

Surat Tugas Mengajar

No : ST-071/FIR/UPM/IX/2024

Ditugaskan kepada : **Rambo Anzhar Moersid, M.Sn**

Dosen Tetap pada
Program Studi : **Desain Komunikasi Visual**

Program : **Sarjana (S1)**

Untuk memberikan perkuliahan pada:

No	Mata Kuliah	SKS MK	Program Studi	Jenjang	Beban SKS
1	181010701C DESAIN KOMUNIKASI VISUAL V	5	Desain Komunikasi Visual	Sarjana (S1)	5
2	221010507D Grafis Bergerak	3	Desain Komunikasi Visual	Sarjana (S1)	3
3	181010703B Praktek Kerja Profesi	2	Desain Komunikasi Visual	Sarjana (S1)	1
4	221010501B Desain Komunikasi Visual Identitas Brand	5	Desain Komunikasi Visual	Sarjana (S1)	2,5
5	221010702A Pra-Karya Akhir	3	Desain Komunikasi Visual	Sarjana (S1)	1,5
6	221010304C Komputer Grafis	3	Desain Komunikasi Visual	Sarjana (S1)	3
7	221010801A Karya Akhir	7	Desain Komunikasi Visual	Sarjana (S1)	1
8	221010501D Desain komunikasi Visual Identitas Brand	5	Desain Komunikasi Visual	Sarjana (S1)	2,5
9	221010305D Tipografi Dasar	3	Desain Komunikasi Visual	Sarjana (S1)	3
Total Beban SKS Dosen					22,5

Berlaku pada : Semester Gasal Tahun Akademik 2024-2025

Demikian surat tugas ini untuk dijalankan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 9 September 2024
Fakultas Ilmu Rekayasa



Dr. Harry T.Y. Achsan, M.Kom
Dekan

JURNAL PERKULIAHAN S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL 2024 GANJIL

MATA KULIAH : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL V
NAMA DOSEN : Rambo Anzhar Moersid, M.Sn
KREDIT/SKS : 5 SKS
KELAS : C

TATAP MUKA KE	HARI/TANGGAL	MULAI	SELESAI	RUANG	STATUS	RENCANA MATERI	REALISASI MATERI	KEHADIRAN MHS	PENGAJAR	TANDA TANGAN
1	Selasa, 10 September 2024	09:00	13:10	CP C1-6	Selesai	1. Kontrak Mengajar. 2. Mahasiswa akan bisa menentukan strategi dari kegiatan EXPERIENTIAL BRANDING melalui pendekatan Event marketing - Brand Activation dan Sponsorship dalam membangun brand. 3. Tujuan Brand Activation.	1. Kesepakatan bersama, mahasiswa membuat kelompok berdasarkan skill/kemampuan mahasiswa yg beragam. 2. Tiga kelompok berisikan 6 mahasiswa, sudah mempunyai objek penelitian. 3. Proyek riil/ nyata. Lurannya membuat event marketing. Hasilnya simulasi pada perancangan diorama atau maket.	(13 / 17)	Rambo Anzhar Moersid, M.Sn	
2	Selasa, 17 September 2024	09:00	13:10	CP C1-6	Selesai	1. Pengenalan pemahaman Brand Activation. 2. Menguasai pengetahuan tentang Experiential Brand, Event Marketing dan Kolaborasi kemitraan/ Sponsorship. 3. Mengelaborasi studi kasus kelompok: Seawed Industry, Hub Consulting dan Acting Salihara.	1. Mempunyai draft latar belakang, pokok permasalahan dan tujuan dari studi kasus kelompok. 2. Studi kasus kelompok berefleksi pada Experiential, Event Marketing dan Kolaborasi Kemitraan/ Sponsorship. 3. Menetapkan jadwal interview ke pihak mandatory/ sumber data/ objek penelitian.	(10 / 17)	Rambo Anzhar Moersid, M.Sn	
3	Selasa, 24 September 2024	09:00	13:10	CP C1-6	Selesai	eLearning Pertemuan Ketiga - 24 September 2024	Event marketing dan brand activation memiliki tujuan yang mirip, yaitu untuk mempromosikan merek atau produk kepada konsumen, tetapi ada beberapa perbedaan utama di antara keduanya.	(17 / 17)	Rambo Anzhar Moersid, M.Sn	
4	Selasa, 1 Oktober 2024	09:00	13:10	CP C1-6	Selesai	PROPOSAL EVENT PENGANTAR PROSES KREATIF • Produk/jasa • Nama Event/jenis Event • Tujuan Event • Target Audiens • Venue • 5 W 1 H	Presentasi Studi Kasus Kelompok, terkait: - Latar Belakang. - Pokok Permasalahan. - Tujuan.	(17 / 17)	Rambo Anzhar Moersid, M.Sn	
5	Selasa, 8 Oktober 2024	09:00	13:10	CP C1-6	Selesai	Experiential Branding	Experiential branding. Sebuah strategi pemasaran yang berfokus pada menciptakan pengalaman unik dan berkesan bagi konsumen, dengan tujuan untuk membangun hubungan emosional yang kuat antara konsumen dan merek. Alih-alih hanya mengomunikasikan pesan secara langsung melalui iklan atau promosi, experiential branding berusaha melibatkan konsumen secara lebih mendalam melalui pengalaman yang melibatkan berbagai indra dan emosi. Tujuan dan manfaat experiential branding: membangun koneksi emosional, meningkatkan brand awareness & engagement, mendorong word of mouth dan menciptakan efek viral yang positif, memicu keputusan pembelian.	(15 / 17)	Rambo Anzhar Moersid, M.Sn	
6	Selasa, 15 Oktober 2024	09:00	13:10	CP C1-6	Selesai	Menyelesaikan sistematika tulisan: - Latar Belakang. - Identifikasi Masalah. - Rumusan Masalah. -	Menentukan - SWOT - Analisa Kompetitor. - Venue. - Timeline.	(10 / 17)	Rambo Anzhar Moersid, M.Sn	

						Batasan Masalah. - Tujuan.				
7	Selasa, 22 Oktober 2024	09:00	13:10	CP C1-6	Selesai	Proposal event - Asistensi 01	● Profil singkat. ● Idenitias kelompok & deskripsi pekerjaan. ● Latar belakang, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah. ● Tujuan event ● Konsep event ● Mekanisme kemitraan. ● Target audience/ market. ● Lokasi, tanggal dan waktu, ● Strategi komunikasi event (5W1H). ● Konsep kreatif Logo Event - o Mind mapping. - o Key words. - o Key visual. - o Mood board. - o Draft – Master Design.	(17 / 17)	Rambo Anzhar Moersid, M.Sn	
8	Selasa, 29 Oktober 2024	09:00	13:10	CP C1-6	Selesai	Proposal Brand Activation	Proposal Brand Activation	(17 / 17)	Rambo Anzhar Moersid, M.Sn	
9	Selasa, 5 November 2024	09:00	13:10	CP C1-6	Selesai	Proses Kreatif dalam Desain Komunikasi Visual melalui Metode Semantik	Metode semantik dalam DKV sangat penting karena memungkinkan kita untuk menggali makna yang lebih dalam dari sebuah desain. Dengan memahami semantik, mahasiswa dapat menciptakan karya visual yang tidak hanya estetis, tetapi juga berhasil guna dalam menyampaikan pesan. Pada pertemuan kali ini, mahasiswa membuat logo event dengan mengidentifikasi kata-kata kunci yang relevan dengan pesan yang ingin disampaikan. Mahasiswa berupa memahami konotasi dari setiap kata kunci, baik secara individu maupun dalam konteks budaya.	(17 / 17)	Rambo Anzhar Moersid, M.Sn	
10	Selasa, 12 November 2024	09:00	13:10	CP C1-6	Selesai	Asistensi Analisis Situasi	Analisis SWOT: Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi merek. Analisis Target Audiens: Profil lengkap target audiens (demografi, psikografi, perilaku). Analisis Persaingan: Analisis kompetitor langsung dan tidak langsung.	(17 / 17)	Rambo Anzhar Moersid, M.Sn	
11	Selasa, 19 November 2024	09:00	13:10	CP C1-6	Selesai	Proses Kreatif dengan metode Semantik.	Asistensi pada aspek kolaborasi event antara penyelenggara event dengan brand dan komunitas setempat.	(10 / 17)	Rambo Anzhar Moersid, M.Sn	
12	Selasa, 26 November 2024	09:00	13:10	CP C1-6	Selesai	Asistensi	Logo Event	(17 / 17)	Rambo Anzhar Moersid, M.Sn	
13	Selasa, 3 Desember 2024	09:00	13:10	CP C1-6	Selesai	Makét (model atau prototipe) memiliki peran penting dalam Brand Activation.	Dalam Brand Activation, penggunaan makét yang efektif dapat memastikan bahwa elemen kampanye tidak hanya menarik perhatian tetapi juga sesuai dengan strategi merek dan kebutuhan konsumen.	(11 / 17)	Rambo Anzhar Moersid, M.Sn	
14	Selasa, 10 Desember 2024	09:00	13:10	CP C1-6	Selesai	Asistensi Maket	Maket (model atau prototipe lokasi) memiliki peran penting dalam Brand Activation sebagai proses interaktif yang bertujuan untuk memfasilitasi komunikasi yang lebih jelas antar tim, mengurangi kesalahpahaman, dan memastikan semua pihak berada pada sudut pandang yang sama.	(12 / 17)	Rambo Anzhar Moersid, M.Sn	
15	Selasa, 17 Desember 2024	09:00	13:10	CP C1-6	Selesai	Asistensi Maket	Hal yang diasistensi diantaranya: - Kesesuaian ide dgn strategi Brand Activation. - Kejelasan pesan merek yg ingin disampaikan melalui makét. - Relevansi konsep dgn target audiens nilai merek.	(17 / 17)	Rambo Anzhar Moersid, M.Sn	
16	Selasa, 7 Januari	09:00	13:10	CP C1-6	Selesai	Evaluasi konsep, strategi	Mahasiswa sampai	(17 / 17)	Rambo Anzhar	

	2025					& implementasi kreatif dalam membangun keterlibatan merek yang efektif	pertemuan ini telah memahami pentingnya strategi kreatif dalam mengaktifkan brand di berbagai media, mulai dari perancangan konsep hingga implementasi yang relevan dengan target audiens. UAS ini, menunjukkan keterlibatan aktif, eksplorasi ide, dan penyelesaian tugas berbasis proyek menjadi kunci dalam pengembangan kemampuan mahasiswa. Mahasiswa semestinya dapat mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan ini untuk menciptakan kampanye brand activation yang inovatif dan berdampak bagi dunia industri kreatif. Bahan pembelajaran yang telah dibagikan adalah UAS - Proposal Aktivasi Brand		Moersid, M.Sn	
--	------	--	--	--	--	--	--	--	---------------	--

Jakarta, 22 Januari 2025
Ketua Prodi S1 - Desain Komunikasi Visual

Vidya Kharisma, M.Ds.
NIDN 0330048402

NILAI PERKULIAHAN MAHASISWA
PRODI : S1 - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
PERIODE : 2024 GANJIL

Mata kuliah : DESAIN KOMUNIKASI VISUAL V
Kelas / Kelompok :
Kode Mata kuliah : 181010701

Nama Kelas : C
SKS : 5

No	NIM	Nama Mahasiswa	QUIZ (0%)	TUGAS (40%)	UTS (25%)	UAS (35%)	PRAKTIKUM (0%)	KEHADIRAN (0%)	Nilai	Grade	Lulus	Sunting KRS?	Info
1	118101011	MUHAMMAD ALTARRA SASCHA		70.00	80.00	65.00		75	70.75	B	✓		
2	121101001	BIMAS RAFI DZAHAB		90.00	90.00	80.00		100	86.50	A	✓		
3	121101007	YULIANUS RONAL		90.00	80.00	70.00		87.5	80.50	A-	✓		
4	121101008	MUHAMAD RIFKY RAMADHAN		70.00	80.00	65.00		87.5	70.75	B	✓		
5	121101023	RADJA MASSELI SIRAIT		90.00	80.00	65.00		93.75	78.75	B+	✓		
6	121101031	RAMZI GALBI		90.00	90.00	75.00		81.25	84.75	A-	✓		
7	121101034	AL-FATHIR AVIABEL PRASETYA		70.00	80.00	65.00		87.5	70.75	B	✓		
8	121101037	MUHAMAD BISWANTORO		70.00	80.00	60.00		81.25	69.00	B-	✓		
9	121101043	RANGGA ABDI WAHHAB		90.00	90.00	80.00		93.75	86.50	A	✓		
10	121101044	MUHAMMAD RAIHAN AL-IKHSAN		70.00	90.00	70.00		81.25	75.00	B+	✓		
11	121101057	ALIFYA AMANDA		70.00	80.00	65.00		87.5	70.75	B	✓		
12	121101073	RIFANDRI ZAKI WIBOWO		90.00	90.00	80.00		87.5	86.50	A	✓		
13	121101076	DWIKY NUGRAHA		70.00	70.00	65.00		68.75	68.25	B-	✓		
14	121101077	SYARIFAH ADINDA MUZDALIFAH		70.00	80.00	65.00		100	70.75	B	✓		
15	121101087	PRASANTI DEVY ARIANI		80.00	80.00	65.00		81.25	74.75	B	✓		
16	121101117	OKI WINDU TANTURI		70.00	80.00	65.00		87.5	70.75	B	✓		
17	121101147	BINTANG SURYA WARDANA		70.00	80.00	65.00		81.25	70.75	B	✓		
Rata-rata nilai kelas			0.00	77.65	82.35	68.53	0.00	86.03	75.63	3.26			

Pengisian nilai untuk kelas ini ditutup pada **Sabtu, 18 Januari 2025** oleh **201100056**

Tanggal Cetak : Rabu, 22 Januari 2025, 10:51:41

Paraf Dosen :

Rambo Anzhar Moersid, M.Sn