\*)SumberKepustakaan:

* Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
* Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, implementasi dan Kontrol*, Edisi Sebelas. Alih Bahasa, Hendra Teguh. Jakarta: Penerbit PT. Prenhallindo.
* Wells, William D. and David Prensky. 2003. *Consumer Behavior*. 4th Edition. New York: John Wiley & Sons.
* George. E. Belch & Michael A. Belch. 2001. *Advertising and Promotion Fifth edition*, The mcgraw\_Hill Company, Inc, New York.
* Shutterland, Max & Alice K. Sylvester. 2007. *Advertising and The Mind of Consumer: what works, what doesn’t and why*, Terjemahan, Penerbit PPM.
* Sarwono, Jonathan dan Lubis, Hary. 2007. Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta, Andi Publisher.