

Identitas Program Studi

Fakultas : Industri Kreatif
Program Studi : Desain Produk
Akreditasi Program : A

Identitas Mata Kuliah

Nama Mata Kuliah : Sustainable Design
Kode Mata Kuliah : 1801A061
Bobot : 3 SKS
Semester : VI
Dosen Pengampu : Brian Kurniawan Jaya, S.Ds., M.A.

Deskripsi Singkat

Pendekatan untuk merancang suatu produk dengan pertimbangan khusus untuk dampak lingkungan dari produk selama keseluruhan siklus hidup dan memenuhi prinsip keberlanjutan secara ekonomi, sosial dan ekologi. Dalam penilaian siklus hidup, siklus hidup produk biasanya dibagi dalam pengadaan, pembuatan, penggunaan dan pembuangan. Seluruh siklus hidup produk harus dipandang dalam perspektif terpadu, mulai dari proses desain, produksi, pemasaran, pembelian dan manajemen proyek, yang harus mempertimbangkan *sustainability*.

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah

- Mampu menganalisis interaksi masyarakat dan produk eksisting, untuk dapat menemukan inovasi produk.
- Memahami berbagai metodologi desain dan dapat memilih sesuai dengan proses desain produk yang akan dikerjakan.
- Memahami konsep desain untuk diaplikasikan dalam proses desain produk yang ditunjang dengan aspek desain.
- Mampu mempresentasikan proses desain dan manajemen produk, dalam bentuk laporan desain dan visualisasi produk.

Prasyarat dan Pengetahuan Awal

Tidak ada prasyarat

Topik Bahasan

Mata kuliah *Sustainable Design* akan mempelajari konsep dan sejarah *sustainable design*, *level of sustainability*, *life cycle assesment*, *product life cycle*, *challenges for Indonesia*, *design responsibility*,

biomimicry, eco design, key's do's and don't's, serta aplikasi penerapan proses desain yang sesuai dengan kaidah sustainability.

Referensi

- Benyus, Janine. 2002. *Biomimicry, Innovation Inspired by nature*. Herper Perennial
- Carson, Rachel. 2002. *Silent Spring*. Houghton Miffline Company
- Fuad-Luke, 2002, *Eco Design, The Sourcebook*, Chronicle Books
- Larasati, Tita. 2010. Slide *Industrial design & sustainability*. Despro ITB
- Papanek, Victor, 1971, *Design for the real world*, Pantheon Books
- R. Bacon, "Life Cycle Assessment: Principles and Practice," *Scientific Applications International Corporation (SAIC)*, Ohio, 2006.
- Holiday, R. (2014). *Growth hacker marketing: a primer on the future of PR, marketing, and advertising*. Penguin.

Jadwal Pelaksanaan

Batas akhir pendaftaran	:	22 Januari 2021
Pengumuman hasil seleksi	:	29 Januari 2021
Kuliah I (minggu I – VII)	:	8 Februari 2021 – 26 Maret 2021
Kuliah II (minggu VIII – XIV)	:	12 April 2021 – 11 Juni 2021
Libur Kuliah	:	12 Mei 2021 – 26 Mei 2021

Jadwal Kuliah :

Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
	TBD	TBD	TBD	TBD	TBD	

Jadwal Ujian Tengah Semester : TBD

Jadwal Ujian Akhir Semester : TBD

Identitas Program Studi

Fakultas : Industri Kreatif
Program Studi : Desain Produk
Akreditasi Program : A

Identitas Mata Kuliah

Nama Mata Kuliah : Semantika Produk
Kode Mata Kuliah : 1801A043
Bobot : 2 SKS
Semester : III
Dosen Pengampu : Ir. Kresno Soelasmono, MSR.

Deskripsi Singkat

Kuliah ini menjelaskan semantika sebagai suatu aspek di dalam bentuk produk. Pembahasan meliputi dari komunikasi visual, dasar psikologi, timbulnya dan kategori tanda secara visual. Pengetahuan tersebut digunakan untuk mendesain bentuk produk tertentu supaya disukai dan dibeli konsumen dan tidak terjadi kesalahan operasional.

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah

- Mampu menganalisis interaksi masyarakat dan produk eksis, untuk dapat menemukan inovasi produk.
- Memahami konsep desain untuk diaplikasikan dalam proses desain produk yang ditunjang dengan aspek desain.

Prasyarat dan Pengetahuan Awal

Tidak ada Prasyarat

Topik Bahasan

Mata kuliah Semantika Produk akan mempelajari teori komunikasi, psikologi persepsi, teori *gestalt*, teori psikologi analitik, *behaviouristik*, humanistik, dasar semantika, segitiga *pierce*, timbulnya sebuah tanda dan klasifikasi tanda, aplikasi dalam memilih acuan dan kesan, aplikasi dalam bentuk dasar, aplikasi dalam bentuk komponen dan detail.

Referensi

Dakir.1993.Dasar Dasar Psikologi. Pustaka Belajar
Sujiman, Panuti.1991. Serba serbi Semiotika. Gramedia

Vihma, Susann.1995. Product as Representation : a Semiotic and Aesthetic Study of Design Products. Finland: University of Industrial Arts Helsinki

Holiday, R. (2014). *Growth hacker marketing: a primer on the future of PR, marketing, and advertising.* Penguin.

Jadwal Pelaksanaan

Batas akhir pendaftaran	:	22 Januari 2021
Pengumuman hasil seleksi	:	29 Januari 2021
Kuliah I (minggu I – VII)	:	8 Februari 2021 – 26 Maret 2021
Kuliah II (minggu VIII – XIV)	:	12 April 2021 – 11 Juni 2021
Libur Kuliah	:	12 Mei 2021 – 26 Mei 2021

Jadwal Kuliah :

Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
	TBD	TBD	TBD	TBD	TBD	

Jadwal Ujian Tengah Semester : TBD

Jadwal Ujian Akhir Semester : TBD

Identitas Program Studi

Fakultas : Industri Kreatif
Program Studi : Desain Produk
Akreditasi Program : A

Identitas Mata Kuliah

Nama Mata Kuliah : Sosiologi Desain
Kode Mata Kuliah : 1801A042
Bobot : 2 SKS
Semester : V
Dosen Pengampu : Guguh Sujatmiko, S.T., M.Ds.

Deskripsi Singkat

Mata kuliah ini mengajak mahasiswa untuk berpikir kritis dan strategis dalam memahami desain dalam keberadaannya di masyarakat. Selanjutnya mahasiswa akan dibekali kemampuan untuk mampu menjelaskan keterkaitan desain dengan sistem sosial dan dinamika sosial, serta interaksinya dengan capaian sains dan teknologi

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah

- Mampu menganalisis interaksi masyarakat dan produk eksis, untuk dapat menemukan inovasi produk.
- Mampu memimpin dan mengorganisir proyek desain dan proses produksi dalam skala kecil.
- Mampu merancang strategi pemasaran produk dengan media komunikasi visual.
- Mampu mempresentasikan proses desain dan manajemen produk, dalam bentuk laporan desain dan visualisasi produk.

Prasyarat dan Pengetahuan Awal

Tidak ada Prasyarat

Topik Bahasan

Mata kuliah Sosiologi Desain ini akan mempelajari sosiologi desain: sejarah, metode; sosiologi desain, permasalahan sosial, perilaku sosial, gaya hidup; sosiologi desain sebagai wilayah kajian baru: pemikiran Nigel Cross, Victor Papanek, Ivan Illich; pokok permasalahan sosial di Indonesia: pelipatan jumlah penduduk, dinamika sosial-ekonomi, fenomena konsumen, kesenjangan ekonomi, mentalitas sosial; desain & perilaku sosial: perilaku sosial masyarakat kota, pembangunan sarana hunian; desain & politik pembangunan: pembangunan ekonomi, kebijakan perdagangan internasional, pembangunan industri, ketertinggalan daerah, pentingnya kepedulian sosial; desain & gaya hidup: gaya hidup modern, budaya mentalitas, masyarakat komoditas.

Referensi

- Cross, Nigel. 2011, *Design Thinking* Bloomsbury
Sachari, Agus. 2002. *Sosiologi Desain*. Penerbit ITB
Simmons, Christopher. 2011. *Just Design*, Howbooks
Widagdo, 2005. *Desain & Kebudayaan*. Penerbit ITB

Jadwal Pelaksanaan

Batas akhir pendaftaran	:	22 Januari 2021
Pengumuman hasil seleksi	:	29 Januari 2021
Kuliah I (minggu I – VII)	:	8 Februari 2021 – 26 Maret 2021
Kuliah II (minggu VIII – XIV)	:	12 April 2021 – 11 Juni 2021
Libur Kuliah	:	12 Mei 2021 – 26 Mei 2021

Jadwal Kuliah :

Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
	TBD	TBD	TBD	TBD	TBD	

Jadwal Ujian Tengah Semester : TBD

Jadwal Ujian Akhir Semester : TBD

Identitas Program Studi

Fakultas : Industri Kreatif
Program Studi : Desain Produk
Akreditasi Program : A

Identitas Mata Kuliah

Nama Mata Kuliah : Fashion Trend Research
Kode Mata Kuliah : 1802A024
Bobot : 2 SKS
Semester : II
Dosen Pengampu : Christabel Annora P.P., S.T., M.Sc.

Deskripsi Singkat

Sebagai desainer, ketika kita membuat suatu *garment/collection* tanpa riset maka kita tidak memperhatikan target pasar serta keinginan mereka dan *collection* kita tidak akan menjadi sukses. Oleh karena itu, siswa akan dilatih untuk melakukan riset dan mendesain lalu beradaptasi dengan hasil riset tersebut.

Mata kuliah Fashion Trends Research memberikan bimbingan dan kemampuan kepada murid untuk melakukan riset pasar dengan akurat dan melatih mereka untuk dapat menyesuaikan desain dengan *style* spesifik perusahaan/konsumen tertentu. Di samping itu, juga terdapat pengembangan *soft skill* seperti menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri.

Selama satu semester mahasiswa akan belajar untuk memahami tentang tren, alasan-alasan dibalik kemunculannya, dan bagaimana cara memprediksi sebuah tren baru. Teknik dan metode yang dipelajari pada mata kuliah ini akan dapat digunakan sebagai penunjang untuk mata kuliah yang berkaitan dengan perancangan produk.

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah

- Mampu memahami seluk-beluk teoritis mengenai *trend forecasting*.
- Mampu memahami dan menganalisis alasan logis dibalik suatu tren yang muncul.
- Mampu memahami dan membuat *trends report* dengan melakukan *trend spotting*.

Prasyarat dan Pengetahuan Awal

Tidak ada Prasyarat

Topik Bahasan

Mata kuliah Fashion Trend Research ini akan mempelajari *Forecasting services, Basic fashion knowledge, Fashion timeline, Fashion cycles & fashion curves, Fashion adoption, Fashion Movement, Short-term*

forecasting, Long-term forecasting, Consumer research, Trends research procedures, Basic Trend Forecasting Method, Macro and Micro Trends

Referensi

- Chelsea Rousso. 2012. *Fashion Forward, A Guide to Fashion Forecasting*. New York: Fairchild Books.
- Leslie Davis Burns, Kathy K. Mullet, Nancy O. Bryant. 2011. *The Business of Fashion; Designing, Manufacturing, and Marketing*. New York: Fairchild Books.
- Terry Flew. 2012. *The Creative Industries, Culture and Policy*. London: Sage Publishing.
- Harriet Posner. 2011. *Marketing Fashion*. London: Laurence King Publishing Ltd.4. Holiday, R. (2014). *Growth hacker marketing: a primer on the future of PR, marketing, and advertising*. Penguin.

Jadwal Pelaksanaan

Batas akhir pendaftaran	:	22 Januari 2021
Pengumuman hasil seleksi	:	29 Januari 2021
Kuliah I (minggu I – VII)	:	8 Februari 2021 – 26 Maret 2021
Kuliah II (minggu VIII – XIV)	:	12 April 2021 – 11 Juni 2021
Libur Kuliah	:	12 Mei 2021 – 26 Mei 2021

Jadwal Kuliah :

Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
	TBD	TBD	TBD	TBD	TBD	

Jadwal Ujian Tengah Semester : TBD

Jadwal Ujian Akhir Semester : TBD

Identitas Program Studi

Fakultas : Industri Kreatif
Program Studi : Desain Produk
Akreditasi Program : A

Identitas Mata Kuliah

Nama Mata Kuliah : Fabric Material I
Kode Mata Kuliah : 1802A023
Bobot : 2 SKS
Semester : III
Dosen Pengampu : Ninik Juniati, S.Pd., M.Pd.
Christabel Annora P.P., S.T., M.Sc.

Deskripsi Singkat

Matakuliah ini memberikan Pengetahuan tentang tekstil ini bisa ditempuh melalui mata kuliah yang mempelajari mengidentifikasi bahan tekstil mulai dari asal serat, konstruksi kain, teknik penyelesaian bahan tekstil, nama popular di pasar hingga perawatan.

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah

Mahasiswa mampu mengidentifikasi bahan tekstil mulai dari asal serat, konstruksi kain, teknik penyelesaian bahan tekstil, nama popular di pasar hingga perawatan.

Prasyarat dan Pengetahuan Awal

Tidak ada Prasyarat

Topik Bahasan

Mata kuliah Fabric Material I ini akan mempelajari *Natural, Manmade & Mineral Fibres; Fabric Constructions and Finishings; Popular Textiles; Surface Design; Label Care; Fabric Collage*.

Referensi

- Andrew Bellamy, 2004. *Systematic/Subjective Colour Selection*. Switzerland: AVA Publishing SA.
Gail Baugh, 2011. *The Fashion Designer's Textile Directory, The Creative Use of Fabrics in Design*. London: Thames and Hudson Ltd.
Gillow, John and Sentence, Bryan, 1999. *World Textile*, London: Thames and Hudson Ltd.

Jadwal Pelaksanaan

Batas akhir pendaftaran	:	22 Januari 2021
Pengumuman hasil seleksi	:	29 Januari 2021
Kuliah I (minggu I – VII)	:	8 Februari 2021 – 26 Maret 2021
Kuliah II (minggu VIII – XIV)	:	12 April 2021 – 11 Juni 2021
Libur Kuliah	:	12 Mei 2021 – 26 Mei 2021

Jadwal Kuliah :

Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
	TBD	TBD	TBD	TBD	TBD	

Jadwal Ujian Tengah Semester : TBD

Jadwal Ujian Akhir Semester : TBD

Identitas Program Studi

Fakultas : Industri Kreatif
Program Studi : Desain Produk
Akreditasi Program : A

Identitas Mata Kuliah

Nama Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Kode Mata Kuliah : 1801A046
Bobot : 2 SKS
Semester : IV
Dosen Pengampu : Dian Prianka, S.T., M.A.

Deskripsi Singkat

Mata kuliah manajemen pemasaran memberikan teori konsep teoritis dasar mengenai peran strategi *marketing* pada badan usaha dan elemen – elemen kunci pada proses analisis *marketing* dalam usaha merancang perencanaan *marketing*.

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah

Mahasiswa memahami konsep teoritis dasar mengenai peran strategik *marketing* pada badan usaha dan menerapkan elemen – elemen kunci pada proses analisa *marketing* dalam usaha merancang perencanaan *marketing*.

Prasyarat dan Pengetahuan Awal

Tidak ada Prasyarat

Topik Bahasan

- Cakupan & konsep manajemen pemasaran
- Identifikasi pasar
- Analisa lingkungan ekonomi makro
- Analisa permintaan pasar
- Strategi *brand positioning*
- *Marketing channel*

Referensi

Dodson, I. (2016). *The Art of Digital Marketing: The Definitive Guide to Creating Strategic, Targeted, and Measurable Online Campaigns*. John Wiley & Sons.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* 15th Edition Pearson Education Ltd.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. John Wiley & Sons.
- Holiday, R. (2014). *Growth hacker marketing: a primer on the future of PR, marketing, and advertising*. Penguin.

Jadwal Pelaksanaan

Batas akhir pendaftaran	: 22 Januari 2021
Pengumuman hasil seleksi	: 29 Januari 2021
Kuliah I (minggu I – VII)	: 8 Februari 2021 – 26 Maret 2021
Kuliah II (minggu VIII – XIV)	: 12 April 2021 – 11 Juni 2021
Libur Kuliah	: 12 Mei 2021 – 26 Mei 2021

Jadwal Kuliah :

Minggu	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu
	TBD	TBD	TBD	TBD	TBD	

Jadwal Ujian Tengah Semester : TBD

Jadwal Ujian Akhir Semester : TBD