



2020

Modul Praktika Periklanan dan Promosi Penjualan



Nama :

NPM :

Kelas :

Hanya dipergunakan di lingkungan Fakultas Ilmu Terapan

D3 MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS ILMU TERAPAN
UNIVERSITAS TELKOM

DOSEN PENGAMPU

1. Fanni Husnul Hanifa, SE., MM
2. Widya Sastika, ST., MM
3. Ati Mustikasari, SE., MM

Mata Kuliah	: Periklanan dan Promosi Penjualan	Kode Mata Kuliah	: DMH1G3
Semester	: IV	SKS	: 4
Prasyarat	: -	Sertifikasi	: Ya / Tidak
Capaian Pembelajaran	: Menguasai pengetahuan tentang pasar dan Manajemen Pemasaran pada industri barang dan jasa, dalam lingkup lokal maupun global		
Deskripsi Mata kuliah	: Mata kuliah ini mempelajari pentingnya IMC (Integrated Marketing Communication—Komunikasi Pemasaran Terpadu) yang lebih difokuskan pada periklanan dan promosi penjualan. Mahasiswa akan mempelajari bagaimana menciptakan sebuah iklan dan promosi penjualan suatu produk yang efektif dan efisien bagi perusahaan. Dalam mata kuliah ini, materi disajikan dalam bentuk teori beserta prakteknya.		

BUKU REFERENSI

Buku Utama:

1. Kasali, Rhenald. 2018. *Manajemen Periklanan*. Cetakan kedua. PT. Pustaka Utama Grafiti. Jakarta
2. Morrisani. 2014. *Periklanan Komunikasi Terpadu*. Cetakan ketiga. Kencana Prenadamedia group. Jakarta
3. Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Edisi 8. Salembat empat, Jakarta.
4. Shimp, Terence. 2003. *Periklanan Promosi*. Edisi kelima. Jilid I. Erlangga: Jakarta
5. Shimp, Terence. 2003. *Periklanan Promosi*. Edisi kelima. Jilid II. Erlangga: Jakarta

Buku Pendukung:

1. Abdullah, Ma'ruf. 2016. *Manajemen Komunikasi Periklanan*. CV. Aswaja Pressindo. Yogyakarta
2. Madjadikara, Agus S. 2004. *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*. PT. Garmedia Pustaka. Jakarta
3. Wahana computer. 2018. *Kreatif Membuat Desain Periklanan dengan Corel Draw dan Adobe Photoshop*. Andi. Yogyakarta

BAHAN KAJIAN PRAKTEK PERIKLANAN DAN PROMOSI PENJUALAN

BAHAN KAJIAN	PERTEMUAN	MODUL	POKOK BAHASAN
Promosi Penjualan	1	0	Running Modul
		1	Konsep, Aplikasi dan Lingkungan dari Komunikasi Pemasaran Terpadu
	2	2	Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Perspektif Konsumen
	3	3	Manajemen Promosi Penjualan
	4	4	Trade Oriented Sales Promotion
	5	5	Consumer Oriented Sales Promotion
	6		Assesment 1
Periklanan	7	6	Dasar-dasar Periklanan
	8	7	Manajemen Periklanan
	9	8	Media Periklanan
	10	9	Perusahaan Periklanan
	11	10	Strategi Kreatif Iklan
	12	11	Iklan Layanan Masyarakat & Etika Periklanan
	13	12	Pengukuran Efektivitas Iklan
	14		Assesment 2
	15		Assesment 3
	16		Review Akhir

Modul : 0

Pokok Bahasan : Running Modul

Hari/ Tanggal :

Tujuan Instruksi Umum (TIU):

Setelah mengikuti Running Modul mahasiswa diharapkan dapat:

1. Memahami peraturan kegiatan praktika.
2. Memahami Hak dan Kewajiban praktikan dalam kegiatan praktika.
3. Memahami komponen penilaian kegiatan praktika.

Peraturan Praktika

1. Praktika diampu oleh **Dosen Kelas** dan dibantu oleh **Asisten Praktika**.
2. Praktika dilaksanakan sesuai tempat dan jadwal yang telah ditentukan.
3. Praktikan wajib membawa **modul praktika dan alat tulis**.
4. Durasi kegiatan praktika **1 SKS (1 X 120 menit)**
5. Jumlah **pertemuan praktika**:
 - a. 12 kali mengerjakan modul
 - b. 3 kali assesment (2 kali assesment tertulis, 1 kali assesment berupa tugas besar)
6. Praktikan **wajib hadir minimal 75%** dari seluruh pertemuan praktika. Jika total kehadiran kurang dari 75% maka nilai UAS/ Tugas Besar = 0.
7. Toleransi keterlambatan adalah 15 menit
8. Saat praktika berlangsung, praktikan:
 - a. Wajib menggunakan seragam sesuai aturan Institusi.
 - b. Wajib mematikan/ men-silent semua alat komunikasi (smartphone, tab, iPad, dsb).
 - c. Sifat pengerjaan modul adalah openbook
 - d. Apabila dalam pengerjaan modul terdapat kecurangan (mencontek/ bekerja sama/ memberikan jawaban dengan cara apapun) dan mahasiswa menimbulkan kegaduhan, Dosen dan Asisten dosen berhak mengeluarkan mahasiswa tersebut dari dalam kelas dan atau mengurangi nilai.
 - e. Dilarang membuang sampah/sesuatu apapun di ruangan praktika.
9. Pelanggaran terhadap peraturan praktika ini akan ditindak secara tegas secara berjenjang di lingkup Kelas, Laboratorium, Program Studi, Fakultas, hingga Institusi.
10. Tidak ada pengerjaan modul susulan, mahasiswa tidak boleh mengerjakan modul pertemuan yang sebelumnya

Penilaian Praktika

1. Komponen penilaian praktika:
 - a. 20% nilai modul
 - b. 25% nilai Assesment 1 & 2
 - c. 30% nilai Assesment 3
2. Seluruh komponen penilaian beserta pembobotannya ditentukan oleh tim dosen
3. Penilaian permodul dilakukan oleh **asisten praktika**, sedangkan nilai Tugas Besar/ Assessment diserahkan kepada **dosen kelas**.
4. Baik praktikan maupun asisten tidak diperkenankan meminta atau memberikan **tugas tambahan** untuk perbaikan nilai.
5. Standar **indeks dan range nilai** ditentukan oleh dosen PJMP atas sepengetahuan Ketua Kelompok Keahlian

Modul : 8

Pokok Bahasan : Media periklanan

Hari/ Tanggal :

8.1 Tujuan Instruksi Umum (TIU):

Setelah mengikuti Modul 8 (delapan) mahasiswa diharapkan dapat menjelaskan media periklanan

8.2 Dasar Teori

Media periklanan:

1. Perencanaan media
2. Iklan pada media cetak (majalah)
3. Iklan pada media cetak (koran)
4. Iklan pada media radio
5. Iklan pada media televisi
6. Iklan pada media internet
7. Keunggulan dan kelemahan iklan pada media internet

8.3 Soal Modul (dikerjakan dirumah, dikumpulkan minggu berikutnya)

1. Mencari iklan komersial di Televisi (direkam) tidak boleh mengambil dari internet, di screen capture. Tuliskan durasi iklan, jam tayang, narasi (jalan cerita) iklan, segmentasi iklan, stasiun TV yang menayangkannya dan jelaskan kelebihan dan kekurangannya menurut pendapat saudara!

Screen Capture Iklan : (ditempel)

Judul Iklan :

Durasi Iklan :

Jam Tayang Iklan :

Narasi (Jalan Cerita Iklan) :

Segmentasi Iklan :

Stasiun TV yang menayangkan :

Pada acara apa iklan tersebut ditayangkan:

Kelebihan :

Kekurangan :

2. Mencari iklan radio. Tuliskan judul iklan, waktu penayangan, narasi iklan, segmentasi iklan, stasiun radionya dan jelaskan kelebihan dan kekurangannya menurut pendapat saudara!

Judul Iklan :

Narasi (Jalan Cerita Iklan) :

Naskah iklan:

Segmentasi Iklan :

Stasiun Radio yang menayangkan :

Jam tayang:

Iklan tersebut ditayangkan pada acara:

Kelebihan :

Kekurangan :

3. Mencari iklan media cetak Majalah sebutkan judul iklannya, sebutkan nama media cetaknya, periode (tanggal terbit), segmentasi media cetak tersebut dan jelaskan kelebihan dan kekurangannya menurut pendapat saudara!

Kliping Iklan Majalah :

Judul Iklan :

Nama Majalah :

Periode (Tanggal Terbit Majalah) :

Segmentasi Iklan :

Kelebihan :

Kekurangan :

4. Mencari iklan media cetak Surat Kabar, sebutkan judul iklannya, sebutkan nama media cetaknya, periode (tanggal terbit), segmentasi media cetak tersebut dan jelaskan kelebihan dan kekurangannya menurut pendapat saudara!

Kliping Iklan Surat Kabar :

Judul Iklan :

Nama surat kabar :

Periode (Tanggal Terbit surat kabar) :

Segmentasi Iklan :

Kelebihan :

Kekurangan :

5. Mencari iklan outdoor (billboard, poster, car branding, dll). Fotokan, sebutkan judul iklannya, sebutkan nama tempat yang menayangkannya, narasi iklan dan jelaskan kelebihan dan kekurangannya menurut pendapat saudara!

Foto Iklan :

Judul Iklan :

Tempat Penayangan Iklan :

Narasi (Jalan Cerita Iklan) :

Segmentasi Iklan :

Kelebihan :

Kekurangan :

6. Mencari iklan internet sebutkan judul iklan, narasi iklan, media internet tempat penayangannya, format iklan dan jelaskan kelebihan dan kekurangannya menurut pendapat saudara!

Screen Capture Iklan :

Judul Iklan :

Narasi (Jalan Cerita Iklan) :

Segmentasi Iklan :

Media Internet yang menayangkan :

Format Iklan :

Kelebihan :

Kekurangan :

Nilai	Paraf Asisten	Paraf Dosen