

PAKET
KREDENSIAL MIKRO GURU SMK

DESAINER IKLAN
Menengah Intermediate / Level Pengembang

KODE PAKET :
KMSB_25-02_DKV

(Nama lembaga penyelenggara)

(alamat lembaga penyelenggara

2025

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
PAKET KREDENSIAL MIKRO.....	1
1. Nama Paket	1
2. Kode Paket	1
3. Kualifikasi/Jenjang	1
4. Tujuan Pelatihan	1
5. Unit Kompetensi yang ditempuh	1
6. Perkiraan Waktu Pelatihan	2
7. Persyaratan Peserta Pelatihan	2
8. Persyaratan Instruktur	2
KURIKULUM PELATIHAN BERBASIS KOMPETENSI	3
I. Kelompok Unit Kompetensi	3
II. Praktek/Magang	
SILABUS PELATIHAN BERBASIS KOMPETENSI.....	
I. Kelompok Unit Kompetensi Teknis.....	
II. Praktek/Magang	

PROGRAM PELATIHAN BERBASIS KOMPETENSI

1. Nama Pelatihan : DESAINER IKLAN
2. Kode Program Pelatihan :
3. Jenjang Program Pelatihan : Level Menengah (*Intermediate* / Level Pengembang
4. Tujuan Pelatihan : Pelatihan ini bertujuan untuk membekali peserta agar mampu memproduksi iklan secara profesional, mulai dari tahap pra produksi, produksi, hingga pasca produksi, sesuai dengan rancangan strategi kreatif dan kebutuhan klien dan sesuai dengan skema Okupasi Desainer Iklan. Uji Kompetensi LSP P2 BBPPMPV Seni dan Budaya

5. Unit Kompetensi yang ditempuh :

Kode Unit Kompetensi	Unit Kompetensi
M.73ADV00.015.1	Menerjemahkan <i>Client Brief</i>
M.73ADV00.016.1	Menyusun Strategi Kreatif
M.73ADV00.017	Menyusun Kebutuhan Biaya Produksi Kreatif Periklanan.
M.73ADV00.018.1	Memproduksi Iklan

6. Perkiraan Waktu Pelatihan : 85 JP
7. Persyaratan Peserta Pelatihan :
 - a. Pendidikan : S 1
 - b. Pelatihan : Belum pernah Uji Kompetensi Okupasi Desainer Iklan
 - c. Pengalaman Kerja : Guru produktif Desain Komunikasi Visual
 - d. Jenis Kelamin : Male/Female
 - e. Umur : Maks 50 Tahun
 - f. Kesehatan : Adanya BPJS (Sehat Jasmani dan Rohani)
 - g. Persyaratan Khusus : Surat Keterangan Mengajar Produktif DKV
8. Persyaratan Instruktur
 - a. Pendidikan Formal : S 1/ S2/ Praktisi Tenaga Ahli
 - b. Kompetensi Teknis : Desain Komunikasi Visual
 - c. Pengalaman Kerja : Narasumber Kediklatan Produktif
 - d. Kesehatan : Sehat Jasmani dan Rohani
 - e. Persyaratan khusus : Menguasau Substansi Dibidang DKV
 - f. Asesor : Asesor DKV

KURIKULUM PELATIHAN BERBASIS KOMPETENSI

No	MATERI PELATIHAN	KODE UNIT	PERKIRAAN WAKTU PELATIHAN (JP)		
			PENGETAHUAN	KETERAMPILAN	JUMLAH
1	Kelompok Unit Kompetensi				
1	Menerjemahkan <i>Client Brief</i>	M.73ADV00.015.1	2	9	11
2	Menyusun Strategi Kreatif	M.73ADV00.016.1	2	9	11
3	Menyusun Kebutuhan Biaya Produksi Kreatif Periklanan	M.73ADV00.017.	2	7	9
4	Memproduksi Iklan	M.73ADV00.018.1	4	30	34
2	Studi Tiru				10
	UJI KOMPETENSI LSP P2 BBPPMPV Seni dan Budaya				10
3	JUMLAH				85

SILABUS PELATIHAN BERBASIS KOMPETENSI

1. Unit M.73ADV00.015.1 Menerjemahkan *Client Brief*
 2. Kode Unit: M.73ADV00.016.1 Menyusun Strategi Kreatif
 3. Kode Unit: M.73ADV00.017.1 Menyusun Kebutuhan Biaya Produksi Kreatif Periklanan
 4. Kode Unit : M.73ADV00.018.1 Memproduksi Iklan
- Perkiraan Waktu Pelatihan : 90 JP

Elemen Kompetensi	Kriteria Unjuk Kerja	Indikator Unjuk Kerja	Materi pelatihan			Perkiraan Waktu pelatihan (JP)	
			Pengetahuan	keterampilan	Sikap	Pengetahuan	keterampilan
1. Kode Unit M.73ADV00.015.1 Menerjemahkan <i>Client Brief</i>							
1. Mengidentifikasi kebutuhan klien	a. Kebutuhan dan keinginan klien diidentifikasi sesuai client brief. b. Daftar kebutuhan dan keinginan klien disusun sesuai client brief.	Mengidentifikasi Kebutuhan dan keinginan klien sesuai client brief. Mesusun daftar kebutuhan dan keinginan klien sesuai client brief.	Memahami prinsip strategi kreatif dalam periklanan. Mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi tujuan strategi kreatif (segmen pasar, positioning, kompetitor). Memahami teknik analisis untuk memilih tujuan yang paling relevan.	Mampu membuat daftar alternatif tujuan strategi kreatif. Mampu menganalisis alternatif strategi berdasarkan kebutuhan klien. Mampu merumuskan tujuan strategi kreatif yang jelas, terukur, dan relevan dengan brief klien	Bersikap terbuka terhadap berbagai alternatif ide. Menunjukkan sikap kreatif dan inovatif dalam merumuskan strategi. Memiliki komitmen untuk menyelaraskan tujuan kreatif dengan kepentingan klien	1 JP	5 JP
2. Merumuskan tujuan strategi kreatif periklanan	a. Alternatif tujuan strategi kreatif diidentifikasi sesuai kebutuhan dan keinginan klien b. Tujuan strategi kreatif	MengidentifikasiAlternatif tujuan strategi kreatif sesuai kebutuhan dan keinginan klien Menetapkan Tujuan strategi kreatif sesuai	Memahami prinsip strategi kreatif dalam periklanan. Mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi tujuan	Mampu membuat daftar alternatif tujuan strategi kreatif. Mampu menganalisis alternatif strategi berdasarkan kebutuhan klien.	Bersikap terbuka terhadap berbagai alternatif ide. Menunjukkan sikap kreatif dan inovatif dalam merumuskan strategi.	1 JP	5 JP

	ditetapkan sesuai kebutuhan dan keinginan klien.	kebutuhan dan keinginan klien	strategi kreatif (segmen pasar, positioning, kompetitor). Memahami teknik analisis untuk memilih tujuan yang paling relevan.	Mampu merumuskan tujuan strategi kreatif yang jelas, terukur, dan relevan dengan brief klien.	Memiliki komitmen untuk menyelaraskan tujuan kreatif dengan kepentingan klien.		
2. Kode Unit: M.73ADV00.016.1 Menyusun Strategi Kreatif							
1. Merumuskan elemen strategi kreatif	a. Elemen strategi kreatif diidentifikasi sesuai tujuan periklanan b. Elemen strategi kreatif ditetapkan sesuai tujuan periklanan..	Mengidentifikasi Elemen strategi kreatif sesuai tujuan periklanan Menetapkan Elemen strategi kreatif sesuai tujuan periklanan..	Memahami konsep dasar strategi kreatif dalam periklanan. Mengetahui berbagai elemen strategi kreatif (misalnya: big idea, positioning, USP, tone & manner, message strategy). Memahami keterkaitan antara tujuan periklanan dengan elemen strategi kreatif.	Mampu mengidentifikasi elemen strategi kreatif sesuai tujuan periklanan. Mampu menganalisis relevansi elemen dengan target audience dan brand positioning. Mampu menetapkan elemen strategi kreatif yang tepat sesuai kebutuhan klien.	Menunjukkan sikap terbuka terhadap ide dan masukan dalam perumusan elemen kreatif. Konsisten menyelaraskan elemen kreatif dengan tujuan periklanan. Berpikir kritis dan obyektif dalam mengidentifikasi elemen yang relevan.	1 JP	5 JP
2. Menyusun strategi kreatif	a. Rancangan strategi kreatif periklanan dibuat sesuai dengan elemen. b. Naskah strategi kreatif periklanan disusun dalam	Membuat Rancangan strategi kreatif periklanan sesuai dengan elemen. Menyusun Naskah strategi kreatif periklanan dalam	Memahami struktur dokumen <i>creative brief</i> (latar belakang, tujuan, target audience, pesan utama, media, dan deliverables).	Mampu menyusun rancangan strategi kreatif berdasarkan elemen yang telah ditetapkan. Mampu menuliskan naskah strategi kreatif dalam	Disiplin dalam menyusun strategi sesuai prosedur dan brief. Kreatif dan inovatif dalam merumuskan rancangan strategi.	1 JP	5 JP

	creative brief sesuai kebutuhan klien	creative brief sesuai kebutuhan klien	Mengetahui teknik perumusan strategi kreatif (brainstorming, SWOT, consumer insight). Memahami standar industri dalam penyusunan naskah strategi kreatif.	bentuk <i>creative brief</i> yang sistematis dan komunikatif. Mampu menyesuaikan naskah strategi kreatif dengan kebutuhan dan karakter klien.	Bertanggung jawab terhadap kelengkapan dan kejelasan strategi yang disusun.		
3. Kode Unit: M.73ADV00.017.1Menyusun Kebutuhan Biaya Produksi Kreatif Periklanan							
1. Mem buat daftar kebutuhan biaya produksi kreatif	a. Kebutuhan biaya produksi diidentifikasi sesuai kebutuhan klien b. Daftar kebutuhan biaya produksi disusun sesuai tujuan periklanan	Mengidentifikasi Kebutuhan biaya produksi sesuai kebutuhan klien MenyusunDaftar kebutuhan biaya produksi sesuai tujuan periklanan	Memahami komponen biaya produksi kreatif (honor kru, talent, desain grafis, fotografi, videografi, peralatan, lokasi, pascaproduksi, distribusi media). Mengetahui standar harga industri kreatif periklanan. Memahami hubungan antara tujuan periklanan dengan alokasi anggaran.	Mampu mengidentifikasi komponen biaya yang dibutuhkan sesuai brief klien. Mampu menyusun daftar kebutuhan biaya secara sistematis dan terperinci. Mampu menyesuaikan daftar kebutuhan biaya dengan tujuan periklanan.	Teliti dan cermat dalam mengidentifikasi kebutuhan biaya produksi. Bersikap jujur dan transparan dalam menyusun rincian biaya. Bertanggung jawab terhadap akurasi daftar kebutuhan biaya.	1 JP	4
2. Mend apatkan persetujuan klien	a. Jumlah biaya produksi dihitung sesuai daftar kebutuhan	MenghitungJumlah biaya produksi sesuai daftar kebutuhan	Memahami teknik perhitungan total biaya produksi kreatif.	Mampu menghitung total biaya produksi berdasarkan daftar kebutuhan.	Menghargai keputusan klien terkait anggaran. Bersikap komunikatif, persuasif, dan profesional	1 JP	4 JP

	b. Persetujuan klien atas biaya produksi diajukan sesuai tujuan periklanan	Mengajukan Persetujuan klien atas biaya produksi sesuai tujuan periklanan	Mengetahui cara membuat proposal biaya atau cost estimate dalam periklanan. Memahami etika komunikasi bisnis dalam pengajuan persetujuan biaya	Mampu menyusun dokumen pengajuan biaya (cost estimate/proposal anggaran). Mampu mempresentasikan usulan biaya kepada klien dengan jelas, logis, dan meyakinkan	saat mengajukan proposal biaya. Fleksibel dan kooperatif dalam menyesuaikan anggaran bila ada revisi dari klien.		
4.Kode Unit : M.73ADV00.018.1 Memproduksi Iklan							
1. Mem persiapkan produksi iklan (pra produksi)	a. Kebutuhan produksi diidentifikasi sesuai rancang b. Daftar kebutuhan produksi disusun sesuai rancangan strategi kreatifan strategi kreatif	Mengidentifikasi Kebutuhan produksi sesuai rancangan Menyusun daftar kebutuhan produksi sesuai rancangan strategi kreatifan strategi kreatif	Memahami tahapan pra produksi (script breakdown, budget, crew list, location, props, jadwal shooting). Mengetahui teknik analisis kebutuhan produksi berdasarkan strategi kreatif. Memahami fungsi perencanaan pra produksi dalam keberhasilan produksi iklan	Mampu mengidentifikasi kebutuhan produksi (alat, lokasi, kru, talent, properti). Mampu menyusun daftar kebutuhan produksi sesuai strategi kreatif. Mampu membuat rencana pra produksi (jadwal, timeline, dan logistic list).	Teliti dan sistematis dalam mengidentifikasi kebutuhan produksi. Disiplin dalam menyusun daftar kebutuhan sesuai standar produksi. Bertanggung jawab terhadap kesesuaian kebutuhan dengan strategi kreatif	2	10 JP
2. Mem buat iklan	a. <i>Raw material</i> iklan dibuat sesuai	Membuat <i>Raw material</i> iklan sesuai rancangan strategi kreatif	Memahami teknik produksi iklan (fotografi, videografi,	Mampu menghasilkan raw material iklan (gambar, video, audio,	Kreatif dan inovatif dalam menghasilkan raw material iklan.		14 JP

	rancangan strategi kreatif b. Produksi iklan dilakukan sesuai rancangan strategi kreatif	Melakukan Produksi iklan sesuai rancangan strategi kreatif	animasi, desain grafis, audio recording). Mengetahui penggunaan peralatan produksi (kamera, lighting, audio, software desain). Memahami standar kualitas produksi berdasarkan strategi kreatif	desain) sesuai strategi kreatif. Mampu mengoperasikan peralatan produksi dengan benar. Mampu mengelola proses produksi iklan sesuai jadwal dan arahan strategi kreatif.	Disiplin dan kolaboratif dalam bekerja bersama tim produksi. Konsisten menjaga kualitas hasil sesuai standar produksi kreatif		
3. Mela ksanakan <i>finishing</i> iklan (pasca produksi)	a. Iklan hasil produksi diedit sesuai rancangan strategi kreatif. b. Iklan hasil <i>editing</i> disempurnakan menjadi <i>final cut</i> sesuai strategi kreatif.	Mengedit Iklan hasil produksi sesuai rancangan strategi kreatif. Menyempurnakan Iklan hasil <i>editing</i> menjadi <i>final cut</i> sesuai strategi kreatif.	Memahami prinsip pasca produksi (editing, color grading, sound design, motion graphic, rendering). Mengetahui software editing (Adobe Premiere, After Effects, Photoshop, Illustrator, dsb). Memahami standar finalisasi iklan (format media, durasi,	Mampu mengedit raw material menjadi iklan sesuai strategi kreatif. Mampu menyempurnakan hasil editing menjadi <i>final cut</i> yang siap tayang. Mampu menyesuaikan format final iklan sesuai kebutuhan distribusi media.	Tekun dan detail dalam melakukan editing. Terbuka terhadap revisi dan masukan untuk perbaikan. Menjaga konsistensi kualitas sesuai arahan strategi kreatif.		10 JP

			resolusi, platform distribusi).				
UJI KOMPETENSI LSP P2 BBPPMPV Seni dan Budaya						10 JP	

Kepala
BBPPMPV Seni dan Budaya



Masrukhun Budiyanto
NIP. 197303272001121001

Mengetahui ,

Koordinator /PJ Kredensial Mikro

(.....)