

DOKUMEN KURIKULUM 2018-2023
PROGRAM SARJANA S1
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL



DEPARTEMEN DESAIN PRODUK
FAKULTAS ARSITEKTUR, DESAIN DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN (CPL) PROGRAM STUDI

1. CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN (CPL) PROGRAM STUDI

Program Studi	DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
Jenjang Pendidikan	SARJANA

Sikap	1.1	Bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius;
	1.2	Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral dan etika;
	1.3	Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan peradaban berdasarkan Pancasila;
	1.4	Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab pada negara dan bangsa;
	1.5	Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain;
	1.6	Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan;
	1.7	Taat hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara ;
	1.8	Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik;
	1.9	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri dan;
	1.10	Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan.
Ketrampilan umum	2.1	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;

	2.2	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur;
	2.3	Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni;
	2.4	Mampu menyusun deskripsi saintifik hasil kajian tersebut di atas dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi;
	2.5	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data;
	2.6	Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja dengan pembimbing, kolega, sejawat baik di dalam maupun di luar lembaganya.
	2.7	Mampu bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi serta evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggung jawabnya;
	2.8	Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada di bawah tanggung jawabnya, dan mampu mengelola pembelajaran secara mandiri;
	2.9	Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi.
Pengetahuan	3.1	Konsep teoritis tentang desain (<i>Design Theory</i>) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (<i>Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
	3.2	Konsep umum sejarah dan budaya desain dan pemaknaannya

	3.3	Konsep umum sosial budaya, ekologi, dan prinsip pelestarian lingkungan
	3.4	Metodologi desain secara mendalam;
	3.5	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
	3.6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
	3.7	Pengetahuan faktual material baku desain;
	3.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
	3.9	Pengetahuan faktual tentang jenis dan regulasi penyiaran, jurnalistik dan Informasi dan Transaksi Elektronik, perkembangan teknologi mutakhir di bidang desain komunikasi visual; dan
	3.10	Konsep dan prinsip kewirausahaan bidang desain komunikasi visual; meliputi konsep dan teknik membaca peluang, perhitungan biaya dan kelabaan, mencari sumber pembiayaan, dan pemasaran jasa perancangan komunikasi visual.
Ketrampilan Khusus	4.1	Mampu membuat karya desain komunikasi visual tercetak dan digital yang memiliki nilai tambah dan estetika untuk mengatasi permasalahan identitas, komunikasi massa, dan kompetisi yang dihadapi oleh pemangku kepentingan dengan tidak menimbulkan keresahan masyarakat dan mengganggu kelestarian lingkungan;
	4.2	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, pelestarian lingkungan, dan regulasi yang berlaku;
	4.3	Mampu melakukan analisis terhadap tingkat efisiensi pemanfaatan material dan waktu dalam proses produksi setiap alternatif prototipe solusi desain komunikasi

		visual yang dipilih, tanpa mengubah esensi dan estetika desain dan dengan tetap melestarikan lingkungan;
	4.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tetap; dan
	4.5	Mampu merintis usaha mandiri di sektor komunikasi visual

STRUKTUR MATA KULIAH SEMESTER

2. STRUKTUR MATA KULIAH TIAP SEMESTER

SEM.	MATA KULIAH					
8			TUGAS AKHIR DKV	MANAJEMEN DESAIN		
			8	3		
7		TECHNOPRENEURSHIP	DKV KONSEPTUAL	KERJA PRAKTEK	APRESIASI DESAIN	MARKETING DESAIN
		2	6	5	3	3
6		WAWASAN & APLIKASI TEKNOLOGI	DKV BRANDING	DESAIN ANTAR MUKA	PEMASARAN	MK. PILIHAN 2
		3	6	4	3	3
5		ANIMASI	DKV LINGKUNGAN	TEKNOLOGI GRAFIKA	METODOLOGI RISET DESAIN	MK. PILIHAN 1
		4	6	3	3	3
4		ILUSTRASI	DKV PROMOSI	KOMUNIKASI	PERIKLANAN	VIDEOGRAFI
		4	6	3	3	4
3		STUDI KREATIVITAS & METDES	DKV IDENTITAS	FOTOGRAFI	TIPOGRAFI	SEJARAH DKV
		3	6	4	4	3
2	BAHASA INDONESIA	PANCASILA	DASAR DKV 2	GAMBAR BENTUK 2	PENGENALAN LINGK. BINAAN	MATEMATIKA
	2	2	5	4	2	3
1	AGAMA	KEWARGANEGARAAN	DASAR DKV 1	GAMBAR BENTUK 1	BAHASA INGGRIS	FISIKA
	2	2	5	4	2	3

MK.KULIAH PILIHAN

SEM.	MK. PILIHAN 1				
GASAL	DESAIN EDITORIAL	DESAIN MERCHANDE	SINEMATOGRAFI	FOTOGRAFI EKSPERIMENT	KOMIK
	3	3	3	3	3
	MK. PILIHAN 2				
GENAP	DESAIN MOTIF GRAFIS	BRANDING KAWASAN	ANIMATION & GAME	KEMASAN	PERIKLANAN
	3	3	3	3	3

3. DAFTAR MATA KULIAH PROGRAM SARJANA

<i>Semester 1</i>			
No	Kode	Mata Kuliah	sks
1	DV184101	Dasar Desain Komunikasi Visual 1	5
2	DV184102	Gambar Bentuk 1	4
3	UG184914	Bahasa Inggris	2
4	UG184913	Kewarganegaraan	2
5	UG1849xy	Agama	2
6	SF184103	Fisika	3
		Jumlah sks	18
<i>Semester 2</i>			
No	Kode	Mata Kuliah	sks
1	DV184201	Dasar Desain Komunikasi Visual 2	5
2	DV184202	Gambar Bentuk 2	4
3	DW184200	Pengenalan Lingkungan Binaan	2
4	UG184911	Pancasila	2
5	UG184912	Bahasa Indonesia	2
6	KM184151	Matematika 1	3
		Jumlah sks	18
<i>Semester 3</i>			
No	Kode	Mata Kuliah	sks
1	DV184301	Desain Komunikasi Visual Identitas	6
2	DV184302	Tipografi	4
3	DV184303	Fotografi	4
4	DV184304	Sejarah Desain Komunikasi Visual	3
5	DV184305	Studi Kreatifitas dan Metodologi Desain	3
		Jumlah sks	20
<i>Semester 4</i>			
No	Kode	Mata Kuliah	sks
1	DV184401	Desain Komunikasi Visual Promosi	6
2	DV184402	Ilustrasi	4
3	DV184403	Videografi	4
4	DV184404	Periklanan	3

5	DV184405	Komunikasi	3
		Jumlah sks	20
<i>Semester 5</i>			
No	Kode	Mata Kuliah	sks
1	DV184501	Desain Komunikasi Visual Lingkungan	6
2	DV184502	Animasi	4
3	DV184503	Teknologi Grafika	3
4	DV184504	Metodologi Riset Desain	3
5	-----	Mk. Pilihan 1	3
		Jumlah sks	19
<i>Semester 6</i>			
No	Kode	Mata Kuliah	sks
1	DV184601	Desain Komunikasi Visual Branding	6
2	DV184602	Desain Antarmuka	4
3	DV184603	Pemasaran	3
4	UG184916	Wawasan dan Aplikasi Teknologi	3
5	-----	Mk. Pilihan 2	3
		Jumlah sks	19
<i>Semester 7</i>			
No	Kode	Mata Kuliah	sks
1	DV184701	Desain Komunikasi Konseptual	6
2	DV184702	Kerja Praktek	5
3	DV184703	Apresiasi Desain	3
4	DV184704	Marketing Desain	3
5	UG184915	Technopreneurship	2
		Jumlah sks	19
<i>Semester 7</i>			
No	Kode	Mata Kuliah	sks
1	DV184801	Tugas Akhir	8
2	DV184802	Manajemen Desain	3
		Jumlah sks	11

No	Kode	Mata Kuliah Pilihan	sks
<i>Semester Gasal</i>			
1	DV184505	Desain Editorial	3
2	DV184506	Desain Merchandise	3
3	DV184507	Sinematografi	3
4	DV184508	Fotografi Eksperimen	3
5	DV184509	Komik	3
<i>Semester Genap</i>			
6	DV184604	Desain Motif Grafis	3
7	DV184605	Branding Kawasan	3
8	DV184606	Animasi dan Game digital	3
9	DV184607	Desain Kemasan	3
10	DV184608	Periklanan	3

4. SUMBER DAYA MANUSIA

No	Kode	Mata Kuliah	Dosen Pengampu	Jenjang Pendidikan
1	DV184101	Dasar Desain Komunikasi Visual 1	Nugrahardi Ramadhani, S.Sn., M.T.	Sarjana
2	DV184102	Gambar Bentuk 1	Nugrahardi Ramadhani, S.Sn., M.T.	Sarjana
3	UG184914	Bahasa Inggris	MKU	Sarjana
4	UG184913	Kewarganegaraan	MKU	Sarjana
5	UG1849xy	Agama	MKU	Sarjana
6	SF184103	Fisika 1	MKU	Sarjana
7	DV184201	Dasar Desain Komunikasi Visual 2	R. EkaRizkiantono, S.Sn., M.Ds.	Sarjana
8	DV184202	Gambar Bentuk 2	Rabendra Yudistira Alamin, S.T., M.Ds.	Sarjana
9	DW184200	MK. Fakultas	MK. Fak.	Sarjana
10	UG184911	Pancasila	MKU	Sarjana
11	UG184912	Bahasa Indonesia	MKU	Sarjana
12	KM184151	Matematika 1	MKU	Sarjana
13	DV184301	Desain Komunikasi Visual Identitas	Senja Aprela Agustin, S.T., M.Ds.	Sarjana
14	DV184302	Tipografi	Bambang MardionoSoewito, S.Sn., M.Si.	Sarjana
15	DV184303	Fotografi	Bambang MardionoSoewito, S.Sn., M.Si.	Sarjana
16	DV184304	Sejarah Desain Komunikasi Visual	Senja Aprela Agustin, S.T., M.Ds.	Sarjana
17	DV184305	Studi Kreatifitas dan Metodologi Desain	Putri Dwitasari, S.T., M.Ds.	Sarjana
18	DV184401	Desain Komunikasi Visual Promosi	Kartika Kusuma Wardani, S.T., M.Si.	Sarjana
19	DV184402	Ilustrasi	Rabendra Yudistira Alamin, S.T., M.Ds.	Sarjana
20	DV184403	Videografi	Putri Dwitasari, S.T., M.Ds.	Sarjana

21	DV184404	Periklanan	R. EkaRizkiantono, S.Sn., M.Ds.	Sarjana
22	DV184405	Komunikasi	Kartika Kusuma Wardani, S.T., M.Si.	Sarjana
23	DV184501	Desain Komunikasi Visual Lingkungan	Denny IndrayanaSetyadi, S.T., M.Ds.	Sarjana
24	DV184502	Animasi	Didit Prasetyo, S.T., M.T.	Sarjana
25	DV184503	Teknologi Grafika	Sayatman, S.Sn., M.Si.	Sarjana
26	DV184504	Metodologi Riset Desain	Nurina Orta Darmawati, S.T., M.Ds	Sarjana
27	-----	Mk. Pilihan 1		Sarjana
28	DV184601	Desain Komunikasi Visual Branding	R. EkaRizkiantono, S.Sn., M.Ds.	Sarjana
29	DV184602	Desain Antarmuka	Nurina Orta Darmawati, S.T., M.Ds	Sarjana
30	DV184603	Pemasaran	Sabar, S.E., M.Si.	Sarjana
31	UG184916	Wawasan dan Aplikasi Teknologi	MKU	Sarjana
32	-----	Mk. Pilihan 2		Sarjana
33	DV184701	Desain Komunikasi Konseptual	Ir. BarotoTavip Indrojarwo, M.Si.	Sarjana
34	DV184702	Kerja Praktek	Sayatman, S.Sn., M.Si.	Sarjana
35	DV184703	Apresiasi Desain	Senja Aprela Agustin, S.T., M.Ds.	Sarjana
36	DV184704	Marketing Desain	Sabar, S.E., M.Si.	Sarjana
37	UG184915	Technopreneurship	MKU	Sarjana
38	DV184801	Tugas Akhir	Denny IndrayanaSetyadi, S.T., M.Ds.	Sarjana
39	DV184802	Manajemen Desain	Ir. BarotoTavip Indrojarwo, M.Si.	Sarjana
40	DV184505	Desain Editorial	Sayatman, S.Sn., M.Si.	Sarjana
41	DV184506	Desain Merchandise	Denny IndrayanaSetyadi, S.T., M.Ds.	Sarjana
42	DV184507	Sinematografi	Nugrahardi Ramadhani, S.Sn., M.T.	Sarjana
43	DV184508	Fotografi Eksperimen	Bambang MardionoSoewito, S.Sn., M.Si.	Sarjana
44	DV184509	Komik	Rabendra Yudistira Alamin, S.T., M.Ds.	Sarjana

45	DV184604	Desain Motif Grafis	Denny IndrayanaSetyadi, S.T., M.Ds.	Sarjana
46	DV184605	Branding Kawasan	Denny IndrayanaSetyadi, S.T., M.Ds.	Sarjana
47	DV184606	Animasi dan Game digital	Didit Prasetyo, S.T., M.T	Sarjana
48	DV184607	Desain Kemasan	Putri Dwitasari, S.T., M.Ds.	Sarjana
49	DV184608	Periklanan Lanjutan	Nurina Orta Darmawati, S.T., M.Ds	Sarjana

SILABUS MATA KULIAH

5. SILABUS MATA KULIAH

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Dasar Desain Komunikasi Visual 1
	Kode MK	DV184101
	Kredit	5
	Semester	1

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Dasar Desain Komunikasi Visual 1 adalah mata kuliah perancangan dasar yang berisi wawasan dan teori desain yang dipraktekkan untuk merancang media penyampaian pesan visual sederhana berpremis fungsi dan bentuk 2D (dwimitra)
--	---

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBANKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (<i>Design Theory</i>) secara umum dan minimal satu konsep teoritrs desain komunikasi visual (<i>Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P.5	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P. 6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikai yang tetap;

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M1	Mahasiswa mampu menganalisa elemen desain pada berbagai karya desain : garis, titik, bidang geometri, ruang, warna dan tekstur
M2	Mahasiswa mampu menganalisa prinsip-prinsip desain pada berbagai karya desain
M3	Mahasiswa mampu menerapkan prinsip desain dalam berbagai karya dwimitra

POKOK BAHASAN	
PB 1	Proses Desain Dwimitra
PB 2	Unsur/ Elemen Desain Dwimitra
PB 3	Prinsip- prinsip Desain Dwimitra
PB 4	Alat tata Desain (tangga/interval) Dwimitra
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• <i>David A. Lauer, Stephen Pentak (2012) Design Basics, 8th ed., Clark Baxter, USA</i> • <i>Sadjiman Ebdi Sanyoto (2009) Nirmana : Elemen-elemen Seni dan Desain, Jalasutra, Yogyakarta</i> • <i>Bambang Irawan & Priscilla (2013), Dasar-dasar Desain untuk arsitektur, interior, seni rupa, desain produk industri, dan desain komunikasi visual, Griya Kreasi, Jakarta.</i> • <i>Wallschlaeger, Charles & Cynthia Busic-Snyder. Basic Visual Concepts and Principles, for Artists, Architects, and Design. Wm. C. Brown. Brown Publishers. 1992.</i> • <i>Christian Leborg, <u>Visual Grammar</u>, Princeton Architectural Press: New York, 2004</i>	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Gambar Bentuk 1
	Kode MK	DV184102
	Kredit	4
	Semester	1

DESKRIPSI MATA KULIAH

	MK Gambar Bentuk adalah mata kuliah prasyarat tentang pengetahuan dan ketrampilan berpikir dan berkomunikasi visual melalui bahasa gambar
--	---

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEKANKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (<i>Design Theory</i>) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (<i>Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P. 6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tetap; dan

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M1	Mahasiswa mampu menggambar objek atau produk dengan logika struktur yang benar
M2	Mahasiswa mampu memiliki kepekaan estetika
M3	Mahasiswa mampu memahami prinsip estetika
M4	Mahasiswa mampu menerapkan prinsip estetika dalam bentuk, proporsi, skala, harmoni, tekstur, dlsb.

POKOK BAHASAN

PB 1	Eksplorasi garis, arsir dan tekstur
PB 2	Komposisi geometri, objek, still life, manusia

PB 3	Gambar Perspektif, Isometri, Lanscape, objek, manusia, suasana
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• Butkus, Michael, Walter T. Foster & Michele Maltseff, <i>The Art of Basic Drawing</i>, Walter Foster Publishing, 2005 • Loomis, Andrew, <i>Figure Drawing for All It's Worth</i>, New York: The Viking Press, 1966 • <i>The Drawing Book</i> • <i>Drawing The Head and Hands</i> • <i>Sketching People</i> • <i>Drawing Dynamic Hands</i> • <i>Drawing Human Anatomy</i> • <i>Dynamic Drawing Animal</i>	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Dasar Desain Komunikasi Visual 2
	Kode MK	DV184201
	Kredit	5
	Semester	2

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Mata kuliah Dasar Desain Komunikasi Visual 2 adalah sebuah mata kuliah yang mempelajari prinsip-prinsip desain dengan menggunakan berbagai macam material dan mengolahnya menjadi bentuk-bentuk karya 3D yang memiliki nilai Estetika
--	---

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBAHKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (<i>Design Theory</i>) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (<i>Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P.2	Konsep umum sejarah dan budaya desain dan pemaknaannya;
P.3	konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P. 6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tetap; dan

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M1	Mahasiswa mampu menguasai prinsip-prinsip mendesain dalam membuat sebuah karya desain yang bersifat 3D
M2	Mahasiswa mampu mengenal karakteristik sifat dan material yang digunakan dalam membuat karya-karya desain yang bersifat 3D
M3	Mahasiswa mampu mengeksplorasi berbagai macam bentuk 3D dengan berbagai macam teknik
M4	Mahasiswa mampu menampilkan nilai-nilai estetika ke bentuk 3D dengan menggunakan unsur-unsur, keseimbangan, kesatuan,

	komposisi, ritme dan irama
POKOK BAHASAN	
PB 1	Eksplorasi Kertas
PB 2	Eksplorasi Struktur
PB 3	Eksplorasi Organik
PB 4	Eksplorasi Bentuk
PB 5	Eksplorasi Mix Media
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• Wucius Wong. 1996. <i>Asas-asas Merancang Trimatra</i>. • Sadjiman Ebdi Sanyoto. 2005. <i>Nirmana Elemen-elemen Seni dan Desain</i>	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Gambar Bentuk 2
	Kode MK	DV184202
	Kredit	4
	Semester	2

DESKRIPSI MATA KULIAH

	MK Gambar Bentuk adalah mata kuliah prasyarat tentang pengetahuan dan ketrampilan berpikir dan berkomunikasi visual melalui bahasa gambar
--	---

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBANKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (<i>Design Theory</i>) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (<i>Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P. 6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tetap; dan

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M1	Mahasiswa mampu menggambar objek atau produk dengan logika struktur yang benar
M2	Mahasiswa mampu memiliki kepekaan estetika
M3	Mahasiswa mampu memahami prinsip estetika
M4	Mahasiswa mampu menerapkan prinsip estetika dalam bentuk, proporsi, skala, harmoni, tekstur, dlsb.

POKOK BAHASAN

PB 1	Eksplorasi media dan ragam cat air, acrylic/ oil
PB 2	Komposisi geometri, objek, still life, manusia

PB 3	Gambar Perspektif, Isometri, Lanscape, objek, manusia, suasana
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• Butkus, Michael, Walter T. Foster & Michele Maltseff, <i>The Art of Basic Drawing</i>, Walter Foster, 2005 • Loomis, Andrew, <i>Figure Drawing for All It's Worth</i>, New York: The Viking Press, 1966<i>The Drawing Book</i> • Guptill, Arthur L. 2008. <i>Drawing and Sketching in Pencil</i>. Dover Publications Inc. New York • Szunyoghy, Andras. 2016. <i>Anatomy Drawing School; Human and Animal</i>. Ulmann. Konigswinter • Ravet, Agethe. 2011. <i>Drawing Nature</i>. Bloomsbury Publishing PLC. London • Palmer, Matthew. 2014. <i>Watercolor for the Absolute Beginner</i>. Search Press Ltd. Tunbridge Wells • Watson, Deb. 2014. <i>Watercolor Basics</i>. Walter Foster Publishing. Laguna Hills CA	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Desain Komunikasi Visual Identitas
	Kode MK	DV184301
	Kredit	6
	Semester	3

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Desain Komunikasi Visual Identitas adalah mata kuliah perancangan berfokus pada penciptaan sebuah identitas perusahaan/ organisasi/ produk/ jasa melalui berbagai media identitas termasuk didalamnya logo, logotype, standar manual grafis, serta media terapannya.
--	--

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBANKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (<i>Design Theory</i>) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (<i>Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P.4	Metodologi desain secara mendalam;
P.5	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P.6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
KK.1	Mampu membuat karya desain komunikasi visual tercetak dan digital yang memiliki nilai tambah dan estetika untuk mengatasi permasalahan identitas, komunikasi massa, dan kompetisi yang dihadapi oleh pemangku kepentingan dengan tidak menimbulkan keresahan masyarakat dan mengganggu kelestarian lingkungan;
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, pelestarian lingkungan, dan regulasi yang berlaku; mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain

	komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tetap; dan
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tetap;
KK.9	Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi.
CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH	
M1	Mahasiswa mampu merancang identitas baik logo (logogram dan logotype ataupun logotype saja)
M2	Mahasiswa mampu merancang identitas visual (visual identity system)
M3	Mahasiswa mampu menerapkan identitas visual keberbagai media secara terintegrasi
POKOK BAHASAN	
PB 1	Elemen dan Prinsip Desain Identitas
PB 2	Logo dan Visual Identity
PB 3	Metode perancangan desain identitas visual
PB 4	Proses perancangan desain identitas
PB 5	Media terapan identitas
PB 6	Dokumen Desain Identitas : Portofolio dan Standar Manual Grafis
PRASYARAT	
	Dasar Desain Komunikasi Visual 1; Dasar Desain Komunikasi Visual 2

PUSTAKA

- Catharine Slade-Brooking, *Creating Brand Identity: a guide for designer. Paperback*, 2016
- Jorge Frascara, *Communication Design: Principles, Methods, and Practice*, Allworth Press, 2004.
- Mendiola B. Wiryawan, *Kamus Brand: A-Z*, Red & White Pub., 2008.
- Surianto Rustan, *Mendesain Logo*, Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Timothy Samara, *Design Elements: A Graphic Style Manual*, Rockport Publisher, Inc, 2007

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Tipografi
	Kode MK	DV184302
	Kredit	4
	Semester	3

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Mata kuliah Tipografi merupakan mata kuliah penunjang perancangan yang mempelajari tentang sejarah tipografi, anatomi huruf, karakter huruf, komposisi huruf, pengetahuan tentang editorial layout hingga aplikasi eksperimen tipografi yang dapat memberikan kejelasan informasi dalam suatu media.
--	--

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBANKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (Design Theory) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model) secara mendalam;
P.2	Konsep umum sejarah dan budaya desain dan pemaknaannya;
P.3	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P.6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tetap; dan
KK.5	Mampu merintis usaha mandiri di sektor komunikasi visual

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M.1	Mahasiswa mampu membuat dan membaca font sebagai bahasa dan tanda
M.2	Mahasiswa mampu menciptakan pesan bentuk teks dalam kaitannya dengan perancangan DKV
M.3	Mahasiswa mampu berpikir kreatif dalam memvisualkan huruf
M.4	Mahasiswa mempunyai kepekaan dalam mengolah font dalam

	aplikasinya pada media DKV
M.5	Mahasiswa mampu mempresentasikan karya visual tipografinya yang berkaitan dengan perancangan
POKOK BAHASAN	
PB.1	Sejarah tipografi
PB.2	Anatomi tipografi
PB.3	Komposisi tipografi
PB.4	Inisial aksara
PB.5	Editorial & layout
PB.6	Eksperimental tipografi
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• Ambrose, Gavin, Haris, Paul, (2006) <i>The Fundamentals of Typography</i>, Ava Publishing • Kusrianto, A (2010), <i>Pengantar Tipografi</i>, Elex Media Komputindo, Jakarta • Rustan, Surianto (2011), <i>Huruf Font Tipografi</i>, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta • Rustan, Surianto (2009), <i>Layout Dasar dan Penerapannya</i>, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta • Rustan, Surianto (2009), <i>Mendesain Logo</i>, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta • Sihombing, Danton (2001), <i>Tipografi dalam desain grafis</i>, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Fotografi
	Kode MK	DV184303
	Kredit	4
	Semester	3

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Mata kuliah Fotografi merupakan mata kuliah penunjang perancangan yang mempelajari tentang ruang lingkup sejarah fotografi, pengenalan alat dan bahan, variabel lighting, sistem proyeksi image yang dapat memberikan pemahaman tentang fotografi sebagai unsul visual dalam terapan Desain Komunikasi Visual
--	---

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBANKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (Design Theory) secara umum dan minimal satu konsep teoritrs desain komunikasi visual (Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model) secara mendalam;
P.2	Konsep umum sejarah dan budaya desain dan pemaknaannya;
P.3	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P.6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikai yang tetap; dan
KK.5	Mampu merintis usaha mandiri di sektor komunikasi visual

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M.1	Mahasiswa mampu mengoprasionalakan alat dalam pemotretan secara benar dan tepat
M.2	Mahasiswa mampu menciptakan bentuk pencahayaan yang tepat dalam membuat foto
M.3	Mahasiswa mampu membuat objek foto dengan beragam karakter
M.4	Mahasiswa mampu menerapkan hasil fotografinya ke dalam segala bentuk media

M.5	Mahasiswa mampu mempresentasikan karya fotografinya yang berkaitan dengan perancangan DKV
POKOK BAHASAN	
PB.1	Sejarah Fotografi
PB.2	Teori pengenalan alat dan bahan
PB.3	Teori dan pengenalan lighting
PB.4	Pengetahuan tentang karakter objek
PB.5	Fotografi kompetensi
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• Denton, John & Adam D. (2012), <i>One Light Flash</i>, Ilex Press, UK. • Freeman, Michael. (2008), <i>Mastering Digital Photography</i>, Ilex Press, UK. • Graham Diprose & Jeff Robins. (2012), <i>Photography: The How Basic</i>, Thames & Hudson Ltd, UK. • Kelby, Scott. (2007), <i>The Digital Photography Book</i>, Peachpit Press. • McGovern, Thomas. (2003), <i>Alpha Teach Yourself Black and White Photography in 24 Hours</i> atau <i>Belajar Sendiri dalam 24 jam Fotografi Hitam Putih</i>, terjemahan Eko Armunanto. (2003), Penerbit Andi, Yogyakarta. • Peterson, Bryan. (2011), <i>Understanding Flash Photography</i>, Amphoto Books, imprint of the Crown Publishing Group, NY. • Schuneman, R. Smith. (1972), <i>Photographic Communication</i>, Focal Press, London - Soedjono, Soeprapto. (2006), <i>Pot-Pourri Fotografi</i>, Penerbit Univ. Trisakti, Jakarta.	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Sejarah Desain Komunikasi Visual
	Kode MK	DV184304
	Kredit	3
	Semester	3

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Mata kuliah yang mempelajari sejarah dan gaya desain komunikasi visual dari era revolusi industri hingga postmodernisme, baik dunia maupun Indonesia yang dapat menjadi panduan pengetahuan bagi mahasiswa dalam mengembangkan karya yang bermuatan sejarah DKV.
--	--

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBANKAN MATA KULIAH

P.2	Konsep umum sejarah dan budaya desain dan pemaknaannya;
P.3	Konsep umum sosial budaya, ekologi, dan prinsip pelestarian lingkungan;

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M1	Mahasiswa memahami sejarah dan berbagai gaya DKV yang terjadi era revolusi industri dari era <i>Victorian, Art and Craft Movement</i> hingga <i>Art Nouveau</i> .
M2	Mahasiswa memahami sejarah dan berbagai gaya DKV di era Modernisme Awal (<i>Plakatstil dan Wiener Werkstatte</i>) dan Modern (<i>Futurisme, Konstruktivisme, De Stijl, Bauhaus, New Typography, Art Deco, Dada dan Heroic Realism</i>).
M3	Mahasiswa memahami sejarah dan berbagai gaya DKV di era Akhir Modernisme (<i>Swiss International Style, Corporate Style, Eclectic, Polish, Psychedelic dan Japanese</i>) dan Posmodernisme (<i>Memphis, American New Wave, Punk, European New Wave</i>)

POKOK BAHASAN

PB 1	Era revolusi industri dari era <i>Victorian, Art and Craft Movement</i> hingga <i>Art Nouveau</i> .
PB 2	Modernisme Awal (<i>Plakatstil dan Wiener Werkstatte</i>) dan Modern (<i>Futurisme, Konstruktivisme, De Stijl, Bauhaus, New Typography, Art Deco, Dada dan Heroic Realism</i>).
PB 3	Modernisme (<i>Swiss International Style, Corporate Style, Eclectic,</i>

	<i>Polish, Psychedelic dan Japanese)</i> dan Posmodernisme (<i>Memphis, American New Wave, Punk, European New Wave</i>)
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• <i>Jorge Frascara, Communication Design: Principles, Methods, and Practice, Allworth Press, 2004.</i> • <i>Hanny Kardinata, Desain Grafis Indonesia dalam Pusaran Desain Grafis Dunia, DGI Press, 2015.</i> • <i>Steven Heller and Seymour Chwast, Graphic Style: From Victorian to Post-Modern, Abrams, 1994.</i> • <i>Philip B. Meggs and Alston W. Purvi, Megg's History of Graphic Design, Willey & Sons, 1998.</i>	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Studi Kreatifitas dan Metodologi Desain
	Kode MK	DV184305
	Kredit	3
	Semester	3

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Studi Kreatifitas dan Metodologi Desain adalah mata kuliah pengetahuan dan penerapan proses berpikir kreatif serta metode desain dalam menghasilkan karya Desain Komunikasi Visual. Mata kuliah ini berisikan beberapa aktifitas proses kreatif, serta pengenalan tahapan-tahapan dalam menghasilkan karya desain.
--	--

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBAHKAN MATA KULIAH

P.4	Metodologi desain secara mendalam;
P.5	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P.6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
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, pelestarian lingkungan, dan regulasi yang berlaku;

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M1	Mahasiswa mampu berpikir kreatif, berpikir imajinatif serta mampu mengkomunikasikan apa yang telah dihasilkan
M2	Mahasiswa mampu memiliki ketrampilan dalam mengembangkan gagasan melalui pola pikir yang kreatif tetapi terstruktur dan terukur untuk memecahkan masalah desain, melalui metode <i>generating idea : brainstorming</i>
M3	Mahasiswa mampu memecahkan masalah desain melalui pendekatan

	kreatif yang <i>out of the box</i>
POKOK BAHASAN	
PB 1	<i>Object Thinking: Why, mind mapping, identify problem</i>
PB 2	<i>Disruptive and detournement : Brainstorming, Biomimicry, lateral thinking</i>
PB 3	Teknik SCAMPER
PB 4	<i>Alternative methods: Ethnophoto</i>
PB 5	<i>Creative Experience: Bisnis model</i>
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• Adams, J. L. (2001). <i>Conceptual Blockbusting: A guide to better ideas</i> (4th Edition ed.). Massachussets: Perseus Publishing. • Burleson, W. (2005). <i>Developing creativity, motivation, and self-actualization with learning system. International Journal of Human-Computer Studies</i>, 63, 436-451. • Renanda, R. (2014). <i>Mencuri Kreativitas Desainer</i>. Jakarta, Indonesia:Transmedia Pustaka. • Wilde, J., & Wilde, R. (2000). <i>Visual Literacy: A Conceptual Approach to graphic Problem Solving Paperback</i>	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Desain Komunikasi Visual Promosi
	Kode MK	DV184401
	Kredit	6
	Semester	4

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Desain Komunikasi Visual Promosi adalah mata kuliah perancangan berfokus pada penciptaan strategi dan media promosi sebuah perusahaan/organisasi/produk/jasa / event/ program melalui berbagai media yang terintegrasi
--	--

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBAHKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (<i>Design Theory</i>) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (<i>Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P.4	Metodologi desain secara mendalam;
P.5	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P.6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
P.7	Pengetahuan faktual material baku desain;
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
P.9	Pengetahuan faktual tentang jenis dan regulasi penyiaran, jurnalistik dan Informasi dan Transaksi Elektronik, perkembangan teknologi mutakhir di bidang desain komunikasi visual; dan
KK.1	Mampu membuat karya desain komunikasi visual tercetak dan digital yang memiliki nilai tambah dan estetika untuk mengatasi permasalahan identitas, komunikasi massa, dan kompetisi yang dihadapi oleh pemangku kepentingan dengan tidak menimbulkan keresahan masyarakat dan mengganggu kelestarian lingkungan;

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, pelestarian lingkungan, dan regulasi yang berlaku; mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tetap; dan
KK.3	Mampu melakukan analisis terhadap tingkat efisiensi pemanfaatan material dan waktu dalam proses produksi setiap alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual yang dipilih, tanpa mengubah esensi dan estetika desain dan dengan tetap melestarikan lingkungan;
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tetap;
KK.5	Mampu merintis usaha mandiri di sektor komunikasi visual
KK.9	Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi.
KU.5	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data;
KU.9	Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi.
CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH	
M1	Mahasiswa memahami definisi merek dan permerekan
M2	Mahasiswa memahami dinamika gaya hidup masyarakat, kebutuhan

	informasi dan media
M3	Mahasiswa mempelajari, memahami dan menganalisa problematika merek dan grup sasaran promosi/kampanye dari berbagai metode pencarian data
M4	Mahasiswa mampu membuat strategi komunikasi visual dan media berdasarkan data yang sudah diperoleh
M5	Mahasiswa mampu membuat konsep visual menggunakan <i>creative brief</i>
M6	Mahasiswa mampu membuat alternatif desain dan melakukan reduksi alternative berdasarkan kriteria yang telah dibuat
M7	Mahasiswa mampu menimplementasikan desain terpilih pada media yang telah ditentukan
M8	Mahasiswa mampu membuat portofolio, dan pameran
POKOK BAHASAN	
PB 1	Definisi merek, dan permerekan
PB 2	Definisi pengguna/komunikan
PB 3	Perencanaan entitas, pengalaman merek, pengalaman pengguna/komunikan
PB 4	Metode kreatif perancangan desain komunikasi visual
PB 5	Periklanan, kampanye dan kehumasan
PRASYARAT	
	Desain Komunikasi Visual Identitas
PUSTAKA	
• Jonathan Baldwin, <i>Visual Communication: from theory to practice</i>, Lausanne: Ava Book, 2006 • Bill Chitty, <i>4th Edition Integrated Marketing Communication</i>, Australia: Cengage Learning, 2015 • Marco Spies, <i>Branded Interactions: Creating Digital the Experience</i>. UK: Thames & Hudson, 2015 • Rachmat Kriyanto, <i>Public relations writing: Teknik produksi media public relations dan publisitas korporat</i>. Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2008 • Ronald Lane, <i>Klepper's Advertising Procedure</i>, 6th Edition, New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2005	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Ilustrasi
	Kode MK	DV184402
	Kredit	4
	Semester	4

DESKRIPSI MATA KULIAH

	<i>Mata Kuliah Ilustrasi merupakan mata kuliah yang berisi pengetahuan dan ketrampilan ilustrasi, serta media terapan ilustrasi dalam berbagai karya desain komunikasi visual seperti, komik, infografis, novel grafis, dlsb.</i>
--	---

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBANKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (<i>Design Theory</i>) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (<i>Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P.5	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P.6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
P. 8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
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, pelestarian lingkungan, dan regulasi yang berlaku;
KK.5	Mampu merintis usaha mandiri di sektor komunikasi visual

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M1	Mahasiswa mampu memahami studi karakter tiap-tiap media ilustrasi
M2	Mahasiswa mampu menganalisa kemungkinan konsep eksekusi pada masing-masing media
M3	Mahasiswa mampu merancang konsep ilustrasi yang sesuai dengan hasil studi media
M4	Mahasiswa mampu menghasilkan karya ilustrasi berupa mock-up pada

	tiap-tiap media
POKOK BAHASAN	
PB 1	Studi Eksplorasi Gaya
PB 2	Perancangan Ilustrasi Serial
PB 3	Perancangan Ilustrasi Editorial
PB 4	Perancangan Ilustrasi Komik
PB 5	Perancangan Ilustrasi Infografik
PB 6	Perancangan Ilustrasi Buku Anak
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• Loomis, Andrew. 2012. <i>Creative Illustration</i>. Titan Books Ltd. London • Hart, John. 2008, <i>The Art of Storyboard</i>, Elsevier Publisher. United Kingdom • McCloud, Scott, 1994, <i>Understanding Comics : The Invisible Art</i>. William Morrow Paperbacks • Crossley, Kevin. 2014. <i>Character Design From The Ground Up</i>. Taylor & Francis Ltd. Abingdon • Bancroft, Tom. 2006. <i>Creating Characters with Personality</i>. Watson-Guptill. New York.	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Videografi
	Kode MK	DV184403
	Kredit	4
	Semester	4

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Mata kuliah Videografi merupakan mata kuliah pengetahuan dan ketrampilan menggunakan media rekam video sebagai alat dalam menghasilkan karya video untuk kebutuhan menyampaikan pesan kepada khalayak melalui medium video. Beberapa karya videografi salah satunya adalah video instruksional, video komersial profil, video blog, dlsb.
--	---

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBANKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (<i>Design Theory</i>) secara umum dan minimal satu konsep teoritrs desain komunikasi visual (<i>Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P.4	Metodologi desain secara mendalam;
P.5	konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P. 7	Pengetahuan faktual material baku desain;
P. 8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
P. 9	Pengetahuan faktual tentang jenis dan regulasi penyiaran, jurnalistik dan Informasi dan Transaksi Elektronik, perkembangan teknologi mutakhir di bidang desain komunikasi visual;
KK.1	Mampu membuat karya desain komunikasi visual tercetak dan digital yang memiliki nilai tambah dan estetika untuk mengatasi permasalahan identitas, komunikasi massa, dan kompetisi yang dihadapi oleh pemangku kepentingan dengan tidak menimbulkan keresahan masyarakat dan mengganggu kelestarian lingkungan;
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, pelestarian lingkungan, dan regulasi yang berlaku;
KK.3	Mampu melakukan analisis terhadap tingkat efisiensi pemanfaatan material dan waktu dalam proses produksi setiap alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual yang dipilih, tanpa mengubah esensi dan estetika desain dan dengan tetap melestarikan lingkungan;
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tetap; dan
KK.5	Mampu merintis usaha mandiri di sektor komunikasi visual
CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH	
M1	Mahasiswa mampu memahami teknik dasar operasi media rekam video
M2	Mahasiswa mampu memahami dan mampu mengkomunikasikan sebuah pesan melalui gambar video
M3	Mahasiswa mampu memahami dan mampu memberikan argument tentang penerapan beberapa prinsip dasar videografi seperti komposisi, warna, timing.
M4	Mahasiswa mampu membuat perencanaan sederhana pembuatan karya videografi, khususnya para tahap perencanaan storyboard.
M5	Mahasiswa mampu mengapresiasi beberapa gaya pengambilan gambar media rekam yang populer.
M6	Mahasiswa memiliki motivasi untuk mengeksplorasi beberapa gaya eksperimen karya videography dengan berbagai perangkat yang terbatas.
POKOK BAHASAN	
PB 1	Pengenalan kamera: <i>White Balanced, Shutter Speed, ISO, Dynamic Range. Videography Workflow : Preproduction, Production, Post Production.</i>
PB 2	<i>Camera movement: Type and mood, indoor/outdoor</i>

PB 3	<i>Story and storyboard: Timming, characters, visual, setting, acting, script, music</i>
PB 4	<i>Creative videography: Experiment short movie</i>
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• Douglas Katz, Steven. <i>Film Directing Shot by Shot : Visualizing from Concept to Screen</i>. Gulf Professional Publishing. 1991 • Dancyger's, Ken. <i>The Technique of Film & Video Editing: History, Theory, and Practice</i>. Focal Press. 2006 • <i>101 Filmmaking Tips and Tricks</i>. Premium Beat. 2015	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Periklanan
	Kode MK	DV184404
	Kredit	3
	Semester	4

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Periklanan adalah mata kuliah yang mempelajari dan memberikan gambaran dunia kerja ataupun industry dalam periklanan serta mempelajari iklan sebagai sebuah cara di dalam menyampaikan gagasan dengan cara yang terintegrasi melalui kegiatan IMC dengan mengolah Bahasa rupa maupun tulisan secara kreatif
--	---

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBAHKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (<i>Design Theory</i>) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (<i>Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P.2	Konsep umum sejarah dan budaya desain dan pemaknaannya;
P.3	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P. 6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tetap; dan

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M1	Mahasiswa memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik mengenai ruang lingkup, industri dan keprofesian dalam periklanan.
M2	Mahasiswa mampu memahami maksud, tujuan, dan merancang suatu kegiatan IMC
M3	Mahasiswa mampu memahami karakteristik berbagai media yang digunakan dalam periklanan

M4	Mahasiswa mampu membuat dan mengeksplorasi berbagai macam kemungkinan New Media seperti Socmed yang dapat digunakan sebagai medium untuk menyampaikan pesan
M5	Mahasiswa mampu mengeksplorasi dan mengembangkan big idea suatu campaign dengan pendekatan kreatif melalui kekuatan copywrite maupun visual
M6	Mahasiswa mampu menyusun dan merancang strategi campaign
POKOK BAHASAN	
PB 1	Introduksi <i>Integrated Marketing Communication</i>
PB 2	Segmentasi, target, dan Positioning
PB 3	Menetapkan Tujuan dan anggaran
PB 4	Analisis dan Perencanaan Media
PB 5	<i>Copywrite, tagline</i> dan naskah Iklan
PB 6	Konsep kreatif dan Visual
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• Ken Burtenshaw, Nik Mahon, Caroline Barfoot. 2006. <i>The Fundal Of Creative Advertising</i> • Muhammad jaiz, 2014. <i>Dasar-dasar Periklanan</i> • Jean Grow, Tom Altstiel. 2006. <i>Advertising Strategy</i> • Terence A. Shimp, J. Craig Andrews, 2012. <i>Advetising, Promotion, and others aspects of Integrated Marketing Communication</i>	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Komunikasi
	Kode MK	DV184405
	Kredit	3
	Semester	4

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Mata kuliah Komunikasi merupakan mata kuliah pengetahuan tentang, jenis, ragam, proses, serta strategi komunikasi khususnya dalam kaitan media massa.
--	---

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBAHKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (<i>Design Theory</i>) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (<i>Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P.2	Konsep umum sejarah dan budaya desain dan pemaknaannya;
P.3	Konsep umum sosial budaya, ekologi, dan prinsip pelestarian lingkungan;
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
P.9	Pengetahuan faktual tentang jenis dan regulasi penyiaran, jurnalistik dan Informasi dan Transaksi Elektronik, perkembangan teknologi mutakhir di bidang desain komunikasi visual; dan

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M1	Mahasiswa mampu mengenal latar belakang definisi komunikasi berdasarkan perkembangan teknologi
M2	Mahasiswa mampu memahami bagian-bagian dalam proses komunikasi dan unsur-unsur penunjang komunikasi efektif
M3	Mahasiswa mampu memahami berbagai ragam komunikasi dan mampu menganalisa penggunaannya dalam aplikasi desain komunikasi visual
M4	Mahasiswa mampu melakukan praktik komunikasi dalam mengutarakan ide/ gagasan serta pembentukan kesan yang positif di hadapan public
M5	Mahasiswa memahami bahasa tanda dalam tampilan karya desain

	komunikasi visual
M6	Mahasiswa memahami batasan etis dalam karya-karya desain komunikasi visual
POKOK BAHASAN	
PB 1	Definisi Komunikasi
PB 2	Komunikasi Interpersonal, Komunikasi Kelompok, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Public
PB 3	Komunikasi dan Media
PB 4	Komunikasi antar budaya
PB 5	Semiotika
PB6	Etika Komunikasi
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• <i>Jalaluddin Rakhmat, Psikologi Komunikasi, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004</i> • <i>Jonathan Baldwin, Visual Communication: from theory to practice, Lausanne: Ava Book, 2006</i> • <i>Bill Chitty, 4th Edition Integrated Marketing Communication, Australia: Cengage Learning, 2015</i> • <i>Marco Spies, Branded Interactions: Creating Digital the Experience. UK: Thames & Hudson, 2015</i> • <i>Rachmat Kriyanto, Public relations writing: Teknik produksi media public relations dan publisitas korporat. Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2008</i> • <i>Bertens, Etika, Yogyakarta: Kanisius, 2</i> • <i>Sarah Trenholm, Thinking Through Communication: An Introduction to the Study of Human Communication, Sixth Edition</i>	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Desain Komunikasi Visual Lingkungan
	Kode MK	DV184501
	Kredit	6
	Semester	5

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Desain Komunikasi Visual Lingkungan atau sering dikenal dengan Desain Grafis Lingkungan (<i>Environmental Graphic Design</i>) adalah mata kuliah perancangan yang berfokus pada penciptaan signage, wayfinding, placemaking sebagai media penyampaian pesan dan informasi ruang. Pengetahuan tentang proses, metode, penyusunan dokumen kerja, pembuatan maket, serta penyajian karya menggunakan gambar 2D dan 3D merupakan bagian dalam kegiatan terintegrasi pada mata kuliah perancangan Desain Komunikasi Visual Lingkungan ini
--	--

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBANKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (<i>Design Theory</i>) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (<i>Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P.2	Konsep umum sejarah dan budaya desain dan pemaknaannya;
P.3	Konsep umum sosial budaya, ekologi, dan prinsip pelestarian lingkungan;
P.4	Metodologi desain secara mendalam;
P.5	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P.6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
P.7	Pengetahuan faktual material baku desain;
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
KK.1	Mampu membuat karya desain komunikasi visual tercetak dan digital yang memiliki nilai tambah dan estetika untuk mengatasi permasalahan identitas, komunikasi massa, dan kompetisi yang dihadapi oleh

	pemangku kepentingan dengan tidak menimbulkan keresahan masyarakat dan mengganggu kelestarian lingkungan;
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, pelestarian lingkungan, dan regulasi yang berlaku; mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tetap; dan
KK.3	Mampu melakukan analisis terhadap tingkat efisiensi pemanfaatan material dan waktu dalam proses produksi setiap alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual yang dipilih, tanpa mengubah esensi dan estetika desain dan dengan tetap melestarikan lingkungan;
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tetap;
KK.5	Mampu merintis usaha mandiri di sektor komunikasi visual
KU.1	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;
KU.5	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data;
KU.9	Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi.

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH	
M1	Mampu memiliki pemahaman terhadap fungsi, peran dan peluang EGD dalam menciptakan identitas/brand, komunikasi sebuah ruang tertentu
M2	Mampu memiliki pengetahuan tentang kategori EGD dalam berbagai jenis tempat/ruang
M3	Mampu menganalisa permasalahan EGD secara umum dan khusus dalam berbagai jenis tempat/ruang
M4	Mampu merumuskan sebuah pernyataan permasalahan dan tujuan perancangan EGD
M5	Mampu mengevaluasi kondisi eksisting EGD secara khusus berkaitan dengan aspek : fungsi, estetika, dan komunikasi
M6	Mampu merencanakan kegiatan riset EGD
M7	Mampu melaksanakan dan mengumpulkan data hasil riset secara lengkap dan sistematis
POKOK BAHASAN	
PB 1	Definisi, fungsi, peran dan peluang EGD
PB 2	Kategori EGD dalam berbagai jenis ruang
PB 3	Signage, Wayfinding & Placemaking.
PB 4	Latar Belakang permasalahan EGD : fenomena dan identifikasi
PRASYARAT	
	Desain Komunikasi Visual Promosi
PUSTAKA	
• <i>Craig M. Berger (2005), Wayfinding: Designing and Implementing Graphic Navigational Systems, Page One,</i> • <i>Jie Zhou, Muzi Guan, Liying Wang, Zhe Gao (2011) Graphic Design in Architecture, Design Media Publishing Limited</i> • <i>Gibson, D (2009) The Wayfinding Handbook : Information Design for Public Place, Princeton Architectural Press</i> • <i>Yu, J. (2014) Museum Display Design, Design Media Publishing Limited.</i> • <i>Kim Baer, Jill Vacarra (2008) Information Design Workbook: Graphic Approaches, Solutions, and Inspiration + 30 Case Studies, Rockport</i>	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Animasi
	Kode MK	DV184502
	Kredit	4
	Semester	5

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Mata kuliah Animasi Digital merupakan mata kuliah ketrampilan dan kemampuan menggunakan media komputer sebagai alat dalam menghasilkan karya pemodelan dan animasi untuk kebutuhan mengisi konten pada media elektronik atau cetak serta kebutuhan menyampaikan pesan kepada khalayak melalui medium video animasi. Beberapa karya animasi digital adalah serial animasi, trailer animasi, video presentasi simulasi produk atau jasa dan lain sebagainya.
--	--

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBAHKAN MATA KULIAH

P.1	Penerapan konsep 12 prinsip animasi seperti <i>solid drawing, secondary action, anticipation, pose to pose, exaggeration, appeal, squash and stretch, staging, arc, ease in and ease out, follow through and overlapping action</i> dan <i>timing</i> ;
P.4	Metode desain karakter secara mendalam;
P.5	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, dan komputer grafis;
P. 7	Pengetahuan material tekstur untuk objek 3 dimensi;
P. 8	Konsep umum, prinsip, dan teknik narasi film animasi;
P. 9	Pengetahuan faktual tentang jenis dan regulasi produksi animasi, industri animasi, perkembangan teknologi mutakhir di bidang animasi;
KK.1	Mampu membuat karya animasi yang tercetak atau digital yang memiliki nilai tambah dan estetika untuk mengatasi permasalahan kebutuhan konten animasi, komunikasi massa, dan kompetisi yang dihadapi oleh pemangku kepentingan dengan tidak menimbulkan keresahan masyarakat dan mengganggu kelestarian lingkungan;
KK.2	Mampu melakukan riset dan eksplorasi ide untuk menetapkan tujuan, sasaran komunikasi, dan prototipe solusi desain komunikasi visual

	berupa animasi yang dapat mengatasi permasalahan kebutuhan konten animasi, komunikasi massa, dan kompetisi dengan mempertimbangkan aspek etika, sejarah, budaya, konsekuensi sosial, teknologi, ekonomi, pelestarian lingkungan, dan regulasi yang berlaku;
KK.3	Mampu melakukan analisis terhadap tingkat efisiensi pemanfaatan teknologi dan waktu dalam proses produksi setiap alternatif prototipe solusi animasi dalam desain komunikasi visual, tanpa mengubah esensi dan estetika desain dan dengan tetap melestarikan lingkungan;
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi animasi dan desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah riset animasi dan
KK.5	Mampu merintis usaha mandiri di sektor animasi dan desain komunikasi visual

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M1	Mahasiswa mampu mengidentifikasi dan mengoperasikan perangkat lunak yang sesuai untuk pemodelan objek 3 dimensi.;
M2	Mahasiswa mampu merancang karakter animasi sesuai dengan prinsip animasi;
M3	Mahasiswa mampu merancang rigging pada wajah dan tubuh karakter animasi;
M4	Mahasiswa mampu layout lingkungan virtual dengan memperhatikan empasis, komposisi, spasi, penekanan pada prinsip desain;
M5	Mahasiswa mampu membuat animas dan komposisi gerakan karakter dan lingkungannya;
M6	Mahasiswa mampu melakukan proses render video animasi.

POKOK BAHASAN

PB 1	12 prinsip animasi
PB 2	<i>Modelling Object and Character</i>
PB 3	<i>Rigging and Animation Process</i>

PB 4	<i>Rendering and Editing Video</i>
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
● <i>1 Manrique, Michelangelo, “ Blender for animation and Film Based Production”, Paperback, CRC Press</i> ● <i>Blain, John M, “ The Complete Guide to Blender Graphics : Computer Modeling and Animation”, Paperback, CRC Press</i> ● <i>Hess, Rolan, “ Blender Foundation : The essential guide to learning Blender 2.6” Focal Press Elsevier, 2010</i> ● <i>Flavell, Lance, “Beginning Blender : Open source 3D modelling, animation and game design” Apress, 2010</i> ● <i>James chronister, “Blender Basic Classroom Tutorial Book 4th edition”, 2011</i>	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Teknologi Grafika
	Kode MK	DV184503
	Kredit	3
	Semester	5

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Teknologi Grafika merupakan mata kuliah ketrampilan dan kemampuan teknologi cetak dan penerbitan menggunakan software berbasis digital publishing dalam menghasilkan karya cetak penerbitan seperti buku, katalog, brosur, poster, dan serta penerbitan yang berbasis digital.
--	--

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBAHKAN MATA KULIAH

P.2	Konsep umum sejarah dan budaya desain dan pemaknaannya;
P.5	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P.6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
P.7	Pengetahuan faktual material baku desain;
P.9	Pengetahuan faktual tentang jenis dan regulasi penyiaran, jurnalistik dan Informasi dan Transaksi Elektronik, perkembangan teknologi mutakhir di bidang desain komunikasi visual; dan
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tetap; dan
KK.5	mampu merintis usaha mandiri di sektor komunikasi visual

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M1	Mahasiswa mampu mengenal sejarah perkembangan dan ragam teknologi cetak
M2	Mahasiswa mampu memahami prinsip dasar cetak dan metode cetak
M3	Mahasiswa mampu memahami proses dan alur produksi cetak

M4	Mahasiswa mampu memahami ragam material dan finishing cetak
M5	Mahasiswa mampu memahami konsep dan prinsip produksi warna cetak
M6	Mahasiswa mampu menghasilkan Artwork contoh karya desain komunikasi visual
POKOK BAHASAN	
PB 1	Sejarah Teknologi Printing
PB 2	Teknik Printing
PB 3	Teknologi Printing
PB 4	Proses Printing dan Alur kerja
PB 5	Material Printing dan Fini
PB 6	Manajemen Warna
PRASYARAT	
PUSTAKA	
• Edward Denison, Roger Fawcett-Tang, Jessica Glaser, Carolyn Knight, Loewy, and Scott Witham: <i>Print Formats and Finishes: The Designer's Illustrated Guide to Brochures, Catalogs, Bags, Labels, Packaging, and Promotion</i>. Roto Vision 2010. • Rob Sheppard, Hannah Doyle: <i>New Epson Complete Guide to Digital Printing</i>. Piqui Sterling Publishing Co. Inc. 2011. • Heller, Jules. <i>Print Making Today</i>, York University, 1972 • Dameria, Anne. <i>Panduan Designer dalam Produksi Cetak</i>, Link & Match • Dameria, Anne. <i>Color management</i>, Link & Match • Dameria, Anne. <i>Digital Workflow dalam Industri Grafika</i>, Link & Match • Dameria, Anne. <i>Designer Handbook dalam Produksi Cetak dan Digital Printing</i>	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Metodologi Riset Desain
	Kode MK	DV184504
	Kredit	3
	Semester	5

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Mahasiswa mampu memahami menerapkan pendekatan dan metode desain, baik yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif dengan menganalisis data-data primer maupun sekunder sesuai kebutuhan target audiens, di samping menerapkan eksplorasi visual dan komunikasi.
--	--

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBANKAN MATA KULIAH

P.4	Metodologi desain secara mendalam;
P. 8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
P. 10	Konsep dan prinsip kewirausahaan bidang desain komunikasi visual; dan konsep dan prinsip kewirausahaan bidang desain komunikasi visual, meliputi konsep dan teknik membaca peluang, perhitungan biaya dan kelabaan, mencari sumber pembiayaan, dan pemasaran jasa perancangan komunikasi visual.
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, pelestarian lingkungan, dan regulasi yang berlaku;
KK.3	Mampu melakukan analisis terhadap tingkat efisiensi pemanfaatan material dan waktu dalam proses produksi setiap alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual yang dipilih, tanpa mengubah esensi dan estetika desain dan dengan tetap melestarikan lingkungan;

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M1	Mahasiswa memahami konsep dasar sifat penelitian yakni kuantitatif/kualitatif, primer/ sekunder, riset formatif/sumatif serta penerapan dan studi kasusnya.
M2	Mahasiswa memahami macam-macam strategi dan taktik riset dalam

	DKV, terutama mengenai analisis kompetitor dan etnografi.
M3	Mahasiswa mampu menjabarkan perkembangan teknologi sehubungan dengan layar
M4	Mahasiswa memahami strategi riset pemasaran, user testing dan eksplorasi visual dalam perancangan DKV dengan mempertimbangkan minat dan kebutuhan target audiens untuk memecahkan permasalahan desain.
M5	Mahasiswa memahami proses desain oleh beberapa studi kasus cara berpikir desainer kenamaan dengan karakteristik gaya visual yang berbeda. Dilanjutkan dengan
M6	Mahasiswa menjabarkan metode riset kualitatif yang bersifat partisipatory
M7	Mahasiswa mampu menuliskan proyek, metode, konsep dan proses desain yang sedang dikerjakan di dalam kelas perancangan lainnya yang sedang berjalan.
POKOK BAHASAN	
PB 1	Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Jenis sumber data, Penelitian Formatif dan Sumatif
PB 2	Analisis competitor, Penelitian Etnografi
PB 3	Penelitian pemasaran, <i>User Testing</i> , Eksplorasi Visual
PB 4	Sistematika penulisan proposal
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• Frascara, Jorge. 2004. <i>Design Thinking, methods and principles</i>. Allworth Press. England • Edmund Burke Feldman. 1967. <i>Art as image and idea</i>, Englewood Cliffs. N.J. : Prentice-Hall, • Timothy Samara. 2007. <i>Design Elements: A Graphic Style Manual</i>, Rockport Publisher, Inc • David Bernan. 2010. <i>Do Good Design: Bagaimana Desainer dapat Mengubah Dunia</i>. Aikon.	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Desain Komunikasi Visual Branding
	Kode MK	DV184601
	Kredit	6
	Semester	6

DESKRIPSI MATA KULIAH

	DKV 4 Branding adalah sebuah mata kuliah perancangan yang mempelajari metode, strategi branding, menganalisa potensi brand suatu produk, jasa, organisasi ataupun kota untuk dikembangkan menjadi sebuah brand yang menonjol diantara brand kompetitornya
--	---

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEKANKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (<i>Design Theory</i>) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (<i>Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P.2	Konsep umum sejarah dan budaya desain dan pemaknaannya;
P.3	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P. 6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tetap; dan

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M1	Mahasiswa memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik mengenai ruang lingkup, industri dan keprofesian dalam periklanan.
M2	Mahasiswa mampu memahami maksud, tujuan, dan merancang suatu kegiatan IMC
M3	Mahasiswa mampu memahami karakteristik berbagai media yang

	digunakan dalam periklanan
M4	Mahasiswa mampu membuat dan mengeksplorasi berbagai macam kemungkinan New Media seperti Socmed yang dapat digunakan sebagai medium untuk menyampaikan pesan
M5	Mahasiswa mampu mengeksplorasi dan mengembangkan big idea suatu campaign dengan pendekatan kreatif melalui kekuatan copywrite maupun visual
M6	Mahasiswa mampu menyusun dan merancang strategi campaign
POKOK BAHASAN	
PB 1	Introduksi Integrated Marketing Comunication
PB 2	Segmentasi, target, dan Positioning
PB 3	Menetapkan Tujuan dan anggaran
PB 4	Analisis dan Perencanaan Media
PB 5	Copywrite, tagline dan naskah Iklan
PB 6	Konsep kreatif dan Visual
PRASYARAT	
	Desain Komunikasi Visual Lingkungan
PUSTAKA	
• Mono, 2005. <i>BRANDING: From Brief to Finished Solution</i> • David Aaker, 2015. <i>Aaker On Branding</i> • Marty Numeier. 2006. <i>The Brand Gap</i>. • Roger Lindeback, 2016. <i>Builbing A Brand Is Like Building A House</i> • Wally Olins, 2008. <i>Wally Olins: The Brand Handbook</i> • Wally Olins, 2008. <i>Wally Olins On Brand</i> • Wheeler, Alina. 2006, <i>Designing Brand identity</i>	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Desain Antarmuka
	Kode MK	DV184602
	Kredit	4
	Semester	6

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Pengembangan kompetensi mahasiswa dalam merancang desain antar muka, dengan memperhatikan unsur usability dari pengguna dan teknologi, untuk menghasilkan prototype yang memenuhi kaidah studi <i>user experience</i>
--	---

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBAHKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (<i>Design Theory</i>) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (<i>Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P.4	Konsep umum sosial budaya, ekologi, dan prinsip pelestarian lingkungan;
P.5	Metodologi desain secara mendalam;
P. 7	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P. 8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
P. 9	Pengetahuan faktual tentang jenis dan regulasi penyiaran, jurnalistik dan Informasi dan Transaksi Elektronik, perkembangan teknologi mutakhir di bidang desain komunikasi visual;
KK.5	mampu merintis usaha mandiri di sektor komunikasi visual

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M1	Mahasiswa mampu memahami ranah interaksi manusia dan komputer
M2	Mahasiswa mampu menguraikan psikologi manusia dan kebutuhan kognisi manusia yang dapat dipenuhi oleh layar
M3	Mahasiswa mampu menjabarkan perkembangan teknologi sehubungan

	dengan layar
M4	Mahasiswa mampu menjelaskan reaksi interaksi manusia dan komputer
M5	Mahasiswa mampu menyusun konsep desain antarmuka
M6	Mahasiswa mampu merancang konsep tersebut kedalam software yang sesuai dengan standar HCI
POKOK BAHASAN	
PB 1	Pengantar desain antar muka, <i>Human-Computer Interaction</i> , Psikologi Manusia, Teknologi berbasis layar
PB 2	<i>User Experience Design</i> , teknologi berorientasi kepada pengguna
PB 3	<i>Ideation Technique, Gamification</i>
PB 4	<i>User Oriented Design, User Testing</i>
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
- Whitworth, Brian. 2013. <i>The social design of technical system. Interaction Design Foundation.</i> - Bainbridge, William. 2004. <i>The Encyclopedia of Human Computer Interaction.</i> Berkshire. Great Barrington - Herger, Mario. 2013. <i>Gamification at Work, design engaging business software. Interaction Design Foundation.</i>	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Pemasaran
	Kode MK	DV184603
	Kredit	3
	Semester	6

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Mata Kuliah Manajemen Pemasaran adalah mata kuliah yang mengajarkan bagaimana pemasaran direncanakan, dijalankan, dikontrol dan dievaluasi untuk mendapatkan hasil yang optimal. Memperkenalkan konsep-konsep dasar yang relevan dengan proses perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan dalam bidang pemasaran, baik strategik manajerial maupun operasional, antara lain mencakup profil produk, profil konsumen, profil persaingan, segmentasi pasar, sasaran pasar, bauran pasar, perencanaan, pengendalian serta pengukuran keefektifan pasar dan sistem informasi pemasaran.
--	---

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBANKAN MATA KULIAH

P.4	Metodologi desain secara mendalam;
P.10	Konsep dan prinsip kewirausahaan bidang desain komunikasi visual; dan konsep dan prinsip kewirausahaan bidang desain komunikasi visual, meliputi konsep dan teknik membaca peluang, perhitungan biaya dan kelabaan, mencari sumber pembiayaan, dan pemasaran jasa perancangan komunikasi visual.
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, pelestarian lingkungan, dan regulasi yang berlaku;
KK.3	Mampu melakukan analisis terhadap tingkat efisiensi pemanfaatan material dan waktu dalam proses produksi setiap alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual yang dipilih, tanpa mengubah esensi dan estetika desain dan dengan tetap melestarikan lingkungan;

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M1	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep pemasaran, lingkungan pemasaran dan peluang pasar
M2	Mahasiswa mampu menjelaskan Strategi Pemasaran
M3	Mahasiswa mampu menjelaskan dan menganalisis Bauran pemasaran
M4	Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi pemasaran
M5	Menjelaskan dapat menjelaskan implementasi dan pengawasan terhadap usaha pemasaran
POKOK BAHASAN	
PB 1	Konsep pemasaran, lingkungan pemasaran dan peluang pasar
PB 2	Strategi Pemasaran
PB 3	Bauran pemasaran
PB 4	Komunikasi pemasaran
PB 5	Implementasi dan pengawasan terhadap usaha pemasaran
PRASYARAT	
PUSTAKA	
• <i>Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc. Kotler,</i> • <i>Philip & Gerry Armstrong, (2014): Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey:</i> • <i>Pearson Pretice Hall. Kotler, Philip & Armstrong (2012): Marketing Management 14th Edition New Jersey: Pretice Hall</i>	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Desain Komunikasi Konseptual
	Kode MK	DV184701
	Kredit	6
	Semester	7

DESKRIPSI MATA KULIAH

	MK DKV 5 (Konseptual) merupakan Mata Kuliah Pra TA sekaligus menjadi prasyarat untuk mengambil mata kuliah Tugas Akhir (TA). Pada mata kuliah ini mahasiswa belajar melakukan riset dan eksplorasi ide/gagasan sebagai solusi untuk menyelesaikan permasalahan desain di masyarakat dan lingkungannya. Tahapan proses belajar dimulai dari identifikasi masalah, tujuan, metode, analisa hingga konsep desain sebagai bagian dari pemecahan masalah yang dihadapi.
--	--

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBAHKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (<i>Design Theory</i>) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (<i>Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P.2	Konsep umum sejarah dan budaya desain dan pemaknaannya;
P.3	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P. 6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tetap; dan

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M1	Mahasiswa mampu mendefinisikan permasalahan, maksud dan tujuan desain yang dihadapi dan serta dapat memetakan metodologi sebagai langkah penyelesaiannya.
----	---

M2	Mahasiswa mampu menggali dan menganalisis data dan informasi yang relevan untuk menyusun konsep dan gagasan dalam memecahkan problema komunikasi visual yang dihadapinya.
M3	Mahasiswa mampu mengembangkan konsep, gagasan dan alternative desain melalui tahapan-tahapan proses desain yang telah ditentukan.
M4	Mahasiswa mampu membuat presentasi konsep desain secara digital maupun manual dan mengorganisasikannya dalam bentuk laporan.

POKOK BAHASAN

PB 1 *Definition of Problem and Communication needs:*

PB 2 *Research for Information Idea*

PB 3 *Generation and refinement of Idea*

PB 4 *Concepts, Presentation and Evaluation*

PRASYARAT

Desain Komunikasi Visual Identitas; Promosi; Lingkungan, Branding

PUSTAKA

- Jhou Jie, Guan Muzi, Gao Zhe & Wang: *International Visual Communication*. Design Media Publishing Limited. Hong Kong. 2011.
- Will Hill: *The Complete Typographer. A Foundation Course for Graphic Designers Working with Type*. Thames Hudson. 2010.
- Edward Denison, Roger Fawcett-Tang, Jessica Glaser, Carolyn Kanight, Loewy, and Scott Witham: *Print Formats and Finishes: The Designer's Illustrated Guide to Brochures, Catalogs, Bags, Labels, Packaging, and Promotion*. Roto Vision 2010.
- Rob Sheppard, Hannah Doyle: *New Epson Complete Guide to Digital Printing*. Piquiq Sterling Publishing Co. Inc. 2011.
- Eva Minguet Camara: *Illustration on Advertising*. Instituto Monsa De Ediciones. 2010.
- Patrick Cramsie: *The Story of Graphic Design: From the Invention of Writing to the Birth of Digital Design*. The British Library. London. 2010.
- Booth, Wayne C., Gregory G. Colomb, and Joseph M. Williams. *The Craft of Research*. Chicago: University of Chicago Press, 1995.
- Bothamley, Jennifer. *Dictionary of Theories*. London: Gale Research International, 1993.

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Kerja Praktek
	Kode MK	DV184702
	Kredit	5
	Semester	7

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Kerja Praktek adalah mata kuliah magang yang dilakukan pada industri desain komunikasi visual seperti perusahaan periklanan, graphic house, penerbitan dan percetakan, web desain, animasi, dan berbagai industri kreatif yang bergerak di bidang Desain Komunikasi Visual
--	--

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBANKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (<i>Design Theory</i>) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (<i>Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P.2	Konsep umum sejarah dan budaya desain dan pemaknaannya;
P.3	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P. 6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tetap; dan

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M1	Mahasiswa mampu mempraktekan pengetahuan desain dalam pengalaman praktik pekerjaan
M2	Mahasiswa mampu memahami proses kerja profesional Desain Komunikasi Visual
M3	Mahasiswa mampu mengorganisir sebuah kegiatan desain sesuai

	dengan keahlian
M4	Mahasiswa mampu bekerja bersama tim dan disiplin ilmu lain
POKOK BAHASAN	
PB 1	Latar belakang Kerja Praktek
PB 2	Struktur organisasi dan portofolio perusahaan
PB 3	Proses dan hasil kerja mahasiswa
PB 4	Penyajian laporan Kerja Praktek
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• HM, Jogyanto.(2001). <i>Analisis dan Desain Sistem</i>. Yogyakarta : Andi Offset • HM, Jogyanto.(2005). <i>Sistem Teknologi Informasi</i>. Yogyakarta : Andi offset. • Tunas, Billy. 2007. <i>Memahami dan Memecahkan Masalah dengan Pendekatan Sistem</i>. Jakarta: PT, Nimas Multima. • WH, Inmon. (2005). <i>Building the Data Warehouse</i>. n.p : Wiley	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Apresiasi Desain
	Kode MK	DV184703
	Kredit	3
	Semester	7

DESKRIPSI MATA KULIAH

Mata kuliah ini mempelajari definisi dan tahapan apresiasi desain *description, formal analysis, interpretation, dan judgement*. Apresiasi desain juga memberi pengetahuan isu-isu kontemporer seperti desain vernakular ataupun posmodernisme, tanggungjawab desainer yang beretika lingkungan, sosial dan budaya memperkaya cara berpikir desainer.

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBANKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (<i>Design Theory</i>) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (<i>Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P.2	Konsep umum sejarah dan budaya desain dan pemaknaannya;
P.3	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M1	Mahasiswa mampu menulis <i>paper</i> mengapresiasi desain dengan menerapkan empat tahapan obyektifnya ketika mengkritik sebuah desain: deskripsi, analisis formal, interpretasi dan penilaian (teori Edmund Feldman).
M2	Mahasiswa memahami konsep vernakular sebagai upaya membangun identitas (khususnya bangsa) dalam desain komunikasi visual dan kaitannya dengan wacana posmodernisme.
M3	Mahasiswa mampu menciptakan karya DKV yang bertema vernakular dan tanggung-jawab desainer (yang beretika sosial, budaya dan lingkungan).

POKOK BAHASAN	
PB 1	Definisi kritik visual dan empat tahapan obyektifnya ketika mengkritik sebuah desain: deskripsi, analisis formal, interpretasi dan penilaian (teori Edmund Feldman)
PB 2	Desain vernakular dan posmodernisme
PB 3	Desain dan tanggung-jawab desainer
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• <i>Edmund Burke Feldman, Art as image and idea, Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall, c1967.</i> • <i>Timothy Samara, Design Elements: A Graphic Style Manual, Rockport Publisher, Inc, 2007</i> • <i>Yasraf Amir Piliang, Sebuah Dunia yang Dilipat: Realitas Kebudayaan Menjelang Milenium Ketiga dan Matinya Postmodernisme, Mizan, Bandung, 1999</i> • <i>David Bernan, Do Good Design: Bagaimana Desainer dapat Mengubah Dunia, Aikon, 2010</i> • <i>5. Judith Williamson, Decoding Advertisement: Membedah Ideologi dan Makna dalam Periklanan, Jalasutra, Yogyakarta, 2007</i>	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Marketing Desain
	Kode MK	DV184704
	Kredit	3
	Semester	7

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Mata Kuliah marketing desain adalah mata kuliah yang mengajarkan bagaimana implementasi pemasaran direncanakan, dijalankan, dikontrol dan dievaluasi untuk mendapatkan hasil yang optimal perusahaan yang berbasis desain. Memperkenalkan konsep-konsep dasar yang relevan dengan proses perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan dalam bidang pemasaran, baik strategik manajerial maupun operasional untuk perusahaan berbasis desain.
--	---

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBANKAN MATA KULIAH

P.4	Metodologi desain secara mendalam;
P.10	Konsep dan prinsip kewirausahaan bidang desain komunikasi visual; dan konsep dan prinsip kewirausahaan bidang desain komunikasi visual, meliputi konsep dan teknik membaca peluang, perhitungan biaya dan kelabaan, mencari sumber pembiayaan, dan pemasaran jasa perancangan komunikasi visual.
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, pelestarian lingkungan, dan regulasi yang berlaku;
KK.3	Mampu melakukan analisis terhadap tingkat efisiensi pemanfaatan material dan waktu dalam proses produksi setiap alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual yang dipilih, tanpa mengubah esensi dan estetika desain dan dengan tetap melestarikan lingkungan;

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M1	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep marketing desain, lingkungan pemasaran dan peluang pasar
M2	Mahasiswa mampu menjelaskan Strategi Pemasaran untuk perusahaan dengan kor bisnis desain

M3	Mahasiswa mampu menjelaskan dan menganalisis Bauran pemasaran untuk perusahaan perusahaan berbasis desain.
M4	Mahasiswa mampu menjelaskan komunikasi pemasaran
M5	Menjelaskan dapat menjelaskan implementasi dan pengawasan terhadap usaha pemasaran
POKOK BAHASAN	
PB 1	Implementasi Konsep pemasaran, lingkungan pemasaran dan peluang pasar untuk perusahaan berbasis desain.
PB 2	Strategi Pemasaran perusahaan berbasis desain
PB 3	Bauran pemasaran perusahaan berbasis desain
PB 4	Komunikasi pemasaran perusahaan berbasis desain
PB 5	Implementasi dan pengawasan terhadap usaha pemasaran perusahaan berbasis desain
PRASYARAT	
PUSTAKA	
• Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): <i>Marketing Management</i>, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc. • Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): <i>Principle Of Marketing</i>, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall. • Kotler, Philip & Armstrong (2012): <i>Marketing Management 14th Edition</i> New Jersey: Pretice Hall • Fandi Tjiptono, <i>Pemasaran Jasa</i>, Penerbit Andi Offset, 2016	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Tugas Akhir
	Kode MK	DV184801
	Kredit	8
	Semester	8

DESKRIPSI MATA KULIAH

MK Tugas Akhir DKV adalah mata kuliah inti perancangan akhir dalam lingkup DKV untuk desain identitas, promosi, lingkungan atau branding berbasis data/kasus nyata untuk menghasilkan : a) konsep, studi/analisis/riset, b) dokumen desain dan c) prototip; e) pameran hasil proyek desain; dan f) presentasi

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBANKAN MATA KULIAH

- Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri;
- 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;
- Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur;
- Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni, menyusun deskripsi saintifik hasil kajiannya dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi;
- Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni, menyusun deskripsi saintifik hasil kajiannya dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi;
- Menyusun deskripsi saintifik hasil kajian tersebut di atas dalam bentuk

	skripsi atau laporan tugas akhir, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi; • Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data; • Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja dengan pembimbing, kolega, sejawat baik di dalam lembaganya; maupun di luar • Mampu bertanggungjawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya; • Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada dibawah tanggung jawabnya, dan mampu mengelola pembelajaran secara mandiri;
--	---

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

POKOK BAHASAN

	• Metode riset-desain untuk mencari data, menganalisis data dan membuat sintesa berdasarkan studi, riset dan analisis mengenai: fungsi, bentuk, ergonomi, material & proses, sistem teknologi, analisis biaya, produksi, pasar, branding, dll. • Pembuatan konsep desain yang mempertimbangkan hasil riset/studi, dengan luaran berupa: kriteria desain • Pembuatan konsep desain secara visual berupa: sketsa, alternatif desain, komprehensif, final desain; • Pengetahuan/wawasan tentang definisi, ruang lingkup, terminologi, kategorisasi dan prospek untuk bidang desain komunikasi visual yang dipilih menjadi tema tugas akhir, yaitu: desain identitas, promosi, lingkungan, dan branding • Sejarah, tren & tokoh2 bidang desain komunikasi visual yang dipilih menjadi tema tugas akhir • Pengetahuan/wawasan tentang regulasi, norma dan standar dalam bidang desain komunikasi visual yang dipilih menjadi tema tugas akhir
--	---

	• Teori/ azas, proses dan metode perancangan dalam bidang desain komunikasi visual yang dipilih menjadi tema tugas akhir, mulai dari ide – riset & konsep – desain – rancang bangun – produksi– marketing - branding; • Pengetahuan sistem teknologi digital yang digunakan dalam bidang desain komunikasi visual yang dipilih menjadi tema tugas akhir • Pengetahuan material dan proses (pembuatan, produksi, finishing) yang berlaku dalam bidang desain komunikasi visual yang dipilih menjadi tema tugas akhir • Pengetahuan marketing, branding dan perilaku konsumen yang berlaku dalam bidang desain komunikasi visual yang dipilih menjadi tema tugas akhir • Metode penelusuran dan pemetaan permasalahan desain dalam permasalahan dan kebutuhan manusia terhadap media komunikasi visual berdasarkan penguasaan fungsi & bentuk, material & proses, sistem teknologi, analisis biaya, produksi, pasar, branding, dll. • Pembuatan gambar desain media komunikasi visual, berupa:gambar desain/presentasi, gambar teknik, gambar urai, gambar operasional dan detail • Pembuatan perogram aplikasi desain berdasarkan studi kebutuhan media • Pembuatan dokumen teknis dan administrasi media berupa : teknik, spesifikasi, analisis biaya, perencanaan produk, perencanaan bisnis, dll. • Pembuatan model/prototip desain media komunikasi visual:buku visual, media massa visual, digital content, film, film animasi, game, sistem displai informasi, dll. • Pembuatan laporan desain • Pembuatan artikel ilmiah (nasional dan internasional) • Presentasi hasil desain berupa konsep, desain dan prototip
PRASYARAT	
	DKV Konseptual

PUSTAKA

- Laurel, Brenda, ed, Design Research : Methods & Perspectives, Massachusetts Institute of Technonolgy, 2003
- Sachari, Agus. Pengantar Metodologi Penelitian Budaya Rupa, Erlangga, 2005
- Panduan Tugas Akhir, Jurusan Desain Produk Industri – FTSP – ITS, 2009
- Panduan Tugas Akhir, ITS, 2009

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Desain Editorial
	Kode MK	DV184505
	Kredit	3
	Semester	5

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Adalah mata kuliah pilihan pendalaman bidang keahlian desain penerbitan dan percetakan berbagai medium komunikasi seperti buku, majalah, surat kabar, buku visual, dan beberapa media cetak memanfaatkan teknologi digital printing
--	---

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBANKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (<i>Design Theory</i>) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (<i>Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P.5	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P.6	Metode dan teknik menggambar & grafika (teknik pencetakan);
P. 7	Pengetahuan faktual material baku desain;
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
P.9	Pengetahuan faktual tentang jenis dan regulasi penyiaran, jurnalistik dan Informasi dan Transaksi Elektronik, perkembangan teknologi mutakhir di bidang desain komunikasi visual; dan
KK.1	Mampu membuat karya desain komunikasi visual tercetak dan digital yang memiliki nilai tambah dan estetika untuk mengatasi permasalahan identitas, komunikasi massa, dan kompetisi yang dihadapi oleh pemangku kepentingan dengan tidak menimbulkan keresahan masyarakat dan mengganggu kelestarian lingkungan;
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang

	tetap; dan
KK.5	Mampu merintis usaha mandiri di sektor komunikasi visual
CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH	
M1	Mahasiswa mampu menjelaskan prinsip-prinsip editorial desain, fungsi dan kegunaannya dalam kehidupan nyata sehari-hari
M2	Mahasiswa mampu mengumpulkan data-data yang dibutuhkan untuk keperluan perancangan sebuah desain editorial
M3	Mahasiswa mampu merumuskan konsep desain editorial dan mampu meingmentasikannya dalam bentuk rancangan editorial layout yang memadai.
M4	Mahasiswa mampu menyusun layout sebuah editorial desain sesuai rencana tugas dengan menggunakan salahsatu software editorial (mis: adobe in design)
M5	Mampu membuat contoh cetak /dummy dari editorial desain yang dirancangnya
POKOK BAHASAN	
PB 1	Pengenalan Industri Penerbitan dan Percetakan
PB 2	Prinsip-prinsipEditorial Desain
PB 3	Konsep Dasar Editorial Desain
PB 4	Editorial Layout dan Setup Dokumen
PB 5	Teks dan Grafik
PB 6	Tabel dan Infografik
PB 7	Visual Design
PB 8	Final Artwork
PB 9	Produksi Cetak
PB 10	<i>Dummy/ Product Prototyping</i>
PRASYARAT	
	-

PUSTAKA

- Rob Sheppard, Hannah Doyle: *New Epson Complete Guide to Digital Printing*. Piquiq Sterling Publishing Co. Inc. 2011.
- Edward Denison, Roger Fawcett-Tang, Jessica Glaser, Carolyn Kanight, Loewy, and Scott Witham: *Print Formats and Finishes: The Designer's Illustrated Guide to Brochures, Catalogs, Bags, Labels, Packaging, and Promotion*. Roto Vision 2010.
- Jhou Jie, Guan Muzi, Gao Zhe & Wang: *International Visual Communication*. Design Media Publishing Limited. Hong Kong.2011.
- Will Hill: *The Complete Typographer. A Foundation Course for Graphic Designers Working with Type*. Thames Hudson. 2010.
- Swann, Alan : *Basic Design and Lay Out*, Phaidon – Oxford, 1987.
- Heller, Jules. *Print Making Today* , York University, 1972
- Dameria, Anne. *Panduan Designer dalam ProduksiCetak* , Link & Match
- Dameria, Anne. *Color management* , Link & Match
- Dameria, Anne. *Designer Handbook dalam Produksi Cetak dan Digital Printing*

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Desain Merchandise
	Kode MK	DV184506
	Kredit	3
	Semester	5

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Adalah matakuliah pilihan pendalaman bidang keahlian penciptaan karya produk desain grafis merchandise dan souvenir sebagai media komunikasi penyampaian pesan lingkup kawasaan maupun organisasi
--	---

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBANKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (<i>Design Theory</i>) secara umum dan minimal satu konsep teoritrs desain komunikasi visual (<i>Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P.5	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P.6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
P. 7	Pengetahuan faktual material baku desain;
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
KK.1	Mampu membuat karya desain komunikasi visual tercetak dan digital yang memiliki nilai tambah dan estetika untuk mengatasi permasalahan identitas, komunikasi massa, dan kompetisi yang dihadapi oleh pemangku kepentingan dengan tidak menimbulkan keresahan masyarakat dan mengganggu kelestarian lingkungan;
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikai yang tetap; dan
KK.5	Mampu merintis usaha mandiri di sektor komunikasi visual

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M1	Mahasiswa memahami fungsi dan peran desain merchandise dan souvenir
M2	Mahasiswa mampu mengidentifikasi dan mengelompokan jenis dan varian produk merchandise dan souvenir
M3	Mahasiswa mampu menganalisa eksisting desain produk merchandise dan souvenir
M4	Mahasiswa memiliki kemampuan menyusun sebuah konsep visua desain merchandise dan souvenir
M5	Mampu memiliki ketrampilan mengembangkan konsep dalam gambar sketsa dan digital 2D/3D
M6	Memiliki pengetahuan dalam proses produksi meliputi perencanaan, biaya produksi dan proses produksi sampai dengan distribusi
M7	Memiliki kemampuan menghasilkan desain final berupa prototip
POKOK BAHASAN	
PB 1	Pengantar desain merchandise dan souvenir kawasan
PB 2	Kategori produk merchandise dan souvenir kawasan
PB 3	Eksisting desain produk merchandise dan souvenir kawasan
PB 4	Konsep desain merchandise dan souvenir kawasan
PB 5	Pengembangan sketsa dan gambar 2D/3D digital
PB 6	Proses Produksi Merchandise
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• Craig M. Berger (2005), <i>Wayfinding: Designing and Implementing Graphic Navigational Systems, Page One</i>, • Jie Zhou, Muzi Guan, Liying Wang, Zhe Gao (2011) <i>Graphic Design in Architecture, Design Media Publishing Limited</i> • Gibson, D (2009) <i>The Wayfinding Handbook : Information Design for Public Place, Princeton Architectural Press</i> • Yu, J. (2014) <i>Museum Display Design, Design Media Publishing Limited.</i> • Kim Baer, Jill Vacarra (2008) <i>Information Design Workbook: Graphic Approaches, Solutions, and Inspiration + 30 Case Studies, Rockport</i>	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Sinematografi
	Kode MK	DV184507
	Kredit	3
	Semester	5

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Adalah mata kuliah pilihan pendalaman bidang keahlian videografi dan perfilman sebagai sebuah medium penyampaian pesan melalui film.
--	--

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBAHKAN MATA KULIAH

P.1	konsep teoretis tentang desain (<i>Design Theory</i>) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (<i>Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P.5	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P.6	Metode dan teknik menggambar& grafika (teknik pencetakan);
P. 7	Pengetahuan faktual material baku desain;
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
KK.1	Mampu membuat karya desain komunikasi visual tercetak dan digital yang memiliki nilai tambah dan estetika untuk mengatasi permasalahan identitas, komunikasi massa, dan kompetisi yang dihadapi oleh pemangku kepentingan dengan tidak menimbulkan keresahan masyarakat dan mengganggu kelestarian lingkungan;
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tetap; dan
KK.5	Mampu merintis usaha mandiri di sektor komunikasi visual

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M1	Mampu Memahami ragam bahasa yang digunakan di dalam media film.
M2	Mampu menyusun sebuah naskah film untuk iklan komersial berdasarkan obyek yang telah ditentukan
M3	Mampu merancang sebuah <i>storyboard</i> dari sebuah naskah cerita
M4	Mampu merancang sebuah film sebagai bagian dari Iklan komersil sebuah produk atau jasa.
M5	Mampu menyusun sebuah naskah film dokumenter berdasarkan obyek yang telah ditentukan
M6	Mampu merancang sebuah <i>storyboard</i> dari sebuah naskah cerita
M7	Mampu merancang sebuah film dokumenter sebagai materi pendidikan dan sosialisasi.
POKOK BAHASAN	
PB 1	Film sebagai media komunikasi, Struktur dan unsur di dalam film
PB 2	Cerita atau <i>Storyline</i> , Metode <i>data collecting</i> , <i>genre</i> di dalam film <i>advertising</i>
PB 3	Unsur sinematografi dalam film, jarak kamera, sudut dan pergerakan kamera, transisi gambar, <i>phasing</i> .
PB 4	Teknik pengambilan gambar, setting ruang dan waktu, tahap editing
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• Boggs, J.M. 1986. <i>Cara Menilai Sebuah Film</i>. Jakarta: Yayasan Citra • Metz, C. 1974. <i>Film Language: A Semiotics of the Cinema</i>. Chicago: The University of Chicago Press. • Rowlands, M. 2003. <i>Menikmati Filsafat Melalui Film Science-Fiction</i>. Bandung: Mizan. • Effendy, H. 2009. <i>Mari Membuat Film</i>. Jakarta: Erlangga • Pratista, H. 2008. <i>Memahami Film</i>. Yogyakarta: Homerian Pustaka	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Fotografi Eksperimen
	Kode MK	DV184508
	Kredit	3
	Semester	5

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Mata kuliah Fotografi merupakan mata kuliah pilihan dalam menerapkan hasil fotografi kedalam cabang-cabang foto, diantaranya; fotografi komersial, fotografi jurnalistik dan fotografi fine-art yang diaplikasikan dalam ranah konvensional maupun digital secara tepat.
--	--

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEKANKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (Design Theory) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model) secara mendalam;
P.5	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P.6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
P.7	Pengetahuan faktual material baku desain;
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
KK.1	Mampu membuat karya desain komunikasi visual tercetak dan digital yang memiliki nilai tambah dan estetika untuk mengatasi permasalahan identitas, komunikasi massa, dan kompetisi yang dihadapi oleh pemangku kepentingan dengan tidak menimbulkan keresahan masyarakat dan mengganggu kelestarian lingkungan;
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tepat; dan
KK.5	Mampu merintis usaha mandiri di sektor komunikasi visual

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M.1	Mahasiswa mampu menciptakan hasil foto sebagai penunjang matakuliah perancangan
M.2	Mahasiswa mampu berpikir kreatif dalam merencanakan dan membuat foto sebagai bentuk ilmu terapan
M.3	Mahasiswa mampu menciptakan pesan dalam bentuk gambar yang sesuai dengan kaidah perancangan terapan media
M.4	Mahasiswa mempunyai kepekaan dalam mengolah dan mengkritisi hasil foto dengan baik
M.5	Mahasiswa mampu dalam presentasi visual yang berkaitan dengan perancangan DKV
POKOK BAHASAN	
PB.1	Photo & style
PB.2	Foto komersial, foto Jurnalistik & foto Fine art
PB.3	Digital Image
PB.4	Media On-line
PB.5	Manajemen fotografi
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• Denton, John & Adam D. (2012), <i>One Light Flash</i>, Ilex Press, UK. • Freeman, Michael. (2008), <i>Mastering Digital Photography</i>, Ilex Press, UK. • Kelby, Scott. (2007), <i>The Digital Photography Book</i>, Peachpit Press. • Nugroho, Sarwo. (2014), <i>Teknik Dasar Videografi</i>, Andi • Peterson, Bryan. (2011), <i>Understanding Flash Photography</i>, Amphoto Books, imprint of the Crown Publishing Group, NY. • Schuneman, R. Smith. (1972), <i>Photographic Communication</i>, Focal Press, London • Soedjono, Soeprapto. (2006), <i>Pot-Pourri Fotografi</i>, Penerbit Univ. Trisakti, Jakarta.	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Komik
	Kode MK	DV184509
	Kredit	3
	Semester	5

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Adalah mata kuliah pilihan pendalaman bidang keahlian ilustrasi terapan komik sebagai media penyampaian pesan dan narasi cerita melalui media komik, menggunakan teknik manual dan digital
--	--

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBAHKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (<i>Design Theory</i>) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (<i>Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P.5	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P.6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
P.9	Pengetahuan faktual tentang jenis dan regulasi penyiaran, jurnalistik dan Informasi dan Transaksi Elektronik, perkembangan teknologi mutakhir di bidang desain komunikasi visual
KK.1	Mampu membuat karya desain komunikasi visual tercetak dan digital yang memiliki nilai tambah dan estetika untuk mengatasi permasalahan identitas, komunikasi massa, dan kompetisi yang dihadapi oleh pemangku kepentingan dengan tidak menimbulkan keresahan masyarakat dan mengganggu kelestarian lingkungan;
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tetap; dan

KK.5	Mampu merintis usaha mandiri di sektor komunikasi visual
CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH	
M1	Mahasiswa mampu mengenal struktur dan unsur di dalam komik
M2	Mahasiswa mampu memahami konsep komunikasi dalam bahasa komik
M3	Mahasiswa mampu memahami aplikasi komik kedalam berbagai karakter media
M4	Mahasiswa mampu merancang konsep komik berdasarkan sebuah studi kasus
M5	Mahasiswa mampu menghasilkan karya komik yang memenuhi kriteria dan kaidah desain
POKOK BAHASAN	
PB 1	Ragam dan jenis komik
PB 2	Unsur dan Struktur komik
PB 3	Cerita atau <i>Storyline</i> , Metode <i>data collecting</i> , genre komik
PB 4	Bahasa komik (storyboard, paneling, layout, phase)
PB 5	Komik sebagai media edukasi
PB 6	Komik sebagai media sosialisasi
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• Bonneff, Marcel, 1998. <i>Komik Indonesia</i>. Gramedia. Jakarta • Hart, John. 2008, <i>The Art of Storyboard</i>, Elsevier Publisher. United Kingdom • McCloud, Scott, 1994, <i>Understanding Comics : The Invisible Art</i>. William Morrow Paperbacks • Masdiono, Toni, 2000, <i>14 Jurus Membuat Komik</i>. Creativ Media. Jakarta • Wooley, Charles. 1986. <i>Wooley's History of The Comic Book</i>. Charles Wooley (privately published)	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Desain Motif Grafis
	Kode MK	DV184604
	Kredit	3
	Semester	6

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Adalah mata kuliah pendalaman bidang keahlian ilustrasi terapan desain motif grafis kedalam berbagai media baik cetak maupun digital, serta berbagai medium terapan seperti kain, kayu, logam, sampai dengan layar digital.
--	---

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBANKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (Design Theory) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model) secara mendalam;
P.2	Konsep umum sejarah dan budaya desain dan pemaknaannya;
P.3	Konsep umum sosial budaya, ekologi, dan prinsip pelestarian lingkungan;
P.5	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P.6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
P.7	Pengetahuan faktual material baku desain;
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
KK.1	Mampu membuat karya desain komunikasi visual tercetak dan digital yang memiliki nilai tambah dan estetika untuk mengatasi permasalahan identitas, komunikasi massa, dan kompetisi yang dihadapi oleh pemangku kepentingan dengan tidak menimbulkan keresahan masyarakat dan mengganggu kelestarian lingkungan;
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tetap; dan
KK.5	Mampu merintis usaha mandiri di sektor komunikasi visual

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH	
M1	Mahasiswa memahami fungsi dan peran desain motif grafis pada berbagai pilihan medium.
M2	mahasiswa mampu mengapresiasi beberapa karya motif desain grafis
M3	Mahasiswa memiliki pengetahuan tentang ragam ornemantasi lintas budaya
M4	Mahasiswa memiliki pengetahuan tentang ragam ornamentasi nusantara
M5	Mampu mengkomposisikan elemen desain menggunakan prinsip desain sesuai tema dan memberi nilai terhadap sebuah produk.
M6	Mampu mengkolaborasikan berbagai alat, bahan menjadi sebuah karya desain yang menarik dalam industri populer saat ini
M7	mampu memproduksi ragam desain motif grafis digital peruntukkan media : kertas, kayu, kulit, kain, metal, layar
M8	mampu menyajikan karya desain motif dalam bentuk portofolio
POKOK BAHASAN	
PB 1	Pengantar desain motif grafis
PB 2	Trend Desain Motif
PB 3	Ornamentasi Lintas Budaya
PB 4	Ornamentasi Nusantara : Kriya, Batik, Busana
PB 5	Elemen Desain Motif : Bentuk, Warna, Ilustrasi
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• Yu, J. (2014) <i>Museum Display Design</i>, Design Media Publishing Limited. • Kim Baer, Jill Vacarra (2008) <i>Information Design Workbook: Graphic Approaches, Solutions, and Inspiration + 30 Case Studies</i>, Rockport • Jhou Jie, Guan Muzi, Gao Zhe & Wang: <i>International Visual Communication</i>. Design Media Publishing Limited. Hong Kong.2011. • Heller, Jules. <i>Print Making Today</i> , York University, 1972 • Dameria, Anne. <i>Color management , Link & Match</i>	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Branding Kawasan
	Kode MK	DV184605
	Kredit	3
	Semester	6

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Adalah mata kuliah pilihan pendalaman bidang keahlian desain grafis lingkungan khususnya dalam pengembangan desain grafis lingkungan berbagai ruang publik seperti kawasan wisata, museum, serta eksibisi.
--	--

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBANKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (Design Theory) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (<i>Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P.3	Konsep umum sosial budaya, ekologi, dan prinsip pelestarian lingkungan;
P.5	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P.7	Pengetahuan faktual material baku desain;
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
P.9	Pengetahuan faktual tentang jenis dan regulasi penyiaran, jurnalistik dan Informasi dan Transaksi Elektronik, perkembangan teknologi mutakhir di bidang desain komunikasi visual; dan
KK.1	Mampu membuat karya desain komunikasi visual tercetak dan digital yang memiliki nilai tambah dan estetika untuk mengatasi permasalahan identitas, komunikasi massa, dan kompetisi yang dihadapi oleh pemangku kepentingan dengan tidak menimbulkan keresahan masyarakat dan mengganggu kelestarian lingkungan;
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tetap; dan

KK.5	Mampu merintis usaha mandiri di sektor komunikasi visual
CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH	
M1	Mahasiswa mampu memiliki pemahaman terhadap fungsi, peran dan peluang EGD dalam menciptakan identitas/brand, komunikasi sebuah ruang tertentu
M2	Mahasiswa mampu memiliki pengetahuan tentang kategori EGD dalam berbagai jenis tempat/ruang
M3	Mahasiswa mampu menganalisa permasalahan EGD secara umum dan khusus dalam berbagai jenis tempat/ruang
M4	Mahasiswa mampu merumuskan sebuah pernyataan permasalahan dan tujuan perancangan EGD
M5	Mahasiswa mampu mengevaluasi kondisi eksisting EGD secara khusus berkaitan dengan aspek : fungsi, estetika, dan komunikasi
M6	Mahasiswa mampu merencanakan kegiatan riset EGD
M7	Mahasiswa mampu melaksanakan dan mengumpulkan data hasil riset secara lengkap dan sistematis
POKOK BAHASAN	
PB 1	Pengantar EGD (Experience Graphic Design)
PB 2	EGD Kawasan
PB 3	Eksepsi Desain (Visual Merchandise)
PB 4	Desain pencahayaan
PB 5	Desain display
PB 6	Audio Visual Guide
PB 7	New Media
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• Craig M. Berger (2005), <i>Wayfinding: Designing and Implementing Graphic Navigational Systems, Page One</i>, • Jie Zhou, Muzi Guan, Liying Wang, Zhe Gao (2011) <i>Graphic Design in Architecture</i>, Design Media Publishing Limited	

- Gibson, D (2009) *The Wayfinding Handbook : Information Design for Public Place*, Princeton Architectural Press
- Yu, J. (2014) *Museum Display Design*, Design Media Publishing Limited.
- Kim Baer, Jill Vacarra (2008) *Information Design Workbook: Graphic Approaches, Solutions, and Inspiration + 30 Case Studies*, Rockport

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Animasi dan Game Digital
	Kode MK	DV184606
	Kredit	3
	Semester	6

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Adalah mata kuliah pilihan pendalaman bidang keahlian animasi dan game digital khususnya dalam menghasilkan sebuah karya animasi baik 2D maupun 3D serta konsep perancangan pembuatan digital game
--	--

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBANKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (Design Theory) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (<i>Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P.5	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
P.9	Pengetahuan faktual tentang jenis dan regulasi penyiaran, jurnalistik dan Informasi dan Transaksi Elektronik, perkembangan teknologi mutakhir di bidang desain komunikasi visual;
KK.1	Mampu membuat karya desain komunikasi visual tercetak dan digital yang memiliki nilai tambah dan estetika untuk mengatasi permasalahan identitas, komunikasi massa, dan kompetisi yang dihadapi oleh pemangku kepentingan dengan tidak menimbulkan keresahan masyarakat dan mengganggu kelestarian lingkungan;
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tepat; dan
KK.5	Mampu merintis usaha mandiri di sektor komunikasi visual
CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH	
M.1	Mahasiswa mampu memahami teori, definisi, struktur dan konsep dasar perancangan animasi dan game
M.2	Mahasiswa mampu memahami elemen visual animasi dan game digital

M.3	Mahasiswa mampu merancang animasi computer dan permainan digital
POKOK BAHASAN	
PB 1	Platform permainan yang ada di pasar, analisa ciri platform, penggunaan engine produksi permainan
PB 2	Ragam skenario permainan, pemanfaatan immersivitas untuk permainan digital
PB 3	Ragam dialog manusia dan komputer, penggunaan icon dan simbol dalam permainan
PB 4	Analisa produk permainan dengan rating tertinggi di market place, telaah skema pengalaman berdasar ergonomi, bentuk visual dan narasi cerita
PB 5	Desain karakter, desain lingkungan dan gaya visual
PB 6	Sprite untuk animasi karakter, penggunaan komputer grafis untuk membuat animasi karakter
PB 7	Struktur bahasa pemrograman dasar, rekayasa program
PB 8	Perangkat lunak berlisensi publik untuk membuat produk simulasi
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• Gary Rosenzweig, “<i>ActionScript 3.0 Game Programming University</i>”, Que Publishing © 2008, ISBN-13: 978-0-7897-3702-1 • Ohlson De Fine, MR Mike J, “<i>Python Graphics for Games 3 : Working in 3 Dimensions : Object Creation and Animation With OpenGL and Blender</i>” Paperback, CRC Press	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Desain Kemasan
	Kode MK	DV184607
	Kredit	3
	Semester	6

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Mata kuliah Adalah mata kuliah pendalaman bidang keahlian desain kemasan terkait bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, serta elemen-elemen desain beserta informasi produk agar produk tersebut dapat dipasarkan dan memiliki nilai jual
--	---

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEKANKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (Design Theory) secara umum dan minimal satu konsep teoritis desain komunikasi visual (<i>Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P.2	Konsep umum sejarah dan budaya desain dan pemaknaannya;
P.5	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P.6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
P.7	Pengetahuan faktual material baku desain;
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
KK.1	Mampu membuat karya desain komunikasi visual tercetak dan digital yang memiliki nilai tambah dan estetika untuk mengatasi permasalahan identitas, komunikasi massa, dan kompetisi yang dihadapi oleh pemangku kepentingan dengan tidak menimbulkan keresahan masyarakat dan mengganggu kelestarian lingkungan;
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikasi yang tetap; dan
KK.5	Mampu merintis usaha mandiri di sektor komunikasi visual
CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH	
M.1	Mahasiswa mampu memahami teori, definisi, struktur dan konsep dasar perancangan desain kemasan

M.2	Mahasiswa mampu memahami elemen visual desain kemasan
M.3	Mahasiswa mampu merancang kemasan sesuai dengan karakter produk
M.4	Mahasiswa mampu meredesign kemasan yang ada sesuai kebutuhan
M.5	Mahasiswa mampu menganalisis situasi dan kondisi perkembangan komunikasi pemasaran produk serta memilih suatu produk
M.6	Mahasiswa mampu memahami fungsi secondary packaging serta pembuatannya
M.7	Mahasiswa mampu memahami dan mampu membuat desain kemasan yang dapat diterapkan pada POP display terkini
POKOK BAHASAN	
PB.1	Pengantar Desain Kemasan
PB.2	Elemen visual desain kemasan: trend kemasan
PB.3	Struktur dan material kemasan
PB.4	Re-desain kemasan
PB.5	Desain kemasan - Memilih produk sebagai studi kasus - Konsep perancangan kemasan Visualisasi desain kemasan
PB.6	Secondary packaging
PB.7	Pop display
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• <i>Sonsino, Steven. Packaging Design: Graphics Materials & Technology. Thames and Hudson. 1990.</i> • <i>Morgan ,Conway Lioyd. .Packaging Design:Design Brief & Finishing. 1997.</i> • <i>Martin,Diana.Graphich Design, Inspirations and Innovations . 1996.</i>	

MATA KULIAH	Nama Mata Kuliah	Periklanan Lanjutan
	Kode MK	DV184608
	Kredit	3
	Semester	6

DESKRIPSI MATA KULIAH

	Mata Kuliah Periklanan (lanjutan) adalah sebuah mata kuliah teori yang memberikan pengetahuan pentingnya kegiatan serta macam-macam branding. Tujuan dan manfaat Branding. Mata kuliah ini mengulas metode, strategi untuk membangun dan menciptakan brand yang kuat disertai berbagai contohhataupun studi kasus brand-brand yang berhasil .
--	---

CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN YANG DIBEBAHKAN MATA KULIAH

P.1	Konsep teoretis tentang desain (<i>Design Theory</i>) secara umum dan minimal satu konsep teoritrs desain komunikasi visual (<i>Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, atau Huxley-lester Model</i>) secara mendalam;
P.2	Konsep umum sejarah dan budaya desain dan pemaknaannya;
P.3	Konsep, prinsip, metode, dan teknik aplikasi warna, komposisi (nirmana), proses desain, fotografi, dan komputer grafis;
P. 6	Metode dan teknik menggambar dan grafika (teknik pencetakan);
P.8	Konsep umum, prinsip, dan teknik komunikasi efektif;
KK.4	Mampu mengkomunikasikan alternatif prototipe solusi desain komunikasi visual secara mandiri ataupun kelompok dalam bentuk verbal, grafis, tulisan, dan model yang komunikatif dengan teknik manual maupun digital berdasarkan pilihan kaidah komunikai yang tetap; dan

CAPAIAN PEMBELAJARAN MATA KULIAH

M1	Mahasiswa mampu memahami dan memiliki pengetahuan mengenai jenis-jenis dan kegiatan branding, proses dan menyusun strategi branding yang tepat
M2	Mahasiswa mampu memahami tujuan, dan manfaat kegiatan branding dalam Nation Branding, Product Branding, City Branding, hingga

	Personal Branding
M3	Mahasiswa mampu membuat kajian dan menganalisa potensi branding
M4	Mahasiswa mampu menguasai dan memahami metode-metode di dalam brand building
M5	Mahasiswa mampu menemukan visi dan menghidupkan brand
POKOK BAHASAN	
PB 1	Pengantar Branding dan Pemasaran
PB 2	Metode dan Strategi Brand building
PB 3	Nation Branding
PB 4	City Branding
PB 5	Personal Branding
PRASYARAT	
	-
PUSTAKA	
• <i>David Aaker. 2015. Aaker On Branding</i> • <i>Marty Numeier. 2006. The Brand Gap.</i> • <i>Skellie, 2008. Rockstar Personal Branding</i> • <i>Wally Olins, 2008. Wally Olins On Brand</i> • <i>Roger Lindeback. 2016 Building A Brand Is Like Building A House</i>	

COURSE SYLLABUS

6. COURSE SYLLABUS

COURSES	Course Name	<i>Basic Design 1</i>
	Code	<i>DV184101</i>
	Credit	<i>5</i>
	Semester	<i>1</i>

COURSE DESCRIPTION

	<i>Basic Visual Communication Design 1 is a basic design course that contains insights and design theory that is practiced to design a simple visual message delivery media with the functions and forms of 2D (dwimitra)</i>
--	---

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

<i>P.1</i>	<i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;</i>
<i>P.5</i>	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;</i>
<i>P. 6</i>	<i>Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);</i>
<i>KK.4</i>	<i>Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules;</i>

LEARNING OUTCOME

<i>M1</i>	<i>Students are able to analyze design elements on various design works: lines, dots, geometry fields, spaces, colors and textures</i>
<i>M2</i>	<i>Students are able to analyze design principles on various design works</i>
<i>M3</i>	<i>Students are able to apply the design principles in various dwimitra works</i>

SUBJECT

<i>PB 1</i>	<i>Dwimitra Design Process</i>
<i>PB 2</i>	<i>Elements / Dwimitra Design Elements</i>
<i>PB 3</i>	<i>Dwimitra Design Principles</i>
<i>PB 4</i>	<i>Design tools (ladder / interval) Dwimitra</i>

REQUIREMENT

	<i>-</i>
--	----------

REFERENCES

- David A. Lauer, Stephen Pentak (2012) *Design Basics*, 8th ed., Clark Baxter, USA
- Sadjiman Ebdi Sanyoto (2009) *Nirmana : Elemen-elemen Seni dan Desain*, Jalasutra, Yogyakarta
- Bambang Irawan & Priscilla (2013), *Dasar-dasar Desain untuk arsitektur, interior, seni rupa, desain produk industri, dan desain komunikasi visual*, Griya Kreasi, Jakarta.
- Wallschlaeger, Charles & Cynthia Busic-Snyder. *Basic Visual Concepts and Principles, for Artists, Architects, and Design*. Wm. C. Brown. Brown Publishers. 1992.
- Christian Leborg, Visual Grammar, Princeton Architectural Press: New York, 2004

COURSES	Course Name	Drawing 1
	Code	DV184102
	Credit	4
	Semester	1

COURSE DESCRIPTION	
	Basic Drawing Course is a prerequisite subject on knowledge and thinking skills and visual communication through the image language
GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE	
P.1	Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;
P. 6	Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);
KK.4	Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules;
LEARNING OUTCOME	
M1	Students are able to draw objects or products with correct structure logic
M2	Students are able to have aesthetic sensitivity
M3	Students are able to understand the principle of aesthetics
M4	Students are able to apply the principle of aesthetics in form, proportion, scale, harmony, texture, etc.
SUBJECT	
PB 1	Exploration of lines, shading and texture
PB 2	Composition geometry, object, still life, human
PB 3	Image Perspective, Isometry, Landscape, object, man, atmosphere
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
- Butkus, Michael, Walter T. Foster & Michele Maltseff, <u>The Art of Basic Drawing</u>, Walter Foster Publishing, 2005 - Loomis, Andrew, <u>Figure Drawing for All It's Worth</u>, New York: The Viking Press, 1966The Drawing Book - Drawing The Head and Hands	

- *Sketching People*
- *Drawing Dynamic Hands*
- *Drawing Human Anatomy*
- *Dynamic Drawing Animal*

COURSES	<i>Course Name</i>	<i>Basic Design 2</i>
	<i>Code</i>	<i>DV184201</i>
	<i>Credit</i>	<i>5</i>
	<i>Semester</i>	<i>2</i>

COURSE DESCRIPTION

	<i>Basic Design Courses Visual Communication Design 2 is a course that studies the principles of design by using various materials and process them into 3D works that have aesthetic value</i>
--	---

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

<i>P.1</i>	<i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;</i>
<i>P.2</i>	<i>General concept of historical and cultural design and its meaning;</i>
<i>P.3</i>	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;</i>
<i>P. 6</i>	<i>Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);</i>
<i>P.8</i>	<i>General concepts, principles, and effective communication techniques;</i>
<i>KK.4</i>	<i>Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules;</i>

LEARNING OUTCOME

<i>M1</i>	<i>Students are able to master the principles of designing in making a 3D design work</i>
<i>M2</i>	<i>Students are able to recognize the characteristics of properties and materials used in making 3D design works</i>
<i>M3</i>	<i>Students are able to explore various forms of 3D with various techniques</i>
<i>M4</i>	<i>Students are able to display aesthetic values to 3D form using elements, balance, unity, composition, rhythm and rhythm</i>

SUBJECT

<i>PB 1</i>	<i>Paper Exploration</i>
<i>PB 2</i>	<i>Structural Exploration</i>
<i>PB 3</i>	<i>Organic Exploration</i>
<i>PB 4</i>	<i>Forms Exploration</i>

<i>PB 5</i>	<i>Mix Media Exploration</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
• <i>Wucius Wong. 1996. Asas-asas Merancang Trimatra.</i> • <i>Sadjiman Ebdy Sanyoto. 2005. Nirmana Elemen-elemen Seni dan Desain</i>	

COURSES	Course Name	Drawing 2
	Code	DV184202
	Credit	4
	Semester	2

COURSE DESCRIPTION

Basic Drawing 2 Course is a prerequisite subject on knowledge and thinking skills and visual communication through the image language

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.1	<i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;</i>
P. 6	<i>Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);</i>
KK.4	<i>Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules;</i>

LEARNING OUTCOME

M1	<i>Students are able to draw objects or products with correct structure logic</i>
M2	<i>Students are able to have aesthetic sensitivity</i>
M3	<i>Students are able to understand the principle of aesthetics</i>
M4	<i>Students are able to apply the principle of aesthetics in form, proportion, scale, harmony, texture, etc.</i>

SUBJECT

PB 1	<i>Media exploration and various watercolors, acrylic / oil</i>
PB 2	<i>Composition geometry, object, still life, human</i>
PB 3	<i>Image Perspective, Isometry, Landscape, object, man, atmosphere</i>

REQUIREMENT

-

REFERENCES

- Butkus, Michael, Walter T. Foster & Michele Maltseff, *The Art of Basic Drawing*, Walter Foster, 2005
- Loomis, Andrew, *Figure Drawing for All It's Worth*, New York: The Viking

Press, 1966*The Drawing Book*

- Guptill, Arthur L. 2008. *Drawing and Sketching in Pencil*. Dover Publications Inc. New York
- Szunyoghy, Andras. 2016. *Anatomy Drawing School; Human and Animal*. Ulmann. Konigswinter
- Ravet, Agethe. 2011. *Drawing Nature*. Bloomsbury Publishing PLC. London
- Palmer, Matthew. 2014. *Watercolor for the Absolute Beginner*. Search Press Ltd. Tunbridge Wells
- Watson, Deb. 2014. *Watercolor Basics*. Walter Foster Publishing. Laguna Hills CA

COURSE	Course Name	Identity Design
	Code	DV184301
	Credit	6
	Semester	3

COURSE DESCRIPTION

Visual Communication Design Identity is a design course focusing on creating a corporate identity / organization / product / service through various media identity including logo, logotype, standard graphical manual, and its applied media.

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.1	<i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;</i>
P.4	<i>Design methodologies in depth;</i>
P.5	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (basic design), design process, photography, and computer graphics;</i>
P.6	<i>Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);</i>
P.8	<i>General concepts, principles, and effective communication techniques;</i>
KK.1	<i>Able to create visual and printed visual communication design work that has added value and aesthetics to overcome the problems of identity, mass communication, and competition faced by the stakeholders by not causing public unrest and disturbing the environment;</i>
KK.2	<i>Able to research and explore ideas to set goals, communication objectives, and prototypes of visual communication design solutions that address the issues of identity, mass communication, and competition by taking into account the ethical, historical, cultural, social consequences, environmental conservation and regulatory aspects;</i>
KK.4	<i>Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules;</i>
KK.9	<i>Able to document, store, secure, and rediscover data to ensure validity and prevent plagiarism.</i>

LEARNING OUTCOME

M1	<i>Students are able to design identity either logo (logogram and logotype or logotype only)</i>
M2	<i>Students are able to design a visual identity (visual identity system)</i>
M3	<i>Students are able to apply the visual identity of various media in an integrated manner</i>
M4	<i>Students are able to make Graphic Standard Manual for the entity.</i>
SUBJECT	
PB 1	<i>Elements and Principles of Identity Design</i>
PB 2	<i>Logo and Visual Identity</i>
PB 3	<i>The design method of visual identity design</i>
PB 4	<i>The design process of identity design</i>
PB 5	<i>Media applied identity</i>
PB 6	<i>Identity Design Document: Portfolio and Standard of Graphics Manual</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
● Catharine Slade-Brooking, <i>Creating Brand Identity: a guide for designer</i>. Paperback, 2016 ● Jorge Frascara, <i>Communication Design: Principles, Methods, and Practice</i>, Allworth Press, 2004. ● Mendiola B. Wiryawan, <i>Kamus Brand: A-Z</i>, Red & White Pub., 2008. ● Surianto Rustan, <i>Mendesain Logo</i>, Gramedia Pustaka Utama, 2009. ● Timothy Samara, <i>Design Elements: A Graphic Style Manual</i>, Rockport Publisher, Inc, 2007	

COURSE	Course Name	<i>Typography</i>
	Code	<i>DV184301</i>
	Credit	<i>4</i>
	Semester	<i>3</i>

COURSE DESCRIPTION

	<i>Typography course is a design supporting course that discusses the history of typography, the anatomy of the letters, the character of the letter, the composition of the letters, the knowledge of the editorial order to the application of typography experiments that can provide clarity of information in a medium.</i>
--	--

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

<i>P.1</i>	<i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth</i>
<i>P.2</i>	<i>General concept of historical and cultural design and its meaning;</i>
<i>P.3</i>	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics</i>
<i>P.6</i>	<i>Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);</i>
<i>P.8</i>	<i>General concepts, principles, and effective communication techniques;</i>
<i>KK.4</i>	<i>Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules; and</i>
<i>KK.5</i>	<i>Able to pioneer independent business in visual communication sector</i>

LEARNING OUTCOME

<i>M.1</i>	<i>Students are able to create and read fonts as languages and signs</i>
<i>M.2</i>	<i>Students are able to create text form messages in relation to the design of DKV</i>
<i>M.3</i>	<i>Students are able to think creatively in visualizing letters</i>
<i>M.4</i>	<i>Students have sensitivity in processing fonts in their application on DKV media</i>
<i>M.5</i>	<i>Students are able to present their typographic visual works related to the design</i>

SUBJECTS

<i>PB.1</i>	<i>History of typography</i>
-------------	------------------------------

PB.2	<i>Anatomy of typography</i>
PB.3	<i>Typography composition</i>
PB.4	<i>Initial letters</i>
PB.5	<i>Editorial & layout</i>
PB.6	<i>Experimental typography</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
• Ambrose, Gavin, Haris, Paul, (2006) <i>The Fundamentals of Typography</i>, Ava Publishing • Kusrianto, A (2010), <i>Pengantar Tipografi</i>, Elex Media Komputindo, Jakarta • Rustan, Surianto (2011), <i>Huruf Font Tipografi</i>, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta • Rustan, Surianto (2009), <i>Layout Dasar dan Penerapannya</i>, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta • Rustan, Surianto (2009), <i>Mendesain Logo</i>, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta • Sihombing, Danton (2001), <i>Tipografi dalam desain grafis</i>, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta	

COURSE	Course Name	Photography
	Code	DV184303
	Credit	4
	Semester	3

COURSE DESCRIPTION

Photography course is a supporting course of design that studies about the scope of the history of photography, the introduction of tools and materials, lighting variables, image projection system that can provide an understanding of photography as a visual element in applied Visual Communication Design

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.1	<i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;</i>
P.2	<i>General concept of historical and cultural design and its meaning;</i>
P.3	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;</i>
P.6	<i>Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);</i>
P.8	<i>General concepts, principles, and effective communication techniques;</i>
KK.4	<i>Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules; and</i>
KK.5	<i>Able to pioneer independent business in visual communication sector</i>

LEARNING OUTCOME

M.1	<i>Students can mengoprasionalkan tools in shooting correctly and precisely</i>
M.2	<i>Students are able to create the right form of lighting in making photos</i>
M.3	<i>Students are able to create photo objects with various characters</i>
M.4	<i>Students are able to apply their photography results in all forms of media</i>
M.5	<i>Students are able to present their photography work related to DKV design</i>

SUBJECTS	
<i>PB.1</i>	<i>History of Photography</i>
<i>PB.2</i>	<i>Theory of introduction of tools and materials</i>
<i>PB.3</i>	<i>Theory and introduction of lighting</i>
<i>PB.4</i>	<i>Knowledge of object characters</i>
<i>PB.5</i>	<i>Photography competence</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
• Denton, John & Adam D. (2012), <i>One Light Flash</i>, Ilex Press, UK. • Freeman, Michael. (2008), <i>Mastering Digital Photography</i>, Ilex Press, UK. • Graham Diprose & Jeff Robins. (2012), <i>Photography: The How Basic</i>, Thames & Hudson Ltd, UK. • Kelby, Scott. (2007), <i>The Digital Photography Book</i>, Peachpit Press. • McGovern, Thomas. (2003), <i>Alpha Teach Yourself Black and White Photography in 24 Hours</i> atau <i>Belajar Sendiri dalam 24 jam Fotografi Hitam Putih</i>, terjemahan Eko Armunanto. (2003), Penerbit Andi, Yogyakarta. • Peterson, Bryan. (2011), <i>Understanding Flash Photography</i>, Amphoto Books, imprint of the Crown Publishing Group, NY. • Schuneman, R. Smith. (1972), <i>Photographic Communication</i>, Focal Press, London • Soedjono, Soeprapto. (2006), <i>Pot-Pourri Fotografi</i>, Penerbit Univ. Trisakti, Jakarta.	

COURSE	Course Name	Design History
	Code	DV184304
	Credit	3
	Semester	3

COURSE DESCRIPTION

	<i>A course that studies the history and style of visual communication design from the era of industrial revolution to postmodernism, both world and Indonesia that can be a guide of knowledge for students in developing project that contain the history of Visual Communication Design.</i>
--	---

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.2	<i>The general concept of the history and culture of design and its meaning.</i>
P.3	<i>The general concept of social culture, ecology, and the principle of environmental conservation;</i>

LEARNING OUTCOME

M1	<i>Students understand the history and various styles of Visual Communication Design that took place in the era of industrial revolution from Victorian, Art and Craft Movement to Art Nouveau.</i>
M2	<i>Students understand the history and various styles of Visual Communication Design in the era of Early Modernism (Plakatstil and Wiener Werkstatte) and Modern (Futurism, Constructivism, De Stijl, Bauhaus, New Typography, Art Deco, Chest and Heroic Realism).</i>
M3	<i>Students understand the history and various styles of Visual Communication Design in the end of times Modernism (Swiss International Style, Corporate Style, Eclectic, Polish, Psychedelic and Japanese) and Postmodernism (Memphis, American New Wave, Punk, European New Wave).</i>

SUBJECT

PB 1	<i>The era of industrial revolution from the Victorian, Art and Craft Movement to Art Nouveau.</i>
PB 2	<i>Early Modernism (Plakatstil and Wiener Werkstatte) and Modern (Futurism, Constructivism, De Stijl, Bauhaus, New Typography, Art Deco, Chest and Heroic Realism).</i>
PB 3	<i>Modernism (Swiss International Style, Corporate Style, Eclectic, Polish, Psychedelic and Japanese) and Postmodernism (Memphis, American New Wave, Punk, European New Wave)</i>

REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
• Jorge Frascara, <i>Communication Design: Principles, Methods, and Practice</i>, Allworth Press, 2004. • Hanny Kardinata, <i>Desain Grafis Indonesia dalam Pusaran Desain Grafis Dunia</i>, DGI Press, 2015. • Steven Heller and Seymour Chwast, <i>Graphic Style: From Victorian to Post-Modern</i>, Abrams, 1994. • Philip B. Meggs and Alston W. Purvi, <i>Megg's History of Graphic Design</i>, Willey & Sons, 1998.	

COURSE	Course Name	Design Method and Creativity Studies
	Code	DV184305
	Credit	3
	Semester	3

COURSE DESCRIPTION

	<i>Creativity Studies and Design Methodology are subject of knowledge and application of creative thinking process and design method in producing Visual Communication Design work. This course contains some creative process activities, as well as introduction of stages in producing design work.</i>
--	--

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.4	<i>Design method in depth;</i>
P.5	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;</i>
P.6	<i>Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);</i>
P.8	<i>General concepts, principles, and effective communication techniques;</i>
KK.2	<i>Able to research and explore ideas to set goals, communication objectives, and prototypes of visual communication design solutions that address the issues of identity, mass communication, and competition by taking into account the ethical, historical, cultural, social consequences, environmental conservation and regulatory aspects;</i>

LEARNING OUTCOME

M1	<i>Students are able to think creatively, think imaginatively and able to communicate what has been produced</i>
M2	<i>Students are able to have skills in developing ideas through creative but structured and measurable mindset to solve design problems, through generating ideas method: brainstorming</i>
M3	<i>Students are able to solve design problems through creative approaches that are out of the box</i>

SUBJECTS

PB 1	<i>Object Thinking: Why, mind mapping, identify problem</i>
PB 2	<i>Disruptive and detournement : Brainstorming, Biomimicry, lateral thinking</i>
PB 3	<i>SCAMPER:</i>

PB 4	<i>Alternative methods: Ethnophoto</i>
PB 5	<i>Creative Experience: Business model</i>
REQUIREMENT	
	-
BOOK	
• Adams, J. L. (2001). <i>Conceptual Blockbusting: A guide to better ideas</i> (4th Edition ed.). Massachussets: Perseus Publishing. • Burleson, W. (2005). <i>Developing creativity, motivation, and self-actualization with learning system</i>. <i>International Journal of Human-Computer Studies</i>, 63, 436-451. • Renanda, R. (2014). <i>Mencuri Kreativitas Desainer</i>. Jakarta, Indonesia: Transmedia Pustaka. • Wilde, J., & Wilde, R. (2000). <i>Visual Literacy: A Conceptual Approach to graphic Problem Solving</i> Paperback	

COURSE	Course Name	Promotional Design
	Code	DV184401
	Credit	6
	Semester	4

COURSE DESCRIPTION

Visual Communication Design Promotion is a design course focusing on creating strategies and media promotion of a company / organization / product / service / event / program through various integrated media

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.1	<i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;</i>
P.4	<i>Design methodologies in depth;</i>
P.5	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;</i>
P.6	<i>Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);</i>
P.7	<i>Factual knowledge of raw material design;</i>
P.8	<i>General concepts, principles, and effective communication techniques;</i>
P.9	<i>Factual knowledge of the types and regulations of broadcasting, journalism and Information and Electronic Transactions, the development of cutting-edge technology in the field of visual communication design; and</i>
KK.1	<i>Able to create visual and printed visual communication design work that has added value and aesthetics to overcome the problem of identity, mass communication, and competition faced by stakeholders by not causing public unrest and disturbing environmental sustainability;</i>
KK.2	<i>Able to research and explore ideas to set goals, communication objectives, and prototypes of visual communication design solutions that address the issues of identity, mass communication, and competition by taking into account the ethical, historical, cultural, social consequences, environmental conservation and regulatory aspects;</i>

KK.3	Capable of analyzing the level of material and time-utilization efficiency in the production process of each alternative prototype of selected visual communication design solutions, without altering the essence and design aesthetics and preserving the environment;
KK.4	Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules;
KK.5	Able to pioneer independent business in visual communication sector
KK.9	Able to document, store, secure, and rediscover data to ensure validity and prevent plagiarism.
KU.5	Able to take decisions appropriately in the context of problem solving in the area of expertise, based on the results of analysis of information and data;
KU.9	Able to document, store, secure, and rediscover data to ensure validity and prevent plagiarism.
LEARNING OUTCOME	
M1	Students understand brand definition and permerekan
M2	Students understand the dynamics of people's lifestyles, information and media needs
M3	Students learn, understand and analyze the problematics of branding and campaign / campaign target groups from various data search methods
M4	Students are able to create visual and media communication strategies based on data already obtained
M5	Students are able to create visual concepts using the creative brief
M6	Students are able to make alternative designs and perform alternative reductions based on the criteria that have been made
M7	Students are able to implement selected designs on prescribed media
M8	Students are able to create portfolios, and exhibitions
SUBJECT	
PB 1	Brand definition, and permerekan
PB 2	Definition of user / communicant
PB 3	Entity planning, brand experience, user experience / communicant
PB 4	Creative method of designing visual communication design
PB 5	Advertising, campaign and public relations
REQUIREMENT	
	Visual Communication Design Identity

REFERENCES

- Jonathan Baldwin, *Visual Communication: from theory to practice*, Lausanne: Ava Book, 2006
- Bill Chitty, 4th Edition *Integrated Marketing Communication*, Australia: Cengage Learning, 2015
- Marco Spies, *Branded Interactions: Cerating Digital the Experience*. UK: Thames & Hudson, 2015
- Rachmat Kriyanto, *Public relations writing: Teknik produksi media public relations dan publisitas korporat*. Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2008
- Ronald Lane, *Klepper's Advertising Procedure*, 6th Edition, New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2005

COURSE	<i>Course Name</i>	<i>Illustration</i>
	<i>Code</i>	<i>DV184402</i>
	<i>Credit</i>	<i>4</i>
	<i>Semester</i>	<i>4</i>

COURSE DESCRIPTION

	<i>Illustration is a course that contains the knowledge and skills of illustration, as well as the media of applied illustration in various visual communication design works such as comics, infographics, graphic novels, etc..</i>
--	---

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

<i>P.1</i>	<i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;</i>
<i>P.5</i>	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;</i>
<i>P.6</i>	<i>Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);</i>
<i>P. 8</i>	<i>General concepts, principles, and effective communication techniques;</i>
<i>KK.2</i>	<i>Able to research and explore ideas to set goals, communication objectives, and prototypes of visual communication design solutions that address the issues of identity, mass communication, and competition by taking into account the ethical, historical, cultural, social consequences, environmental conservation and regulatory aspects;</i>
<i>KK.5</i>	<i>Able to pioneer independent business in visual communication sector</i>

LEARNING OUTCOME

<i>M1</i>	<i>Students are able to understand the character study of each illustration media</i>
<i>M2</i>	<i>Students are able to analyze the possibility of concept of execution on each media</i>
<i>M3</i>	<i>Students are able to design the illustration concept in accordance with the results of media studies</i>
<i>M4</i>	<i>Students are able to produce works of illustration in the form of mock-up in each media</i>

SUBJECT	
PB 1	<i>The Study of Style Exploration</i>
PB 2	<i>Serial Illustration Design</i>
PB 3	<i>Editorial Illustration Design</i>
PB 4	<i>Design of Comic Illustrations</i>
PB 5	<i>Design of Infographic Illustration</i>
PB 6	<i>Illustration Design Children's Books</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
• Loomis, Andrew. 2012. <i>Creative Illustration</i>. Titan Books Ltd. London • Hart, John. 2008, <i>The Art of Storyboard</i>, Elsevier Publisher. United Kingdom • McCloud, Scott, 1994, <i>Understanding Comics : The Invisible Art</i>. William Morrow Paperbacks • Crossley, Kevin. 2014. <i>Character Design From The Ground Up</i>. Taylor & Francis Ltd. Abingdon • Bancroft, Tom. 2006. <i>Creating Characters with Personality</i>. Watson-Guptill. New York.	

COURSE	Course Name	Videography
	Code	DV184403
	Credit	4
	Semester	4

COURSE DESCRIPTION

Videography course is a subject of knowledge and skills using video recording media as a tool in producing video works for the needs of delivering a message to audiences through video medium. Some of the works of videography one of them is instructional video, commercial video profile, video blog.

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.1	Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;
P.4	Design method in depth;
P.5	Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;
P. 7	Factual knowledge of raw material design;
P. 8	General concepts, principles, and effective communication techniques;
P. 9	Pengetahuan faktual tentang jenis dan regulasi penyiaran, jurnalistik dan Informasi dan Transaksi Elektronik, perkembangan teknologi mutakhir di bidang desain komunikasi visual;
KK.1	Able to create visual and printed visual communication design work that has added value and aesthetics to overcome the problem of identity, mass communication, and competition faced by stakeholders by not causing public unrest and disturbing environmental sustainability;
KK.2	Able to research and explore ideas to set goals, communication objectives, and prototypes of visual communication design solutions that address the issues of identity, mass communication, and competition by taking into account the ethical, historical, cultural, social consequences, environmental conservation and regulatory aspects;
KK.3	Capable of analyzing the level of material and time-utilization efficiency in the production process of each

	<i>alternative prototype of selected visual communication design solutions, without altering the essence and aesthetics of the design and preserving the environment;</i>
<i>KK.4</i>	<i>Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules;</i>
<i>KK.5</i>	<i>Able to pioneer independent business in visual communication sector</i>
LEARNING OUTCOME	
<i>M1</i>	<i>Students are able to understand the basic techniques of video recording media operation</i>
<i>M2</i>	<i>Students are able to understand and be able to communicate a message through video images</i>
<i>M3</i>	<i>Students are able to understand and be able to provide arguments about the application of some basic principles of videography such as composition, color, timing.</i>
<i>M4</i>	<i>Students are able to make simple planning of making videography work, especially the stage of storyboard planning.</i>
<i>M5</i>	<i>Students are able to appreciate some of the popular recording media style.</i>
<i>M6</i>	<i>Students have the motivation to explore several experimental styles of videography works with various limited tools.</i>
SUBJECTS	
<i>PB 1</i>	<i>Camera Introduction: White Balanced, Shutter Speed, ISO, Dynamic Range. Videography Workflow : Preproduction, Production, Post Production.</i>
<i>PB 2</i>	<i>Camera movement: Type and mood, indoor/outdoor</i>
<i>PB 3</i>	<i>Story and storyboard: Timing, characters, visual, setting, acting, script, music</i>
<i>PB 4</i>	<i>Creative videography: Experiment short movie</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
• <i>101 Filmmaking Tips and Tricks. Premium Beat. 2015</i> • <i>Douglas Katz, Steven. Film Directing Shot by Shot : Visualizing from Concept to Screen. Gulf Professional Publishing. 1991</i> • <i>Dancyger's, Ken. The Technique of Film & Video Editing: History, Theory, and Practice. Focal Press. 2006</i>	

COURSE	Course Name	Advertising
	Code	DV184404
	Credit	3
	Semester	4

COURSE DESCRIPTION

	<i>The course is a subject of knowledge about the strategy and application of advertising as a medium of mass communication</i>
--	---

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.1	<i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;</i>
P.2	<i>General concept of historical and cultural design and its meaning;</i>
P.3	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;</i>
P. 6	<i>Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);</i>
P.8	<i>General concepts, principles, and effective communication techniques;</i>
KK.4	<i>Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules;</i>

LEARNING OUTCOME

M1	<i>Students are able to explain IMC definitions, goals, benefits and IMC trends</i>
M2	<i>Students are able to name the elements of data mining, methods in the process of designing IMC</i>
M3	<i>Students understand the trend of social media-based IMC</i>
M4	<i>Students know the IMC strategy on screen-based media</i>
M5	<i>Students Designing IMC in integrated social media and audio visual media</i>
M6	<i>Students are able to present the idea of IMC in groups</i>

SUBJECTS

PB 1	<i>Introductions on Integrated Marketing Communication</i>
PB 2	<i>Research In Integrated Marketing Communication, quantitative and qualitative</i>

<i>PB 3</i>	<i>IMC case studies on display media</i>
<i>PB 4</i>	<i>Copywriting in Ads, scriptwriting</i>
<i>PB 5</i>	<i>Audio and video in advertising, Ideas Presentation</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
1. <i>Periklanan, Frank Jenkins</i> 2. <i>The Adweek Copywriting Handbook: The Ultimate Guide to Writing Powerful Advertising and Marketing Copy from One of America's Top Copywriters, Joseph Sugarman</i>	

COURSE	Course Name	Communication
	Code	DV184405
	Credit	3
	Semester	4

COURSE DESCRIPTION

	<i>Communication lecture is a course of knowledge about, types, variety, process, and communication strategy especially in relation to mass media.</i>
--	--

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.1	<i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;</i>
P.2	<i>General concept of historical and cultural design and its meaning;</i>
P.3	<i>General concept of social culture, ecology, and environmental preservation principle;</i>
P.8	<i>General concepts, principles, and effective communication techniques;</i>
P.9	<i>Factual knowledge of the types and regulations of broadcasting, journalism and Information and Electronic Transactions, the development of cutting-edge technology in the field of visual communication design;</i>

LEARNING OUTCOME

M1	<i>Students are able to recognize the background of the definition of communication based on technological developments</i>
M2	<i>Students are able to understand the parts in the communication process and the elements of effective communication support</i>
M3	<i>Students are able to understand the variety of communication and are able to analyze its use in visual communication design applications</i>
M4	<i>Students are able to practice communication in expressing ideas / ideas and forming a positive impression in public</i>
M5	<i>Students understand the sign language in the visual design visual design</i>
M6	<i>Students understand the ethical limits in visual communication design works</i>

SUBJECT

PB 1	<i>Definition of Communication</i>
PB 2	<i>Interpersonal Communication, Group Communication, Organizational Communication, Public Communication</i>

PB 3	<i>Communication and Media</i>
PB 4	<i>Intercultural communication</i>
PB 5	<i>Semiotics</i>
PB6	<i>Communication Ethics</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
• Jalaluddin Rakhmat, <i>Psikologi Komunikasi</i>, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004 • Jonathan Baldwin, <i>Visual Communication: from theory to practice</i>, Lausanne: Ava Book, 2006 • Bill Chitty, 4th Edition <i>Integrated Marketing Communication</i>, Australia: Cengage Learning, 2015 • Marco Spies, <i>Branded Interactions: Cerating Digital the Experience</i>. UK: Thames & Hudson, 2015 • Rachmat Kriyanto, <i>Public relations writing: Teknik produksi media public relations dan publisitas korporat</i>. Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2008 • Bertens, <i>Etika</i>, Yogyakarta: Kanisius, 2 • Sarah Trenholm, <i>Thinking Through Communication: An Introduction to the Study of Human Communication</i>, Sixth Edition	

COURSE	<i>Course Name</i>	<i>Environmental Graphic Design</i>
	<i>Code</i>	<i>DV184501</i>
	<i>Credit</i>	<i>6</i>
	<i>Semester</i>	<i>5</i>

COURSE DESCRIPTION

	Visual Communication Design Environment or often known as Environmental Graphic Design (Environmental Graphic Design) is a design course that focuses on the creation of signage, wayfinding, placemaking as media delivery of messages and space information. Knowledge of process, method, compilation of work document, maket making, and presentation of work using 2D and 3D drawing is part of integrated activity in design course of Visual Communication Design Environment
--	--

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.1	Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;
P.2	General concept of historical and cultural design and its meaning;
P.3	General concept of social culture, ecology, and environmental preservation principle;
P.4	Design methodologies in depth;
P.5	Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;
P.6	Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);
P.7	Factual knowledge of raw material design;
P.8	General concepts, principles, and effective communication techniques;
KK.1	Able to create visual and printed visual communication design work that has added value and aesthetics to overcome the problem of identity, mass communication, and competition faced by stakeholders by not causing public unrest and disturbing environmental sustainability;
KK.2	Able to research and explore ideas to set goals, communication objectives, and prototypes of visual communication design solutions that address the issues of identity, mass communication, and competition by taking into account the ethical, historical, cultural, social consequences, environmental conservation and regulatory

	<i>aspects;</i>
<i>KK.3</i>	<i>Capable of analyzing the level of material and time-utilization efficiency in the production process of each alternative prototype of selected visual communication design solutions, without altering the essence and design aesthetics and preserving the environment;</i>
<i>KK.4</i>	<i>Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules;</i>
<i>KK.5</i>	<i>Able to pioneer independent business in visual communication sector</i>
<i>KU.1</i>	<i>Able to apply logical, critical, systematic, and innovative thinking in the context of development or implementation of science and technology that cares and implements the humanities value appropriate to their area of expertise;</i>
<i>KU.5</i>	<i>Able to take decisions appropriately in the context of problem solving in the area of expertise, based on the results of analysis of information and data;</i>
<i>KU.9</i>	<i>Able to document, store, secure, and rediscover data to ensure validity and prevent plagiarism.</i>
LEARNING OUTCOME	
<i>M1</i>	<i>Able to have an understanding of EGD functions, roles and opportunities in creating identity / brand, communication of a certain space</i>
<i>M2</i>	<i>Able to have knowledge about EGD categories in various types of places / space</i>
<i>M3</i>	<i>Able to analyze EGD problems in general and specialized in various types of places / space</i>
<i>M4</i>	<i>Able to formulate statement of problem and goal of EGD design</i>
<i>M5</i>	<i>Able to evaluate the existing condition of EGD specifically related to aspects: function, aesthetics, and communication</i>
<i>M6</i>	<i>Able to plan EGD research activities</i>
<i>M7</i>	<i>Able to implement and collect data research results in a complete and systematic</i>
SUBJECT	
<i>PB 1</i>	<i>Definitions, functions, roles and opportunities of EGD</i>
<i>PB 2</i>	<i>EGD categories in various types of space</i>
<i>PB 3</i>	<i>Signage, Wayfinding & Placemaking.</i>
<i>PB 4</i>	<i>Background EGD problems: fennomena and identification</i>
REQUIREMENT	

REFERENCES

- Craig M. Berger (2005), *Wayfinding: Designing and Implementing Graphic Navigational Systems*, Page One,
- Jie Zhou, Muzi Guan, Liying Wang, Zhe Gao (2011) *Graphic Design in Architecture*, Design Media Publishing Limited
- Gibson, D (2009) *The Wayfinding Handbook : Information Design for Public Place*, Princeton Architectural Press
- Yu, J. (2014) *Museum Display Design*, Design Media Publishing Limited.
- Kim Baer, Jill Vacarra (2008) *Information Design Workbook: Graphic Approaches, Solutions, and Inspiration + 30 Case Studies*, Rockport

COURSE	Course Name	Animation
	Code	DV184502
	Credit	4
	Semester	5

COURSE DESCRIPTION

	<i>Digital Animation course is a subject of skill and ability to use computer media as a tool in producing modeling and animation works to fill the content needs in electronic or print media and the need to convey the message to the audience through the medium of video animation. Some digital animation works are animated series, animated trailers, simulation video presentations of products or services etc.</i>
--	---

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.1	<i>Applying the concept of 12 animation principles such as solid drawing, secondary action, anticipation, pose to pose, exaggeration, appeal, squash and stretch, staging, arc, ease in and out, follow through and overlapping action and timing</i>
P.4	<i>Method of 3D character design in depth</i>
P.5	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, and computer graphics;</i>
P. 7	<i>Knowledge of texture materials for 3-dimensional objects;</i>
P. 8	<i>General concepts, principles, and techniques of narrative animation film;</i>
P. 9	<i>Factual knowledge of the type and regulation of animation production, animation industry, the development of right technology in the field of animation;</i>
KK.1	<i>Able to create printed or digital animated works that have added value and aesthetics to overcome the problem of animated content needs, mass communication, and competition faced by stakeholders by not causing public unrest and disturbing environmental sustainability;</i>
KK.2	<i>Able to research and explore ideas for setting goals, communication goals, and prototypes of visual communication design solutions in the form of animations that can address the issues of animated content, mass communication and competition needs by considering ethical, historical, cultural, social, technological, economic, environmental conservation, and applicable regulations;</i>
KK.3	<i>Capable of analyzing the efficiency of technology utilization and time in the production process of each alternative prototype animation solution</i>

	<i>in visual communication design, without altering the essence and aesthetics of the design and by preserving the environment;</i>
<i>KK.4</i>	<i>Able to communicate alternative prototype animation solution and visual communication design independently or group in the form of verbal, graphic, writing, and model communicative with manual technique and digital based on choice of research rule of animation and..</i>
<i>KK.5</i>	<i>Able became to pioneer independent business in the animation sector and visual communication design</i>
LEARNING OUTCOME	
<i>M1</i>	<i>Students are able to identify and operate software for 3 dimensional object modeling.</i>
<i>M2</i>	<i>Students are able to design animation characters according to the principles of animation</i>
<i>M3</i>	<i>Students are able to design rigging on the face and body of an animation character</i>
<i>M4</i>	<i>Students are able to layout virtual environments with attention to emphasis, composition, spacing, and design principles</i>
<i>M5</i>	<i>Students are able to create movement composition of character and environment</i>
<i>M6</i>	<i>Students are able to perform animateion video and expert in rendering process</i>
SUBJECT	
<i>PB 1</i>	<i>12 principles of animation</i>
<i>PB 2</i>	<i>Modelling Object and Character</i>
<i>PB 3</i>	<i>Rigging and Animation Process</i>
<i>PB 4</i>	<i>Rendering and Editing Video</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
● <i>1 Manrique, Michelangelo, “ Blender for animation and Film Based Production”, Paperback,CRC Press</i> ● <i>Blain, John M, “ The Complete Guide to Blender Graphics : Computer Modeling and Animation”, Paperback, CRC Press</i> ● <i>Hess, Rolan, “ Blender Foundation : The essential guide to learning Blender 2.6” Focal Press Elsevier, 2010</i> ● <i>Flavell, Lance, “Beginning Blender : Open source 3D modelling, animation and game design” Apress, 2010</i> ● <i>James chronister, “Blender Basic Classroom Tutorial Book 4th edition”, 2011</i>	

COURSE	Course Name	Printing and Graphic Technology
	Code	DV184503
	Credit	3
	Semester	5

COURSE DESCRIPTION

Graphics Technology Course is a supporting competence in the field of Visual Communication Design study, especially knowledge related to printing technology. Subject matter taught include: introduction of print technology, basic principles of printing, print method, print production process, materials knowledge to final artwork manufacture for print production purposes.

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.2	<i>General concept of historical and cultural design and its meaning;</i>
P.5	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;</i>
P.6	<i>Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);</i>
P.7	<i>Factual knowledge of raw material design;</i>
P.9	<i>Factual knowledge of the types and regulations of broadcasting, journalism and Information and Electronic Transactions, the development of cutting-edge technology in the field of visual communication design; and</i>
KK.4	<i>Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules; and</i>
KK.5	<i>Able to pioneer independent business in visual communication sector</i>

LEARNING OUTCOME

M1	<i>Students are able to recognize the history of the development and variety of printing technology</i>
M2	<i>Students are able to understand the basic principles of print and print methods</i>
M3	<i>Students are able to understand the processes and flow of print production</i>
M4	<i>Students are able to understand the variety of materials and finishing print</i>

M5	<i>Students are able to understand the concept and principles of color printing production</i>
M6	<i>Students are able to produce Artwork examples of visual communication design work</i>
SUBJECT	
PB 1	<i>History of Printing Technology</i>
PB 2	<i>Printing Technique</i>
PB 3	<i>Printing Technology</i>
PB 4	<i>Printing process and Workflow</i>
PB 5	<i>Material Printing and Fini</i>
PB 6	<i>Color Management</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
• Edward Denison, Roger Fawcett-Tang, Jessica Glaser, Carolyn Kanight, Loewy, and Scott Witham: <i>Print Formats and Finishes: The Designer's Illustrated Guide to Brochures, Catalogs, Bags, Labels, Packaging, and Promotion</i>. Roto Vision 2010. • Rob Sheppard, Hannah Doyle: <i>New Epson Complete Guide to Digital Printing</i>. Piquiq Sterling Publishing Co. Inc. 2011. • Heller, Jules. <i>Print Making Today</i>, York University, 1972 • Dameria, Anne. <i>Panduan Designer dalam Produksi Cetak</i>, Link & Match • Dameria, Anne. <i>Digital Workflow dalam Industri Grafika</i>, Link & Match • Dameria, Anne. <i>Designer Handbook dalam Produksi Cetak dan Digital Printing</i>	

COURSE	Course Name	Research and Design Methods
	Code	DV184504
	Credit	3
	Semester	5

COURSE DESCRIPTION

	<i>Students are able to understand applying design approaches and methods, both qualitative and quantitative by analyzing primary and secondary data according to the needs of the target audience, in addition to implementing visual exploration and communication.</i>
--	---

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.5	<i>Design methodologies in depth;</i>
P. 8	<i>General concepts, principles, and effective communication techniques;</i>
P. 10	<i>Concepts and principles of entrepreneurship in the field of visual communication design; and the concept and principles of entrepreneurship in the field of visual communication design, including the concept and technique of reading opportunities, cost and fancy calculations, finding sources of financing, and marketing of visual communication design services.</i>
KK.2	<i>Able to research and explore ideas to set goals, communication objectives, and prototypes of visual communication design solutions that address the issues of identity, mass communication, and competition by taking into account the ethical, historical, cultural, social consequences, environmental conservation and regulatory aspects;</i>
KK.3	<i>Capable of analyzing the level of material and time-utilization efficiency in the production process of each alternative prototype of selected visual communication design solutions, without altering the essence and aesthetics of the design and preserving the environment;</i>

LEARNING OUTCOME

M1	<i>Students understand the basic concept of the nature of research that is quantitative / qualitative, primary / secondary, formative research / sumatif and application and case studies.</i>
M2	<i>Students understand the various strategies and research tactics in DKV, especially on competitor and ethnography analysis.</i>
M3	<i>Students are able to describe technological developments in connection with the screen</i>
M4	<i>Students understand marketing research, user testing and visual exploration strategies in the design of DKV by considering the interests</i>

	<i>and needs of the target audience to solve the design problem.</i>
M5	<i>Students understand the design process by several case studies of designer thinking with the characteristics of different visual styles.</i>
M6	<i>Students describe qualitative research methods that are participatory</i>
M7	<i>Students are able to explain projects, methods, concepts and design processes that are being worked on in other designing classes that are running.</i>
SUBJECT	
PB 1	<i>Quantitative and Qualitative Research, Types of data sources, Formative and Sumatif Research</i>
PB 2	<i>Competitor analysis, Ethnographic Research</i>
PB 3	<i>Marketing research, User Testing, Visual Exploration</i>
PB 4	<i>Systematics of proposal writing</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
• 100 research methods • Design Thinking, methods and principles, Jorge Frascara	

COURSE	Course Name	Visual Branding Design
	Code	DV184601
	Credit	6
	Semester	6

COURSE DESCRIPTION

Visual Communication Design Branding is a design course that studies methods, branding strategies. analyzing the potential of a brand's product, service, organization or city to be expanded into a brand that targets its competitors' brands

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.1	<i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;</i>
P.2	<i>General concept of historical and cultural design and its meaning;</i>
P.3	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;</i>
P. 6	<i>Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);</i>
P.8	<i>General concepts, principles, and effective communication techniques;</i>
KK.4	<i>Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules; and</i>

LEARNING OUTCOME

M1	<i>Students have good knowledge and understanding of scope, industry and profession in advertising.</i>
M2	<i>Students are able to understand the purpose, purpose, and design of an IMC activity</i>
M3	<i>Students are able to understand the various characteristic of media used in advertising</i>
M4	<i>Students are able to create and explore various possibilities of New Media such as Socmed which can be used as a medium for delivering messages</i>
M5	<i>Students are able to explore and develop big idea of a campaign with a creative approach through the power of copywrite and visual</i>

M6	<i>Students are able to develop and design a campaign strategy</i>
SUBJECT	
PB 1	<i>Introduction Integrated Marketing Communication</i>
PB 2	<i>Segmentation, target, and Positioning</i>
PB 3	<i>Setting Goals and Budgets</i>
PB 4	<i>Media Analysis and Planning</i>
PB 5	<i>Copywrite, Tagline and Ads script</i>
PB 6	<i>Creative and Visual Concepts</i>
REQUIREMENT	
	<i>Visual Communication Design Environment</i>
REFERENCES	
• Mono, 2005. <i>BRANDING: From Brief to Finished Solution</i> • David Aaker, 2015. <i>Aaker On Branding</i> • Marty Numeier. 2006. <i>The Brand Gap</i>. • Roger Lindeback, 2016. <i>Builbing A Brand Is Like Building A House</i> • Wally Olins, 2008. <i>Wally Olins: The Brand Handbook</i> • Wally Olins, 2008. <i>Wally Olins On Brand</i> • Wheeler, Alina. 2006, <i>Designing Brand identity</i>	

COURSE	Course Name	Interface Design
	Code	DV184602
	Credit	4
	Semester	6

COURSE DESCRIPTION

Development of student competence in designing interface design, taking into account user usability element and technology, to produce prototype that fulfill user experience rules

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

- | | |
|------|---|
| P.1 | <i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;</i> |
| P.4 | <i>Teneral concept of social culture, ecology, and environmental preservation principle;</i> |
| P.5 | <i>Design methodologies in depth;</i> |
| P. 7 | <i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;</i> |
| P. 8 | <i>General concepts, principles, and effective communication techniques;</i> |
| P. 9 | <i>Factual knowledge of the types and regulations of broadcasting, journalism and Information and Electronic Transactions, the development of cutting-edge technology in the field of visual communication design;</i> |
| KK.5 | <i>Able to pioneer independent business in visual communication sector</i> |

LEARNING OUTCOME

- | | |
|----|--|
| M1 | <i>Students are able to understand the realm of human and computer interaction</i> |
| M2 | <i>Students are able to decipher human psychology and the needs of human cognition that can be satisfied by the screen</i> |
| M3 | <i>Students are able to describe technological developments in connection with the screen</i> |
| M4 | <i>Students are able to explain the reaction of human and computer interaction</i> |
| M5 | <i>Students are able to develop interface design concepts</i> |

M6	<i>Students are able to design the concept into software that conforms to HCI standards</i>
SUBJECT	
PB 1	<i>Introduction to interface design, Human-Computer Interaction, Human Psychology, Screen-based Technology</i>
PB 2	<i>User Experience Design, user-oriented technology</i>
PB 3	<i>Ideation Technique, Gamification</i>
PB 4	<i>User Oriented Design, User Testing</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
• <i>The social design of technical system</i> • <i>The Encyclopedia of Human Computer Interaction, 2nd edition</i> • <i>Gamification at Work, design engaging business software</i>	

COURSE	Course Name	Marketing (Enrichment Course)
	Code	DV184603
	Credit	3
	Semester	6

COURSE DESCRIPTION

	Marketing Design is a course of marketing knowledge of product design. The main focus of the course of design marketing is to identify and formulate the value (value) of the design to be designed by the designer. Through the premise of economics and marketing approach, this course aims to enhance the knowledge of students in increasing the selling value of Visual Communication Design products
--	---

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.4	Design methodologies in depth;
P.10	Concepts and principles of entrepreneurship in the field of visual communication design; and the concept and principles of entrepreneurship in the field of visual communication design, including the concept and technique of reading opportunities, cost and fancy calculations, finding sources of financing, and marketing of visual communication design services.
KK.2	Able to research and explore ideas to set goals, communication objectives, and prototypes of visual communication design solutions that address the issues of identity, mass communication, and competition by taking into account the ethical, historical, cultural, social consequences, environmental conservation and regulatory aspects;
KK.3	Capable of analyzing the level of material and time-utilization efficiency in the production process of each alternative prototype of selected visual communication design solutions, without altering the essence and aesthetics of the design and preserving the environment;

LEARNING OUTCOME

M1	Students are able to explain the concept of design marketing, marketing environment and market opportunity
M2	Students are able to explain Marketing Strategy for companies with business design cores
M3	Students are able to explain and analyze the marketing Mix for company-based design firms.
M4	Students are able to explain marketing communications
M5	Explain can explain the implementation and supervision of marketing

	<i>efforts</i>
SUBJECT	
<i>PB 1</i>	<i>Marketing concepts, marketing environments and market opportunities</i>
<i>PB 2</i>	<i>Marketing strategy</i>
<i>PB 3</i>	<i>Marketing mix</i>
<i>PB 4</i>	<i>Marketing communications</i>
<i>PB 5</i>	<i>Implementation and supervision of marketing efforts</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
• <i>Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.</i> • <i>Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.</i> • <i>Kotler, Philip & Armstrong (2012): Marketing Management 14th Edition New Jersey: Pretice Hall</i>	

COURSE	Course Name	Conceptual Design
	Code	DV184701
	Credit	6
	Semester	7

COURSE DESCRIPTION

Visual Communication Design 5 (DKV Conceptual) is the Pre-TA Course as well as a prerequisite for taking the Final Project Course. In this course students learn to do research and exploration of ideas as solutions to solve design problems in various cases in society and environment. Stages of the learning process starts from the identification of problems, objectives, methods, analysis to the concept of design as part of the problem solving.

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.1	<i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;</i>
P.2	<i>General concept of historical and cultural design and its meaning;</i>
P.3	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;</i>
P. 6	<i>Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);</i>
P.8	<i>General concepts, principles, and effective communication techniques;</i>
KK.4	<i>Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules; and</i>

LEARNING OUTCOME

M1	<i>Students are able to define the problems, design goals and objectives faced and can also map the methodology as a way of completion.</i>
M2	<i>Students are able to explore and analyze relevant data and information to construct ideas and concepts in solving visual communication problems faced by them.</i>
M3	<i>Students are able to develop concepts, ideas and alternative design through the stages of the design process that has been determined.</i>
M4	<i>Students are able to make presentation of digital and manual design</i>

	<i>concepts and organize them in the form of reports.</i>
SUBJECT	
PB 1	<i>Definition of Problem and Communication needs:</i>
PB 2	<i>Researchfor Information Idea</i>
PB 3	<i>Generation and refinement of Idea</i>
PB 4	<i>Concepts, Presentation and Evaluation</i>
REQUIREMENT	
	<i>Visual Communication Design Identity; Promotion; Environment, Branding</i>
REFERENCES	
• <i>Jhou Jie, Guan Muzi, Gao Zhe & Wang: International Visual Communication. Design Media Publishing Limited. Hong Kong.2011.</i> • <i>Will Hill: The Complete Typographer. A Foundation Course for Graphic Designers Working with Type. Thames Hudson. 2010.</i> • <i>Edward Denison, Roger Fawcett-Tang, Jessica Glaser, Carolyn Kanight, Loewy, and Scott Witham: Print Formats and Finishes: The Designer's Illustrated Guide to Brochures, Catalogs, Bags, Labels, Packaging, and Promotion. Roto Vision 2010.</i> • <i>Rob Sheppard, Hannah Doyle: New Epson Complete Guide to Digital Printing. Piqsiq Sterling Publishing Co. Inc. 2011.</i> • <i>Eva Minguet Camara: Illustration on Advertising. Instituto Monsa De Ediciones. 2010.</i> • <i>Patrick Cramsie: The Story of Graphic Design: From the Invention of Writing to the Birth of Digital Design.The British Library. London. 2010.</i> • <i>Booth, Wayne C., Gregory G. Colomb, and Joseph M. Williams. The Craft of Research. Chicago: University of Chicago Press, 1995.</i> • <i>Bothamley, Jennifer. Dictionary of Theories. London: Gale Research International, 1993.</i>	

COURSE	<i>Course Name</i>	<i>Internship</i>
	<i>Code</i>	<i>DV184702</i>
	<i>Credit</i>	<i>5</i>
	<i>Semester</i>	<i>7</i>

COURSE DESCRIPTION

	<i>Job Training is an internship course conducted on the visual communication design industry such as advertising company, graphic house, publishing and printing, web design, animation, and various creative industries engaged in Visual Communication Design</i>
--	--

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

<i>P.1</i>	<i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;</i>
<i>P.2</i>	<i>General concept of historical and cultural design and its meaning;</i>
<i>P.3</i>	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;</i>
<i>P. 6</i>	<i>Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);</i>
<i>P.8</i>	<i>General concepts, principles, and effective communication techniques;</i>
<i>KK.4</i>	<i>Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules;</i>

LEARNING OUTCOME

<i>M1</i>	<i>Students are able to practice design knowledge in their practical work experience</i>
<i>M2</i>	<i>Students are able to understand the working process of Visual Communication Design professionals</i>
<i>M3</i>	<i>Students are able to organize a design activity in accordance with the expertise</i>
<i>M4</i>	<i>Students are able to work with teams and other disciplines of science</i>

SUBJECT

<i>PB 1</i>	<i>Background Job Training</i>
<i>PB 2</i>	<i>The organizational structure and the company's portfolio</i>
<i>PB 3</i>	<i>The process and results of student work</i>
<i>PB 4</i>	<i>Presentation of Job Training report</i>

REQUIREMENT

-

REFERENCES

- HM, Jogyianto.(2001). *Analisis dan Desain Sistem*. Yogyakarta : Andi Offset
- HM, Jogyianto.(2005). *Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta : Andi offset.
- Tunas, Billy. 2007. *Memahami dan Memecahkan Masalah dengan Pendekatan Sistem*. Jakarta: PT, Nimas Multima.
- WH, Inmon. (2005). *Building the Data Warehouse*. n.p : Wiley

COURSE	Course Name	Design Appreciation
	Code	DV184703
	Credit	3
	Semester	7

COURSE DESCRIPTION

This course examines the definition and stages of appreciation design that contains: description, formal analysis, interpretation, and judgment. Appreciation of design course also provides knowledge of contemporary issues such as vernacular design, postmodernism, ethical, social and cultural ethical designer responsibilities that enrich the designer's way of thinking.

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.1	<i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth.</i>
P.2	<i>General concept of historical and cultural design and its meaning.</i>
P.3	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (basic design), design process, photography, and computer graphics;</i>
P.8	<i>General concepts, principles, and effective communication techniques.</i>

LEARNING OUTCOME

M1	<i>Students are able to write papers to appreciate design by applying the four objective stages when criticizing a design: description, formal analysis, interpretation and judgment (Edmund Feldman's theory).</i>
M2	<i>Students understand the concept of vernacular as an effort to build identity (especially nation) in visual communication design and its relation with discourse of postmodernism.</i>
M3	<i>Students are able to create vernacular design and designer responsibilities (ethically, culturally and environmentally-friendly) design-themed.</i>

SUBJECT

PB 1	<i>The definition of visual criticism and its four objective stages when criticizing a design: description, formal analysis, interpretation and judgment (Edmund Feldman's theory)</i>
PB 2	<i>Vernacular and postmodernism design.</i>
PB 3	<i>Design and designer's responsibilities.</i>

REQUIREMENT

REFERENCES

- *Edmund Burke Feldman, Art as image and idea, Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall, c1967.*
- *Timothy Samara, Design Elements: A Graphic Style Manual, Rockport Publisher, Inc, 2007*
- *Yasraf Amir Piliang, Sebuah Dunia yang Dilipat: Realitas Kebudayaan Menjelang Milenium Ketiga dan Matinya Postmodernisme, Mizan, Bandung, 1999*
- *David Bernan, Do Good Design: Bagaimana Desainer dapat Mengubah Dunia, Aikon, 2010*
- *Judith Williamson, Decoding Advertisement: Membedah Ideologi dan Makna dalam Periklanan, Jalasutra, Yogyakarta, 2007*

COURSE	Course Name	Design and Marketing
	Code	DV184704
	Credit	3
	Semester	7

COURSE DESCRIPTION

	Marketing Design is a course of marketing knowledge of product design. The main focus of the course of design marketing is to identify and formulate the value (value) of the design to be designed by the designer. Through the premise of economics and marketing approach, this course aims to enhance the knowledge of students in increasing the selling value of Visual Communication Design products
--	---

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.4	Design methodologies in depth;
P.10	Concepts and principles of entrepreneurship in the field of visual communication design; and the concept and principles of entrepreneurship in the field of visual communication design, including the concept and technique of reading opportunities, cost and fancy calculations, finding sources of financing, and marketing of visual communication design services.
KK.2	Able to research and explore ideas to set goals, communication objectives, and prototypes of visual communication design solutions that address the issues of identity, mass communication, and competition by taking into account the ethical, historical, cultural, social consequences, environmental conservation and regulatory aspects;
KK.3	Capable of analyzing the level of material and time-utilization efficiency in the production process of each alternative prototype of selected visual communication design solutions, without altering the essence and aesthetics of the design and preserving the environment;

LEARNING OUTCOME

M1	Students are able to explain the concept of design marketing, marketing environment and market opportunity
M2	Students are able to explain Marketing Strategy for companies with business design cores
M3	Students are able to explain and analyze the marketing Mix for company-based design firms.
M4	Students are able to explain marketing communications
M5	Explain can explain the implementation and supervision of marketing

	<i>efforts</i>
SUBJECT	
<i>PB 1</i>	<i>Implementation The concept of marketing, marketing environments and market opportunities for design-based companies.</i>
<i>PB 2</i>	<i>Marketing strategy based design company</i>
<i>PB 3</i>	<i>Marketing mix based design company</i>
<i>PB 4</i>	<i>Communication marketing based design company</i>
<i>PB 5</i>	<i>Implementation and supervision of the company's marketing efforts based on design</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
• Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): <i>Marketing Management, 15th Edition</i> New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc. • Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): <i>Principle Of Marketing, 15th edition.</i> New Jersey: Pearson Pretice Hall. • Kotler, Philip & Armstrong (2012): <i>Marketing Management 14th Edition</i> New Jersey: Pretice Hall • Fandi Tjiptono, <i>Pemasaran Jasa</i>, Penerbit Andi Offset, 2016	

COURSE	<i>Course Name</i>	<i>Final Project</i>
	<i>Code</i>	<i>DV184801</i>
	<i>Credit</i>	<i>8</i>
	<i>Semester</i>	<i>8</i>

COURSE DESCRIPTION

Final Project course is the final core design course within DKV's scope for identity, promotion, environment or data-based branding / real case to produce: a) concepts, studies / analysis / research, b) design documents and c) prototypes; e) exhibition of design project results; and f) presentation

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

- Demonstrate a responsible attitude towards the work in their own field of expertise;*
- Able to apply logical, critical, systematic, and innovative thinking in the context of development or implementation of science and technology which cares and implements the humanities value appropriate to their area of expertise;*
- Able to demonstrate independent, quality, and measurable performance;*
- Able to examine the implications of developing or implementing the science of technology which concerns and applies the humanities value according to its expertise based on scientific norms, procedures and ethics in order to produce solutions, ideas, designs or art criticism, develop scientific descriptions of the results of the study in the form of thesis or task report end, and upload it in the college page;*
- Able to examine the implications of developing or implementing the science of technology which concerns and applies the humanities value according to its expertise based on scientific norms, procedures and ethics in order to produce solutions, ideas, designs or art criticism, develop scientific descriptions of the results of the study in the form of thesis or task report end, and upload it in the college page;*
- Compile a scientific description of the results of the above study in the form of a thesis or final project report, and upload it on the college page;*
- Able to take decisions appropriately in the context of problem solving in the area of expertise, based on the results of information and data analysis;*
- able to maintain and develop the network with counselors, colleagues, colleagues both within the institution; or outside*

	• <i>Able to take responsibility for the achievement of group work and to supervise and evaluate the completion of work assigned to the worker under his / her responsibility;</i> • <i>Able to conduct self-evaluation process to work group which is under its responsibility, and able to manage learning independently;</i>
LEARNING OUTCOME	
SUBJECT	
	• <i>Research-design methods for searching data, analyzing data and synthesizing based on studies, research and analysis on: functions, forms, ergonomics, materials & processes, technology systems, cost analysis, production, markets, branding, etc.</i> • <i>Preparation of design concepts that consider the results of research / study, with the outcome of: design criteria</i> • <i>Creation of visual design concepts in the form of: sketch, alternative design, komperehensif, final design;</i> • <i>Knowledge / insight about the definition, scope, terminology, categorization and prospects for the chosen field of visual communication design into the theme of the final task, namely: identity design, promotion, environment, and branding</i> • <i>History, trends & prominent areas of visual communication design chosen to be the theme of the final project</i> • <i>Knowledge / insight about regulations, norms and standards in the field of selected visual communications design into the theme of the final project</i> • <i>The theories, processes and design methods in the field of selected visual communications designs become the theme of the final task, from ideas - research & concepts - design - design - production - marketing - branding;</i> • <i>Knowledge of digital technology systems used in the field of selected visual communications design into the final project theme</i> • <i>Material and process knowledge (manufacture, production, finishing) applicable in the field of selected visual communications design to the theme of the final project</i> • <i>Knowledge of marketing, branding and consumer behavior prevailing in the field of selected visual communications design into the theme of the final task</i> • <i>Method of tracing and mapping of design problems in the problems and needs of human to visual communication media based on the mastery of function & shape, material & process, technology system,</i>

	cost analysis, production, market, branding, • Preparation of visual communication media design images, such as: design drawings / drawings, engineering drawings, drawing pictures, operational drawings and details • Program design application development based on media needs study • The creation of technical documents and media administration in the form of: techniques, specifications, cost analysis, product planning, business planning, etc. • Visual modeling / prototyping of visual communication media design: visual books, visual mass media, digital content, movies, animated films, games, information display systems, etc. • Preparation of design reports • The making of scientific articles (national and international) • Presentation of design results in the form of concepts, designs and prototypes
REQUIREMENT	
	Visual Communication Design Conceptual
REFERENCES	
• Laurel, Brenda, ed, <u>Design Research : Methods & Perspectives</u>, Massachusetts Institute of Technonolgy, 2003 • Sachari, Agus. <u>Pengantar Metodologi Penelitian Budaya Rupa</u>, Erlangga, 2005 • Panduan Tugas Akhir, Jurusan Desain Produk Industri – FTSP – ITS, 2009 • Panduan Tugas Akhir, ITS, 2009	

Preferred Course

COURSE	Course Name	Editorial Design
	Code	DV184505
	Credit	3
	Semester	5

COURSE DESCRIPTION

In this course students learn about editorial design related to planning, managing and publishing manuscript for publication needs of print media and digital / online. The knowledge and expertise of the supporting subjects are: Journalism Science, Visual Communication Design, Illustration, Typography, Editorial Layout, Publishing and Printing Media.

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.1	<i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;</i>
P.5	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;</i>
P.6	<i>Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);</i>
P. 7	<i>Factual knowledge of raw material design;</i>
P.8	<i>General concepts, principles, and effective communication techniques;</i>
P.9	<i>Factual knowledge of the types and regulations of broadcasting, journalism and Information and Electronic Transactions, the development of cutting-edge technology in the field of visual communication design; and</i>
KK.1	<i>Able to create visual and printed visual communication design work that has added value and aesthetics to overcome the problem of identity, mass communication, and competition faced by stakeholders by not causing public unrest and disturbing environmental sustainability;</i>
KK.4	<i>Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules; and</i>
KK.5	<i>Able to pioneer independent business in visual communication sector</i>

LEARNING OUTCOME	
M1	<i>Students are able to explain the editorial principles of design, function and usefulness in real-life everyday</i>
M2	<i>Students are able to collect the data needed for the purpose of designing an editorial design</i>
M3	<i>Students are able to formulate the concept of editorial design and able to implement it in the form of adequate editorial layout design.</i>
M4	<i>Students are able to arrange the layout of an editorial design according to the task plan by using one of the editorial software (eg: adobe in design)</i>
M5	<i>Able to create print / dummy samples of the design editorial that he designed</i>
SUBJECTS	
PB 1	<i>Introduction of Publishing and Printing Industry</i>
PB 2	<i>Principles of Design Editorial</i>
PB 3	<i>Basic Editorial Design Concepts</i>
PB 4	<i>Editorial Layout and Document Setup</i>
PB 5	<i>Text and Graphics</i>
PB 6	<i>Tables and Infographics</i>
PB 7	<i>Visual Design</i>
PB 8	<i>Final Artwork</i>
PB 9	<i>Print Production</i>
PB 10	<i>Dummy / Product Prototyping</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
• Rob Sheppard, Hannah Doyle: <i>New Epson Complete Guide to Digital Printing</i>. Piqsq Sterling Publishing Co. Inc. 2011. • Edward Denison, Roger Fawcett-Tang, Jessica Glaser, Carolyn Kanight, Loewy, and Scott Witham: <i>Print Formats and Finishes: The Designer's Illustrated Guide to Brochures, Catalogs, Bags, Labels, Packaging, and Promotion</i>. Roto Vision 2010. • Jhou Jie, Guan Muzi, Gao Zhe & Wang: <i>International Visual Communication</i>. Design Media Publishing Limited. Hong Kong.2011. • Will Hill: <i>The Complete Typographer. A Foundation Course for Graphic Designers Working with Type</i>. Thames Hudson. 2010. • Swann, Alan : <i>Basic Design and Lay Out</i>, Phaidon – Oxford, 1987.	

- *Heller, Jules. Print Making Today , York University, 1972*
- *Dameria, Anne. Panduan Designer dalam ProduksiCetak , Link & Match*
- *Dameria, Anne. Color management , Link & Match*
- *Dameria, Anne. Designer Handbook dalam Produksi Cetak dan Digital Printing*

COURSE	Course Name	Merchandising
	Code	DV184506
	Credit	3
	Semester	5

COURSE DESCRIPTION

	<i>Is a subject of choice in the field of expertise in the creation of product design merchandise graphic design and souvenirs as a medium of communication delivery of messages kawasaan scope and organization</i>
--	--

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.1	<i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;</i>
P.5	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;</i>
P.6	<i>Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);</i>
P. 7	<i>Factual knowledge of raw material design;</i>
P.8	<i>General concepts, principles, and effective communication techniques;</i>
KK.1	<i>Able to create visual and printed visual communication design work that has added value and aesthetics to overcome the problem of identity, mass communication, and competition faced by stakeholders by not causing public unrest and disturbing environmental sustainability;</i>
KK.4	<i>Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules; and</i>
KK.5	<i>Able to pioneer independent business in visual communication sector</i>

LEARNING OUTCOME

M1	<i>Students understand the function and role of design merchandise and souvenirs</i>
M2	<i>students are able to identify and classify the types and variants of merchandise and souvenir products</i>
M3	<i>Students are able to analyze existing merchandise product design and souvenir</i>
M4	<i>Students have the ability to compose a concept visua design</i>

	<i>merchandise and souvenirs</i>
M5	<i>Able to develop skill in 2D / 3D sketch and digital image</i>
M6	<i>Having knowledge in production process includes planning, production cost and production process until distribution</i>
M7	<i>Have the ability to produce the final design in the form of prototypes</i>
SUBJECTS	
PB 1	<i>Introduction to the design of merchandise and souvenirs of the region</i>
PB 2	<i>Product category of merchandise and souvenirs of the region</i>
PB 3	<i>Existing product design merchandise and souvenir area</i>
PB 4	<i>The concept of design merchandise and souvenir kawasan</i>
PB 5	<i>Development of 2D / 3D digital sketches and drawings</i>
PB 6	<i>Merchandise Production Process</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
• Craig M. Berger (2005), <i>Wayfinding: Designing and Implementing Graphic Navigational Systems</i>, Page One, • Jie Zhou, Muzi Guan, Liying Wang, Zhe Gao (2011) <i>Graphic Design in Architecture</i>, Design Media Publishing Limited • Gibson, D (2009) <i>The Wayfinding Handbook : Information Design for Public Place</i>, Princeton Architectural Press • Yu, J. (2014) <i>Museum Display Design</i>, Design Media Publishing Limited. • Kim Baer, Jill Vacarra (2008) <i>Information Design Workbook: Graphic Approaches, Solutions, and Inspiration + 30 Case Studies</i>, Rockport	

COURSE	Course Name	Cinematography
	Code	DV184507
	Credit	3
	Semester	5

COURSE DESCRIPTION

Is a subject of choice in the field of videography expertise and film as a medium of message delivery through the film

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.1 Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecoological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;

P.5 Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;

P.6 Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);

P. 7 Factual knowledge of raw material design;

P.8 General concepts, principles, and effective communication techniques;

KK.1 Able to create visual and printed visual communication design work that has added value and aesthetics to overcome the problem of identity, mass communication, and competition faced by stakeholders by not causing public unrest and disturbing environmental sustainability;

KK.4 Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules; and

KK.5 Able to pioneer independent business in visual communication sector

LEARNING OUTCOMES

M1 Able to Understand the variety of language used in film media.

M2 Able to compile a screenplay for commercial advertisements based on predetermined objects

M3 Able to design a storyboard from a story script

M4 Able to design a film as part of commercial commercial of a product or service.

M5 Able to compile a documentary film script based on predetermined

	<i>object</i>
<i>M6</i>	<i>Able to design a storyboard from a story script</i>
<i>M7</i>	<i>Able to design a documentary as educational material and socialization.</i>
SUBJECTS	
<i>PB 1</i>	<i>Film as a medium of communication, Structure and elements in the film</i>
<i>PB 2</i>	<i>Story or Storyline, Data collecting method, the genre in the advertising film</i>
<i>PB 3</i>	<i>Cinematography elements in film, camera distance, angle and camera movement, image transition, phasing.</i>
<i>PB 4</i>	<i>Shooting technique, setting space and time, editing stage</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
• <i>Boggs, J.M. 1986. Cara Menilai Sebuah Film. Jakarta: Yayasan Citra</i> • <i>Metz, C. 1974. Film Language: A Semiotics of the Cinema. Chicago: The University of Chicago Press.</i> • <i>Rowlands, M. 2003. Menikmati Filsafat Melalui Film Science-Fiction. Bandung: Mizan.</i> • <i>Effendy, H. 2009. Mari Membuat Film. Jakarta: Erlangga</i> • <i>Pratista, H. 2008. Memahami Film. Yogyakarta: Homerian Pustaka</i>	

COURSE	Course Name	<i>Experimental Photography</i>
	Code	<i>DV184508</i>
	Credit	<i>3</i>
	Semester	<i>5</i>

COURSE DESCRIPTION

	<i>Photography course is the elective course in applying the photographic results into the photo branches, among others; commercial photography, journalistic photography and fine-art photography applied in both conventional and digital domains.</i>
--	--

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

<i>P.1</i>	<i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth</i>
<i>P.5</i>	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics</i>
<i>P.6</i>	<i>Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);</i>
<i>P.7</i>	<i>Factual knowledge of raw material design</i>
<i>P.8</i>	<i>General concepts, principles, and effective communication techniques;</i>
<i>KK.1</i>	<i>Able to create printed and digital visual communication design work that has added value and aesthetics to address the issues of identity, mass communication, and the competition faced by stakeholders by not raising public unrest and disrupting sustainability environment;</i>
<i>KK.4</i>	<i>Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules;</i>
<i>KK.5</i>	<i>Able to pioneer independent business in visual communication sector</i>

LEARNING OUTCOME

<i>M.1</i>	<i>Students are able to create the images as supporting the design course</i>
<i>M.2</i>	<i>Students are able to think creatively in planning and making photos as a form of applied science</i>
<i>M.3</i>	<i>Students are able to create messages in the form of images in accordance with the rules of media applied design</i>
<i>M.4</i>	<i>Students have a sensitivity in processing and critiquing the images with</i>

	<i>good</i>
<i>M.5</i>	<i>Students are able to visual presentations related to the design of DKV</i>
SUBJECTS	
<i>PB.1</i>	<i>Photo & style</i>
<i>PB.2</i>	<i>Commercial photos, photos of Journalism & Fine art photos</i>
<i>PB.3</i>	<i>Digital Image</i>
<i>PB.4</i>	<i>Online media</i>
<i>PB.5</i>	<i>Photography management</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
• Denton, John & Adam D. (2012), <i>One Light Flash</i>, Ilex Press, UK. • Freeman, Michael. (2008), <i>Mastering Digital Photography</i>, Ilex Press, UK. • Kelby, Scott. (2007), <i>The Digital Photography Book</i>, Peachpit Press. • Nugroho, Sarwo. (2014), <i>Teknik Dasar Videografi</i>, Andi • Peterson, Bryan. (2011), <i>Understanding Flash Photography</i>, Amphoto Books, imprint of the Crown Publishing Group, NY. • Schuneman, R. Smith. (1972), <i>Photographic Communication</i>, Focal Press, London • Soedjono, Soeprapto. (2006), <i>Pot-Pourri Fotografi</i>, Penerbit Univ. Trisakti, Jakarta.	

COURSE	<i>Course Name</i>	<i>Comic Book Illustration</i>
	<i>Code</i>	<i>DV184509</i>
	<i>Credit</i>	<i>3</i>
	<i>Semester</i>	<i>5</i>

COURSE DESCRIPTION

Is a subject of choice in the field of expertise of illustration of applied comics as a medium of delivery of messages and narrative stories through comic media, using manual and digital techniques

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.1 Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;

P.5 Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;

P.6 Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);

P.8 General concepts, principles, and effective communication techniques;

P.9 Factual knowledge of the types and regulations of broadcasting, journalism and Information and Electronic Transactions, the development of cutting-edge technology in the field of visual communication design

KK.1 Able to create visual and printed visual communication design work that has added value and aesthetics to overcome the problem of identity, mass communication, and competition faced by stakeholders by not causing public unrest and disturbing environmental sustainability;

KK.4 Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules; and

KK.5 Able to pioneer independent business in visual communication sector

LEARNING OUTCOMES

M1 Students are able to recognize the structure and elements in comics

M2 Students are able to understand the concept of communication in comic language

M3 Students are able to understand comic applications into various media

	<i>characters</i>
<i>M4</i>	<i>Students are able to design comic concepts based on a case study</i>
<i>M5</i>	<i>Students are able to produce comics that meet the criteria and rules of design</i>
SUBJECTS	
<i>PB 1</i>	<i>Variety and type of comics</i>
<i>PB 2</i>	<i>Elements and comic Structure</i>
<i>PB 3</i>	<i>Story or Storyline, Data collecting method, comic genre</i>
<i>PB 4</i>	<i>Comic language (storyboard, paneling, layout, phase)</i>
<i>PB 5</i>	<i>Comics as an educational medium</i>
<i>PB 6</i>	<i>Comics as a medium of socialization</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
• <i>Bonneff, Marcel, 1998. Komik Indonesia. Gramedia. Jakarta</i> • <i>Hart, John. 2008, The Art of Storyboard, Elsevier Publisher. United Kingdom</i> • <i>McCloud, Scott, 1994, Understanding Comics : The Invisible Art. William Morrow Paperbacks</i> • <i>Masdiono, Toni, 2000, 14 Jurus Membuat Komik. Creativ Media. Jakarta</i> • <i>Wooley, Charles. 1986. Wooley's History of The Comic Book. Charles Wooley (privately published)</i>	

COURSE	Course Name	Pattern Design
	Code	DV184604
	Credit	3
	Semester	6

COURSE DESCRIPTION

It is an in depth study field of applied illustration expertise of graphic design motif into various media both print and digital, and various applied medium such as cloth, wood, metal, up to digital display.

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.1	<i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;</i>
P.2	<i>General concept of historical and cultural design and its meaning;</i>
P.3	<i>General concept of social culture, ecology, and environmental preservation principle;</i>
P.5	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;</i>
P.6	<i>Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);</i>
P.7	<i>Factual knowledge of raw material design;</i>
P.8	<i>General concepts, principles, and effective communication techniques;</i>
KK.1	<i>Able to create visual and printed visual communication design work that has added value and aesthetics to overcome the problem of identity, mass communication, and competition faced by stakeholders by not causing public unrest and disturbing environmental sustainability;</i>
KK.4	<i>Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules; and</i>
KK.5	<i>Able to pioneer independent business in visual communication sector</i>

LEARNING OUTCOMES

M1	<i>Students understand the function and role of motif graphic design on various medium options.</i>
M2	<i>students are able to appreciate some works of graphic design motif</i>
M3	<i>Students are knowledgeable about the variety of cross-cultural ornamenatansi</i>
M4	<i>Students have knowledge about the variety of ornamenatansi nusantara</i>

M5	<i>Able to compose design elements using design principles according to theme and give value to a product.</i>
M6	<i>Being able to collaborate on various tools, materials into an exciting design work in today's popular industry</i>
M7	<i>Capable of producing various designs of digital graphic motifs designated media: paper, wood, leather, fabric, metal, screen</i>
M8	<i>Able to present the motif design work in portfolio form</i>
SUBJECTS	
PB 1	<i>Introduction to graphic design motifs</i>
PB 2	<i>Trend Design Motif</i>
PB 3	<i>Cross Cultural Ornamentation</i>
PB 4	<i>Ornamentasi Nusantara: Kriya, Batik, Clothing</i>
PB 5	<i>Design Elements Motif: Shape, Color, Illustration</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
• Yu, J. (2014) <i>Museum Display Design</i>, Design Media Publishing Limited. • Kim Baer, Jill Vacarra (2008) <i>Information Design Workbook: Graphic Approaches, Solutions, and Inspiration + 30 Case Studies</i>, Rockport • Jhou Jie, Guan Muzi, Gao Zhe & Wang: <i>International Visual Communication</i>. Design Media Publishing Limited. Hong Kong.2011. • Heller, Jules. <i>Print Making Today</i> , York University, 1972 • Damera, Anne. <i>Color management , Link & Match</i>	

COURSE	Course Name	<i>Environmental Branding</i>
	Code	<i>DV184605</i>
	Credit	<i>3</i>
	Semester	<i>6</i>

COURSE DESCRIPTION

	<i>Is a subject of choice in the field of graphic design expertise in the environment, especially in the development of graphic design environment of various public spaces such as tourist areas, museums, and exhibitions</i>
--	---

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

<i>P.1</i>	<i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;</i>
<i>P.3</i>	<i>General concept of social culture, ecology, and environmental preservation principle;</i>
<i>P.5</i>	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;</i>
<i>P.7</i>	<i>Factual knowledge of raw material design;</i>
<i>P.8</i>	<i>General concepts, principles, and effective communication techniques;</i>
<i>P.9</i>	<i>Factual knowledge of the types and regulations of broadcasting, journalism and Information and Electronic Transactions, the development of cutting-edge technology in the field of visual communication design; and</i>
<i>KK.1</i>	<i>Able to create visual and printed visual communication design work that has added value and aesthetics to overcome the problem of identity, mass communication, and competition faced by stakeholders by not causing public unrest and disturbing environmental sustainability;</i>
<i>KK.4</i>	<i>Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules; and</i>
<i>KK.5</i>	<i>Able to pioneer independent business in visual communication sector</i>

LEARNING OUTCOMES

<i>M1</i>	<i>Students are able to have an understanding of EGD functions, roles and opportunities in creating identity / brand, communication of a certain space</i>
-----------	--

M2	<i>Students are able to have knowledge about EGD categories in various types of places / space</i>
M3	<i>Students are able to analyze EGD problems in general and special in various types of places / space</i>
M4	<i>Students are able to formulate statement of problem and purpose of EGD design</i>
M5	<i>Students are able to evaluate the existing condition of EGD specifically related to aspects: function, aesthetics, and communication</i>
M6	<i>Students are able to plan EGD research activities</i>
M7	<i>Students are able to carry out and collect data research results in a complete and systematic</i>
SUBJECTS	
PB 1	<i>Introduction to EGD (Experience Graphic Design)</i>
PB 2	<i>EGD Regions</i>
PB 3	<i>Design Exhibition (Visual Merchandise)</i>
PB 4	<i>Lighting design</i>
PB 5	<i>Display design</i>
PB 6	<i>Audio Visual Guide</i>
PB 7	<i>New Media</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
• Craig M. Berger (2005), <i>Wayfinding: Designing and Implementing Graphic Navigational Systems</i>, Page One, • Jie Zhou, Muzi Guan, Liying Wang, Zhe Gao (2011) <i>Graphic Design in Architecture</i>, Design Media Publishing Limited • Gibson, D (2009) <i>The Wayfinding Handbook : Information Design for Public Place</i>, Princeton Architectural Press • Yu, J. (2014) <i>Museum Display Design</i>, Design Media Publishing Limited. • Kim Baer, Jill Vacarra (2008) <i>Information Design Workbook: Graphic Approaches, Solutions, and Inspiration + 30 Case Studies</i>, Rockport	

COURSE	Course Name	Animation and Digital Games
	Code	DV184606
	Credit	3
	Semester	6

COURSE DESCRIPTION

	<i>Is a subject of choice in the field of animation expertise and digital games, especially in producing an animation work both 2D and 3D and the concept of designing the manufacture of digital games</i>
--	---

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.1	<i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;</i>
P.5	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;</i>
P.8	<i>General concepts, principles, and effective communication techniques;</i>
P.9	<i>Factual knowledge of the types and regulations of broadcasting, journalism and Information and Electronic Transactions, the development of cutting-edge technology in the field of visual communication design;</i>
KK.1	<i>Able to create visual and printed visual communication design work that has added value and aesthetics to overcome the problem of identity, mass communication, and competition faced by stakeholders by not causing public unrest and disturbing environmental sustainability;</i>
KK.4	<i>Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules; and</i>
KK.5	<i>Able to pioneer independent business in visual communication sector</i>

LEARNING OUTCOMES

M.1	<i>Students are able to understand the theories, definitions, structures and basic concepts of designing animations and games</i>
M.2	<i>Students are able to understand the visual elements of animation and digital games</i>
M.3	<i>Students are able to design computer animation and digital games</i>

SUBJECTS

<i>PB 1</i>	<i>Existing game platforms on the market, platform feature analysis, use of game production engine</i>
<i>PB 2</i>	<i>Various game scenarios, immersivity utilization for digital games</i>
<i>PB 3</i>	<i>Various human and computer dialogues, use of icons and symbols in the game</i>
<i>PB 4</i>	<i>Analyze game products with the highest rating in the market place, review the experience scheme based on ergonomics, visual form and narrative stories</i>
<i>PB 5</i>	<i>Character design, environmental design and visual style</i>
<i>PB 6</i>	<i>Sprite for character animation, use of computer graphics to create character animations</i>
<i>PB 7</i>	<i>Basic programming language structure, program engineering</i>
<i>PB 8</i>	<i>Publicly licensed software to create simulation products</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
• Gary Rosenzweig, "ActionScript 3.0 Game Programming University", Que Publishing © 2008, ISBN-13: 978-0-7897-3702-1 • Ohlson De Fine, MR Mike J, "Python Graphics for Games 3 : Working in 3 Dimensions : Object Creation and Animation With OpenGL and Blender" Paperback, CRC Press	

COURSE	Course Name	Packaging Design
	Code	DV184607
	Credit	3
	Semester	6

COURSE DESCRIPTION

	<i>Is a deeper field of field of packaging design expertise related to the shape, structure, material, color, image, tipografi, as well as the elements of design along with product information so that the product can be marketed and has a selling point</i>
--	--

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.1	<i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;</i>
P.2	<i>General concept of historical and cultural design and its meaning;</i>
P.5	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;</i>
P.6	<i>Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);</i>
P.7	<i>Factual knowledge of raw material design;</i>
P.8	<i>General concepts, principles, and effective communication techniques;</i>
KK.1	<i>Able to create visual and printed visual communication design work that has added value and aesthetics to overcome the problem of identity, mass communication, and competition faced by stakeholders by not causing public unrest and disturbing environmental sustainability;</i>
KK.4	<i>Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules;</i>
KK.5	<i>Able to pioneer independent business in visual communication sector</i>

LEARNING OUTCOME

M.1	<i>Student are able to understand the theories, definitions, structures and basic concepts of packaging design</i>
M.2	<i>Students are able to understand the visual elements of packaging design</i>

M.3	<i>Mahasiswa mampu merancang kemasan sesuai dengan karakter produk</i>
M.4	<i>Students are able to design the packaging according to the character of the product</i>
M.5	<i>Students are able to analyze the situation and condition of development of product marketing communications</i>
M.6	<i>Students are able to understand the function of secondary packaging as well as its manufacture</i>
M.7	<i>Students are able to understand and be able to create packaging design that can be applied to the latest POP display</i>
SUBJECTS	
PB.1	<i>Packaging Design</i>
PB.2	<i>The visual element of packaging design: packaging trend</i>
PB.3	<i>Structure and packaging materials</i>
PB.4	<i>Redesign packaging</i>
PB.5	<i>Packaging design (Selecting the product as a case study, the concept of packaging design) and visualize packaging design</i>
PB.6	<i>Secondary packaging</i>
PB.7	<i>Pop display</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
• <i>Sonsino, Steven. Packaging Design: Graphics Materials & Technology. Thames and Hudson. 1990.</i> • <i>Morgan ,Conway Liold. .Packaging Design:Design Brief & Finishing. 1997.</i> • <i>Martin,Diana.Graphich Design, Inspirations and Innovations . 1996.</i>	

COURSE	Course Name	Advanced Advertising
	Code	DV184608
	Credit	3
	Semester	6

COURSE DESCRIPTION

	<i>Branding and Advertising Courses is a theoretical course that provides knowledge of the importance of activities as well as various kinds of branding. The purpose and benefits of Branding. This course covers methods, strategies to build and create strong brands with various examples or case studies of successful brands</i>
--	---

GRADE LEARNING ACHIEVEMENTS OF COURSE

P.1	<i>Theoretical concepts of design (Design Theory) in general and at least one of the theoretical concepts of visual communication design (Ecological Theory, Constructivism, Semiotics, Gestalt Theory, Cognitive Theory, or Huxley-lester Model) in depth;</i>
P.2	<i>General concept of historical and cultural design and its meaning;</i>
P.3	<i>Concepts, principles, methods, and techniques of color application, composition (nirmana), design process, photography, and computer graphics;</i>
P. 6	<i>Methods and techniques of drawing and graphics (printing techniques);</i>
P.8	<i>General concepts, principles, and effective communication techniques;</i>
KK.4	<i>Able to communicate alternative prototype visual communication design solutions independently or groups in the form of verbal, graphic, writing, and communicative models with manual and digital techniques based on the choice of fixed communicative rules;</i>

LEARNING OUTCOMES

M1	<i>Students are able to understand and have knowledge about the types and activities of branding, process and develop appropriate branding strategy</i>
M2	<i>Students are able to understand the purpose, and the benefits of branding activities in Nation Branding, Product Branding, City Branding, to Personal Branding</i>
M3	<i>Students are able to make studies and analyze the potential of branding</i>
M4	<i>Students are able to master and understand the methods in brand building</i>
M5	<i>Students are able to find the vision and bring the brand up</i>

SUBJECTS	
<i>PB 1</i>	<i>Introduction to Branding and Marketing</i>
<i>PB 2</i>	<i>Brand Building Methods and Strategies</i>
<i>PB 3</i>	<i>Nation Branding</i>
<i>PB 4</i>	<i>City Branding</i>
<i>PB 5</i>	<i>Personal Branding</i>
REQUIREMENT	
	-
REFERENCES	
• <i>David Aaker. 2015. Aaker On Branding</i> • <i>Marty Numeier. 2006. The Brand Gap.</i> • <i>Skellie, 2008. Rockstar Personal Branding</i> • <i>Wally Olins, 2008. Wally Olins On Brand</i> • <i>Roger Lindeback. 2016 Building A Brand Is Like Building A House</i>	