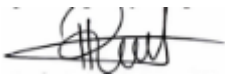
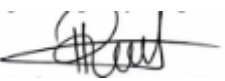





POLITEKNIK NEGERI MEDAN
JURUSAN TEKNIK KOMPUTER DAN INFORMATIKA
JURUSAN / PROGRAM STUDI TEKNOLOGI REKAYASA MULTIMEDIA GRAFIS

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

Nama Mata Kuliah	Kode Mata Kuliah	Bobot (sks)	Semester	Tgl Penyusunan
Sinematografi Iklan	TRMGMKK403	3 SKS	IV	13 Februari 2022
Otorisasi	Nama Koordinator Pengembang RPS	Koordinator Bidang Keahlian (Jika Ada)	Ka PRODI	
	 Rezha Destiadi, S.Sn., M.Ds.	 Rezha Destiadi, S.Sn., M.Ds.	 Yulia Fatmi, M.Kom	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI (Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi) Yang Dibebankan Pada Mata Kuliah			
	(S1) Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius;			
	(S7) Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan;			
	(S9) Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan.			
	(KU3) Mampu mengkaji kasus penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora untuk pengembangan perangkat lunak dalam rangka menghasilkan prototype, desain atau prototype, menyusun hasil kajiannya dalam bentuk kertas kerja, dan spesifikasi desain;			
	(KU9) Mampu melakukan adaptasi teknologi terkini dalam pengembangan konten multimedia;			
	(KK6) Mampu melakukan pengembangan teknologi multimedia grafis dalam bentuk animasi 2D/3D, aplikasi games dan realitas sistem			
	(KK8) Mampu menerapkan proses dalam pembuatan content media untuk video dan sound technology.			
	CPMK (Capaian Pembelajaran Mata Kuliah)			
	CPMK 1	Mampu menjelaskan konsep sinematografi iklan		
CPMK 2	Mampu Mengikuti Trend terkini dalam produksi video komersil			
CPMK 3	Mampu menerapkan tahapan produksi video komersil			
CPMK 4	Mampu Melaksanakan real project dari klien			

Diskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini mengajarkan sinematografi yang berkaitan dengan konsep video iklan komersil baik dalam produksi televisi, ataupun digital serta media sejenis berupa luaran audio visual. Termasuk bahasan tentang perkembangan gaya video iklan serta pendekatan dan metode produksi yang dipakai.
Bahan Kajian / Materi Pembelajaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sejarah periklanan 2. Jenis video iklan 3. Karakteristik video iklan 4. Struktur dan elemen video iklan 5. Story line 6. Story board 7. Editing Video iklan
Daftar Referensi	<p>Utama:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. - Winarno, Bondan. 2008. RUMAH IKLAN, Kompas, Jakarta 2. Williams, Eliza. 2005. How 30 great ads were made, from idea to campaign. Penerbit : Laurence King Publishing 3. Braha, Yael. 2013. CREATIVE MOTION GRAPHIC TITLING FOR FILM, VIDEO & THE WEB, Focal Press, USA. <p>Pendukung:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kevin Daum & Matt Scott. 2012. Video Marketing for Dummies, John Wiley & Sons, Inc, USA. - Kuperberg, Marcia. 2002. a Guide to Computer Animation, for TV, games, multimedia & web. Focal press. USA
Nama Dosen Pengampu	Rezha Destiadi, S.Sn., M.Ds.
Mata kuliah prasyarat (Jika ada)	-

Minggu	Sub-CPMK	Bahan Kajian	Bentuk dan	Estimasi	Pengalaman Belajar	Penilaian
--------	----------	--------------	------------	----------	--------------------	-----------

Ke-	(Kemampuan akhir yg direncanakan)	(Materi Pembelajaran)	Metode Pembelajaran [Media & Sumber Belajar]	Waktu	Mahasiswa	Kriteria & Bentuk	Indikator	Bobot (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1, 2	Mahasiswa dapat memahami sejarah dan perkembangan video iklan	<ul style="list-style-type: none"> • Sejarah Periklanan • Perkembangan iklan bentuk video • Bentuk iklan dalam berbagai periode • Apa itu iklan • Tujuan Pembuatan iklan 	- Ceramah Diskusi	3 x 50 menit	<p>Mahasiswa mampu menerangkan definisi fotografi</p> <p>Mahasiswa mampu memahami perbedaan karakteristik video iklan</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Kecakapan pemahaman dan ketepatan analisa 	10%
3, 4	Mahasiswa dapat Membedakan iklan komersila dan iklan layanan masyarakat.	<ul style="list-style-type: none"> • Karakteristik video iklan • Perbedaan tujuan iklan komersil vs non komersil • Ilmu sinematografi dalam periklanan 	- Diskusi Demonstrasi		<p>Mahasiswa mampu menganalisa kategori iklan komersi dan non komersil.</p> <p>Mahasiswa dapat mengidentifikasi kebutuhan ilmu sinematografi.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan menguraikan Pemahaman kategorisasi iklan • Kemampuan mendemonstrasikan ilmu sinematografi dasar dalam periklanan. 	10%
5,6,7	Mampu menyusun sebuah konsep video iklan komersil dari struktur hingga menentukan	<ul style="list-style-type: none"> • Ide dan perancangan dalam tahapan sinematografi iklan. • Konsep Briefing • Struktur dalam briefing 	- Diskusi - Discovering - Praktik		<p>Mahasiswa mampu melatih kepekaan sosial dalam memetakan konsep sebuah iklan.</p> <p>Mahasiswa mampu menuliskan struktur konsep brief produksi</p>	Konsep Brief sesuai ukuran baku secara umum	<ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan Analisis dalam menghasilkan konsep brief yang sesuai dengan produk iklan. 	15%

	gaya dan karakteristik video iklan.	sinematografi iklan.			sebuah iklan.			
8	Mahasiswa mampu merancang konsep iklan sebuah produk dari brainstorming hingga karakteristik video iklan,	<ul style="list-style-type: none"> Karakter Pencahayaan 	<ul style="list-style-type: none"> - Diskusi - Discovering - Praktik - Asistensi 		<p>Mahasiswa mampu merancang konsep iklan sebuah produk dari brainstorming dan sesuai kategori sinematografi iklan</p> <p>Mahasiswa mampu memberikan ide yang dilakukan secara bekerja bersama.</p>		<ul style="list-style-type: none"> Kemampuan menghasilkan luaran konsep iklan sebuah produk 	5%

MID SEMESTER

10, 11, 12,	Mahasiswa mampu Memahami tahapan kerja produksi sebuah video iklan komersil : - mampu membuat perencanaan pada pra produksi - Mampu melaksanakan proses tahap produksi - Mampu meyelesaikan dalam tahap pasca	Storyboard Iklan Komersil Tahapan Produksi Iklan Komersil Storyline Sound Effect Audio Dubbing	<ul style="list-style-type: none"> - Discovering - Demonstrasi - Asistensi - Praktik 		<p>Mampu membuat storyboard konseptual iklan komersil.</p> <p>Menerapkan sinematografi pada tahapan konsep iklan komersil</p> <p>Pembuatan sound effect dan audio dubbing</p>	<ul style="list-style-type: none"> ketepatan analisis kerapian sajian kreatifitas ide, kemampuan berkomunikasi 	Kemampuan efisien dalam menyesuaikan konsep ke dalam storyboard hingga pasca produksi	20%
-------------	---	--	--	--	---	--	---	-----

	produksi							
13	Mahasiswa mampu mendapatkan project dari klien untuk produksi sebuah iklan komersil	<ul style="list-style-type: none"> • Persiapan membuat reel Portofolio • Membuat Penawaran (quotation) ke klien • Menghitung Cost, time, and JobDesk 	<ul style="list-style-type: none"> - Discovering - Demonstrasi - Asistensi - Praktik 		<ul style="list-style-type: none"> • Mendapatkan klien (real project) • Berkomunikasi • Requirement • Produksi Tahap 1 	<ul style="list-style-type: none"> • kreatifitas ide, • kemampuan berkomunikasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Project • Ketepa 	10%
14	Mahasiswa mampu mengerjakan project dari klien untuk produksi sebuah iklan komersil sesuai penawaran	<ul style="list-style-type: none"> • Persiapan membuat linimasa pengerjaan project • Produksi tahap 2 	<ul style="list-style-type: none"> - Discovering - Demonstrasi - Asistensi - Praktik 	3 x 50 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Mendapatkan klien (real project) • Berkomunikasi • Requirement • Produksi Tahap 2 		<ul style="list-style-type: none"> • ketepatan analisis • kerapian sajian produksi • kreatifitas ide, • kemampuan berkomunikasi 	10 %
15	Mahasiswa mampu mengerjakan project dari klien untuk produksi sebuah iklan komersil sesuai penawaran	•	<ul style="list-style-type: none"> - Discovering - Demonstrasi - Asistensi - Praktik 	3 x 50 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Finishing Project Video Komersil 	•	<ul style="list-style-type: none"> • ketepatan analisis • kerapian sajian produksi • kreatifitas ide, • kemampuan berkomunikasi 	10 %
16	Mahasiswa mampu menyelesaikan project dari klien untuk produksi	•	<ul style="list-style-type: none"> - Discovering - Demonstrasi - Asistensi - Praktik 	3 x 50 menit	<ul style="list-style-type: none"> • Finishing Project Video Komersil 	<ul style="list-style-type: none"> • ketepatan analisis • kerapian sajian produksi • kreatifitas 	<ul style="list-style-type: none"> • ketepatan analisis • kerapian sajian produksi • kreatifitas 	10%

	sebuah iklan komersil sesuai penawaran					ide, • kemampuan berkomunikasi	ide, kemampuan berkomunikasi	
9	UAS							