



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

UNIVERSITAS PEJUANG REPUBLIK INDONESIA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

NAMA MATA KULIAH	KODE MK	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan (Rev ke)
PROMOSI DAN PERIKLANAN	IK34316		3	4	25 Agustus 2021
OTORISASI	Nama Koordinator Pengembang Kurikulum / RPS		Koordinator Mata Kuliah		Ketua Prodi
	Andi Asy'hary J. Arsyad, S.I.Kom., M.I.Kom				Andi Asy'hary J. Arsyad, S.I.Kom., M.I.Kom
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI (Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi)				
	S1	Bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius;			
	S3	Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara berdasarkan Pancasila;			
	S9	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri;			
	P3	Proses penyusunan rencana, implementasi, monitoring dan pengembangan program komunikasi			
	P6	Pemahaman untuk mengolah, menganalisis, serta menggunakan data dan informasi (big data) di dunia digital			
	KU1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, inovatif, bermutu, dan terukur dalam melakukan jenis pekerjaan spesifik, di bidang keahliannya serta sesuai dengan standar kompetensi kerja bidang yang bersangkutan			
	KU2	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur			
	KU6	Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja dengan pembimbing, kolega, sejawat baik di dalam maupun di luar lembaganya			
	KK1	Mampu merencanakan, memproduksi dan mendistribusikan pesan komunikasi untuk berbagai tujuan, menggunakan beragam platform media sesuai norma hukum, norma sosial, dan etika yang berlaku			
	KK2	Mampu melakukan analisis atau kajian terhadap masalah atau isu komunikasi dalam berbagai konteks menggunakan konsep dan teori komunikasi yang relevan			
	KK6	Menguasai keterampilan komunikasi yang mendasar yaitu public speaking dan produksi multimedia			
	CPMK (Capaian Pembelajaran Lulusan Yang Dibebankan Pada Mata Kuliah)				
	CPMK 1	Mampu memahami konsep dan prinsip dasar komunikasi yang efektif.			
CPMK 2	Mampu menganalisis target audien dalam konteks promosi dan periklanan, serta menggunakan data untuk menginformasikan strategi promosi.				

	CPMK 3	Mampu menghasilkan pesan promosi yang kreatif, dengan menerapkan konsep ilmu komunikasi dalam merancang materi promosi.
	CPMK 4	Mampu mengembangkan metode pengukuran untuk mengevaluasi efektivitas kampanye promosi, melakukan analisis hasil, dan memberikan rekomendasi perbaikan.
Diskripsi Singkat Mata Kuliah	Mata kuliah ini dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam kepada mahasiswa tentang konsep dan praktik dalam industri promosi dan periklanan. Fokus utama mata kuliah ini adalah membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi kampanye promosi yang efektif dalam berbagai konteks komunikasi.	
Bahan Kajian / Pokok Bahasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dasar-dasar Komunikasi Promosi 2. Metode Analisis Target Audien 3. Prinsip Kreativitas dalam Promosi 4. Perencanaan Strategi Komunikasi Promosi Terpadu 5. Analisis Big Data dalam Konteks Promosi 6. Teknik Merancang Kampanye Promosi 7. Kemampuan Analisis Dalam Merancang Pesan Promosi 8. Kreativitas Multimedia dalam Promosi 9. Pengukuran Efektivitas Kampanye Promosi 10. Etika dalam Industri Promosi dan Periklanan 11. Strategi Public Relations dalam Promosi 12. Tren Terkini dalam Periklanan Digital 13. Manajemen Keseimbangan Pesan Promosi 14. Studi Kasus: Kampanye Promosi yang Sukses dan Gagal 	
Daftar Referensi	Utama:	
		<ul style="list-style-type: none"> • Shimp, Terence A. 2013. Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communication. 11th ed. Boston, MA: Cengage Learning. • Morissan. 2010. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Kencana. • Aaker, David A. 2007. Managing Brand Equity. 8th ed. New York: Free Press. • Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi 14. Jilid 2. Jakarta: Indeks. • Lovelock, Christopher H., dan Jochen Wirtz. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 7. Jakarta: Erlangga. • Poerwanto. 2010. Corporate Social Responsibility. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. • Soemanagara, Rd. 2010. Strategi Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan. Bandung: Alfabeta.
	Pendukung:	
	Perangkat lunak:	Perangkat keras :

Media Pembelajaran	Microsoft Powerpoint Microsoft Word CANVA	Laptop/Smartphone, LCD Projector, Papan Tulis dan Spidol, Audio Recorder,
Nama Dosen Pengampu		
Mata kuliah prasyarat	-	

Mgg Ke-	Sub- CP-MK (Kemampuan akhir yg diharapkan)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Kriteria & Bentuk Penilaian	Indikator Penilaian	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
Setelah mengikuti kuliah ini mahasiswa mampu :								
1	Mahasiswa Mengetahui Rencana Pembelajaran Semester dan Sistem penilaian	Penjelasan RPS, Kontrak Perkuliahan, Sistem Penilaian evaluasi Pembelajaran	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • Instruksi Langsung 	TM :2 x (1 x 50') BT : 2 x (1 x 60') BM: 2 x (1 x 60')	1. Menyimak Materi 2. Bertanya & Menjawab	• Tugas :	-Observasi Lisan - Keaktifan bertanya dan Menjawab	
2	Mahasiswa menjelaskan konsep dasar komunikasi promosi.	Pengantar dan Dasar-dasar Komunikasi Promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah dan Diskusi • Quiz • Penugasan Mandiri 	TM : 2 x (1 x 50') BT : 2 x (1 x 60') BM: 2 x (1 x 60')	Menyimak Materi Bertanya & Menjawab Penugasan	• Tugas :	- Observasi Lisan - Keaktifan bertanya dan Menjawab -Kesesuaian materi yang dibuat	

3	Mahasiswa mampu menganalisis target audien dalam promosi dan periklanan, serta menggunakan data untuk menginformasikan strategi promosi.	Metode Analisis Target Audien	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah dan Diskusi • Penugasan Mandiri 	TM : 3 x (1 x 50') BT : 3x (1 x 60') BM: 3 x (1 x 60')	Presentasi dan Diskusi	<ul style="list-style-type: none"> • Belajar Mandiri • 	- Observasi Lisan - Keaktifan bertanya dan Menjawab	
4	Mahasiswa menguraikan prinsip-prinsip kreativitas dalam merancang pesan promosi dan menerapkan konsep ilmu komunikasi.	Prinsip Kreativitas dalam Promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah dan Diskusi • Penugasan Mandiri 	TM : 3 x (1 x 50') BT : 3x (1 x 60') BM: 3 x (1 x 60')	Presentasi dan Diskusi	<ul style="list-style-type: none"> • Belajar Mandiri • 	- Observasi Lisan - Keaktifan bertanya dan Menjawab	
5	Mahasiswa mampu merancang strategi komunikasi promosi terpadu dengan memahami langkah-langkah perencanaan.	Perencanaan Strategi Komunikasi Promosi Terpadu	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah dan Diskusi • Penugasan Mandiri • 	TM : 4 x (1 x 50') BT : 4x (1 x 60') BM: 4 x (1 x 60')	Diskusi	<ul style="list-style-type: none"> • Tugas: • Menyusun Makalah 	-Kerapihan Tugas	
6	Mahasiswa menjelaskan penerapan analisis big data dalam mendukung strategi promosi dan periklanan.	Analisis Big Data dalam Konteks Promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah dan Diskusi • Penugasan Mandiri 	TM : 4 x (1 x 50') BT : 4x (1 x 60') BM: 4 x (1 x 60')	Menyimak Materi Bertanya & Menjawab	<ul style="list-style-type: none"> • Belajar Mandiri 	Observasi Lisan	
7	Mahasiswa menguraikan teknik merancang kampanye promosi yang efektif dan kreatif.	Teknik Merancang Kampanye Promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah dan Diskusi • Penugasan Mandiri 	TM : 4 x (1 x 50') BT : 4x (1 x 60') BM: 4 x (1 x 60')	Menyimak Materi Bertanya & Menjawab	<ul style="list-style-type: none"> • Belajar Mandiri 	Observasi Lisan	

PERTEMUAN 8-UTS

9	Mahasiswa mampu menganalisis pesaing dalam merancang pesan promosi dan menerapkan strategi diferensiasi.	Kemampuan Analisis Dalam Merancang Pesan Promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi • Penugasan Mandiri 	TM : 4 x (1 x 50') BT : 4x (1 x 60') BM: 4 x (1 x 60')	Menyimak Materi Bertanya & Menjawab	• Belajar Mandiri	Observasi Lisan	
10	Mahasiswa mampu mengembangkan keterampilan multimedia dalam kampanye promosi dan merancang visual yang kreatif.	Kreativitas Multimedia dalam Promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah dan Diskusi • Penugasan Mandiri 	TM : 4 x (1 x 50') BT : 4x (1 x 60') BM: 4 x (1 x 60')	Menyimak Materi Bertanya & Menjawab	• Belajar Mandiri	Observasi Lisan	
11	Mahasiswa mampu mengembangkan metode pengukuran untuk mengevaluasi efektivitas kampanye promosi dan memberikan rekomendasi perbaikan.	Pengukuran Efektivitas Kampanye Promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah dan Diskusi • Penugasan Mandiri 	TM : 4 x (1 x 50') BT : 4x (1 x 60') BM: 4 x (1 x 60')	Menyimak Materi Bertanya & Menjawab	• Belajar Mandiri	Observasi Lisan	
13	Mahasiswa menjelaskan prinsip-prinsip etika dalam promosi dan periklanan, serta menerapkan kebijakan etika.	Etika dalam Industri Promosi dan Periklanan	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah dan Diskusi • Penugasan Mandiri 	TM : 4 x (1 x 50') BT : 4x (1 x 60') BM: 4 x (1 x 60')	Menyimak Materi Bertanya & Menjawab	• Belajar Mandiri	Observasi Lisan	
14	Mahasiswa menguraikan strategi public relations sebagai bagian dari promosi dan memahami cara membangun serta memelihara citra merek melalui public relations.	Strategi Public Relations dalam Promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah dan Diskusi • Penugasan Mandiri 	TM : 4 x (1 x 50') BT : 4x (1 x 60') BM: 4 x (1 x 60')	Menyimak Materi Bertanya & Menjawab	• Belajar Mandiri	Observasi Lisan	
15	Mahasiswa menjelaskan tren terkini dalam periklanan digital dan memahami pengaruh media sosial dalam kampanye promosi.	Tren Terkini dalam Periklanan Digital	<ul style="list-style-type: none"> • Ceramah dan Diskusi • Penugasan Mandiri 	TM : 4 x (1 x 50') BT : 4x (1 x 60') BM: 4 x (1 x 60')	Menyimak Materi Bertanya & Menjawab	• Belajar Mandiri	Observasi Lisan	

Catatan:

- (1) TM : Tatap Muka; BT: Belajar Terstruktur; BM: Belajar Mandiri; P: Praktek
- (2) [TM: 2 x (1 x 50') dibaca Tatap Muka (Kuliah kelas) 2 kali pertemuan untuk 1 SKS : demikian juga BT, BM, dan P
- (3) [C: Kognitif , :Afektif, P: Psikomotorik] menggambarkan Ranah taksonomi setiap Sub-CPMK

METODE PENILAIAN DAN PEMBOBOTAN	Penilaian prestasi setiap mata kuliah menggunakan gabungan dari komponen: Teori, berupa: Ujian (UTS dan UAS), Quis, tugas, sikap, kehadiran Praktik, pre-tes, keaktifan, post-tes, tugas-tugas, dan ujian praktik (laboratorium, kerja bengkel, kerja lapang) Sikap, berupa kedisiplinan, tatakrama, tanggung jawab, yang dikonversi ke kategori Baik (80 – 100), Sedang (60 – 79), Buruk (>60) Khusus untuk Dual system/Teaching Farm (DS/TF) mahasiswa, penilaiannya diatur tersendiri (berupa penilaian pembimbing saat di lokasi, penilaian dosen pembimbing berdasarkan laporan yang telah disusun serta seminar dan tugas akhir) Nilai Tertimbang Penguasaan pengetahuan (teori) Ujian (10%) Tugas Quiz (10%) Hadir (50%)
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Sikap (30%) <p>Nilai Tertimbang Keterampilan Khusus (praktik)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aktifitas (20%) • Laporan (20%) • Ujian (30%) • Sikap (20%) • Kehadiran (10%) <p>Mata Kuliah dengan Jumlah 3 SKS (2 SKS teori – 1 SKS praktek) berarti 67% dan 33% teori 33% sehingga Nilai Teori = Nilai Teori x 67% = Y dan Nilai Praktek = Nilai ((L + KL + KW)/3) x 33% = Z, Nilai Akhir = (Y + Z) = ..(A, A-, B, B-, C, D, E, T)</p>
--	--