



UNIVERSITAS GUNADARMA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
(KAMPUS KABUPATEN PENAJAM PASER UTARA)

**Kode
Dokumen**

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Mata Kuliah (mk)		Kode	Rumpun MK	Bobot (sks)		Semester	Tgl Penyusunan	
Digital Advertising		IT082348	MK Pilihan		Teori=3		6	3 Januari 2023
OTORISASI		Pengembang RPS		Koordinator Mata Kuliah		Ketua Program Studi		
		Noviawan Rasyid Ohorella, M.I.Kom. Paujiatul Arifah, S.I.Kom., M.Si Widiastiana Vista Wijaya, S.I.Kom., M.I.Kom		Noviawan Rasyid Ohorella, M.I.Kom.		Dr. Reza Praditya Yudha, M.I.Kom		
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK							
	CPL1	Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral dan etika (S2)						
	CPL2	Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahlian dalam lingkup Ilmu Komunikasi secara mandiri (S9)						
	CPL3	Pemahaman untuk mengolah, menganalisis, serta menggunakan data dan informasi (big data) di dunia digital (P6)						
	CPL4	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 (KU1)						
	CPL5	Mampu merencanakan, memproduksi dan mendistribusikan pesan komunikasi untuk berbagai tujuan, menggunakan beragam platform media sesuai norma hukum, norma sosial, dan etika yang berlaku (KK1)						
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)							
	CPMK1	Mampu menjelaskan konsep dan alur proses <i>ads</i> pada bidang <i>digital advertising</i> (CPL1, CPL2)						
	CPMK2	Mampu mengidentifikasi tipe, jenis, dan kategori <i>ads</i> pada bidang <i>digital advertising</i> (CPL3, CPL4)						
	CPMK3	Mampu menjelaskan regulasi dan etika <i>digital advertising</i> (CPL1, CPL2)						
	CPMK4	Mampu menjelaskan, memberi contoh, dan membuat <i>ads</i> pada bidang <i>digital advertising</i> (CPL4, CPL5)						
	CPMK5	Mampu menjelaskan tren dan tantangan pada bidang <i>digital advertising</i> (CPL4)						
	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)							

	10. <i>Social media advertising</i> 11. <i>Outdoor digital advertising</i> 12. SEO dan SEM pada bidang <i>digital advertising</i> 13. <i>Advertising technology</i> 14. Tren dan tantangan pada bidang <i>digital advertising</i>
Pustaka	Utama : 1. Albrighton, T. 2010. <i>The ABC of Copywriting</i>. United Kingdom: ABC Business. 2. Altsiel, T., Grow, J., & Jennings, M. 2020. <i>Advertising Creative: Strategy, Copy, Design Fifth Edition</i>. California: SAGE Publication Inc. 3. Hackley, Chris. 2005. <i>Advertising and Promotion Communicating Brands</i>. London: Sage Publications. 4. Hoechlin, Neil. 2018. <i>The Ultimate Copywriting Guide for Beginners to Advance</i>. London: JNR Publishing. 5. Kelley, Larry D., Donald W. Jugenheimer, Kim Bartel Sheehan. 2015. <i>Advertising Media Planning: A Brand Management Approach Fourth Edition</i>. New York: Routledge Taylor & Francis Group. 6. Kumar, S. 2016. <i>Optimization Issues in Web and Mobile Advertising: Past and Future Trends</i>. London: Springer. 7. Maslen, A. 2020. <i>The Copywriting Sourcebook: How to Write Better Copy, Faster- for Everything from Ads to Website</i>. London: Marshall Cavendish Internasional. 8. Mc-Graw Hill Education. 2015. <i>Advertising and Promotion: An Intergrated Marketing Communications Perspective, 10E Global Edition</i>. United States: McGraw Hill Education. 9. Meghe, K.D., Manusmare, P.A., Barve, S.B., & Burghate, M.A. 2022. <i>Digital Marketing (Ability Enhancement Course)</i>. India: Amazon Kindle Publicising. 10. Shimp, T.A & Andrews, J. C. 2013. <i>Advertising, Promotion, and Other Aspects of Intergrated Marketing Communications: Ninth Edition</i>. South Weteran: Cengage Learning. 11. Tiwary, Avinash. 2016. <i>Know Online Advertising All Information about Online Advertising at One Place</i>. India: Patridge Publishing. Pendukung : 1. Andini, Tri N. N. 2014. <i>The Art of Copywriting (Seni Menulis Naskah Iklan & Naskah Marcomm lain)</i>. Jakarta: Universitas Esa Unggul. 2. Bly, Robert. W. 2005. <i>The Copywriter's Handbook. 3Rd Edition: A Step-by-Step Guide to Writing Copy That Sell</i>. New York: An Owl Book Henry Holt and Company. 3. Bowdery, Rob. 2008. <i>Basic Advertising 1: Copywriting</i>. Switzerland: AVA Publishing SA. 4. Drewniany, B. L. & Jewler, A. J. 2008. <i>Creative Strategy in Advertising, Ninth Edition</i>. Boston: Lyn Uhl. 5. Katalog Produk Digital Advertising https://www.telkomdigitalsolution.com/uploads/2018/08/Katalog-Produk-Digital-Advertising-1.pdf 6. Online Advertising: Series of Papers on "Competition and Consumer Protection in the Digital Economy" https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Schriftenreihe_Digitales_III.pdf?__blob=publicationFile&v=5

		7. Ariyadi, W. 2020. <i>Jurus Jitu Menguasai Copywriting: Strategi Sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran</i> . Yogyakarta: Unicorn Publishing.					
Dosen Pengampu		Noviawan Rasyid Ohorella, M.I.Kom. Paujiatul Arifah, S.I.Kom., M.Si Widiastiana Vista Wijaya, S.I.Kom., M.I.Kom					
Mata kuliah syarat							
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [<i>Estimasi Waktu</i>]		Materi Pembelajaran [<i>Pustaka</i>]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring (<i>offline</i>)	Daring (<i>online</i>)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Sub-CPMK1 Mampu menjelaskan kontrak pembelajaran dalam mata kuliah <i>Digital Advertising</i> Mampu menjelaskan konsep dalam bidang <i>digital advertising</i> (C1, C2) (CPMK1)	1.1 Kelengkapan dan ketepatan dalam menjelaskan kontrak pembelajaran dalam mata kuliah <i>Digital Advertising</i> 1.2 Ketepatan menjelaskan dalam definisi <i>digital advertising</i> , kelebihan dan kekurangan <i>digital advertising</i> , istilah dalam	Kriteria: Pedoman penskoran (Marking Scheme) Teknik non-test ● Meringkas materi kuliah	● Kuliah ● Diskusi [PB: 1x(3x50'')] ● Tugas 1: Menyusun ringkasan dalam bentuk makalah tentang definisi <i>digital advertising</i> , kelebihan dan kekurangan <i>digital advertising</i> , istilah dalam bidang <i>digital advertising</i> [PT+KM:(1+1)x(3X60'')]	e-learning: https://v-class.gunadarma.ac.id/ - RPS (+deskripsi komponen nilai) - PPT - Presensi - Referensi	Konsep pada bidang <i>digital advertising</i>	1

		bidang <i>digital advertising</i>					
2	SUB-CPMK2 Mampu mengidentifikasi tipe, jenis, dan kategori <i>ads</i> pada bidang <i>digital advertising</i> (C2, A3) (CPMK2)	1.1 Kelengkapan dalam mengidentifikasi tipe, jenis, dan kategori <i>ads</i> pada bidang <i>digital advertising</i> 1.2 Ketepatan dalam mengidentifikasi tipe, jenis, dan kategori <i>ads</i> pada bidang <i>digital advertising</i>	Kriteria: Pedoman penskoran (Marking Scheme) Teknik non-test dan test ● Meringkas materi kuliah ● Menjawab pertanyaan dosen	● Kuliah ● Tanya jawab [PB: 1x(3x50")] [KM:(1+1)x(3X60")]	e-learning: https://v-class.gunadarma.ac.id/ - PPT - Presensi - Referensi	Tipe, jenis dan <i>ads</i> pada bidang <i>digital advertising</i>	1
3	SUB-CPMK3 Mampu menguraikan alur proses <i>ads</i> pada bidang <i>digital advertising</i> (C2, A3) (CPMK1)	1.1 Kelengkapan dalam menguraikan alur proses <i>ads</i> pada bidang <i>digital advertising</i> 1.2 Ketepatan dalam menguraikan alur proses <i>ads</i> pada bidang	Kriteria: Pedoman penskoran (Marking Scheme) Teknik non-test dan test ● Meringkas materi kuliah ● Kuis 1	● Kuliah ● Diskusi [PB: 1X(3x50")] [KM:(1+1)X(3X60")]	e-learning: https://v-class.gunadarma.ac.id/ - PPT - Presensi - Referensi	Alur proses <i>ads</i> pada bidang <i>digital advertising</i>	1

		<i>digital advertising</i>					
4	SUB-CPMK4 Mampu menjelaskan formula dan teknik psikologi pada bidang <i>digital advertising</i> (C2, A3) (CPMK2)	1.1 Kelengkapan dalam menjelaskan formula dan teknik psikologi pada bidang <i>digital advertising</i> 1.2 Ketepatan dalam menjelaskan formula dan teknik psikologi pada bidang <i>digital advertising</i>	Kriteria: Pedoman penskoran (Marking Scheme) Teknik non-test: ● Meringkas materi kuliah ● Menjawab pertanyaan dosen	● Kuliah ● Diskusi [PB: 1X(3x50'')] [KM:(1+1)X(3X60'')]	e-learning: https://v-class.gunadarma.ac.id/ - PPT - Presensi - Referensi	Formula dan teknik psikologi pada bidang <i>digital advertising</i>	1
5	SUB-CPMK5 Mampu menguraikan struktur <i>ads</i> pada bidang <i>digital advertising</i> (C2, A3) (CPMK1)	1.1 Kelengkapan dalam menguraikan struktur <i>ads</i> pada bidang <i>digital</i> 1.2 Ketepatan dalam menguraikan struktur <i>ads</i> pada bidang <i>digital</i>	Kriteria: Pedoman penskoran (Marking Scheme) Teknik non-test: ● Meringkas materi kuliah	● Kuliah ● Diskusi [PB: 1X(3x50'')] [KM:(1+1)x(3X60'')]	e-learning: https://v-class.gunadarma.ac.id/ - PPT - Presensi - Referensi	Struktur <i>ads</i> pada bidang <i>digital advertising</i>	1

6	SUB-CPMK6 Mampu menjelaskan regulasi dan etika pada bidang <i>digital advertising</i> (C2, A3) (CPMK3)	1.1 Kelengkapan dalam menjelaskan regulasi dan etika pada bidang <i>digital advertising</i> 1.2 Ketepatan dalam menjelaskan regulasi dan etika pada bidang <i>digital advertising</i>	Kriteria: Pedoman penskoran (Marking Scheme) Teknik non-test dan test ● Meringkas materi kuliah ● Kuis 2	● Kuliah ● Diskusi [PB: 1X(3x50")] [KM: (1+1)X(3X60")]	e-learning: https://v-class.gunadarma.ac.id/ - PPT - Presensi - Referensi	Regulasi dan etika pada bidang <i>digital advertising</i>	2
7	SUB-CPMK7 Mampu menjelaskan dan memberi contoh penerapan <i>email marketing</i> (C2, A2) (CPMK4)	1.1 Kelengkapan dalam menjelaskan <i>email marketing</i> 1.2 Ketepatan dalam memberi contoh penerapan <i>email marketing</i>	Kriteria: Pedoman penskoran (Marking Scheme) Teknik non-test dan test ● Presentasi hasil diskusi kelompok	● Kuliah ● Diskusi dalam kelompok [PB: 1X(3x50")] ● Tugas 2: Menyusun hasil diskusi tentang <i>email marketing</i> beserta contoh penerapannya [PT+KM: (1+1)x(3X60")]	e-learning: https://v-class.gunadarma.ac.id/ - PPT - Presensi - Referensi	<i>Email Marketing</i>	5
8	Evaluasi Tengah Semester / Ujian Tengah Semester						
9	SUB-CPMK8 Mampu menjelaskan dan memberi contoh penerapan	1.1 Ketepatan dalam menjelaskan jenis dan tipe-	Kriteria: Pedoman Penskoran	● Kuliah ● Diskusi dalam kelompok [PB: 1X(3x50")]	e-learning: https://v-class.gunadarma.ac.id/	<i>Web advertising</i>	5

	<i>web advertising</i> (C2, A3) (CPMK4)	tipe <i>web advertising</i> 1.2 Ketepatan memberi contoh penerapan <i>web advertising</i>	(Marking Scheme) Teknik non-test dan test: ● Presentasi hasil diskusi kelompok	● Tugas 3: Menyusun hasil diskusi tentang penetapan harga dan penjadwalan <i>web advertising</i> disesuaikan dengan tipenya [PT+KM:(1+1)x(3X60'')]	- PPT - Presensi - Referensi		
10	SUB-CPMK9 Mampu menjelaskan dan memberi contoh penerapan <i>mobile advertising</i> (C2, A3) (CPMK4)	1.1 Ketepatan dalam menjelaskan pemilihan <i>mobile advertising</i> dan fitur-fitur yang dimiliki 1.2 Ketepatan dalam memberi contoh penerapan <i>mobile advertising</i>	Kriteria: Pedoman Penskoran (Marking Scheme) Teknik non-test dan test: ● Ads dalam bentuk video untuk <i>mobile advertising</i>	● Kuliah ● Diskusi dalam kelompok [PB: 1X(3x50'')] ● Tugas 4: Membuat karya salah satu jenis <i>mobile advertising</i> [PT+KM:(1+1)x(3X60'')]	e-learning: https://v-class.gunadarma.ac.id/ - PPT - Presensi - Referensi	<i>Mobile advertising</i>	5
11	SUB-CPMK10 Mampu menjelaskan dan memberi contoh penerapan <i>social media advertising</i> (C3, A3) (CPMK4)	1.1 Ketepatan dalam menjelaskan dan memberi contoh penerapan	Kriteria: Pedoman Penskoran (Marking Scheme)	● Kuliah ● Diskusi dalam kelompok [PB: 1X(3x50'')] ● Tugas 5: Membuat karya salah satu jenis	e-learning: https://v-class.gunadarma.ac.id/ - PPT - Presensi	<i>Social media advertising</i>	5

		<i>social media advertising</i> 1.2 Ketepatan dalam menjelaskan dan memberi contoh penerapan <i>social media advertising</i> (	Teknik non-test dan test: ● <i>Ads</i> dalam bentuk video untuk <i>social media advertising</i>	<i>social media advertising</i> [PT+KM:(1+1)x(3X60'')]	- Referensi		
12	SUB-CPMK11 Mampu menjelaskan dan menunjukkan perbedaan masing-masing bentuk <i>outdoor digital advertising</i> (C2, A3) (CPMK4)	1.1 Ketepatan dalam menjelaskan bentuk <i>outdoor digital advertising</i> 1.2 Ketepatan dalam menunjukkan perbedaan masing-masing bentuk <i>outdoor digital advertising</i>	Kriteria: Pedoman Penskoran (Marking Scheme) Teknik non-test dan test: ● <i>Ads</i> dalam bentuk video untuk <i>social media advertising</i>	● Kuliah ● Diskusi dalam kelompok [PB: 1X(3x50'')] ● Tugas 6: Membuat karya <i>outdoor digital advertising</i> [PT+KM:(1+1)x(3X60'')]	e-learning: https://v-class.gunadarma.ac.id/ - PPT - Presensi - Referensi	<i>Outdoor digital advertising</i>	5
13	SUB-CPMK12 Mampu menjelaskan SEO dan SEM pada bidang <i>digital advertising</i> (C2, A3) (CPMK4)	1.1 Ketepatan dalam menjelaskan bentuk SEO dan SEM dalam	Kriteria: Pedoman Penskoran (Marking Scheme)	● Kuliah ● Tanya jawab [PB: 1X(3x50'')] [KM:(1+1)X(3X60'')]	e-learning: https://v-class.gunadarma.ac.id/ - PPT	SEO dan SEM pada bidang <i>digital advertising</i>	1

		<i>digital advertising</i> 1.2 Ketepatan dalam menjelaskan cara kerja SEO dan SEM dalam <i>digital advertising</i>	Teknik non-test dan test: ● Meringkas materi kuliah ● Menjawab pertanyaan dosen		- Presensi - Referensi		
14	SUB-CPMK13 Mampu menjelaskan <i>advertising technology</i> (C2, A3) (CPMK5)	1.1 Kelengkapan dalam menjelaskan <i>advertising technology</i> 1.2 Ketepatan dalam menjelaskan <i>advertising technology</i>	Kriteria: Pedoman Penskoran (Marking Scheme) Teknik non-test dan test: ● Meringkas materi kuliah ● Kuis 3	● Kuliah ● Diskusi dalam kelompok [PB: 1X(3x50'')] [KM:(1+1)X(3X60'')]	e-learning: https://v-class.gunadarma.ac.id/ - PPT - Presensi - Referensi	<i>Advertising technology</i>	2
15	SUB-CPMK14 Mampu menganalisis tren dan tantangan pada bidang <i>digital advertising</i> (C2, A3) (CPMK5)	1.1 Ketepatan dalam mengidentifikasi tren dan tantangan pada bidang <i>digital advertising</i>	Kriteria: Pedoman Penskoran (Marking Scheme)	● Kuliah ● Diskusi dalam kelompok [PB: 1X(3x50'')] ● Tugas 7: Menyusun hasil diskusi tren dan tantangan digital	e-learning: https://v-class.gunadarma.ac.id/ - PPT - Presensi - Referensi	Tren dan tantangan pada bidang <i>digital advertising</i>	5

		1.2 Ketepatan dalam menganalisis tren dan tantangan pada bidang <i>digital advertising</i>	Teknik non-test dan test: ● Presentasi hasil diskusi kelompok	advertising di Indonesia [PT+KM:(1+1)x(3X60'')]			
16	Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester						

Komponen Penilaian

Kuis dan keaktifan dalam kuliah	20
Tugas	20
UTS	30
UAS	30

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, Problem Based Learning dan metode lainnya.
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