



Produksi Iklan Cetak dan Luar Ruang

MODUL MATA KULIAH PRAKTIKUM

Produksi Iklan Cetak dan Luar Ruang

Erwan Sudiwijaya, MBA
KONSENTRASI ADVERTISING, ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

Matrikulasi Perkuliahan

Produksi Iklan 01

Iklan Media Cetak dan Luar Ruang

Identitas Mata Kuliah

Nama Mata Kuliah : Produksi Iklan 1 I Cetak dan Luar Ruang
Nomor Kode : MKP AD 6.2
SKS : 5 SKS
Status Mata Kuliah : Wajib

Koordinator Mata Kuliah

Nama : Erwan Sudiwijaya, MBA
NIP / NIK : 19820516201604 163 162
Fakultas/Program Studi : Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jumlah Tim Pengajar : 1 orang

Informasi Mata Kuliah

1. Produksi Iklan media cetak dan luar ruang berbobot 5 SKS, MKP AD 6.2 pada semester 6
2. Penerapan komunikasi pemasaran dalam kreatif periklanan
3. Ketercapaian kompetensi Hard skills dan Softskill melalui
4. Pemahaman pesan (makna dan tanda)
5. Media
6. Etika
7. Budaya

Objektif

1. Mampu membuat konsep kreatif penyampaian pesan
2. Mampu menyiapkan dan melakukan produksi cetak dan luar ruang
3. Mampu mempresentasikan karya

Learning Outcome

Mahasiswa mampu membuat konsep penyampaian pesan komunikasi pemasaran, menyiapkan, melakukan produksi dan mempresentasikan.

Kompetensi Mata Kuliah

Hardskills

KU 5: Kemampuan melaksanakan dan mengevaluasi program komunikasi.

KU 2 : Kemampuan menyelenggarakan riset di bidang komunikasi

Softskills

Kemampuan sbg fasilitator, motivator & mediator secara sistematis & efektif.

Kemampuan menjalin kerjasama secara efektif.

Kemampuan untuk menjadi individu yang beretika dan berintegritas.

MINGGU	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN	MATERI	STRATEGI PEMBELAJARAN	LATIHAN YANG DILAKUKAN	KRITERIA PENILAIAN (INDIKATOR)	BOBOT
1	KU 2	01. INTRODUCTION Sylabus Description, Scheduling, Output Artwork Sharing, Team Building. 02. INSIGHT : Brand Insight, Consumer Insight and Unique Selling Preposition	Simulasi	Game Simulasi Penggalian Insight		
2	KU 5	03 - 04 TEAM PRESENTATION 5 Alternative Brand + Brand Insight	Project Base Learning	Presentasi Kelompok	Brand	
3	KU 5	05 PRINT AD OPEN BRIEF 06 TEAM PRESENTATION Brand Insight Consumer Insight USP - Message	Project Base Learning	UK 1 Presentasi Kelompok	Brand Insight Consumer Insight USP - Message	
4	KU 2	07 IDEA CURRATION 1 08 BRAINSTROM METHOD	Project Base Learning	Presentasi Kelompok Ceramah	Clear, Clean, Simple	
5	KU 5	09 PRE PRODUCTION MEETING PREPARATION 10 IDEA CURRATION 2	Project Base Learning	Presentasi Kelompok Ceramah	Clear, Clean, Simple	
6	KU 5	11 - 12 TEAM PRESENTATION Pre Production Meeting	Project Base Learning	UK 2 Presentasi Kelompok	Layout Referensi Properti Talent Wardrobe	

MINGGU	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN	MATERI	STRATEGI PEMBELAJARAN	LATIHAN YANG DILAKUKAN	KRITERIA PENILAIAN (INDIKATOR)	BOBOT
7	KU 5	13 - 14 P IDEA EXECUTION Photo Session, Lay Outing, Copy Development	Project Base Learning	Praktek Eksekusi Iklan		
8	KU 5	15 PHOTO AND LAYOUT PREVIEW 16 ART & COPY REVIEW	Project Base Learning	Presentasi Kelompok	Kesesuaian hasil eksekusi dengan PPM	
9	KU 5	17 FINAL PREVIEW 18 PRINT AND WRAP IT IN ADVERTISING FESTIVAL ENTRY STANDART	Project Base Learning	UK 3 Presentasi Kelompok Membuat Mock Up	Kesesuaian hasil eksekusi dengan PPM Kerapian Mockup Print A3, Linen Hitam Margin 5cm	
10	KU 2	19 AMBIENT MEDIA 101 Definition, How it Work, Case Study 20 AMBIENT MEDIA WORKSHOP	Small Group Discussion	Bedah Studi Kasus		
11	KU 2	21 IDEA CURRATION 1 22 IDEA REVIEW	Project Base Learning	Presentasi Kelompok	Clear, Clean, Simple	
12	KU 5	22 PRE PRODUCTION MEETING PREPARATION 23 IDEA CURRATION 2	Project Base Learning	Presentasi Kelompok Ceramah	Clear, Clean, Simple	
13	KU 5	24 - 25 TEAM PRESENTATION Pre Production Meeting	Project Base Learning	UK 4 Presentasi Kelompok	Draft Case Study Location	

MINGGU	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN	MATERI	STRATEGI PEMBELAJARAN	LATIHAN YANG DILAKUKAN	KRITERIA PENILAIAN (INDIKATOR)	BOBOT
14	KU 5	26 - 27 IDEA EXECUTION Execution and Documentation	Project Base Learning	Praktek Eksekusi Iklan		
15	KU 5	27 - 28 CASE STUDY VIDEO PREVIEW	Project Base Learning	Presentasi Kelompok	Case Study berjalan sesuai Ide	
16	KU 5	29 - 30 FINAL EXAM EXHIBITION	Project Base Learning	UK 5 Pameran		

Referensi

1. Gary R Dahl, Advertising for Dummies, Willey Publishing Inc, Canada, 2007
2. Mufarrih, Zein, Periklanan, Sebuah Pendekatan Praktis, Mata Padi Pressindo, Yogyakarta, 2015

MODUL 01

INSIGHT

DESKRIPSI

Latihan insight akan mengajak mahasiswa untuk menyusun strategi komunikasi periklanan yang diawali dengan penggalian brand insight melalui proses pemetaan kompetitor dan kemudian mengeksplorasi produk dengan lima panca indra dan 5W dan 1 H. Proses berikutnya adalah Consumer Insight untuk mendalami kebutuhan dan keinginan konsumen melalui focus group discussion, fase selanjutnya adalah menganalisa insight yang ditemukan hingga menemukan pesan sebagai keunggulan produk yang benar-benar diinginkan oleh konsumen.

TUJUAN PEMBELAJARAN

Mengajak mahasiswa untuk membuat strategi komunikasi periklanan

STRATEGI PEMBELAJARAN

Simulasi

Mahasiswa diminta untuk mempelajari dan menjalankan proses membedah brand insight dan consumer insight dengan mempraktekan/mencoba berbagai teknik penggalian insight yang telah disiapkan.

LATIHAN YANG DILAKUKAN

Game Simulasi Penggalian Insight

OUTPUT YANG DIHASILKAN

Mahasiswa mendapatkan pengalaman menggali brand & consumer insight dan menganalisanya menjadi pesan

LANGKAH-LANGKAH Pengerjaan

GAME SELL YOUR FRIEND

A. Pembagian Tim

1. Seluruh mahasiswa di kelas dibagi menjadi 6 kelompok advertising agency
2. Tiga advertising agency pertama memilih satu orang teman pria di setiap advertising agency untuk dijadikan klien
3. Tiga advertising agency kedua memilih satu orang teman wanita di setiap advertising agency untuk dijadikan klien
4. Setiap advertising agency dengan komoditas pria akan dipasarkan ke tiga advertising agency dengan klien wanita
5. Setiap advertising agency dengan komoditas wanita akan dipasarkan ke tiga advertising agency dengan klien pria

B. Penggalan Brand Insight

1. Pada setiap tim akan dipilih satu strategic planner yang akan mencatat semua hasil riset yang ditemukan
2. Anggota tim lain akan menggali brand insight dengan menanyakan motivasi mencari pasangan dengan panduan kebutuhan dan keinginan?
3. Setiap klien pria akan mengunjungi semua advertising agency dengan klien pria
4. Setiap klien wanita akan mengunjungi semua advertising agency dengan klien pria
5. Durasi penggalan brand insight adalah 10 menit
6. Strategic Planner di setiap tim akan merekap di catatannya

C. Penggalan Consumer Insight

1. Ketiga advertising agency yang memiliki klien pria akan berkelompok menjadi satu tim besar
2. Ketiga advertising agency yang memiliki klien wanita akan berkelompok menjadi satu tim besar
3. Ketiga klien pria akan bergabung ke dalam tim besar agency dengan klien wanita
4. Ketiga klien pria akan bergabung ke dalam tim besar agency dengan klien wanita
5. Setiap tim besar akan menunjuk satu moderator diskusi
6. moderator akan memimpin penggalan data consumer insight dengan panduan pertanyaan what, where, when, why, who dan how.

7. Strategic Planner di setiap tim akan merekap di catatannya

D. Proses analisa untuk membangun pesan iklan

1. Strategi Planner membacakan keunggulan brand lalu menyesuaikan dengan keunggulan kompetitor, hal yang sama dengan kompetitor silakan dicoret. Keunggulan yang tersisa akan menjadi peluang untuk dikomunikasikan
2. Peluang tadi akan dievaluasi bersama tim melalui proses analisa, dimaa peluang tim yang sama dengan kebutuhan dan keinginan konsumen akan dijadikan pesan.

MODUL 02

INSIGHT UNTUK TEAM PROJECT

DESKRIPSI

Mahasiswa akan memulai mengerjakan team project dengan mencari lima brand di sekitar mereka lalu mereka menggali brand & consumer insight serta menganalisa pesan lalu dipresentasikan di depan kelas.

TUJUAN PEMBELAJARAN

Mengajak mahasiswa untuk membuat strategi komunikasi periklanan

STRATEGI PEMBELAJARAN

Project Base Learning

Mahasiswa akan memulai mengerjakan tugas (berupa proyek) yang telah dirancang secara sistematis dan mereka akan menunjukkan kinerja dan mempertanggung jawabkan hasil kerjanya di forum.

LATIHAN YANG DILAKUKAN

Mencari brand dari usaha di sekitar mereka lalu membedah insight dan menganalisa pesannya

OUTPUT YANG DIHASILKAN

Mahasiswa memiliki lima strategi komunikasi periklanan

LANGKAH-LANGKAH Pengerjaan

A. Memilih Brand

Setiap tim mencari lima brand yang ada di sekitar kalian, carilah brand yang dekat seperti jika ada salah satu anggota tim yang memiliki usaha atau orang tuanya atau kerabat, teman dekat dan tetangga.

B. Menggali Brand Insight

1. Silakan lakukan investigasi brand kalian dengan detil dan mendalam
2. awali investigasi dengan mengumpulkan brand-brand kompetitor lalu data semua keunggulan yang dikomunikasikan
3. Pilih satu orang dari anggota tim untuk menjadi moderator investigasi
4. Pilih satu orang dari anggota tim untuk menjadi strategic planner yang mencatat semua data
5. Gali semua keunggulan brand kalian dengan menggunakan lima panca indra dan metode bertanya 5W dan 1H
6. Bandingkan keunggulan brand dengan keunggulan kompetitor
7. Coret semua keunggulan yang sama
8. Kumpulkan semua keunggulan yang belum dikomunikasikan kompetitor sebagai peluang

C. Menggali Consumer Insight

1. Kumpulkan target audien dari brand dalam jumlah yang ganjil bisa 3,5,7 dan seterusnya
2. Pilih satu orang dari anggota tim untuk menjadi moderator FGD
3. Pilih satu orang dari anggota tim untuk menjadi strategic planner yang mencatat semua data
4. Lakukan FGD dengan menggali need & want

D. Menganalisa Pesan

Semua peluang tadi akan dievaluasi bersama tim melalui proses analisa, dimaa peluang tim yang sama dengan kebutuhan dan keinginan konsumen akan dijadikan pesan.

MODUL 03

INSIGHT PRESENTATION

DESKRIPSI

Mahasiswa mempresentasikan hasil penggalian dari lima brand insight dan consumer insight serta pesan hasil analisa insight kepada dosen untuk dikurasi satu brand yang akan dikembangkan menjadi iklan cetak dan *ambient media*

TUJUAN PEMBELAJARAN

Mengajak mahasiswa untuk mempresentasikan strategi komunikasi periklanan

STRATEGI PEMBELAJARAN

Project Base Learning

Mahasiswa akan memulai mengerjakan tugas (berupa proyek) yang telah dirancang secara sistematis dan mereka akan menunjukkan kinerja dan mempertanggung jawabkan hasil kerjanya di forum.

LATIHAN YANG DILAKUKAN

Mempresentasikan kelima strategi komunikasi pemasaran yang sudah disusun

OUTPUT YANG DIHASILKAN

Setiap tim memiliki sebuah brand yang akan dikembangkan

LANGKAH-LANGKAH Pengerjaan

A. Susunan presentasi

1. Cover, Nama dan Nim (3 angka terakhir)
2. Cover Brand 1
3. Brand Insight (keunggulan kompetitor, keunggulan brand, peluang_
4. Consumer Insight (need & want)
5. Pesan
6. Cover Brand 1
7. Brand Insight (keunggulan kompetitor, keunggulan brand, peluang_
8. Consumer Insight (need & want)
9. Pesan
10. Cover Brand 1
11. Brand Insight (keunggulan kompetitor, keunggulan brand, peluang_
12. Consumer Insight (need & want)
13. Pesan

B. Tata Cara Presentasi

1. Setiap tim datang tepat waktu pada awal jam mata kuliah
2. Perwakilan tiap tim maju membawa file dan dicopy ke satu laptop presenter yang digunakan bersama
3. Presentasi selama 15 menit

MODUL 04

INTRODUCTION TO PRINT AD

DESKRIPSI

Mahasiswa akan ditantang untuk bermain tebak pesan dalam sebuah print ad sebagai cara belajar mengamati elemen-elemen dalam sebuah print ad dan pendekatan-pendekatan kreatif yang biasa digunakan dalam menyampaikan pesan pada sebuah print ad.

TUJUAN PEMBELAJARAN

Mengajak mahasiswa untuk mengamati elemen-elemen dan pendekatan kreatif dari print ad

STRATEGI PEMBELAJARAN

Project Base Learning

Mahasiswa akan memulai mengerjakan tugas mengamati iklan yang telah dirancang secara sistematis dan mereka akan menunjukkan kinerja dan mempertanggung jawabkan hasil kerjanya di forum.

LATIHAN YANG DILAKUKAN

Dalam tim, mahasiswa akan mendiskusikan dan menemukan pesan serta pendekatan kreatif yang digunakan dalam sebuah print ad

OUTPUT YANG DIHASILKAN

Setiap tim akan memiliki pemahaman akan elemen dan pendekatan kreatif untuk print ad

Anatomi Naskah Iklan Cetak



Help WWF save endangered species, before you miss them forever.

www.wwf.org

Headline.

Pernyataan yang terdiri dari satu atau dua kalimat dan ditampilkan secara mencolok bahkan headline lebih mudah dilihat dari pada dibaca.

Bodycopy

Disini seorang copywriter didorong untuk menulis teks sambil membayangkan dan menggambarkan bentuk visual iklan yang digarapnya. Karena bodycopy ini sangat membantu sekali terhadap desain dan tipografi iklan. Tujuan bodycopy dapat diarahkan untuk :

1. Menjaga kesan gerakan sehingga mata pembaca dapat diarahkan untuk tetap mengikuti dan membaca teks iklan.
2. Menyediakan kekontrasan tipografi.

3. menekankan pada nilai jual
4. membagi iklan menjadi beberapa bagian terutama apabila ternyata terdapat ide atau item-item yang berbeda.
5. menampung ketertarikan pembaca yang hanya tertarik pada baris display.
6. menjadikan iklan lebih menarik, lebih mudah dibaca, lebih jelas dan tidak seperti tampilan huruf yang tampak kelabu.

Visual.

Merupakan elemen penyampai pesan yang bersifat universal, dimana bahasa visual lebih mudah dimengerti oleh semua orang. Visual ini memiliki keunggulan menyampaikan pesan lebih cepat dari teks. Visual dapat berupa elemen grafis, ilustrasi dan fotografi.

Tipe dari Headline.

Headline dikreasikan dalam segala jenis bentuk dan ukuran dan dapat dikategorikan sesuai dengan tujuan berikut ini:

1. Present News (Berita terkini) Konsumen selalu tertarik dengan sesuatu yang baru, terutama sekali jika tentang masalah yang menjadi perhatian konsumen. Pada headline jenis ini produk, fitur dan keunggulan/keuntungan harus baru. Penggunaan berita pada headline biasanya menggunakan juga kata :Introducing (Memperkenalkan), Here (Disini), at least (Aakhirnya), Finally (Aakhirnya), Today (Sekarang), Presenting (Saat ini) dan tentu saja New (Baru).
Contoh: Saat ini TV layar cembung merupakan barang antik.
2. Makes a Claim (Membuat Tuntutan): “A deck this durable doesn’t grow on trees”(Pembungkus yang tahan lama ini tidak tumbuh di pohon) menjadi headline yang kuat dan tegas, terutama saat didukung oleh bodycopy dan ilustrasi yang kuat. Superlatif seperti pada pendekatan ini harus digunakan secara hati-hati.
3. Offers Advice (Menawarkan Nasihat): Headline :Migunani Tumraping Liyan (Berguna Bagi Sesama) yang diikuti oleh Bodycopy : Sekecil apapun pertolongan yang kita berikan akan bermakna besar bagi orang lain.

4. Inspires Curiosity (Mengundang Keingintahuan) Printer Mulai 200 ribuan. Headline ini hanya memberikan sedikit informasi produk atau bahkan tidak ada sama sekali. Headline ini berfungsi untuk mengundang pembaca mengetahui lebih dan lebih mengetahui produk yang ditawarkan.
5. Give a Command (Memberikan Perintah) Diputer, Dijilat trud Dichelupin. Adalah Headline milik Oreo yang memiliki tujuan sebagai brand education, bagaimana menikmati Oreo. Headline jenis ini digunakan untuk memberikan instruksi sesuai dengan tujuan iklan.
6. Offers a Challenge (Menawarkan Tantangan) How Low Can You Go!.. merupakan Headline dari A-Mild yang termansyur. Tantangan ini memberikan kesan bahwa pembaca akan melakukan sebuah tindakan setelah membaca.
7. Identifies the Product (Mengidentifikasi Produk) Tipe headline ini biasanya digunakan pada produk yang telah dikenal. Dalam Headline dapat ditulis dengan bentuk kata, prasa, kalimat atau slogan. Iklan Nike dengan Headline ” Just Do It” atau Adidas dengan ”Impossible Is Nothing”.

Karena semua pembaca membaca headline tapi tidak untuk bodycopy. Oleh karena itu headline harus mengatakan sesuatu tentang produk barang dan jasa. Hindarkan menulis dengan selip lidah, kacau, headline yang terlalu pintar sehingga akan menggagalkan proses penyampaian pesan dan hindarkan juga penggunaan ilustrasi visual yang tidak penting. Lakukan penulisan dengan sederhana, cerdas dan menghibur. Kondisikan seolah mereka menerima pesan dengan cara yang baru.

MODUL 05

BRAINSTROM METHOD

DESKRIPSI

Mahasiswa akan diajak berlatih untuk menggali ide kreatif dengan melatih keberanian untuk mengutarakan ide sebanyak-banyaknya dan belajar untuk merelevansikan dengan masalah brand agar dapat menjadi solusi.

TUJUAN PEMBELAJARAN

Mengajak mahasiswa untuk berani menggali ide dan merelevansikan dengan brand

STRATEGI PEMBELAJARAN

Project Base Learning

Mahasiswa akan memulai mengerjakan tugas penyelesaian masalah komunikasi periklanan dari brand yang telah dirancang secara sistematis dan mereka akan menunjukkan kinerja dan mempertanggung jawabkan hasil kerjanya di forum.

LATIHAN YANG DILAKUKAN

Dalam tim, mahasiswa akan menggali ide kreatif dan berdiskusi untuk direlevansikan dengan brand

OUTPUT YANG DIHASILKAN

Kemampuan menggali, mengutarakan dan merelevansikan ide

Pendekatan Kreatif

Pertemuan Ke 7

Lanturan tapi Relevan

Materi ini saya kutip dari buku Lanturan Tapi Relevan milik Budiman Hakim. Lanturan disini bermakna menyengaja melantur dengan tujuan tertentu. Namun lanturan yang kita buat harus selalu dijaga relevansinya. Karena itu carilah lanturan yang sejauh-jauhnya, namun bawalah relevansi yang sedekat-dekatnya, maka ide itu akan menjadi outstanding atau memorable.

Lanturan dan Plesetan

Analogi yang paling gampang dari lanturan adalah plesetan. Plesetan adalah salah satu komponen makna dari kata lanturan. Orang tertawa ketika mendengar plesetan karena relevansinya. Relevansi dalam konteks ini adalah mengacu pada kata asli yang diplesetinya. Kalau mereka tidak tertawa berarti tidak relevan. Tidak ada korelasi antara kata asli dan plesetannya jadinya : Garing!!



Lanturan dengan Analogi

Berikut adalah sebuah puisi tentang berak untuk menyampaikan pesan beramal

Beramalah kamu seperti berak.

Sehabis Berak.

Tentu kau merasa puas dan lega

Begitu rela...

Sehingga engkau tidak pernah berfikir

Apalagi mengharapkan apa yang telah dikeluarkan

Kembali kedalam perutmu

: Begitu pula seharusnya beramal.

Lanturan dan Kontradiksi

Sebuah lanturan yang menggunakan kontradiksi sebagai sumber dramatisasi. Contoh di bawah ini adalah sebuah radio PSA tentang pemabuk yang justru menasehati orang lain agar tidak mengemudi sambil mabuk.

PSA : Dont drive drunk

Judul : Pemabuk

Agency : MACS909

Pemabuk : Taxi. Ke sudirman ya Bang.

Supir Taxi : Ya pak.

Pemabuk : Tapi kan lu lagi ga mabok kan?
Supir Taxi : Engga pak.
Pemabuk : Ya jangan. Kalo lagi mabok jangan nyetir. Bahaya! Mobil gue aja gue tinggal di cafe
Supir Taxi : Ya Pak.
Pemabuk : Ati2 Bang...jangan ngebut!!
Supir Taxi : Engga Pak.
Pemabuk : Jangan mepet kiri Bang ntar kena trotoar tuh...!!
Supir Taxi : Iya tenang aja Pak
Pemabuk : Awas bajaj Bang, bajaj tuh..!!
Supir Taxi : Tenang aja Pak. Saya kan sudah 20 tahun bawa taxi.
Pemabuk : Awas ada orang nyebrang bang...awas Bang!!
Supir Taxi : Woi!! Jangan pegang setir woi!! Lepas.Lepas!!
FVO : Mabok tanpa mengemudi saja sudah berbahaya. Apalagi mengemudi sambil mabok.
Supir Taxi : Dasar Pemabok! Turun!! Pergi lu ke neraka!!
Pemabuk : Eh Pir, gue mau ke sudirman, bukan ke neraka, Naaaah ketuan lu yee, mabok lu yeee..

Lanturan dan Headline



Lanturan dan Visual

Penggantian sebuah visual dengan visual lainnya. Hal ini bisa dilakukan dengan cara mengganti secara keseluruhan atau bisa juga mengganti ukuran atau salah satu elemennya saja. Yang penting harus diingat relevansinya tetap mesti dijaga kuat-kuat.



Lanturan dan Logo

Logo banyak dianggap sebagai elemen yang mengganggu namun harus ada. Di tangan seorang kreatif yang brilliant, logo malah bisa dijadikan sumber ide



Lanturan dan Makna Ganda

Sebuah simbol yang dihadirkan untuk mewakili dua benda atau dua hal sekaligus. Contoh dibawah ini adalah iklan McDonald. Kita lihat bagaimana hidung pesawat dan telur dihadirkan dan diwakili oleh satu simbol saja

Lanturan dan Problem

Dalam iklan-iklan TVC SOKEN (The Best TVC AP Adfest 2003) jelas sekali kita melihat bagaimana kerusakan DVD player itu dipindahkan ke penutur cerita/orang yang menontonnya, sehingga idenya menjadi dramatis. Bila kita jeli, kita bisa melihat bahwa apa yang dilakukan ini hampir tidak ada bedanya dengan gaya bahasa personifikasi yang telah dibahas sebelumnya.

Lanturan dan Tokoh



Sebagai seorang dewi, Dewi Quan Im selalu digambarkan dengan wajah yang bercahaya. Dan asosiasi makna ini yang dimanfaatkan sebuah produk pemutih dalam menyampaikan pesan "kulit wajah putih bercahaya".

Lanturan dan Fungsi

Memindahkan fungsi produk untuk menambah dramatisasi dari benefit produk tersebut.



Lanturan dan Tipografi

Sebuah tipografi dapat diubah sesuka kita. Lakukanlah eksplorasi sejauh mungkin sehingga menjadi unexpected.



Brainstorming merupakan Badai Otak

Untuk break the rules, kita harus mengerti rules-nya dulu. Untuk memberangkatkan sesuatu, kita harus rapikan dulu agar berantakannya jelas dan dramatis. Begitu juga dalam membuat lanturan, kita harus mempunyai konsepnya dulu. Akan lebih bagus jikalau kita sudah memiliki what to say nya dahulu. Lanturan adalah formula untuk mencari ide bukan konsep!!

Caranya?

Kumpulkan 10 orang teman, jangan lupa untuk membawa kertas dan alat tulis. Satu orang harus memimpin sesi ini dengan berdiri di depan dengan spidol dan white board. Rumuskan problem yang sedang dihadapi di papan tulis. Misalnya, "Bagaimana membuat obat kurus dengan merek kur-kur bisa laku di pasaran". Tulis juga pesan tunggal dari brand yang hendak kita expose. Lalu lupakan.

Sekarang permainan dimulai. Si pemimpin sesi yang berada di depan akan memulai dengan menyebut sebuah kata benda. Terserah, bisa benda apa saja. Pokoknya kata benda. Kemudian orang pertama harus menyebutkan kata lain berdasarkan kata yang didengarnya dari si pemimpin. Misalnya si pemimpin menyebut kata kambing, dia dapat meneruskan dengan kata congkak. Kemudian orang selanjutnya bisa saja meneruskan kata itu dengan kata "kucing" lalu orang selanjutnya lagi melemparkan kata "kelinci" dan begitu seterusnya. Lakukan lagi sampai sekitar sepuluh putaran hingga kira-kira mencapai 100 sampai 150 kata. Lebih banyak lebih baik. Seseorang lagi harus membantu si pemimpin untuk menulis semua kata itu di papan tulis.

Si pemimpin akan meminta pada semua peserta untuk menuliskan 2 (dua) buah kata yang tersedia di papan. Tapi ingat! 2 kata yang dipilih tidak boleh berhubungan erat satu dengan yang lain. Misalnya kata "gelas" dan "piring" tidak boleh disandingkan, yang boleh dipasangkan adalah kata yang tidak berhubungan sama sekali. Misalnya kata "gelas" dan "disket"

Setelah masing-masing memilih dua kata, mereka harus memberikan kertasnya pada orang yang berada disebelahnya. Aturlah sesuai dengan arah jarum jam. Sehingga semua orang kini memegang kertas yang ditulis oleh temannya. Setelah semua itu peserta akan diminta untuk menggabungkan kedua kata tadi dalam sebuah kalimat. Seperti sebelumnya, kertas itu diserahkan lagi pada orang disebelahnya tetap sesuai dengan arah jarum jam.

Kini setiap orang diharuskan membuat cerita berdasarkan kalimat dalam kertas yang mereka terima. Silahkan berfantasi dan berimajinasi sebebas-bebasnya untuk membuat cerita yang menarik, aneh lucu dan inspiratif. Semakin menarik cerita yang dibuat maka akan sangat membantu proses pencarian ide ini. Setelah selesai, serahkan lagi kertas itu ke teman di sebelah kita tetap menurut arah jarum jam.

Inilah saat yang menentukan untuk menguji kreativitas Anda dalam menerima amunisi. Menguji apakah Anda cukup peka dalam mengolah data yang diterima untuk diwujudkan dalam sebuah iklan. Dalam segmen ini si pemimpin akan meminta untuk membuat iklan obat kurus dengan merek Kur Kur berdasarkan cerita yang Anda terima dari teman di sebelah. Masa melantur sudah selesai sekarang saatnya untuk mencari relevansi. Semua dikembalikan pada brief yang sebelumnya telah kita lupakan namun tertulis di papan. Iklan yang kita buat tidak perlu berhubungan dengan cerita di kertas yang kita terima. Cerita itu fungsinya semata-mata hanya untuk memancing ilham agar ide bisa keluar. Seperti kran yang baru dibuat. Tinggal kita utak-atik apakah bisa memuncratkan ide-ide dari benak kita.

Sudah selesai? Kali ini tidak perlu menyerahkan kertas ke kawan kita lagi. Sekarang si pemimpin akan meminta masing-masing peserta untuk mempresentasikan idenya. Pada saat membacakan idenya, semua presenter diharapkan menyebutkan dari 2 katanya, kalimat yang menghubungkannya dan cerita yang didapatnya. Maksudnya agar semua orang turut mengetahui proses berpikirnya. Disini kerja sama yang kompak sangat dibutuhkan dari semua orang. Pada saat seseorang mempresentasikan idenya, yang lain mutlak harus mendengarkan! Tidak boleh tidak!! Mereka harus menelaan dan mengolah lagi ide yang dilontarkan, sehingga bisa turut memperbaiki dan menajamkan ide yang mereka dengar.

Dari mendengarkan presentasi teman kita, bisa saja kita memperoleh ide baru lagi. Lemparkan ke si pemimpin di depan. Si pemimpin akan mencatat semua ide di papan tulis. Lalu mengajak forum untuk menentukan bersama, mana ide yang bisa dipakai dan mana yang harus dibuang. Setelah diseleksi diskusi dilanjutkan dengan agenda bagaimana menajamkan ide yang didapat hingga mencapai taraf maksimal. Buatlah sedramatis mungkin, selamat mencoba!!!

MODUL 06

IDEA CURATION 1

DESKRIPSI

Setiap tim akan ditantang untuk menggali lima puluh ide dari brand yang telah mereka kembangkan lalu akan dikurasi oleh dosen untuk dipilih satu pendekatan untuk dikembangkan lagi menjadi ide yang lebih matang.

TUJUAN PEMBELAJARAN

Mengajak mahasiswa untuk berani berkesperimen menggali ide dengan berbagai pendekatan kreatif.

STRATEGI PEMBELAJARAN

Project Base Learning

Mahasiswa akan memulai mengerjakan tugas menggali ide dari brand yang telah dirancang secara sistematis dan mereka akan menunjukkan kinerja dan mempertanggung jawabkan hasil kerjanya di forum.

LATIHAN YANG DILAKUKAN

Dalam tim, mahasiswa akan melakukan brainstorming untuk bereksperimen dan menggali ide sebanyak-banyaknya

OUTPUT YANG DIHASILKAN

lima puluh ide kreatif

LANGKAH-LANGKAH Pengerjaan

A. Tata Cara Presentasi

1. Setiap tim datang tepat waktu pada awal jam mata kuliah
2. Perwakilan tiap tim maju dan mengumpulkan semua catatan ide yang dihasilkan kelompoknya
3. Menghitung bersama jumlah ide dengan menukarkan catatan ide antar perwakilan
4. Tim dengan ide yang sudah mencapai 50 atau lebih dapat mengikuti kurasi
5. Tim dengan ide yang belum memenuhi kuota akan diminta melengkapi dahulu dan mulai ikut kurasi lagi minggu depan
6. Setiap perwakilan tim yang tersisa akan mengundi urutan kurasi
7. Tahap kurasi ide oleh dosen dimulai
8. Dosen akan memilih ide berdasarkan pesan yang sudah disusun, keaslian dan keunikannya

MODUL 07

IDEA CURATION 2

DESKRIPSI

Setiap tim akan ditantang untuk mengembangkan ide yang telah dikurasi oleh dosen menjadi lima puluh ide dari brand yang telah mereka kembangkan lalu akan dikurasi oleh dosen untuk dipilih satu pendekatan untuk dikembangkan lagi menjadi ide yang lebih matang.

TUJUAN PEMBELAJARAN

Mengajak mahasiswa untuk mengembangkan ide menjadi lebih matang

STRATEGI PEMBELAJARAN

Project Base Learning

Mahasiswa akan memulai mengerjakan tugas mengembangkan ide dari brand yang telah dirancang secara sistematis dan mereka akan menunjukkan kinerja dan mempertanggung jawabkan hasil kerjanya di forum.

LATIHAN YANG DILAKUKAN

Dalam tim, mahasiswa akan melakukan brainstorming untuk bereksperimen dan menggali ide sebanyak-banyaknya

OUTPUT YANG DIHASILKAN

Satu ide yang akan dieksekusi

LANGKAH-LANGKAH Pengerjaan

A. Tata Cara Presentasi

1. Setiap tim datang tepat waktu pada awal jam mata kuliah
2. Perwakilan tiap tim maju dan mengumpulkan semua catatan ide yang dihasilkan kelompoknya
3. Menghitung bersama jumlah ide dengan menukarkan catatan ide antar perwakilan
4. Tim dengan ide yang sudah mencapai 50 atau lebih dapat mengikuti kurasi
5. Tim dengan ide yang belum memenuhi kuota akan diminta melengkapi dahulu dan mulai ikut kurasi lagi minggu depan
6. Setiap perwakilan tim yang tersisa akan mengundi urutan kurasi
7. Tahap kurasi ide oleh dosen dimulai
8. Dosen akan memilih ide berdasarkan pesan yang sudah disusun, keaslian dan keunikannya

MODUL 08

PRE PRODUCTION MEETING PREPARATION

DESKRIPSI

Setiap tim akan diberi petunjuk teknis persiapan produksi yaitu mencakup tim produksi, panduan karya dan manajemen produksi

TUJUAN PEMBELAJARAN

Mengajak mahasiswa untuk melakukan persiapan produksi yang matang agar proses produksi bisa berjalan tepat waktu, efektif dan efisien.

STRATEGI PEMBELAJARAN

Project Base Learning

Mahasiswa akan memulai merencanakan proses eksekusi ide terpilih dari brand yang telah dirancang secara sistematis dan mereka akan menunjukkan kinerja dan mempertanggung jawabkan hasil kerjanya di forum.

LATIHAN YANG DILAKUKAN

Dalam tim, mahasiswa akan berbagi tugas dan menyiapkan proses produksi

OUTPUT YANG DIHASILKAN

Satu bendel Production Book

SUSUNAN PRODUCTION BOOK

A. Team Profile

Introduction

- Judul Karya
- Nama Brand
- Pesan Brand
- Deskripsi Brand

Production Team

- Runner
- Photographer
- Art Director
- Copywriter
- Strategic Planner
- Producer

B. Production Management

Location

Schedule

- Preparation
- Crew Call
- Setting
- Photo Session

Contact Number

C. Art Work

Layout Reference

- Referensi Foto

Styling Reference

- Foto Talent
- Foto Wardrobe

Visual Style

- Referensi Foto : Color Tone
- Referensi Foto : Lighting Mood

Art Direction

- Referensi : Art Prop
- Referensi : Lokasi

MODUL 09

IDEA EXECUTION

DESKRIPSI

Setiap tim akan mengkesekusi iklan dengan foto atau ilustrasi lalu mendesain tata letaknya

TUJUAN PEMBELAJARAN

Mengajak mahasiswa untuk menjalankan proses eksekusi sesuai dengan perencanaan yang telah dilakukan

STRATEGI PEMBELAJARAN

Project Base Learning

Mahasiswa akan memulai mengeksekusi ide terpilih dari brand yang telah dirancang secara sistematis dan mereka akan menunjukkan kinerja dan mempertanggung jawabkan hasil kerjanya di forum.

LATIHAN YANG DILAKUKAN

Dalam tim, mahasiswa akan berbagi tugas dan mengeksekusi proses produksi

OUTPUT YANG DIHASILKAN

Satu draft karya iklan print ad

LANGKAH-LANGKAH Pengerjaan

1. Seminggu sebelum produksi, ketua kelas telah mengirimkan urutan produksi pada dosen
2. Untuk foto studio setiap tim diberi waktu satu jam
3. Setiap tim hadir di studio satu jam sebelum produksi
4. Proses persiapan artwork dan tim dilakukan dalam waktu satu jam
5. Tepat pada jam yang telah ditetapkan setiap tim akan memulai photo session sepanjang durasi yang telah disepakati bersama
6. Proses layout desain dilakukan di komputer masing-masing

MODUL 10

PHOTO AND LAYOUT PREVIEW

DESKRIPSI

Setiap tim akan menunjukkan hasil foto dan desain tata letak yang telah mereka susun, lalu dosen akan mengecek konsistensi hasil dengan referensi yang telah direncanakan

TUJUAN PEMBELAJARAN

Mengajak mahasiswa untuk menjalankan proses eksekusi sesuai dengan perencanaan yang telah dilakukan

STRATEGI PEMBELAJARAN

Project Base Learning

Mahasiswa akan memulai mempresentasikan hasil eksekusi dari ide terpilih dari brand yang telah dirancang secara sistematis dan mereka akan menunjukkan kinerja dan mempertanggung jawabkan hasil kerjanya di forum.

LATIHAN YANG DILAKUKAN

Secara tim mahasiswa akan mempresentasikan hasil eksekusi foto dan desain yang telah mereka lakukan

OUTPUT YANG DIHASILKAN

Satu draft karya iklan print ad dan revisi

LANGKAH-LANGKAH Pengerjaan

1. Setiap tim datang tepat waktu pada awal jam mata kuliah
2. Perwakilan tiap tim maju membawa file dan dicopy ke satu laptop presenter yang digunakan bersama
3. Presentasi selama 15 menit
4. Tim mencatat semua hasil diskusi bersama dosen

MODUL 11

CRAFTMANSHIP

DESKRIPSI

Setiap tim akan diajak mengevaluasi draft iklan cetak yang telah dibuat dengan strategi komunikasi lalu memastikan pesan telah tersampaikan dengan clear, clean dan simple.

TUJUAN PEMBELAJARAN

Mengajak mahasiswa untuk memastikan pesan telah tersampaikan dengan clear, clean dan simple.

STRATEGI PEMBELAJARAN

Project Base Learning

Mahasiswa akan mengevaluasi hasil eksekusi dari ide terpilih dari brand yang telah dirancang secara sistematis dan mereka akan menunjukkan kinerja dan mempertanggung jawabkan hasil kerjanya di forum.

LATIHAN YANG DILAKUKAN

Secara tim mahasiswa akan mendiskusikan art dan copy dari draft iklan cetak yang telah dibuat dan memastikan pesan telah tersampaikan dengan clear, clean dan simple.

OUTPUT YANG DIHASILKAN

Draft karya print ad dengan pesan yang clear, clean dan simple.

LANGKAH-LANGKAH Pengerjaan

LANGKAH-LANGKAH Pengerjaan

1. Setiap tim datang tepat waktu pada awal jam mata kuliah
2. Perwakilan tiap tim maju membawa file dan dicopy ke satu laptop presenter yang digunakan bersama
3. Presentasi selama 15 menit
4. Tim mencatat semua hasil diskusi bersama dosen

MODUL 12

MOCK UP

DESKRIPSI

Setiap tim akan mencetak draft print ad yang telah disetujui oleh dosen dan menyajikannya sesuai dengan standar entry dari advertising festival.

TUJUAN PEMBELAJARAN

Mengajak mahasiswa untuk menyiapkan karya dengan standar advertising festival

STRATEGI PEMBELAJARAN

Project Base Learning

Mahasiswa akan mencetak dan menyajikan karya iklan yang telah dirancang secara sistematis dan mereka akan menunjukkan kinerja dan mempertanggung jawabkan hasil kerjanya di forum.

LATIHAN YANG DILAKUKAN

Secara tim mahasiswa akan mencetak dan menyajikannya sesuai dengan standar entry dari advertising festival.

OUTPUT YANG DIHASILKAN

Satu karya iklan cetak berstandar advertising festival

LANGKAH-LANGKAH Pengerjaan



1. Karya Iklan cetak dicetak pada kertas A3
2. Sediakan kertas impraboard berwarna hitam
3. Tempelkan iklan di atas impraboard dan beri mounting 5 cm di sekelilingnya

MODUL 13

AMBIENT MEDIA 101

DESKRIPSI

Mahasiswa akan ditantang untuk bermain tebak pesan dalam ambient media sebagai cara belajar mengamati bagaimana bentuk dan cara ambient media bekerja menyampaikan pesan.

TUJUAN PEMBELAJARAN

Mengajak mahasiswa untuk mengamati bentuk dan cara ambient media bekerja menyampaikan pesan.

STRATEGI PEMBELAJARAN

Project Base Learning

Mahasiswa akan memulai mengerjakan tugas mengamati iklan yang telah dirancang secara sistematis dan mereka akan menunjukkan kinerja dan mempertanggung jawabkan hasil kerjanya di forum.

LATIHAN YANG DILAKUKAN

Dalam tim, mahasiswa akan mendiskusikan dan menemukan pesan dari bentuk dan cara ambient media bekerja menyampaikan pesan.

OUTPUT YANG DIHASILKAN

Setiap tim akan memiliki pemahaman akan bentuk dan cara ambient media bekerja menyampaikan pesan.

Ambient Media

Ambient media adalah nama yang diberikan pada varian baru dari media luar ruang disebut juga non-tradisional atau media alternatif. Karena merupakan gabungan dari ide segar dan konsep, maka inovasi media ini memiliki kekuatan baru yang memiliki pengaruh besar dari pada media konvensional. Ambient media menjadi efektif saat menekankan pesan merek di muka audien. Pendekatan ini memiliki kemampuan bagi pengiklan untuk merawat brand awareness (kesadaran merek) yang diciptakan melalui upaya periklanan yang berbeda. Ambient media dapat memproduksi perhatian massal pada lokasi yang tersentralisasi, atau berinteraksi secara langsung dengan konsumen melalui aktivitas normal setiap harinya. Ambient media menjatuhkan sebuah pesan kepada konsumen saat mereka belum siap untuk menerima, hal ini berarti mereka juga tidak siap untuk menolak iklan.



MODUL 14

AMBIENT MEDIA WORKSHOP

DESKRIPSI

Mahasiswa akan diajak untuk belajar di ruang publik dan ditantang untuk mengamati dan merespon lingkungan ruang publik sebagai media penyampai pesan

TUJUAN PEMBELAJARAN

Mengajak mahasiswa untuk mengamati bentuk dan cara ambient media bekerja menyampaikan pesan.

STRATEGI PEMBELAJARAN

Project Base Learning

Mahasiswa akan memulai mempraktekan proses pembuatan ambient media iklan yang telah dirancang secara sistematis dan mereka akan menunjukkan kinerja dan mempertanggung jawabkan hasil kerjanya di forum.

LATIHAN YANG DILAKUKAN

dalam tim mahasiswa akan mengamati ruang publik dan meresponnya menjadi sebuah ambient media dengan brand yang mereka tentukan sendiri

OUTPUT YANG DIHASILKAN

Setiap tim akan memiliki pemahaman akan bentuk dan cara ambient media bekerja menyampaikan pesan.

LANGKAH-LANGKAH Pengerjaan

1. Kelas akan dilakukan di public space
2. Setiap tim akan diberi waktu untuk mengamati lingkungan sekitar
3. Dosen akan memberikan brief berupa brand, target audiens dan pesan
4. Setiap tim lalu mencari spot yang akan direspon lalu mempresentasikan apa yang akan dibuat di spot tersebut
5. Dosen langsung mengevaluasi

MODUL 15

IDEA CURATION 1

DESKRIPSI

Setiap tim akan ditantang untuk menggali lima puluh ide dari brand yang telah mereka kembangkan lalu akan dikurasi oleh dosen untuk dipilih satu pendekatan untuk dikembangkan lagi menjadi ide yang lebih matang.

TUJUAN PEMBELAJARAN

Mengajak mahasiswa untuk berani berkesperimen menggali ide dengan berbagai pendekatan kreatif.

STRATEGI PEMBELAJARAN

Project Base Learning

Mahasiswa akan memulai mengerjakan tugas menggali ide dari brand yang telah dirancang secara sistematis dan mereka akan menunjukkan kinerja dan mempertanggung jawabkan hasil kerjanya di forum.

LATIHAN YANG DILAKUKAN

Dalam tim, mahasiswa akan melakukan brainstorming untuk bereksperimen dan menggali ide sebanyak-banyaknya

OUTPUT YANG DIHASILKAN

lima puluh ide kreatif

LANGKAH-LANGKAH Pengerjaan

A. Tata Cara Presentasi

1. Setiap tim datang tepat waktu pada awal jam mata kuliah
2. Perwakilan tiap tim maju dan mengumpulkan semua catatan ide yang dihasilkan kelompoknya
3. Menghitung bersama jumlah ide dengan menukarkan catatan ide antar perwakilan
4. Tim dengan ide yang sudah mencapai 50 atau lebih dapat mengikuti kurasi
5. Tim dengan ide yang belum memenuhi kuota akan diminta melengkapi dahulu dan mulai ikut kurasi lagi minggu depan
6. Setiap perwakilan tim yang tersisa akan mengundi urutan kurasi
7. Tahap kurasi ide oleh dosen dimulai
8. Dosen akan memilih ide berdasarkan pesan yang sudah disusun, keaslian dan keunikannya

MODUL 16

IDEA CURATION 2

DESKRIPSI

Setiap tim akan ditantang untuk mengembangkan ide yang telah dikurasi oleh dosen menjadi lima puluh ide dari brand yang telah mereka kembangkan lalu akan dikurasi oleh dosen untuk dipilih satu pendekatan untuk dikembangkan lagi menjadi ide yang lebih matang.

TUJUAN PEMBELAJARAN

Mengajak mahasiswa untuk mengembangkan ide menjadi lebih matang

STRATEGI PEMBELAJARAN

Project Base Learning

Mahasiswa akan memulai mengerjakan tugas mengembangkan ide dari brand yang telah dirancang secara sistematis dan mereka akan menunjukkan kinerja dan mempertanggung jawabkan hasil kerjanya di forum.

LATIHAN YANG DILAKUKAN

Dalam tim, mahasiswa akan melakukan brainstorming untuk bereksperimen dan menggali ide sebanyak-banyaknya

OUTPUT YANG DIHASILKAN

Satu ide yang akan dieksekusi

LANGKAH-LANGKAH Pengerjaan

A. Tata Cara Presentasi

1. Setiap tim datang tepat waktu pada awal jam mata kuliah
2. Perwakilan tiap tim maju dan mengumpulkan semua catatan ide yang dihasilkan kelompoknya
3. Menghitung bersama jumlah ide dengan menukarkan catatan ide antar perwakilan
4. Tim dengan ide yang sudah mencapai 50 atau lebih dapat mengikuti kurasi
5. Tim dengan ide yang belum memenuhi kuota akan diminta melengkapi dahulu dan mulai ikut kurasi lagi minggu depan
6. Setiap perwakilan tim yang tersisa akan mengundi urutan kurasi
7. Tahap kurasi ide oleh dosen dimulai
8. Dosen akan memilih ide berdasarkan pesan yang sudah disusun, keaslian dan keunikannya

MODUL 17

PRE PRODUCTION MEETING PREPARATION

DESKRIPSI

Setiap tim akan diberi petunjuk teknis persiapan produksi yaitu mencakup tim produksi, panduan karya dan manajemen produksi

TUJUAN PEMBELAJARAN

Mengajak mahasiswa untuk melakukan persiapan produksi yang matang agar proses produksi bisa berjalan tepat waktu, efektif dan efisien.

STRATEGI PEMBELAJARAN

Project Base Learning

Mahasiswa akan memulai merencanakan proses eksekusi ide terpilih dari brand yang telah dirancang secara sistematis dan mereka akan menunjukkan kinerja dan mempertanggung jawabkan hasil kerjanya di forum.

LATIHAN YANG DILAKUKAN

Dalam tim, mahasiswa akan berbagi tugas dan menyiapkan proses produksi

OUTPUT YANG DIHASILKAN

Satu bendel Production Book

SUSUNAN PRODUCTION BOOK

A. Team Profile

Introduction

- Judul Karya
- Nama Brand
- Pesan Brand
- Deskripsi Brand

Production Team

- Runner
- Videographer for Documentation
- Art Director
- Copywriter
- Strategic Planner
- Producer

B. Production Management

Location

Schedule

- Preparation
- Crew Call
- Setting
- Photo Session

Contact Number

C. Art Work

Layout Artwork

Art Direction

- Referensi : Art Prop
- Referensi : Lokasi

MODUL 18 CRAFTMANSHIP

DESKRIPSI

Setiap tim akan diajak mengevaluasi draft iklan yang telah dibuat dengan strategi komunikasi lalu memastikan pesan telah tersampaikan dengan clear, clean dan simple.

TUJUAN PEMBELAJARAN

Mengajak mahasiswa untuk memastikan pesan telah tersampaikan dengan clear, clean dan simple.

STRATEGI PEMBELAJARAN

Project Base Learning

Mahasiswa akan mengevaluasi hasil eksekusi dari ide terpilih dari brand yang telah dirancang secara sistematis dan mereka akan menunjukkan kinerja dan bertanggung jawabkan hasil kerjanya di forum.

LATIHAN YANG DILAKUKAN

Secara tim mahasiswa akan mendiskusikan art dan copy dari draft iklan yang telah dibuat dan memastikan pesan telah tersampaikan dengan clear, clean dan simple.

OUTPUT YANG DIHASILKAN

Draft karya iklan dengan pesan yang clear, clean dan simple.

LANGKAH-LANGKAH Pengerjaan

1. Setiap tim datang tepat waktu pada awal jam mata kuliah
2. Perwakilan tiap tim maju membawa file dan dicopy ke satu laptop presenter yang digunakan bersama
3. Presentasi selama 15 menit
4. Strategic Planner mencatat semua hasil diskusi

MODUL 19

IDEA EXECUTION

DESKRIPSI

Setiap tim akan mengkesekusi ambient media pada lokasi yang telah ditentukan

TUJUAN PEMBELAJARAN

Mengajak mahasiswa untuk menjalankan proses eksekusi sesuai dengan perencanaan yang telah dilakukan

STRATEGI PEMBELAJARAN

Project Base Learning

Mahasiswa akan memulai mengeksekusi ide terpilih dari brand yang telah dirancang secara sistematis dan mereka akan menunjukkan kinerja dan mempertanggung jawabkan hasil kerjanya di forum.

LATIHAN YANG DILAKUKAN

Dalam tim, mahasiswa akan berbagi tugas dan mengeksekusi proses produksi

OUTPUT YANG DIHASILKAN

Karya ambient media dan video dokumentasi

LANGKAH-LANGKAH Pengerjaan

Persiapan

1. Setiap anggota tim menyiapkan art work pada lokasi yang akan di respon
2. Pastikan art work seperti yang telah direncanakan
3. Fahami alur perilaku orang yang melewati lokasi ambient media
4. Buat rehearsal untuk mengecek ambient media bekerja

Dokumentasi

1. Siapkan beberapa kamera tersembunyi
2. Amati dari jauh bagaimana orang-orang merespon ambient media yang dibikin
3. Amati bagaimana ekspresi target audiens
4. Terus rekam setiap momen secara tersembunyi

MODUL 20

VIDEO CASE STUDY

DESKRIPSI

Setiap tim akan membuat video case study dari dokumentasi yang telah didapay dan menyajikannya sesuai dengan standar entry dari advertising festival.

TUJUAN PEMBELAJARAN

Mengajak mahasiswa untuk menyiapkan karya dengan standar advertising festival

STRATEGI PEMBELAJARAN

Project Base Learning

Mahasiswa akan membuat dan menyajikan video case study yang telah dirancang secara sistematis dan mereka akan menunjukkan kinerja dan mempertanggung jawabkan hasil kerjanya di forum.

LATIHAN YANG DILAKUKAN

Secara tim mahasiswa akan membuat dan menyajikan video case study sesuai dengan standar entry dari advertising festival.

OUTPUT YANG DIHASILKAN

Satu video case study berstandar advertising festival

LANGKAH-LANGKAH Pengerjaan

Susunan video

1. Problem/Background
2. Challenge
3. Creative Solution
4. Respon

Referensi

https://www.youtube.com/watch?v=h2JmILQoJuY&t=1s&list=PL7oCsMrrsY8p5fvf2OpUc_D95cyvLsUou&index=3

https://www.youtube.com/watch?v=6ag2wD02vcM&index=3&list=PL7oCsMrrsY8p5fvf2OpUc_D95cyvLsUou

MODUL 21

FINAL EXAM EXHIBITION

DESKRIPSI

Setiap kelas akan menyiapkan pameran karya iklan cetak dan screening video case study ambient media yang telah mereka buat.

TUJUAN PEMBELAJARAN

Mengajak mahasiswa untuk menerima apresiasi dari orang lain atas karya yang telah dibuat

STRATEGI PEMBELAJARAN

Project Base Learning

Mahasiswa akan membuat pameran print ad dan ambient media yang telah dirancang secara sistematis dan mereka akan menunjukkan kinerja dan mempertanggung jawabkan hasil kerjanya di forum.

LATIHAN YANG DILAKUKAN

Secara bersama setiap kelas akan memajemen pameran print ad dan screening video case study ambient media lalu mengundang pengunjung serta menggelar diskusi untuk memanen apresiasi

OUTPUT YANG DIHASILKAN

Satu gelaran pameran print ad dan screening video case study ambient media

LANGKAH-LANGKAH Pengerjaan

A. Team Building

Art Work and Display

- Location
- Layouting

Acara

- Theme
- Opening
- Discussion

Publication

- Media relation
- Invitation
- Promotion

Documentation

- Photo
- Video

B. Scheduling

Preparation

Maintenance

Closing

