|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **POLITEKNIK POS INDONESIA (POLTEKPOS)**  **PROGRAM STUDI**  **DIII MANAJEMEN PEMASARAN** | | | | | | | | **RPS** |
| **RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER** | | | | | | | | | |
| **MATA KULIAH (MK)** | | | **KODE** | **Rumpun MK** | **BOBOT (SKS)** | | **SEMESTER** | **Tgl Penyusunan/Revisi** | |
| **Teori** | **Praktek** |
| KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU | | | MB31183 | Manajemen Pemasaran | 1 | 1 | 3 |  | |
| **OTORISASI** | | | **Dosen Pengembang RPS** | | **Koordinator MK** | | **Ka Prodi** | | |
| Dr. Suci Fika Widyana, S.E., M.M. | | Dr. Suci Fika Widyana, S.E., M.M. | | Suparno Saputra, S.E., M.M. | | |
| **Capaian Pembelajaran (CP)** | | **CP-PRODI yang dibebankan pada MK** | | | Mahasiswa : | | | | |
| CP 1 | Mengidentifikasi model komunikasi pelanggan | | | | | | |
| CP 2 | Melaksanakan komunikasi langsung dengan bahasa verbal dan non verbal | | | | | | |
| CP 3 | Membuat topik pesan sebagai bahan presentasi penjualan | | | | | | |
| CP 4 | Membuat pesan bisnis dengan konsep AIDA | | | | | | |
| CP 5 | Membuat perencanaan Iklan | | | | | | |
| CP 6 | Membina hubungan baik dengan klien secara interpersonal | | | | | | |
| **Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CP MK)** | | | Mahasiswa : | | | | |
| CP MK 1 | Mahasiswa mampu menjelaskan konsep komunikasi pemasaran terpadu, bauran komunikasi dan model komunikasi pemasaran | | | | | | |
| CP MK 2 | Mahasiswa mampu menjelaskan Komunikasi efektif | | | | | | |
| CP MK 3 | Mahasiswa mampu menjelaskan Komunikasi massa dan pribadi, menyebutkan jenis-jenis promosi yang termasuk dalam komunikasi massa dan komunikasi pribadi Mahasiwa mampu menjelaskan konsep *Direct Marketing* dan *sales promotion* | | | | | | |
| CP MK 4 | Mahasiwa mampu menjelaskan konsep *Direct Marketing* dan *Sales Promotion* | | | | | | |
| CP MK 5 | Mahasiwa mampu merencanakan dan merancang proses pembuatan iklan. Mahasiswa mampu menjelaskan jenis-jenis media promosi, keunggulan dan kelemahannya (media cetak, media elektronik, internet, billboard, leaflet, poster dll) | | | | | | |
| CP MK 6 | Mahasiswa mampu menjabarkan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan publicity (kehumasan), menyebutkan produk-produk tertulis yang digunakan dalam kegiatan *Publicity* | | | | | | |
| CP MK 7 | Mahasiswa mampu membuat konsep komunikasi pemasaran melalui kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan *sponsorship* | | | | | | |
| CP MK 8 | Mahasiswa dapat menjelaskan *Green Marketing*, tujuan dan manfaat *Green Marketing dan Experiental Marketing*, atribut *Green Marketing*, alat-alat *Green Marketing* (*Eco-Labelling, Eco-Brand* dan iklan Peduli Lingkungan) serta menganalisis contoh-contoh perusahaan yang telah menerapkan *Green Marketing dan Experiental Marketing* | | | | | | |
| CP MK 9 | Mahasiswa mampu memanfaatkan keunggulan dan kemajuan *E-Marketing* untuk mengembangkan pemasaran produk perusahaan dan proses bisnis. merancang dan mengelola komunikasi pemasaran melalui pemanfaatan keunggulan *Social Media Marketing* | | | | | | |
| CP MK 10 | Mahasiswa mampu menjelaskan serta mampu membedakan *Transactional Marketing* dengan *Relationship Marketing* | | | | | | |
| CP MK 11 | Mahasiswa mampu membuat konten iklan | | | | | | |
| **Peta Kompetensi MK** | |  | | | | | | | |
| **Deskripsi Singkat MK** | | Deskripsi Mata Kuliah :  Matakuliah ini memberikan suatu wawasan kepada mahasiswa akan berbagai aspek komunikasi pemasaran sebagai salah satu elemen penting bagi keberhasilan upaya pemasaran produk, jasa dan merek. Mata kuliah ini membahas mulai dari filosofi dan urgansi komunikasi pemasaran terpadu, elemen promotional mix, perencanan prosesnya, budgeting, serta evaluasi rangkaian kegiatan komunikasi pemasaran terpadu.  Manfaat Mata Kuliah :  Setelah menyelesaikan mata kuliah komunikasi pemasaran terpadu pada program studi D III Manajemen Pemasaran, mahasiswa diharapkan mampu memahami pentingnya komunikasi pemasaran terpadu, mampu memilih media komunikasi. | | | | | | | |
| **Bahan Kajian:** Materi pembelajaran | | Tuliskan materi / bahan kajian MK, secara rinci, dengan penulisan secara berurut   1. Konsep Komunikasi Pemasaran Terpadu 2. Komunikasi Efektif 3. Bauran Komunikasi Pemasaran 4. Komunikasi Masa dan Pribadi 5. Menentukan Tujuan Komunikasi dan merancang iklan 6. Humas dan Publicity 7. Direct Marketing & Sales Promotion 8. Sponsorship 9. Green Marketing 10. Experiental Marketing 11. E-marketing 12. Social Media Marketing 13. Transactional and Relationship Marketing 14. Membuat pesan pemasaran pada salah satu media komunikasi | | | | | | | |
| **Pustaka** | | **Utama:** |  | | | | | | |
| 1. Priansa, Donni Juni. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu. Bandung. PUSTAKA SETIA. 2. Suwatno. 2017. Komunikasi Pemasaran Kontekstual. Bandung. Simbiosa Rekatama Media 3. Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. Manajemen Pemasaran. Edisi 1.Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta:Erlangga 4. Prayitno, Sunarto & Harjanto, Rudy. 2017. Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu. Bisnis, Pemasaran dan Komunikasi Pemasaran. Depok. PT RajaGrafindo Persada 5. Alma, Buchari. 2018. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. ALFABETA 6. Soemanagara, Rd. 2016. Strategic Marketing Communication. Konsep Strategis dan Terapan. Cetakan ke 4 . Bandung. ALFABETA | | | | | | | |
| **Pendukung:** |  | | | | | | |
| 1. Simamora, Bilson. 2017. Pemasaran Strategik. Cetakan ke 12. Tangerang Selatan. Universitas Terbuka 2. Hermawan, Agus. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta. ERLANGGA 3. Setyaningrum, A., Udaya, J., dan Efendi. 2015. Prinsip-Prinsip Pemasaran.Yogyakarta. ANDI OFFSET. | | | | | | | |
| **Dosen Pengampu** | | Dr. Suci Fika Widyana, S.E., M.M. | | | | | | | |
| **Matakuliah syarat** | | 1. Manajemen Pemasaran 2. Inovasi dan Kreatifitas | | | | | | | |

| **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 | Mahasiswa mampu menjelaskan konsep komunikasi pemasaran terpadu, bauran komunikasi dan model komunikasi pemasaran | Ketepatan dalam menjelaskan konsep komunikasi pemasaran, bauran komunikasi dan model komunikasi. | Kuliah & Praktek Presentasi  Watching video komunikasi | Ceramah dan diskusi. | Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id  https://classroom.google.com/u/7/c/NDE4NjE1ODE0MDc2 | Konsep Komunikasi Pemasaran Terpadu  1,2,3,4,5,6  1,2,3 | Tuliskan besarnya bobot untuk pencapaian CP MK 1 |
| 2 | Mahasiswa mampu menjelaskan Komunikasi efektif | Ketepatan dalan menjelaskan komunikasi efektif. | Kuliah &  Latihan komunikasi efektif baik verbal maupun non verbal | Ceramah dan diskusi. | Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id  https://classroom.google.com/u/7/c/NDE4NjE1ODE0MDc2 | Komunikasi Efektif  1,2,3,4,5,6  1,2,3 |  |
| 3 | Mahasiswa mampu menjelaskan Komunikasi massa dan pribadi, menyebutkan jenis-jenis promosi yang termasuk dalam komunikasi massa dan komunikasi pribadi | Ketepatan dalam menjelaskan jenis komunikasi masa dan pribadi | Kuliah &  Study Kasus | Ceramah dan diskusi. | Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id  https://classroom.google.com/u/7/c/NDE4NjE1ODE0MDc2 | Bauran Komunikasi Pemasaran  1,2,3,4,5,6  1,2,3 |  |
| 4 | Mahasiwa mampu menjelaskan konsep *Direct Marketing* dan *Sales Promotion* | Ketepatan dalam menjelaskan konsep *Direct Marketing* dan *Sales Promotion* | Kuliah &  roleplay penjualan | Ceramah dan diskusi. | Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id  https://classroom.google.com/u/7/c/NDE4NjE1ODE0MDc2 | Direct Marketing & Sales Promotion  1,2,3,4,5,6  1,2,3 |  |
| 5 | Mahasiwa mampu merencanakan dan merancang proses pembuatan iklan, menjelaskan jenis-jenis media promosi, keunggulan dan kelemahannya (media cetak, media elektronik, internet, billboard, leaflet, poster dll) | Ketepatan dalam Merencanakan pesan iklan dan menjelaskan media promosi | Kuliah &  Latihan Soal  Games media komunikasi | Ceramah dan diskusi. | Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id  https://classroom.google.com/u/7/c/NDE4NjE1ODE0MDc2 | Menentukan Tujuan Komunikasi dan merancang iklan  1,2,3,4,5,6  1,2,3 |  |
| 6 | Mahasiswa mampu menjabarkan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan publicity (kehumasan), menyebutkan produk-produk tertulis yang digunakan dalam kegiatan *Publicity* | Ketepatan dalam menjelaskan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan kehumasan dan *publicity* | Kuliah &  presentasi kegiatan kehumasan | Ceramah dan diskusi. | Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id  https://classroom.google.com/u/7/c/NDE4NjE1ODE0MDc2 | Humas dan Publicity  1,2,3,4,5,6  1,2,3 |  |
| 7 | Mahasiswa mampu membuat konsep komunikasi pemasaran melalui kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan *sponsorship* | Ketepatan dalam menjelaskan *konsep sponsorship* | Kuliah  Latihan Soal & Quiz | Ceramah dan diskusi. | Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id  https://classroom.google.com/u/7/c/NDE4NjE1ODE0MDc2 | Sponsorship  1,2,3,4,5,6  1,2,3 |  |
| **8** | **UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS)** | | | | | |  |
| 9 | Mahasiswa dapat menjelaskan *Green Marketing*, tujuan dan manfaat *Green Marketing*, atribut *Green Marketing*, alat-alat *Green Marketing* (*Eco-Labelling, Eco-Brand* dan iklan Peduli Lingkungan) serta menganalisis contoh-contoh perusahaan yang telah menerapkan *Green Marketing* | Ketepatan dalam menjelaskan konsep *green marketing* dan mempresentasikan perusahaan yang sudah menerapkan *green marketing* | Kuliah &  Presentasi | Ceramah dan diskusi. | Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id  https://classroom.google.com/u/7/c/NDE4NjE1ODE0MDc2 | *Green Marketing*  1,2,3,4,5,6  1,2,3 |  |
| 10 | Mahasiswa mampu menjelaskan Experiental marketing | Kemampuan/ketepatan menjelaskan konsep *experiental marketing* | Kuliah &  Study Kasus | Ceramah dan diskusi. | Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id  https://classroom.google.com/u/7/c/NDE4NjE1ODE0MDc2 | *Experiental Marketing*  1,2,3,4,5,6  1,2,3 |  |
| 11 | Mahasiswa mampu memanfaatkan keunggulan dan kemajuan *E-Marketing* untuk mengembangkan pemasaran produk perusahaan dan proses bisnis. | Ketepatan dalam menjelaskan konsep *e-marketing* dan proses bisnisnya | Kuliah &  Latihan Soal | Ceramah dan diskusi. | Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id  https://classroom.google.com/u/7/c/NDE4NjE1ODE0MDc2 | *E-marketing*  1,2,3,4,5,6  1,2,3 |  |
| 12 | Mahasiswa mampu merancang dan mengelola komunikasi pemasaran melalui pemanfaatan keunggulan *Social Media Marketing* | Ketepatan dalam menjelaskan konsep *social media marketing*. | Kuliah &  Study Kasus | Ceramah dan diskusi. | Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id  https://classroom.google.com/u/7/c/NDE4NjE1ODE0MDc2 | *Social Media Marketing*  1,2,3,4,5,6  1,2,3 |  |
| 13 | Praktik membuat iklan sosial media marketing | Ketepatan dalam mnerancang iklan sosial media | Kuliah &  praktik membuat konten iklan sosmes | Ceramah dan diskusi. | Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id  https://classroom.google.com/u/7/c/NDE4NjE1ODE0MDc2 | Praktik *Social Media Marketing*  1,2,3,4,5,6  1,2,3 |  |
| 14 | Mahasiswa mampu menjelaskan serta mampu membedakan *Transactional Marketing* dengan *Relationship Marketing* | Menjelaskan transactional dan relationship marketing | Kuliah | Ceramah dan diskusi. | Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id  https://classroom.google.com/u/7/c/NDE4NjE1ODE0MDc2 | *Transactional and Relationship Marketing*  1,2,3,4,5,6  1,2,3 |  |
| 14 | Membuat konten pesan di salah satu media komunikasi pemasaran | Ketepatan dalam merancang pesan komunikasi pemasaran pada salah satu media komunikasi pemasaran | Praktik membuat pesan pemasaran  Tes Praktik | Presentasi & diskusi | Ceramah dan diskusi online melalui Google classroom dan vl.poltekpos.ac.id  https://classroom.google.com/u/7/c/NDE4NjE1ODE0MDc2 | Praktik Membuat pesan pemasaran pada salah satu media komunikasi  1,2,3,4,5,6  1,2,3 |  |
| **16** | **UJIAN AKHIR SEMESTER (UAS)** | | | | | |  |

**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.