



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

PROGRAM STUDI D-IV MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL

JURUSAN EKONOMI DAN BISNIS – POLITEKNIK BAUBAU

MATA KULIAH		Kode	Rumpun MK	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION		PB.E.C32203	MKB	T=1	P=2	IV	
OTORISASI		Pengembang RP		Koordinator RMK		Ka Prodi	
		 La Sudarman, S.Pd., MM		 La Sudarman, S.Pd.,MM		 Yunarsi, S.Sos., MM.	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL Program Studi						
	1. Bertakwa kepada Tuhan yang Maha Esa dan Mampu menunjukkan Sikap religius (CS1) 2. Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan dibidang keahliannya secara mandiri (CS9) 3. Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, inovatif, bermutu dan terukur dalam melakukan pekerjaan yang spesifik dibidang keahliannya serta sesuai dengan standar kompetensi kerja bidang yang bersangkutan (KU1) 4. Mampu mengambil keputusan secara tepat berdasarkan prosedur baku, spesifikasi desain, persyaratan keselamatan dan keamanan kerja dalam melakukan supervise dan evaluasi pada pekerjaannya (KU4) 5. Merencanakan target penjualan masing-masing tenaga penjual dan merencanakan cara yang akan digunakan untuk mencapai target penjualan (KK3) 6. Memetakan titik-titik penting dengan iterkansi dengan pelanggan, merancang proses pelayanan khusus untuk setiap momen of truth serta memantau pelaksanaan layanan disetiap pelayanan layanan momen of truth (KK7) 7. Menguasai konsep teoritis, aplikasi matematika bisnis, prinsip-prinsip pemasaran, ilmu pemasaran (riset pasar) yang dipergunakan untuk analisis dan perancangan atau proses produksi atau komponen (CP1) 8. Menguasai teori dan cara mengevaluasi e-comrce (CP5)						
	CP Mata Kuliah						
	1. Mahasiswa dapat menjelaskan lingkup kajian dan praktek komunikasi pemasaran terpadu (KU1) 2. Mahasiswa mampu melakukan analisis situasi komunikasi pemasaran terpadu (CS 9, KU1, KK7, CP1) 3. Mahasiwa mampu merumuskan strategi dan taktik kreatif periklanan (KU4, CP1, CP5) 4. Mahasiwa mampu merancang rencana komunikasi pemasaran terpadu (CS1, CS9,KU4, CP5) 5. Mahasiswa mampu membuat secara tertulis, audio maupun visual rencana implementasi rancangan komunikasi pemasaran terpadu (KK3, CP1)						
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah Komunikasi Pemasaran Terpadu adalah salah satu mata kuliah keahlian pada prodi d 4 manajemen pemasaran internasional Politeknik Baubau. Mata kuliah ini mengajak mahasiswa agar bisa merumuskan strategi dan taktik dalam menghasilkan iklan yang kreatif dan menarik minat calon konsumen baik di media cetak, media elektornik maupun media internet. Beberapa pokok bahasan yang dikaji pada mata kuliah ini antara lain : 1) Komunikasi Pemasaran Terpadu; 2) Peran Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Proses Pemasaran; 3) Perilaku Konsumen; 4) Perusahaan Periklanan; 5) Perencanaan Media; 6) Iklan dan Media Penyaiaran; 7) Iklan Media Cetak; 8) Iklan Internet; 9) Strategi Kreatif Iklan.						

Bahan Kajian/ Materi Pembelajaran		1) Komunikasi Pemasaran Terpadu; 2) Peran Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Proses Pemasaran; 3) Perilaku Konsumen; 4) Perusahaan Periklanan; 5) Perencanaan Media; 6) Iklan dan Media Penyaiaran; 7) Iklan Media Cetak; 8) Iklan Internet; 9) Strategi Kreatif Iklan.							
Pustaka		Utama : 1. Morissan. 2010. <i>Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu</i> . Prenamedia Grup : Jakarta. 2. Pendukung : 1. Materi dari internet yang berkaitan dengan bahan kajian materiKomunikasi Pemasarn Terpadu. 2. Jurnal/ artikel yang berkaitan dengan materi atau pokok bahasan.							
Media Pembelajaran		Software : Power Point, MS Word				Hardware : LCD, Laptop/Notebook, White Board			
Team Teaching		La Sudarman, S.Pd., MM							
Matakuliah Syarat		-							
Mg Ke-	Sub CPMK (Kemampuan akhir yang diharapkan)	Bahan Kajian/ Materi Pembelajaran	Bentuk & Metode Pembelajaran	Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian			Refe Rensi
						Kriteria & Bentuk	Indikator	Bobot	
1	1. Menjelaskan pengertian pemasaran 2. Mendeskripsikan komunikasi pemasaran terpadu 3. Menganalisis Manajemen Promosi .	KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU 1. Kontrak Perkuliahan 2. Pengertian Pemasaran 3. Komunikasi Pemasaran Terpadu 4. Manajemen Promosi	Bentuk: Kuliah Aktifitas di kelas: ▪ Metode: Ceramah dan Mememcahkan masalah yang ada terkait dengan bahan yang dikaji ▪ Media: Komputer dan LCD Projector atau gadget dan internet	TM: 2x(2x50") PT: 2x(2x60") BM: 2x(2x60")	▪ Menjelaskan pengertian pemasaran ▪ Menaati kontrak perkulaian ▪ Mendeskripsikan dengan baik komunikasi pemasaran terpadu ▪ Menganalisis bentuk-bentuk manajemen promosi	Kriteria: ▪ Ketepatan & penguasaan dalam mengerjakan soal dan tugas Bentuk non test: ▪ Mengajukan pertanyaan dan menjawab pertanyaan ▪ Menjawab kuis	▪ Ketepatan mendefinisikan pengertian pemasaran ▪ Ketepatan mengerjakan soal komunikasi pemasaran terpadu ▪ Sistematika dan cara mengajukan dan menjawab pertanyaan	Bobot penilaian berdasarkan portofolio penilaian Politeknik Baubau Tugas 20% Praktikum 50% (MK ini merupakan MK praktikum) UTS 10% UAS 20%	1
2	1. Menganalisis Strategi Pemasaran 2. Melakukan Analisis Proses Pasar	PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DALAM PROSES PEMASARAN	Bentuk: Kuliah Aktifitas di kelas:	TM: 2x(2x50") PT:	▪ Mahasiswa dengan baik melakukan : ▪ Analisis dan strategi pemasaran	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dalam mengerjakan	▪ Ketepatan dan kesesuaian menjawab soal yang berkaitan	Bobot penilaian berdasarkan portofolio penilaian	1

	3. Melakukan Perencanaan Pemasaran	1. Analisis dan Strategi Pemasaran 2. Proses Pemasaran 3. Perencanaan Pemasaran	- Metode: Ceramah dan diskusi pemecahan masalah di Kelas - Media: Komputer dan LCD Projector atau gadget dan internet	2x(2x60") BM: 2x(2x60")	- Proses pemasaran - Perencanaan pemasaran	soal-soal Bentuk non test: Aktif berdiskusi memecahkan masalah sesuai topik yang dibahas.	dengan "kajian aspek legalitas" badan usaha.	Politeknik Baubau Tugas 20% Praktikum 50% (MK ini merupakan MK praktikum) UTS 10% UAS 20%	
3	1. Mampu menjelaskan proses keputusan konsumen 2. Mampu menjelaskan teori pembelajaran konsumen 3. Mampu menjelaskan pengaruh lingkungan pada perilaku konsumen.	PERILAKU KONSUMEN 1. Proses Keputusan Konsumen 2. Pembelajaran Konsumen 3. Pengaruh Lingkungan dan Perilaku Konsumen	Bentuk: Kuliah Aktifitas di kelas: - Metode: Ceramah dan Mengerjakan Soal di Kelas - Media: Komputer dan LCD Projector atau gadget dan internet	TM: 2x(2x50") PT: 2x(2x60") BM: 2x(2x60")	- Mahasiswa dengan baik mampu : - Menjelaskan proses keputusan konsumen - Menjelaskan teori-teori pembelajaran konsumen - Mampu merinci faktor-faktor pengaruh lingkungan terhadap konsumen.	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dalam mengerjakan soal-soal Bentuk non test: Kekatifan dalam diskusi	Ketepatan dalam menjawab soal mengenai perilaku konsumen	Bobot penilaian berdasarkan portofolio penilaian Politeknik Baubau Tugas 20% Praktikum 50% (MK ini merupakan MK praktikum) UTS 10% UAS 20%	1
4 & 5	1. Mampu menjelaskan departemen iklan dan promosi 2. Mampu mengidentifikasi perusahaan iklan 3. Mampu menghitung kompensasi perusahaan iklan 4. Mampu melakukan evaluasi perusahaan iklan 5. Mampu melakukan rancangan periklanan pada perusahaan jasa khusus	PERUSAHAAN PERIKLANAN 1. Departemen iklan dan Promosi 2. Perusahaan Iklan 3. Kompensasi perusahaan iklan 4. Evaluasi perusahaan iklan 5. Perusahaan jasa khusus	Bentuk: Kuliah Aktifitas di kelas: - Metode: Ceramah dan Mengerjakan Soal di Kelas - Media: Komputer dan LCD Projector atau gadget dan internet	TM: 2x(2x50") PT: 2x(2x60") BM: 2x(2x60")	- Menjelaskan departemen iklan dan promosi - Mengidentifikasi perusahaan iklan - Menghitung besaran kompensasi perusahaan iklan - Melakukan evaluasi pada perusahaan iklan - Merancang periklanan pada perusahaan jasa khusus	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dalam mengerjakan data yang diperoleh di pasar. Bentuk non test: Menjawab contoh soal di kelas	Ketepatan dalam melakukan analisa, menjelaskan mengidentifikasi, melakukan evaluasi dan merancang iklan dan promosi	Bobot penilaian berdasarkan portofolio penilaian Politeknik Baubau Tugas 20% Praktikum 50% (MK ini merupakan MK praktikum) UTS 10% UAS 20%	1
6&7	1. Mampu melakukan perancangan media iklan 2. Mampu melakukan langkah-langkah yang sistematis dalam perencanaan media iklan	PERENCANAAN MEDIA 1. Menentukan audiensi sasaran 2. Menentukan tujuan media	Bentuk: Kuliah Aktifitas di kelas: Metode: Ceramah dan Mengerjakan Soal di	TM: 2x(2x50") PT: 2x(2x60")	- Melakukan perencanaan media iklan - Melakukan perencanaan iklan sesuai dengan langkah-langkah yang sistematis - Menampilkan media iklan	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dalam mengerjakan data finansial bisnis	Ketepatan dalam menganalisa aspek finansial bisnis	Bobot penilaian berdasarkan portofolio penilaian Politeknik Baubau	

	3. Mampu menampilkan media iklan dalam bentuk audio dan visual	3. Menetapkan strategi media 4. Menetapkan jawal media	Kelas ▪ Media: Komputer dan LCD Projector atau gadget dan internet	BM: 2x(2x60")	dalam bentuk audio dan visual	Bentuk non test: ▪ Menjawab contoh soal di kelas		Tugas 20% Praktikum 50% (MK ini merupakan MK praktikum) UTS 10% UAS 20%	
8	Ujian Tengah Semester (UTS)								
9 & 10	1. Mampu menganalisis jangkauan siaran iklan dari sumber iklan 2. Mampu mendeskripsikan kekuatan dan kelemahan iklan televisi 3. Mampu menganalisis kekuatan dan kelemahan iklan melalui radio 4. Mampu merancang strategi dan menghitung biaya iklan	IKLAN MEDIA PENYIARAN 1. Jangkauan Siaran iklan 2. Televisi 3. Radio	Bentuk: Kuliah Aktifitas di kelas: ▪ Metode: Ceramah dan Mengerjakan Soal di Kelas ▪ Media: Komputer dan LCD Projector atau gadget dan internet	TM: 2x(2x50") PT: 2x(2x60") BM: 2x(2x60")	▪ Mengkaji lebih dalam jangkauan iklan berdasarkan sumbernya ▪ Menjelaskan secara detail kekuatan dan kelemahan iklan televisi ▪ Mengkaji lebih dalam kekuatan dan kelemahan iklan melalui radio ▪ Merancang strategi dan menghitung dengan seksama biaya iklan.	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dalam menguraikan poin-poin dalam materi iklan media penyiaran Bentuk non test: ▪ Mendiskusikan materi terkait dengan baik di kelas. ▪ Menjawab quis yang diberikan	▪ Ketepatan dalam menganalisis, mendeskripsikan dan merancang iklan media penyiaran.	Bobot penilaian berdasarkan portofolio penilaian Politeknik Baubau Tugas 20% Praktikum 50% (MK ini merupakan MK praktikum) UTS 10% UAS 20%	1
11	1. Mampu menganalisis iklan media cetak bersumber dari majalah 2. Mampu menganalisis iklan media cetak yang bersumber dari surat kabar 3. Mampu membuat iklan untuk ditampilkan pada surat kabar.	IKLAN MEDIA CETAK 1. Majalah 2. Surat Kabar	Bentuk: Kuliah Aktifitas di kelas: ▪ Metode: Ceramah dan Mengerjakan Soal di Kelas ▪ Media: Komputer dan LCD Projector atau gadget dan internet	TM: 2x(2x50") PT: 2x(2x60") BM: 2x(2x60")	▪ Mendeskripsikan dengan baik hal-hal yang berkaitan dengan iklan pada majalah ▪ Mendeskripsikan dengan baik hal-hal yang berkaitan dengan iklan yang bersumber dari surat kabar ▪ Membuat dan menyajikan iklan untuk ditampilkan pada surat kabar.	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dalam menganalisis iklan pada majalah dan surat kabar Bentuk non test: ▪ Mendiskusikan iklan pada majalah dan surat kabar.	▪ Ketepatan dalam menganalisis iklan pada majalah dan surat kabar ▪ Membuat iklan untuk ditampilkan pada surat kabar/ koran	Bobot penilaian berdasarkan portofolio penilaian Politeknik Baubau Tugas 20% Praktikum 50% (MK ini merupakan MK praktikum) UTS 10% UAS 20%	
12 & 13	1. Mampu merancang situs web 2. Mampu melakukan promosi penjualan 3. Mampu melakukan penjualan personal	IKLAN INTERNET 1. Membangun situs web 2. Promosi penjualan 3. Penjualan personal	Bentuk: Kuliah Aktifitas di kelas: ▪ Metode: Ceramah dan Mengerjakan Soal di	TM: 2x(2x50") PT: 2x(2x60")	▪ Merancang dan menghasilkan situs web ▪ Menampilkan iklan-iklan sederhana sebagai promosi penjualan ▪ Melakukan penjualan	Kriteria: kemampuan dalam menyajikan iklan, melakukan promosi, melakukan	▪ Mampu merancang situs web ▪ Mampu melakukan promosi	Bobot penilaian berdasarkan portofolio penilaian Politeknik Baubau	1

	4. Mampu memasarkan langsung produk yang dibuat pada web.	4. Pemasaran langsung	Kelas Media: Komputer dan LCD Projector atau gadget dan internet	BM: 2x(2x60")	personal Memasarkan langsung produk pada situs web	penjualan serta memasarkan produk melalui situs web Bentuk non test: Mendiskusikan kajian aspek ekonomi dan sosial dengan baik.	penjualan - Mampu melakukan penjualan personal - Mampu memasarkan langsung produk pada web.	Tugas 20% Praktikum 50% (MK ini merupakan MK praktikum) UTS 10% UAS 20%	
14 & 15	1. Mampu menyusun prose iklan yang kreatif 2. Mampu menentukan daya tarik iklan 3. Mampu membuat taktik iklan yang kreatif	STRATEGI KREATIF IKLAN - Proses kreatif iklan - Menentukan daya tarik iklan - Taktik kreatif iklan	Bentuk: Kuliah Aktifitas di kelas: - Metode: Ceramah dan Mengerjakan Soal di Kelas - Media: Komputer dan LCD Projector atau gadget dan internet	TM: 2x(2x50") PT: 2x(2x60") BM: 2x(2x60")	- Membuat iklan yang kreatif - Membuat iklan agar konsumen tertarik - Menentukan taktik yang jitu dalam membuat iklan yang kreatif	Kriteria: menghasilkan iklan yang memiliki daya tarik baik iklan tertulis, audio maupun visual Bentuk non test: Menemukan ide iklan yang kreatif	Kemampuan dalam membuat iklan yang kreatif dan menarik.	Bobot penilaian berdasarkan portofolio penilaian Politeknik Baubau Tugas 20% Praktikum 50% (MK ini merupakan MK praktikum) UTS 10% UAS 20%	1
16	Ujian Akhir Semester (UAS)								

Catatan : 1 sks = (50' TM + 60' PT + 60' BM)/Minggu
 TM = Tatap Muka (Kuliah)
 PT = Penugasan Terstruktur.

BM = Belajar Mandiri
 PS = Praktikum Simulasi (170 menit /minggu)
 PL = Praktikum Laboratorium (170 menit/minggu)

T = Teori (aspek ilmu pengetahuan)
 P = Praktek (aspek ketrampilan kerja)

Daftar Rujukan:

1. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2015 Tentang **Standar Nasional Pendidikan Tinggi**
2. Tim Penyusun. 2016. **Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi**. Jakarta. Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan. Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi.
3. Tim Penyusun. 2016. **Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Vokasi**. Jakarta. Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan. Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi.
4. Tim Penyusun. 2018. **Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi Di Era Industri 4.0**. Jakarta. Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan. Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi.
5. Materi Program Pelatihan Keterampilan Dasar Teknik Instruksional (PEKERTI) Bagi Dosen. 19 – 24 November 2018. LLDIKTI Wilayah IX, Makassar.