

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

Nama Mata Kuliah	Kode Mata Kuliah	Bobot (sks)	Semester	Tgl Penyusunan
Manajemen Bina Usaha (AE)	IKL2008	3 (tiga) sks	2 (dua)	14 Februari 2019
Otorisasi	Nama Koordinator Pengembang RPS		Koordinator Bidang Keahlian (Jika Ada)	Koor PRODI
	Endah Fantini,A.md.,S.T.,M.IKOM		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			
S2	Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika			
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			
KU4	Mampu menyusun laporan hasil dan proses kerja secara akurat dan sah serta mengomunikasikannya secara efektif kepada pihak lain yang membutuhkan			
KU5	Mampu bekerjasama, berkomunikasi, dan berinovatif dalam pekerjaannya			
KK4	Mampu menjalankan proses bina usaha periklanan sesuai standar dan prosedur yang berlaku dalam rangka membangun kepercayaan, hubungan baik, dan keberlanjutan kerjasama dengan klien maupun calon klien			
CPMK (Capaian Pembelajaran Mata Kuliah)				
CPMK1	Memahami pentingnya sebuah perusahaan mempromosikan brand yang mereka miliki			
CPMK2	Memahami dan mencontohkan peran sebagai account team/client service			
CPMK3	Memahami dan mencontohkan cara mendapatkan klien dan melakukan presentasi			
CPMK4	Memahami dan mencontohkan cara-cara menjaga hubungan baik dengan klien			

	CPMK5	Memahami dan mengaplikasikan regulasi dalam komunikasi pemasaran, etika periklanan pada umumnya, dan di Indonesia
Deskripsi Mata Kuliah	MK Manajemen Bina Usaha (Account Executive) adalah Mata kuliah ini menjelaskan tentang optimalisasi klien dan hubungannya dengan perusahaan, bagaimana mendapatkan klien, memenuhi keinginan klien, mempertahankan klien, memahami hukum kerja sama agar klien dan perusahaan dapat menjadi mitra usaha yang ideal.	
Bahan Kajian / Materi Pembelajaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian peran periklanan untuk mempromosikan brand 2. Membuat perencanaan periklanan 3. Pengertian membedah iklan 4. Pengertian fungsi Account Team di Biro Iklan 5. Pengertian format brief, dan membuat serta membedah brief 6. Pengertian Jenis-jenis Klien dan proses penunjukkan Biro Iklan 7. Langkah-langkah menyiapkan proposal 8. Konsep menjual ide melalui presentasi 9. Strategi praktik presentasi 10. Motivasi tantangan dan cara-cara biro iklan menjaga hubungan baik dengan klien 11. Menganalisa Pengalaman Biro Iklan Sukses 	
Daftar Referensi	Utama:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Duncan, Tom (2002). IMC. Using Advertising and Promotion to Build Brands. UK: McGraw Hill 2. Semenik, Richard., Allen, Chris.,Guinn, Thomas., Kaufmann, Hans (2012). Advertising and Promotions: An Integrated Brand Approach. China: Cengage Learning
	Pendukung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Watono, Adji (2008). Advertising that Makes Money : 12 Prinsip Mengelola Merek Menjadi Market Leader dan Menghasilkan Profit. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
Media Pembelajaran	Perangkat lunak:	Perangkat keras :
	Powerpoint	Notebook & LCD Projector
Kriteria, Indikator dan Bobot Penilaian	<p>Tugas (40%)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Presentasi kelompok mengenai pentingnya sebuah perusahaan mempromosikan sebuah brand yang mereka miliki 2. Praktik melakukan presentasi fungsi account team/client service di sebuah biro iklan untuk mendapatkan klien 3. Praktik melakukan lobby dan negosiasi, serta maintenance dan menservice klien, serta cara-cara menjaga hubungan baik dengan klien 4. Presentasi kelompok menjelaskan regulasi dalam komunikasi pemasaran, etika periklanan pada umumnya, dan di Indonesia <p>UTS (20%)</p> <p>Mahasiswa mampu menjelaskan kembali pengertian pentingnya sebuah perusahaan mempromosikan brand yang mereka miliki dan peran sebagai account team/client service</p> <p>UAS (40%)</p>	

	Mahasiswa mampu membuat proposal untuk pitching yang akan dipresentasikan berdasarkan objective yang ditentukan oleh klien	
Nama Dosen Pengampu	Endah Fantini,A.md.,S.T.,M.IKOM RR Dinar Soelistyowati, S.Sos.,M.M.	Advertising2018A, Advertising2018B, Advertising2018C, Advertising2018D Advertising2018A, Advertising2018B, Advertising2018C, Advertising2018D
Matakuliah prasyarat (jika ada)	Tidak ada	

Minggu Ke-	Kemampuan akhir yg direncanakan	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Metode Pembelajaran	Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian		
						Kriteria	Indikator	Bobot Penilaian(%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1, 2	Mahasiswa mampu menjelaskan pentingnya sebuah perusahaan mempromosikan brand yang mereka miliki	<ul style="list-style-type: none"> Peran periklanan untuk mempromosikan brand Perencanaan periklanan Membedah iklan 	<ul style="list-style-type: none"> Bentuk: Kuliah Metode: Diskusi 	TM: 4 jp x 50" TT: 6 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> Membaca dan mendiskusikan Peran periklanan dalam bauran pemasaran dan peran periklanan dalam manajemen brand Menyajikan dan mendiskusikan contoh kasus tujuan komunikasi VS tujuan penjualan & anggaran periklanan Menjelaskan Tujuan Iklan dan pengaruhnya terhadap brand 	Kriteria: Penilaian tugas mandiri Bentuk: Portofolio tugas mandiri mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> Kreativitas mencari sumber referensi presentasi perencanaan iklan dan budget promosi Memilih sebuah brand untuk dianalisis berdasarkan dari target audience, positioning, segmentation, dan product knowledge 	5%
3, 4	Mahasiswa mampu mencontohkan peran sebagai account team/client service	<ul style="list-style-type: none"> Fungsi Account Team di Biro Iklan 	<ul style="list-style-type: none"> Bentuk: Kuliah Metode: Drill 	TM: 4 jp x 50" TT: 6 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> Peran Account Director, Account Manager, Account Executive Jenis-jenis meeting Menjembatani klien dan biro iklan 	Kriteria: Penilaian tugas kelompok Bentuk: Presentasi tugas kelompok mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> Kreativitas dan kerapihan membuat proposal presentasi Kreativitas dan kerapihan menyusun proposal presentasi 	5%
5	Mahasiswa mampu membedah client brief	<ul style="list-style-type: none"> Membuat dan membedah client brief 	<ul style="list-style-type: none"> Bentuk: Kuliah Metode: Drill 	TM: 2 jp x 50" TT:	<ul style="list-style-type: none"> Format Brief Brief untuk masing-masing tim Background Ad Objective 	Kriteria: Penilaian tugas kelompok	<ul style="list-style-type: none"> Kreativitas dan kerapihan membuat proposal 	5%

				3 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> Target Audience SWOT Analysis Consumer Insight 	Bentuk: Presentasi tugas kelompok mahasiswa	presentasi sesuai brief <ul style="list-style-type: none"> Kreativitas dan kerapihan menyusun proposal presentasi 	
6, 7	Mahasiswa mampu menjelaskan cara mendapatkan klien dan melakukan presentasi	<ul style="list-style-type: none"> Jenis-jenis Klien dan proses penunjukkan Biro Iklan Menyiapkan proposal 	<ul style="list-style-type: none"> Bentuk: Kuliah Metode: Drill 	TM: 4 jp x 50" TT: 6 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> Proses lelang di Kementerian/Lembaga Pemerintah Proses pitching di perusahaan swasta Penunjukkan langsung Memahami brief Proses brainstorming Mencari dan mengemas ide Isi proposal 	Kriteria: Penilaian tugas kelompok Bentuk: Portofolio tugas kelompok mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> Kreativitas dan kerapihan membuat proposal presentasi sesuai brief Kreativitas dan kerapihan menyusun proposal presentasi 	5%
8	Ujian Tengah Semester							20%
9, 10	Mahasiswa mampu menjelaskan cara mendapatkan klien dan melakukan presentasi	<ul style="list-style-type: none"> Menjual Ide melalui presentasi Praktik Presentasi 	<ul style="list-style-type: none"> Bentuk: Kuliah Metode: Drill 	TM: 4 jp x 50" TT: 6 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> Cara berbicara Kemampuan berbahasa Cara menjual strategi yang ditawarkan biro iklan Mencari jenis iklan baru di TV Mempresentasikan proposal Meyakinkan klien 	Kriteria: Penilaian tugas kelompok Bentuk: Portofolio tugas kelompok mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> Kreativitas ide membuat proposal presentasi sesuai brief Praktik simulasi presentasi terhadap klien 	10 %
11, 12	Mahasiswa dapat menjelaskan cara-cara menjaga hubungan baik dengan klien	<ul style="list-style-type: none"> Tantangan dan cara-cara biro iklan menjaga hubungan baik dengan klien Melihat Pengalaman Biro Iklan Sukses 	<ul style="list-style-type: none"> Bentuk: Kuliah Metode: Drill 	TM: 4 jp x 50" TT: 6 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> Biro iklan VS Klien Kecepatan dan ketepatan kerja Menjaga kedekatan Pengalaman Biro Iklan yang Sukses (Studi kasus) 	Kriteria: Penilaian tugas kelompok Bentuk: Portofolio tugas kelompok mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> Praktik lobby dan negosiasi yang handal ke klien supaya deal Praktik lobby dan negosiasi untuk maintenance dan menservice klien 	10 %

							<ul style="list-style-type: none"> Menganalisa testimoni biro iklan yang sukses 	
13, 14, 15	Mahasiswa dapat membuat rancangan presentasi untuk persiapan pitching dengan klien	<ul style="list-style-type: none"> Mempersiapkan data yang dibutuhkan (primer dan sekunder) Mempersiapkan bahan presentasi yang baik Mempersiapkan cara presentasi yang baik dengan klien 	<ul style="list-style-type: none"> Bentuk: Kuliah Metode: Drill 	TM: 8 jp x 50" TT: 9 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> 	Kriteria: Penilaian tugas kelompok Bentuk: Portofolio tugas kelompok mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> Ketepatan waktu mengumpulkan tugas 	
16	Ujian Akhir Semester							20% + 20%

Catatan:

1. Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI) adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang studinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. CPL yang dibebankan pada mata kuliah adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, pengetahuan, ketrampilan umum, dan ketrampilan khusus.
3. CP Mata kuliah (CPMK) adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. Sub-CP Mata kuliah (Sub-CPMK) adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
5. Kriteria Penilaian adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kriteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kriteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
6. Indikator penilaian kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.