|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **POLITEKNIK POS INDONESIA (POLTEKPOS)**  **PROGRAM STUDI**  **DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN** | | | | | | | | **RPS** |
| **RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER** | | | | | | | | | |
| **MATA KULIAH (MK)** | | | **KODE** | **Rumpun MK** | **BOBOT (SKS)** | | **SEMESTER** | **Tgl Penyusunan/Revisi** | |
| **Teori** | **Praktek** |
| **Manajemen Periklanan** | | | 20248 | Manajemen | 3 |  | 5 (Lima) | 30 September 2022 | |
| **OTORISASI** | | | **Dosen Pengembang RPS** | | **Koordinator MK** | | **Ka Prodi** | | |
| Rachmat Tri Yuli Yanto, SE.,MM. | | Rachmat Tri Yuli Yanto, SE.,MM. | | Rachmat Tri Yuli Yanto, SE.,MM. | | |
| **Capaian Pembelajaran (CP)** | | **CP-PRODI yang dibebankan pada MK** | | | Mahasiswa : | | | | |
| CP 1 | Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius. | | | | | | |
| CP 2 | Menjunjung tinggi nilai kemanusiaandalam menjalankan tugas berdasarkan agama,moral,dan etika. | | | | | | |
| CP 3 | Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila. | | | | | | |
| CP 4 | Menunjukkan sikap adaptif, fleksibel, dan mampu bekerja sama dalam memecahkan permasalahan di bidang bisnis khususnya marketing. | | | | | | |
| CP 5 | Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, inovatif, bermutu, dan terukur dalam melakukan pekerjaan yang spesifik di bidang penggunaan perangkat lunak serta sesuai dengan standar kompetensi kerja bidang yang bersangkutan. | | | | | | |
| CP 6 | Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu dan terukur. | | | | | | |
| CP 7 | Mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan kerja dengan tekanan pekerjaan yang bervariasi yang dilandasi pada sikap mental kerja keras, kerja cerdas, dan kerja profesional. | | | | | | |
| CP 8 | Mampu berkomunikasi dalam bahasa inggris secara lisan dan tulisan untuk kebutuhan pengembangan diri pada bidang pekerjaan Customer Service,Penjualan, dan Periklanan. | | | | | | |
| CP 9 | Mampu mengidentifikasi elemen strategi pemasaran perusahaan dengan pendekatan Segmenting, Targeting, Positioning yang hasilnya berupa strategi pemasaran. | | | | | | |
| CP 10 | Mampu mengidentifikasi elemen taktik pemasaran perusahaan dengan pendekatan bauran pemasaran (marketing mix) dan proses penjualan (selling) untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, pola promosi dan distribusi yang tepat. | | | | | | |
| CP 11 | Membuat perencanaan iklan dengan metode 5M (mission, massage, money, media, measurement) dengan hasil iklan yang efektif. | | | | | | |
| CP 12 | Membuat rencana promosi dengan pendekatan promotion mix yang menghasilkan informasi produk dan layanan | | | | | | |
| CP 13 | Memilih metode promosi yang tepat dengan pendekatan STP (Segmenting, Targetting, Positioning) dengan hasil media promosi yang tepat sasaran | | | | | | |
| CP 14 | Mengevaluasi kegiatan promosi dengan metode Cognitif, Afektif, Behavior dengan menunjukan hasil keputusan pembelian | | | | | | |
|  |  | | | | | | |
| **Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CP MK)** | | | Mahasiswa : | | | | |
| CP MK 1 | Memahami perkembangan promosi dan iklan | | | | | | |
| CP MK 2 | Memahami menembangakan dan mengelola program periklanan | | | | | | |
| CP MK 3 | Memahami menentukan tujuan periklanan | | | | | | |
| CP MK 4 | Memahami anggaran periklanan | | | | | | |
| CP MK 5 | Memahami merancang pesan iklan 1 | | | | | | |
|  | | CP MK 6 | Memahami merancang pesan iklan 2 | | | | | | |
| CP MK 7 | Memahami merancang pesan iklan 3 | | | | | | |
| CP MK 8 | Memahami mengukur efektivitas iklan | | | | | | |
| CP MK 9 | Memahami memilih media dan karakteristiknya | | | | | | |
| CP MK 10 | Memahami proses kerja dalam iklan | | | | | | |
| CP MK 11 | Memahami anatomi naskah iklan | | | | | | |
| CP MK 12 | Memahami teknik membuat naskah iklan | | | | | | |
| CP MK 13 | Memahami membuat headline iklan | | | | | | |
| CP MK 14 | Memahami body copy, visual dan eksekusi kreatif iklan | | | | | | |
| **Peta Kompetensi MK** | |  | | | | | | | |
| **Deskripsi Singkat MK** | | Matakuliah manajemen periklanan memahami konsep iklan dan aplikasinya, didalam mata kuliah ini yang di pelajari adalah mengembangkan keterampilan dalam mengelola salah satu media komunikasi massa, yaitu periklanan. | | | | | | | |
| **Rubrik Penilaian** | | UTS : 25%  UAS : 25%  TUGAS/Study Kasus/Praktek : 50% | | | | | | | |
| **Bahan Kajian:** Materi pembelajaran | | 1. Perkembangan promosi dan iklan 2. Mengembangkan dan mengelola program periklanan 3. Menentukan Tujuan Periklanan 4. Anggaran Periklanan 5. Merancang Pesan iklan 1 6. Merancang Pesan iklan 2 7. Merancang Pesan iklan 3 8. Mengukur efektivitas iklan 9. Memilih media dan karakteristiknya 10. Proses kerja dalam iklan 11. Anatomi naskah iklan 12. Teknik membuat naskah iklan 13. Membuat headline iklan 14. Membuat body copy, visual dan eksekusi kreatif iklan | | | | | | | |
| **Pustaka** | | **Utama:** |  | | | | | | |
| 1. Goerge Belch, 2021. Advertising And Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective, McGraw-Hill 2. Rhenald Kasali, 2020. Manajemen Periklanan Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia, PAU, Ekonomi UI Dan Grafiti 3. Terence A. Shimp, 2019. Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Jilid 1 Dan 2,  Erlangga | | | | | | | |
| **Pendukung:** |  | | | | | | |
| 1. Agus S Madjadikara, 2018. Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan, Gramedia Pustaka Utama 2. Max Sutherland, Alice K. Sylvester, 2019. Advertising And The Mind Of The Consumer, Gramedia Pustaka Utama | | | | | | | |
| **Dosen Pengampu** | | Rachmat Tri Yuli Yanto, SE.,MM. | | | | | | | |
| **Matakuliah syarat** | | 1. Pengantar Manajemen dan Leadership 2. Manajemen Pemasaran 3. Pengantar Bisnis 4. Lingkungan Pemasaran 5. Perilaku Konsumen 6. Segmentasi Pasar | | | | | | | |

| **Mg Ke-** | **Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (CP MK)** | **Penilaian** | | **Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, dan Penugasan Mahasiswa**  **[ Estimasi waktu]** | | **Materi Pembelajaran**  **[Pustaka]** | **Bobot Penilaian (%)** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Indikator** | **Kriteria & Teknik** | **Luring (Tatap Muka)** | **Daring (Online)** |
| **(1)** | **(2)** | **(3)** | **(4)** | **(5)** | **(6)** | **(7)** | **(8)** |
| 1 | Mampu Memahami perkembangan promosi dan iklan | ketepatan menjelaskan perkembangan promosi dan iklan | Kualitatif, non tes | Kuliah (2 x 50 menit),  Responsi (1 x 50 menit)  *Small Group Discussion*, *Discovery Learning*, *Self-Directed Learning*, *Cooperative Learning*, *Collaborative Learning*, *Contextual Learning*. | Grup WA Iteung, zoom, vl.poltekpos.ac.id | Perkembangan promosi, unsur-unsur komunikasi pemasaran, pengertian periklanan, alat promosi iklan  Goerge Belch, 2011. Rhenald Kasali, 2007. Terence A. Shimp, 2003 | 0,09% |
| 2 | Mampu memahami Mengembangkan dan mengelola program periklanan | Keepatan menjelaskan Mengembangkan dan mengelola program periklanan | Kualitatif, non tes | Kuliah (2 x 50 menit),  Responsi (1 x 50 menit)  *Small Group Discussion*, *Discovery Learning*, *Self-Directed Learning*, *Cooperative Learning*, *Collaborative Learning*, *Contextual Learning*. | Grup WA Iteung, zoom, vl.poltekpos.ac.id | Inti komunikasi dalam periklanan, konsep dasar komunikasi, strategi komunikasi merek dalam periklanan.  Goerge Belch, 2011. Rhenald Kasali, 2007. Terence A. Shimp, 2003 | 0,07% |
| 3 | Mampu Memahami menentukan tujuan periklanan | Ketepatan menjelaskan menentukan tujuan periklanan | Kualitatif, non tes | Kuliah (2 x 50 menit),  Responsi (1 x 50 menit)  *Small Group Discussion*, *Discovery Learning*, *Self-Directed Learning*, *Cooperative Learning*, *Collaborative Learning*, *Contextual Learning*. | Grup WA Iteung, zoom, vl.poltekpos.ac.id | Lima M dalam periklanan, tujuan periklanan, matrix ansof.  Goerge Belch, 2011. Rhenald Kasali, 2007. Terence A. Shimp, 2003 | 0,07% |
| 4 | Mampu Memahami anggaran periklanan | Ketepatan menjelaskan anggaran periklanan | Kualitatif, non tes | Kuliah (2 x 50 menit),  Responsi (1 x 50 menit)  *Small Group Discussion*, *Discovery Learning*, *Self-Directed Learning*, *Cooperative Learning*, *Collaborative Learning*, *Contextual Learning*. | Grup WA Iteung, zoom, vl.poltekpos.ac.id | Asumsi anggaran periklanan, efek SOV dan belanja iklan, jenis anggaran periklanan.  Goerge Belch, 2011. Rhenald Kasali, 2007. Terence A. Shimp, 2003 | 0,07% |
| 5 | Mampu Memahami merancang pesan iklan 1 | Ketepatan menjelaskan merancang pesan iklan 1 | Kualitatif, non tes | Kuliah (2 x 50 menit),  Responsi (1 x 50 menit)  *Small Group Discussion*, *Discovery Learning*, *Self-Directed Learning*, *Cooperative Learning*, *Collaborative Learning*, *Contextual Learning*. | Grup WA Iteung, zoom, vl.poltekpos.ac.id | Pengertian pesan dalam iklan, model tanggapan konsumen.  Goerge Belch, 2011. Rhenald Kasali, 2007. Terence A. Shimp, 2003 | 0,07% |
| 6 | Mampu Memahami merancang pesan iklan 2 | Ketepatan menjelaskan merancang pesan iklan 2 | Kualitatif, non tes | Kuliah (2 x 50 menit),  Responsi (1 x 50 menit)  *Small Group Discussion*, *Discovery Learning*, *Self-Directed Learning*, *Cooperative Learning*, *Collaborative Learning*, *Contextual Learning*. | Grup WA Iteung, zoom, vl.poltekpos.ac.id | Tiga sasaran pesan iklan, ranah model penerimaan konsumen, metode AIDA, isi pesan.  Goerge Belch, 2011. Rhenald Kasali, 2007. Terence A. Shimp, 2003 | 0,07% |
| 7 | Mampu Memahami merancang pesan iklan 3 | Ketepatan menjelaskan merancang pesan iklan 3 | Kualitatif, non tes | Kuliah (2 x 50 menit),  Responsi (1 x 50 menit)  *Small Group Discussion*, *Discovery Learning*, *Self-Directed Learning*, *Cooperative Learning*, *Collaborative Learning*, *Contextual Learning*. | Grup WA Iteung, zoom, vl.poltekpos.ac.id | Struktur pesan iklan, format pesan iklan, sumber pesan iklan.  Goerge Belch, 2011. Rhenald Kasali, 2007. Terence A. Shimp, 2003 | 0,07% |
| **8** | **UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS)** | | | | | |  |
| 9 | Mampu Memahami mengukur efektivitas iklan | Ketepatan menjelaskan mengukur efektivitas iklan | Kualitatif, non tes | Kuliah (2 x 50 menit),  Responsi (1 x 50 menit)  *Small Group Discussion*, *Discovery Learning*, *Self-Directed Learning*, *Cooperative Learning*, *Collaborative Learning*, *Contextual Learning*. | Grup WA Iteung, zoom, vl.poltekpos.ac.id | Sifat periklanan, manfaat periklanan, mengukur efektivitas iklan.  Goerge Belch, 2011. Rhenald Kasali, 2007. Terence A. Shimp, 2003 | 0,07% |
| 10 | Mampu Memahami memilih media dan karakteristiknya | Ketepatan menjelaskan memilih media dan karakteristiknya | Kualitatif, non tes | Kuliah (2 x 50 menit),  Responsi (1 x 50 menit)  *Small Group Discussion*, *Discovery Learning*, *Self-Directed Learning*, *Cooperative Learning*, *Collaborative Learning*, *Contextual Learning*. | Grup WA Iteung, zoom, vl.poltekpos.ac.id | Tujuan media, jenis-jenis media, klasifikasi media dan karakteristiknya.  Goerge Belch, 2011. Rhenald Kasali, 2007. Terence A. Shimp, 2003 | 0,07% |
| 11 | Mampu Memahami proses kerja dalam iklan | Ketepatan menjelaskan proses kerja dalam iklan | Kualitatif, non tes | Kuliah (2 x 50 menit),  Responsi (1 x 50 menit)  *Small Group Discussion*, *Discovery Learning*, *Self-Directed Learning*, *Cooperative Learning*, *Collaborative Learning*, *Contextual Learning*. | Grup WA Iteung, zoom, vl.poltekpos.ac.id | Lima anatomi naskah iklan, persiapan sebelum membuat iklan.  Goerge Belch, 2011. Rhenald Kasali, 2007. Terence A. Shimp, 2003 | 0,07% |
| 12 | Mampu Memahami anatomi naskah iklan | Ketepatan menjelaskan anatomi naskah iklan | Kualitatif, non tes | Kuliah (2 x 50 menit),  Responsi (1 x 50 menit)  *Small Group Discussion*, *Discovery Learning*, *Self-Directed Learning*, *Cooperative Learning*, *Collaborative Learning*, *Contextual Learning*. | Grup WA Iteung, zoom, vl.poltekpos.ac.id | Menulis headline iklan, membuat headline iklan.  Goerge Belch, 2011. Rhenald Kasali, 2007. Terence A. Shimp, 2003 | 0,07% |
| 13 | Mampu Memahami teknik membuat naskah iklan | Ketepatan menjelaskan teknik membuat naskah iklan | Kualitatif, non tes | Kuliah (2 x 50 menit),  Responsi (1 x 50 menit)  *Small Group Discussion*, *Discovery Learning*, *Self-Directed Learning*, *Cooperative Learning*, *Collaborative Learning*, *Contextual Learning*. | Grup WA Iteung, zoom, vl.poltekpos.ac.id | Praktek membuat headline iklan online dan offline.  Goerge Belch, 2011. Rhenald Kasali, 2007. Terence A. Shimp, 2003 | 0,07% |
| 14 | Mampu Memahami membuat headline iklan | Ketepatan dalam menjelaskan membuat headline iklan | Kualitatif, non tes | Kuliah (2 x 50 menit),  Responsi (1 x 50 menit)  *Small Group Discussion*, *Discovery Learning*, *Self-Directed Learning*, *Cooperative Learning*, *Collaborative Learning*, *Contextual Learning*. | Grup WA Iteung, zoom, vl.poltekpos.ac.id | Praktek membuat body copy dan visual iklan cetak dan elektronik.  Goerge Belch, 2011. Rhenald Kasali, 2007. Terence A. Shimp, 2003 | 0,07% |
| 15 | Mampu Memahami body copy, visual dan eksekusi kreatif iklan | Ketepatan menjelaskan body copy, visual dan eksekusi kreatif iklan | Kualitatif, non tes | Kuliah (2 x 50 menit),  Responsi (1 x 50 menit)  *Small Group Discussion*, *Discovery Learning*, *Self-Directed Learning*, *Cooperative Learning*, *Collaborative Learning*, *Contextual Learning*. | Grup WA Iteung, zoom, vl.poltekpos.ac.id | Praktek eksekusi konsep kreatif iklan cetak dan elektronik.  Goerge Belch, 2011. Rhenald Kasali, 2007. Terence A. Shimp, 2003 | 0,07% |
| **16** | **UJIAN AKHIR SEMESTER (UAS)** | | | | | | **100%** |

**Catatan sesuai dengan SN Dikti Permendikbud No 3/2020:**

1. Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI) adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. CPL yang dibebankan pada mata kuliah adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampulan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. CP Mata kuliah (CPMK) adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. Indikator penilaian kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
5. Kriteria Penilaian adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
6. Teknik penilaian: tes dan non-tes.
7. Bentuk pembelajaran: Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
8. Metode Pembelajaran: *Small Group Discussion*, *Role-Play & Simulation*, *Discovery Learning*, *Self-Directed Learning*, *Cooperative Learning*, *Collaborative Learning*, *Contextual Learning*, *Project Based Learning*, dan metode lainnya yg setara.
9. Materi Pembelajaran adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
10. Bobot penilaian adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian CP MK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian CP MK tsb., dan totalnya 100%.
11. **TM**=Tatap Muka, **PT**=Penugasan Terstuktur, **BM**=Belajar Mandiri.