



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



No. Dokumen	061.423.4.70.00	Distribusi				
Tgl. Efektif	01 November 2011					

**Judul Mata Kuliah** : Advertising Project Management      **Semester** : 7 (tujuh)      **Sks** : 3 (tiga)      **Kode**: .....

**Dosen** : A.Judhie Setiawan, M.Si

**Diskripsi Mata Kuliah** :

Mata kuliah ini memberikan pengetahuan kepada mahasiswa tentang Definisi konsep *Advertising Project Management*, fungsi dan perannya dalam industri periklanan, pemahaman tentang dasar-dasar manajemen, *project management*, cara kerja advertising, perencanaan strategis periklanan berikut riset dan pengendaliannya, desain dan produksi iklan (media cetak, elektronik, media baru, dan luar ruang).

**Kompetensi** :

Melalui perkuliahan ini mahasiswa diharapkan mampu memahami wawasan pengetahuan tentang konsep *Advertising Project Management*, fungsi dan perannya dalam industri periklanan, pemahaman tentang dasar-dasar manajemen, *project management*, cara kerja advertising, perencanaan strategis periklanan berikut riset dan pengendaliannya, desain dan produksi iklan (media cetak, elektronik, media baru, dan luar ruang).

**Pokok Bahasan** :

1. Pemahaman mengenai Manajemen, Dinamika Bisnis & Tuntutan Kompetensi
2. Membahas Dinamika Lingkungan Organisasi
3. Membahas konsep Manajemen Jasa
4. Membahas tentang Manajemen Desain Jasa
5. Membahas tentang Manajemen Kualitas Jasa
6. Membahas Manajemen Proyek
7. Membahas tentang Penetapan Harga Jasa
8. Ruang lingkup bukti fisik jasa dan *servicescapes*

	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				

9. Hubungan pemasaran
10. Hakikat dan pentingnya perencanaan
11. Hakikat dan pentingnya pengendalian
12. Menciptakan konsep kreatif
13. Eksekusi Konsep Kreatif periklanan

Minggu Ke *	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *	BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*	BENTUK PEMBELAJARAN*	KRITERIA PENILAIAN (Indikator)*	BOBOT NILAI
1.	Mahasiswa mampu memahami manajemen dan tuntutan kompetensi.	Pemahaman mengenai Manajemen, Dinamika Bisnis & Tuntutan Kompetensi: <ul style="list-style-type: none"> <li>Definisi konsep manajemen</li> <li>Apa yang dilakukan Manajer?</li> <li><i>Level of management</i></li> <li>Kompetensi manajerial</li> <li>Pemahaman konsep Kompetensi</li> <li>Struktur organisasi periklanan.</li> </ul>	Mahasiswa menjelaskan kembali definisi konsep manajemen dan kompetensi manajerial.  Metode: Kelompok Studi Kasus.		

	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
2	Mahasiswa mampu memahami tentang dinamika lingkungan organisasi.	Membahas Dinamika Lingkungan Organisasi: <ul style="list-style-type: none"> <li>Lingkungan Umum (PEST dan lingkungan alam sekitar)</li> <li>Lingkungan Kerja (industri)</li> </ul>	Menjelaskan kembali tentang lingkungan umum dan kerja industri periklanan.  Metode: Bekerja kelompok.		
3	Mahasiswa mampu memahami konsep manajemen jasa dan isu strategik.	Membahas konsep Manajemen Jasa: <ul style="list-style-type: none"> <li>Sekilas perkembangan jasa</li> <li>Industri kreatif di Indonesia</li> <li>Definisi konsep Jasa</li> <li>Karakteristik Jasa</li> <li><i>Service orientation</i></li> <li>Prinsip manajemen jasa</li> </ul>	Membuat kesimpulan tentang konsep manajemen jasa.  Metode: Kerja kelompok dan presentasi lisan.		

	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
4	Mahasiswa mampu memahami konsep Manajemen Desain Jasa	Membahas tentang Manajemen Desain Jasa: <ul style="list-style-type: none"> <li>Desain sistem penyampaian jasa.</li> <li>Rancangan Desain sistem jasa.</li> <li>Peranan pelanggan dan karyawan dalam sistem Jasa.</li> </ul>	Membuat kesimpulan tentang konsep manajemen desain jasa.  Metode: Kerja kelompok dan presentasi lisan.		
5	Mahasiswa mampu memahami konsep Manajemen Kualitas Jasa.	Membahas tentang Manajemen Kualitas Jasa: <ul style="list-style-type: none"> <li>Definisi dan perspektif Kualitas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa menyusun ringkasan tentang</li> </ul>		

	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>Manfaat Kualitas.</li> <li>Konsep Kualitas Jasa.</li> <li>Dimensi Kualitas Jasa.</li> <li>Prinsip-prinsip Kualitas Jasa.</li> </ul>	Manajemen Kualitas Jasa.  <ul style="list-style-type: none"> <li>Metode: kelompok dan presentasi lisan.</li> </ul>		
6	Mahasiswa mampu memahami Manajemen proyek (1) dan Perjanjian Bisnis untuk industri kreatif.	Membahas Manajemen Proyek: <ul style="list-style-type: none"> <li>Konsep manajemen permintaan dan penawaran jasa.</li> <li>Peramalan dalam operasi jasa.</li> <li>Proses peramalan jasa.</li> <li>Metode-metode peramalan.</li> <li>Strategi mengelola permintaan dan penawaran.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat simpulan tentang manajemen proyek.</li> <li>Diskusi, presentasi dan Tanya jawab</li> </ul>		

	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
7	Mahasiswa mampu memahami Manajemen proyek (2)	Membahas tentang Penetapan Harga Jasa: <ul style="list-style-type: none"> <li>Prinsip-prinsip penetapan harga jasa.</li> <li>Unsur-unsur harga jasa.</li> <li>Memahami hal penting yang diharapkan pelanggan jasa.</li> <li>Menentukan tujuan penetapan harga.</li> <li>Mengkomunikasikan harga kepada pasar sasaran.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menjelaskan kembali Prinsip-prinsip penetapan harga jasa.</li> <li>Diskusi dan Tanya jawab</li> </ul>		
8	<b>UTS</b>				
9	Mahasiswa mampu memahami tentang konsep Bukti Fisik Jasa ( <i>Servicescapes</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ruang lingkup bukti fisik jasa dan <i>servicescapes</i>.</li> <li>Peran-peran <i>servicescapes</i>.</li> <li>Kegunaan <i>servicescapes</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat Simpulan tentang Bukti Fisik Jasa.</li> </ul>		

	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>Hubungan bukti fisik dan penyajian jasa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diskusi dan tanya jawab</li> </ul>		
10	Mahasiswa mampu memahami tentang arti penting membina hubungan antara biro iklan dengan kliennya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hubungan pemasaran</li> <li>Tujuan hubungan pemasaran</li> <li>Nilai jangka panjang “konsumen”</li> <li>Memonitor hubungan.</li> <li>Seleksi konsumen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa membuat simpulan tentang arti penting membina hubungan dengan konsumen.</li> <li>Metode: kelompok dan presentasi lisan.</li> </ul>		

	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	<b>061.423.4.70.00</b>	Distribusi				
Tgl. Efektif	01 November 2011					

Minggu Ke *	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *	BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*	BENTUK PEMBELAJARAN*	KRITERIA PENILAIAN (Indekator)*	BOBOT NILAI
11	Mahasiswa mampu memahami fungsi perencanaan, anggaran periklanan dan pengorganisasian (Perencanaan strategis kampanye periklanan).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hakikat dan pentingnya perencanaan.</li> <li>• Jenis-jenis perencanaan.</li> <li>• Proses penyusunan perencanaan dan pendekatannya.</li> <li>• Menyusun Anggaran periklanan.</li> <li>• Pembagian kerja.</li> <li>• Koordinasi dan rentang kendali.</li> <li>• Aplikasi perencanaan dan pengorganisasian di bidang periklanan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat salah satu bentuk perencanaan periklanan.</li> <li>• Diskusi dan Tanya jawab</li> </ul>		
12	Mahasiswa mampu memahami fungsi pengendalian dan Riset Strategis Periklanan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hakikat dan pentingnya pengendalian.</li> <li>• Jenis-jenis pengendalian.</li> <li>1. Proses pengendalian.</li> <li>2. Mencari informasi dan '<i>insight</i>'</li> <li>• Metode riset yang digunakan dalam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat salah satu bentuk pengendalian di <i>advertising project</i>.</li> </ul>		

	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
		advertising. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tren dan tantangan riset.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diskusi dan Tanya jawab</li> </ul>		
13	Mahasiswa mampu merumuskan strategi kreatif.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menciptakan konsep kreatif Positioning Untuk apa konsep kreatif? Mengembangkan konsep kreatif.</li> <li>• Cara menciptakan konsep kreatif.</li> </ul>	Mahasiswa membuat rumusan strategi kreatif periklanan.		
14	Mahasiswa mampu memahami Eksekusi Konsep Kreatif Periklanan (1)	Eksekusi Konsep Kreatif periklanan (desain dan produksi): <ul style="list-style-type: none"> <li>• Untuk iklan radio.</li> <li>• Untuk iklan televisi.</li> </ul>	Mahasiswa diminta untuk membuat simpulan tentang Eksekusi Konsep Kreatif periklanan:		

	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
			Untuk iklan radio.  Untuk iklan televisi.  Metode: Kelompok dan presentasi lisan.		
15	Mahasiswa mampu memahami Eksekusi Konsep Kreatif Periklanan (2)	Eksekusi Konsep Kreatif periklanan (desain dan produksi):  Untuk iklan media cetak  Untuk iklan media baru dan luar ruang.	Mahasiswa diminta untuk membuat simpulan tentang Eksekusi Konsep Kreatif periklanan:  Untuk iklan media cetak.  Untuk iklan media baru dan luar ruang.		

	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	<b>061.423.4.70.00</b>	Distribusi			
Tgl. Efektif	01 November 2011				

Minggu Ke *	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *	BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*	BENTUK PEMBELAJARAN*	KRITERIA PENILAIAN (Indekator)*	BOBOT NILAI
			Metode: Kelompok dan presentasi lisan.		
16	<b>UAS</b>				

	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				

**Penilaian :**

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

**Daftar Pustaka:**

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

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