





**FORMULIR RANCANGAN PERKULIAHAN  
PROGRAM STUDI ADVERTISING AND MARKETING COMMUNICATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

Q

|              |                  |            |  |  |  |
|--------------|------------------|------------|--|--|--|
| No. Dokumen  | 061.423.4.70.00  | Distribusi |  |  |  |
| Tgl. Efektif | 01 November 2011 |            |  |  |  |

9. Basic Selling Skill dan Negosiasi
10. Administration Skill
11. Teknik Presentasi
12. Penyusunan Proposal Komunikasi Pemasaran
13. Teknik Pitching
14. Perencanaan Proposal Komunikasi Pemasaran secara Individual

| Minggu Ke * | KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *   | BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*   | BENTUK PEMBELAJARAN*                               | KRITERIA PENILAIAN (Indikator)* | BOBOT NILAI |
|-------------|---|---|--|---------------------------------|-------------|
| 1.          | Mahasiswa mampu memahami industry komunikasi pemasaran dan menjelaskan proses penciptaan program komunikasi pemasaran | Tinjauan Mengenai Industri Komunikasi Pemasaran ( <i>Introduction</i> ) <ul style="list-style-type: none"> <li>Perusahaan periklanan</li> <li>Jenis-jenis Agency</li> <li>Pendekatan agency terhadap IMC</li> <li>Proses penciptaan program komunikasi pemasaran</li> </ul> | 1. Tatap muka<br>2. Diskusi Kelompok               |                                 |             |
| 2           | Mahasiswa mampu memahami definisi konsep, fungsi dan peran Account Management dalam industry komunikasi pemasaran.    | Pemahaman Mengenai Account Management <ul style="list-style-type: none"> <li>Struktur Organisasi Agency Periklanan dan job deskripsinya.</li> <li>Contoh Struktur Organisasi Perusahaan Periklanan</li> <li>Penjelasan tentang <i>Account Management</i></li> </ul>         | 1.Tatap muka<br>2.Diskusi Kelompok<br>3.Presentasi |                                 |             |

|                | Nama Fungsi                     | Paraf |
|----------------|---------------------------------|-------|
| Dibuat Oleh    | Dosen Pengampu / Koordinator MK |       |
| Diperiksa Oleh | Ketua Program Studi             |       |
| Disahkan Oleh  | Dekan                           |       |



**FORMULIR RANCANGAN PERKULIAHAN  
PROGRAM STUDI ADVERTISING AND MARKETING COMMUNICATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

Q

|              |                  |            |  |  |  |
|--------------|------------------|------------|--|--|--|
| No. Dokumen  | 061.423.4.70.00  | Distribusi |  |  |  |
| Tgl. Efektif | 01 November 2011 |            |  |  |  |

| Minggu Ke * | KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *  | BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*   | BENTUK PEMBELAJARAN*        | KRITERIA PENILAIAN (Indikator)* | BOBOT NILAI |
|-------------|--|---|-----------------------------|---------------------------------|-------------|
|             |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Penjelasan tentang Bina Usaha, Dept.Bina Cipta, dan Departemen Media</li> </ul>  |                             |                                 |             |
| 3           | Mahasiswa memahami dan mampu mereview kembali tentang Strategi Pemasaran Jasa            | Konsep dan Strategi Pemasaran Jasa, termasuk strategi komunikasi pemasaran Jasa: <ul style="list-style-type: none"> <li>Proses perencanaan pemasaran dan Strategi pemasaran</li> <li>Segmentasi, Targeting dan Positioning</li> <li>Perencanaan strategi bisnis</li> <li><i>Product Life Cycle</i></li> <li>Pemasaran Jasa dan komunikasi pemasaran jasa</li> <li><i>Integrated marcomm</i> dan komunikasi merk.</li> </ul> | 1.Tatap muka<br>2.Diskusi   |                                 |             |
| 4           | Mahasiswa mampu memahami konsep Mind Mapping dan menerapkannya dalam analisis pemasaran. | Mind Mapping Untuk Analysis <ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis Lingkungan Pemasaran, SWOT dan PEST</li> <li>Analisis <i>Competitive Advantange</i></li> <li>Analisis Perilaku Konsumen</li> </ul>  | 1. Tatap muka<br>2. Diskusi |                                 |             |

|                | Nama Fungsi                     | Paraf |
|----------------|---------------------------------|-------|
| Dibuat Oleh    | Dosen Pengampu / Koordinator MK |       |
| Diperiksa Oleh | Ketua Program Studi             |       |
| Disahkan Oleh  | Dekan                           |       |



**FORMULIR RANCANGAN PERKULIAHAN  
PROGRAM STUDI ADVERTISING AND MARKETING COMMUNICATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

Q

|              |                  |            |  |  |  |
|--------------|------------------|------------|--|--|--|
| No. Dokumen  | 061.423.4.70.00  | Distribusi |  |  |  |
| Tgl. Efektif | 01 November 2011 |            |  |  |  |

| Minggu Ke * | KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *  | BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*   | BENTUK PEMBELAJARAN*                         | KRITERIA PENILAIAN (Indikator)* | BOBOT NILAI |
|-------------|--|---|--|---------------------------------|-------------|
| 5           | Mahasiswa mampu memahami konsep Client Brief, Creative Brief dan Media Brief serta fungsinya bagi Account Management | Client Brief, Creative Brief dan Media Brief: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsep dan fungsi</li> <li>• Penjelasan tentang Marketing Brief</li> <li>• Penjelasan tentang Communications Brief</li> <li>• Penjelasan tentang Content Brief</li> <li>• Pemberian contoh</li> </ul>                              | 1. Tatap muka<br>2. Diskusi                  |                                 |             |
| 6           | Mahasiswa mampu memahami proses produksi iklan pada media tradisional dan media baru                                 | Pemahaman Proses Produksi Iklan pada Media Tradisional dan Media Baru <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proses produksi iklan media cetak</li> <li>• Proses produksi iklan radio</li> <li>• Proses produksi iklan televisi</li> <li>• Proses produksi iklan di media baru dan <i>mobile advertising</i></li> </ul> | 1. Tatap muka<br>2. Diskusi<br>3. Presentasi |                                 |             |
| 7           | Mahasiswa mampu memahami anggaran, fungsinya dan membuat anggaran komunikasi   | Anggaran <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definisi konsep Anggaran</li> <li>• Pemahaman tentang anggaran komunikasi</li> </ul>  | 1. Tatap muka<br>2. Diskusi                  |                                 |             |

|                | Nama Fungsi                     | Paraf |
|----------------|---------------------------------|-------|
| Dibuat Oleh    | Dosen Pengampu / Koordinator MK |       |
| Diperiksa Oleh | Ketua Program Studi             |       |
| Disahkan Oleh  | Dekan                           |       |



**FORMULIR RANCANGAN PERKULIAHAN  
PROGRAM STUDI ADVERTISING AND MARKETING COMMUNICATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

Q

|              |                  |            |  |  |  |
|--------------|------------------|------------|--|--|--|
| No. Dokumen  | 061.423.4.70.00  | Distribusi |  |  |  |
| Tgl. Efektif | 01 November 2011 |            |  |  |  |

| Minggu Ke * | KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *  | BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*  | BENTUK PEMBELAJARAN*                         | KRITERIA PENILAIAN (Indikator)* | BOBOT NILAI |
|-------------|--|--|--|---------------------------------|-------------|
|             |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Fungsi anggaran komunikasi</li> <li>Metode-metode penyusunan anggaran</li> <li>Contoh Anggaran Periklanan</li> </ul>  |  |                                 |             |
| 8           | <b>UTS</b>   |  |  |                                 |             |
| 9           | Mahasiswa mampu memahami tentang konsep Komunikasi Efektif dan Interpersonal Skill serta fungsinya bagi Account management | Komunikasi Efektif <ul style="list-style-type: none"> <li>Konsep dasar Komunikasi dan Komunikasi Efektif</li> <li>Komunikasi verbal dan non-verbal</li> <li>Komunikasi dan Kinerja Perkantoran (Organisasi)</li> <li>Komunikasi Antar Budaya Interpersonal Skill</li> <li>Penjelasan tentang Interpersonal Skill</li> <li>Unsur-unsur dalam Interpersonal Skill</li> <li>Arti penting Interpersonal Skill bagi Account Management</li> </ul> | 1. Tatap muka<br>2. Diskusi                  |                                 |             |
| 10          | Mahasiswa mampu memahami tentang keahlian dasar seni menjual dan mempraktikkannya.   | Basic Selling Skill dan Negosiasi: <ul style="list-style-type: none"> <li>Konsep dasar <i>Selling Skill</i> dan negosiasi</li> <li>Arti Penting <i>Selling Skill</i> bagi <i>Account Management</i></li> </ul>   | 1. Tatap muka<br>2. Diskusi<br>3. Presentasi |                                 |             |

|                |                                 |       |
|----------------|---------------------------------|-------|
|                | Nama Fungsi                     | Paraf |
| Dibuat Oleh    | Dosen Pengampu / Koordinator MK |       |
| Diperiksa Oleh | Ketua Program Studi             |       |
| Disahkan Oleh  | Dekan                           |       |



**FORMULIR RANCANGAN PERKULIAHAN  
PROGRAM STUDI ADVERTISING AND MARKETING COMMUNICATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

Q

|              |                  |            |  |  |  |
|--------------|------------------|------------|--|--|--|
| No. Dokumen  | 061.423.4.70.00  | Distribusi |  |  |  |
| Tgl. Efektif | 01 November 2011 |            |  |  |  |

| Minggu Ke * | KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *  | BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*   | BENTUK PEMBELAJARAN*                         | KRITERIA PENILAIAN (Indikator)* | BOBOT NILAI |
|-------------|--|---|--|---------------------------------|-------------|
|             |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Komunikasi persuasi dan Bahasa tubuh</li> <li>• <i>Account handling</i></li> </ul>   |  |                                 |             |
| 11          | Mahasiswa mampu memahami Administration skill dan membuat korespondensi bisnis.                                    | Administration Skill <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjelasan tentang <i>Administration Skill</i></li> <li>• Fungsi <i>Administration Skill</i> bagi <i>Account Management</i></li> <li>• <i>Filling, Documentation</i></li> <li>• Korespondensi bisnis</li> </ul>                             | 1. Tatap muka<br>2. Diskusi                  |                                 |             |
| 12          | Mahasiswa mampu memahami tentang Teknik Presentasi dan mempraktikannya serta mampu menyusun materi presentasi PPT. | Teknik Presentasi (Teori dan Praktik): <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjelasan tentang <i>Public Speaking</i></li> <li>• Arti penting <i>public speaking skill</i> bagi <i>account management</i></li> <li>• Teknik-teknik presentasi</li> <li>• Teknik Menyusun materi presentasi</li> </ul> | 1. Tatap muka<br>2. Diskusi<br>3. Presentasi |                                 |             |
| 13          | Mahasiswa mampu memahami teknik penyusunan proposal komunikasi pemasaran.  | Penyusunan Proposal Komunikasi Pemasaran (Teori): <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjelasan tentang Proposal Komunikasi Pemasaran</li> <li>• Teknik Penyusunan Proposal Komunikasi Pemasaran</li> <li>• Pemberian Contoh Proposal</li> </ul>  | 1. Tatap muka<br>2. Diskusi<br>3. Presentasi |                                 |             |

|                |                                 |       |
|----------------|---------------------------------|-------|
|                | Nama Fungsi                     | Paraf |
| Dibuat Oleh    | Dosen Pengampu / Koordinator MK |       |
| Diperiksa Oleh | Ketua Program Studi             |       |
| Disahkan Oleh  | Dekan                           |       |



**FORMULIR RANCANGAN PERKULIAHAN  
PROGRAM STUDI ADVERTISING AND MARKETING COMMUNICATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

Q

|              |                  |            |  |  |  |
|--------------|------------------|------------|--|--|--|
| No. Dokumen  | 061.423.4.70.00  | Distribusi |  |  |  |
| Tgl. Efektif | 01 November 2011 |            |  |  |  |

| Minggu Ke * | KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *  | BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*  | BENTUK PEMBELAJARAN*        | KRITERIA PENILAIAN (Indikator)* | BOBOT NILAI |
|-------------|--|--|-----------------------------|---------------------------------|-------------|
|             |  | Komunikasi Pemasaran.  |                             |                                 |             |
| 14          | Mahasiswa mampu memahami teknik <i>pitching</i> .  | Teknik Pitching (Teori) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjelasan tentang <i>Pitching</i></li> <li>• Teknik-teknik <i>Pitching</i></li> <li>• Perencanaan dan implementasi <i>Pitching</i></li> <li>• Praktik</li> </ul> | 1. Tatap muka<br>2. Diskusi |                                 |             |
| 15          | Mahasiswa melakukan proses perencanaan dan membuat proposal program komunikasi pemasaran | Perencanaan Proposal Komunikasi Pemasaran secara Individual  | 1. Tatap muka<br>2. Diskusi |                                 |             |
| 16          | <b>UAS</b>   |  |                             |                                 |             |

**Penilaian :**

- |                                   |       |
|-----------------------------------|-------|
| 1. Kehadiran & Keaktifan di Kelas | → 10% |
| 2. Tugas: Presentasi & Makalah    | → 40% |
| 3. UTS                            | → 20% |
| 4. UAS                            | → 30% |

**Daftar Pustaka:**

|                | Nama Fungsi                     | Paraf |
|----------------|---------------------------------|-------|
| Dibuat Oleh    | Dosen Pengampu / Koordinator MK |       |
| Diperiksa Oleh | Ketua Program Studi             |       |
| Disahkan Oleh  | Dekan                           |       |



**FORMULIR RANCANGAN PERKULIAHAN  
PROGRAM STUDI ADVERTISING AND MARKETING COMMUNICATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

Q

|              |                  |            |  |  |  |  |
|--------------|------------------|------------|--|--|--|--|
| No. Dokumen  | 061.423.4.70.00  | Distribusi |  |  |  |  |
| Tgl. Efektif | 01 November 2011 |            |  |  |  |  |

1. Belch & Belch. Advertising and Promotion, *An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGrawHill, 2004.
2. Madjadikara, Agus. **Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan**. Gramedia Pustaka Utama, 2005.
3. Mulyana, Deddy. **Komunikasi Efektif, Suatu Pendekatan Lintas Budaya**. Rosdakarya, 2004.
4. Moriarty, Mitchell, & Wells. *Advertising*. Person Prentice Hall, 2009.
5. Santosa, Sigit. *Creative Advertising*. Elex Media Komputindo, 2009.
6. Smith, PR. *Marketing Communication-An Integrated Approach*. Kogan Page, 2000.
7. Yazid. **Pemasaran Jasa-Konsep dan Implementasi**. Ekonisia FE UII Yogyakarta, 2008.
8. Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia., *Etika Periklanan Indonesia*.

|                | Nama Fungsi                     | Paraf |
|----------------|---------------------------------|-------|
| Dibuat Oleh    | Dosen Pengampu / Koordinator MK |       |
| Diperiksa Oleh | Ketua Program Studi             |       |
| Disahkan Oleh  | Dekan                           |       |