

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

Nama Mata Kuliah	Kode Mata Kuliah	Bobot (sks)	Semester	Tgl Penyusunan
Manajemen Media Iklan	PKL4130	3 (tiga) sks	4 (empat)	14 Februari 2019
Otorisasi	Nama Koordinator Pengembang RPS	Koordinator Bidang Keahlian (Jika Ada)	Ka PRODI	
	Dr. Tipri Rose Kartika S.E.,M.M	M Rizky Kertanegara, M.Si	M Rizky Kertanegara, M.Si	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI (Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi) yang Dibebankan pada Mata Kuliah			
S4	Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab pada negara dan bangsa			
P2	Prinsip dan teknik berkomunikasi menggunakan media cetak, audio, audio visual, online, dan luar ruang			
KU1	Mampu menyelesaikan pekerjaan berlingkup luas dan menganalisis data dengan beragam metode yang sesuai, baik yang belum maupun yang sudah baku			
KK4	Mampu menjalankan proses pemilihan media, penempatan media, dan pembelian media sesuai standar dan prosedur yang ditentukan untuk mendukung suatu kegiatan periklanan yang efektif dan efisien			
CPMK (Capaian Pembelajaran Mata Kuliah)				
CPMK1	Memahami pentingnya Manajemen Media Iklan dalam industri Periklanan			
CPMK2	Memahami pertimbangan dalam perencanaan media iklan			
CPMK3	Memahami biaya iklan Koran			
CPMK3	Memahami biaya iklan Majalah dan Tabloid			
CPMK4	Memahami biaya iklan Radio			
CPMK5	Memahami biaya iklan Televisi			
CPMK6	Memahami biaya iklan media luar ruang			
CPMK7	Memahami biaya iklan Internet			
CPMK8	Merencanakan penggunaan media iklan yang tepat untuk produk/jasa sesuai tujuan yang diharapkan klien			

Deskripsi Mata Kuliah	MK Manajemen Media Iklan adalah mata kuliah penciri prodi periklanan yang memberikan materi mengenai pentingnya mengatur dan mengelola media iklan yang tepat bagi sebuah iklan produk atau jasa dengan melihat biaya iklan masing-masing media yang akan digunakan meliputi media iklan cetak dan non cetak seperti koran, majalah, tabloid, radio, televisi, sinema, luar ruang, hingga internet.	
Bahan Kajian / Materi Pembelajaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian Manajemen Media iklan dalam industri periklanan 2. Pertimbangan dalam perencanaan media iklan 3. Pemahaman biaya Media Iklan Koran 4. Pemahaman biaya Media Iklan Majalah dan Tabloid 5. Pemahaman biaya Media Iklan Radio 6. Pemahaman biaya Media Iklan Televisi 7. Pemahaman biaya Media Iklan luar ruang 8. Pemahaman biaya Media Iklan internet 9. Perencanaan media iklan produk/jasa sesuai tujuan yang diharapkan klien 	
Daftar Referensi	Utama: <ol style="list-style-type: none"> 1. Manajemen Media di Indonesia, Diah Hayu Rahmitasari, Yayasan Obor Indonesia, 2017 2. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi, Terence A. Shimp, Salemba Empat, 2014 	
	Pendukung <ol style="list-style-type: none"> 1. Dasar-dasar Periklanan, Kanaidi, SE,M.Si, Divisi Buku Manajemen Bisnis dan Pemasaran, 2011 2. Manajemen Periklanan, Rachmat Kriyantono, Ph.D, UB Presss, 2013 	
Media Pembelajaran	Perangkat lunak:	Perangkat keras :
	Powerpoint	Notebook & LCD Projector
Nama Dosen Pengampu	Dr. Tipri Rose Kartika, S.E.,M.M. Advertising 2017A Advertising 2017B	
Matakuliah prasyarat (Jika ada)	Tidak ada	