





UNIVERSITAS PAKUAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH	KODE	RUMPUN MATA KULIAH	BOBOT SKS		SEMESTER	NOMOR DAN TGL DOKUMEN
Humas Pemasaran	441KB5409	Ilmu Komunikasi	3	SKS	5	10-Jul-23
Otorisasi	Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua Prodi	
	 (Drs. Nunu Ibnudin Iddat, M.Si.)				 (Dr. Dwi Rini S.Firdaus, M.Comn)	
Capaian Pembelajaran Lulus Program Studi (CPL - PRODI) yang dibebankan pada MK						
	CPL1	S8	Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik.			
	CPL2	S9	Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri.			
	CPL3	P2	Mampu memvisualisasikan dan memecahkan masalah Humas Pemasaran yang ada.			
	CPL4	P4	Menguasai konsep teori pembelajaran Humas Pemasaran.			
	CPL5	KU2	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur.			

Capaian Pembelajaran (CP)	CPL6	KU3	Mampu mengidentifikasi dan merumuskan permasalahan Humas Pemasaran.					
	CPL7	KK2	Mampu menerapkan prinsip-prinsip dan unsur-unsur Humas Pemasaran.					
	CPL8	KK4	Mampu merencanakan dan mengimplementasikan Program Humas Pemasaran.					
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)							
	CPMK 1	CPL1	Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik.					
	CPMK 2	CPL2	Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri.					
	CPMK 3	CPL3	Mampu memvisualisasikan dan memecahkan masalah Humas Pemasaran yang ada.					
	CPMK 4	CPL4	Menguasai konsep teori pembelajaran Humas Pemasaran.					
	CPMK5	CPL5	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur.					
	CPMK6	CPL6	Mampu mengidentifikasi dan merumuskan permasalahan Humas Pemasaran.					
	CPMK7	CPL7	Mampu menerapkan prinsip-prinsip dan unsur-unsur Humas Pemasaran.					
	CPMK8	CPL8	Mampu merencanakan dan mengimplementasikan Program Humas Pemasaran.					
	Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub-CPMK)							
	Sub CPMK 1	Mampu menjelaskan Latar Belakang dan Ruang Lingkup serta Lingkungan Kerja Humas.						
	Sub CPMK 2	Mampu menjelaskan Pemasaran dan Komunikasi Pemasaran (Humas Pemasaran).						
	Sub CPMK 3	Mampu menjelaskan Program Komunikasi Pemasaran (Humas Pemasaran).						
	Sub CPMK 4	Mampu menjelaskan Komunikasi Organisasi dan Manajemen Strategis Humas.						
	Sub CPMK 5	Mampu merancang Program Humas Pemasaran.						
	Sub CPMK 6	Mampu merancang Pesan dalam Kegiatan Humas Pemasaran.						
	Sub CPMK 7	Mampu membuat Perencanaan & Implementasi Strategi Humas Pemasaran.						
	Korelasi CPL Terhadap Sub-CPMK							
		Sub CPMK 1	Sub CPMK 2	Sub CPMK 3	Sub CPMK 4	Sub CPMK 5	Sub CPMK 6	Sub CPMK 7
	CPL1	√						
CPL2	√							
CPL3		√	√					
CPL4		√	√	√				
CPL5				√	√			
CPL6					√			
CPL7						√	√	
CPL8						√	√	
Deskripsi Singkat Mata Kuliah	Kuliah Humas Pemasaran merupakan perkuliahan yang mempelajari Prinsip-prinsip Humas dan Pemasaran yang kemudian bersinergi membentuk Desain Program Humas Pemasaran (Marketing Public Relations atau Product Public Relations) yang secara signifikan berbeda dengan Humas Perusahaan (Coorporate Public Relations atau Coorporate Communications). Humas Pemasaran dirancang dengan tujuan utama dalam rangka mendorong peningkatan pencapaian Target Pemasaran melalui metoda dan teknik yang dikembangkan secara terus menerus							

		sebagai sebuah rancangan kegiatan yang bekerja diantara ranah kehumasan dan pemasaran untuk meneguhkan pencitraan dan meningkatkan penjualan.					
Bahan Kajian/Materi Pembelajaran		1. RPS, Latar Belakang dan Lingkungan Kerja Humas serta Ruang Lingkup Humas.					
		2. Pemasaran dan Komunikasi Pemasaran.					
		3. Program Komunikasi Pemasaran.					
		4. Komunikasi Organisasi dan Manajemen Strategis Humas.					
		5. Program Humas Pemasaran.					
		6. Pesan dalam Kegiatan Humas Pemasaran.					
		7. Perencanaan dan Implementasi Strategi Humas Pemasaran Berbasis Marketing Experiential.					
Pustaka		Utama :					
		1. Salmiyah, Dini, 2019, Marketing Public Relations , Deepublish, Yogyakarta.					
		2. Priansa, Donni Juni, 2017, Komunikasi Pemasaran Terpadu , Pustaka Setia, Bandung.					
		3. Similansky, Shaz, 2009, Experiential Marketing , Kogan Page, London.					
		Pendukung :					
		1. Davis, Anthony, 2003, Everything You Should Know About Public Relations , Elekmedia Komputindo, Jakarta.					
		2. Naisbith, John & Doris, 2018, Mastering Megatrends , Bhuana Ilmu Populer Kelompok Gramedia, Jakarta.					
3. Kotler, Philip & Kertajaya, Hermawan, 2014, Marketing 4.0 , Erlangga, Jakarta.							
4. Susanto, GM, 2017, The Power of Digital Marketing , Elekmedia Komputindo, Jakarta.							
5. Smith, 1998, Marketing Communication , Kogan Page, London.							
6. Onggo, Bob Julius, 2004, EPR , Penerbit Andi, Yogyakarta.							
Dosen Pengampu		Drs. Nunu Ibnudin Iddat, M.Si.					
Mata Kuliah Syarat		Pengantar Ilmu Hubungan Masyarakat					
Minggu	Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Nilai %
				Metoda Pembelajaran			
				Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)			
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring	Daring		
1 & 2	Sub CPMK 1 : Mampu menjelaskan RPS, Latar Belakang	Ketepatan dan kecermatan dalam menjelaskan :	Kriteria : Ketepatan dan	Kuliah dan Diskusi : PB : 2 X (3 X 50")		1. Naisbith, John &	

	<p>dan Lingkungan Kerja Humas serta Ruang Lingkup Humas.</p>	<p>a. RPS Perkuliahan b. Megatrends dan Tata Dunia Baru c. Era Revolusi Industri 4.0 d. Pentingnya Penguasaan Komunikasi e. Definisi dan Proses Humas f. Tujuan & Tehnik Humas g. Komunikasi dan Humas h. Bauran Humas i. Prinsip-prinsip Humas j. Kesalahan Umum dalam Humas k. Humas di Era Digital l. Melipatgandakan Penjualan Tanpa Iklan m. Urgensi Humas Pemasaran</p>	<p>Kecermatan</p> <p>Bentuk Nontest :</p> <p>Tugas Individu : Membuat Ringkasan Perkuliahan dan mengirimnya ke LMS Unpak.</p> <p>Tugas Kelompok : Membuat Makalah Kelompok, PPT Presentasi Kelompok, dan Rekaman Presentasi Kelompok di Link Youtube serta Mengirimnya ke LMS Unpak.</p>	<p>Tugas Individu : Menyusun Ringkasan Perkuliahan dan Studi Kepustakaan tentang Latar Belakang dan Lingkungan Kerja Humas serta Ruang Lingkup Humas. [PT+KM:(1+1)x(3x60'')]</p> <p>Tugas Kelompok 1 : Menyusun Makalah dengan tema "Memahami Tugas Pokok dan Fungsi (Tupoksi) Divisi Humas Perusahaan dan Divisi Pemasaran Perusahaan". [PT+KM:(1+1)x(3x60'')]</p>	<p>https://lms.unpa.k.ac.id serta Google Meet Conference</p>	<p>Doris, 2018, Mastering Megatrends, Bhuana Ilmu Populer Kelompok Gramedia, Jakarta.</p> <p>2. Davis, Anthony, 2003, Everything You Should Know About Public Relations, Elekmedia Komputindo, Jakarta.</p> <p>3. Johnson, Richard, 2004, Melipatgandakan Penjualan Tanpa Beriklan, Penerbit PPM, Jakarta.</p>	<p>4%</p>
<p>3 & 4</p>	<p>Sub CPMK 2 : Mampu menjelaskan Pemasaran dan Komunikasi Pemasaran.</p>	<p>Ketepatan dan kecermatan dalam menjelaskan :</p> <p>a. Definisi dan Manajamen Pemasaran b. Konsep Inti dan Orientasi Pemasaran c. Segmentasi, Targeting, Positioning dan Strategi Pemasaran d. Paradigma dan Revolusi Pemasaran</p>	<p>Kriteria : Ketepatan dan Kecermatan</p> <p>Bentuk Nontest :</p> <p>Tugas Individu : Membuat Ringkasan</p>	<p>Kuliah dan Diskusi : PB : 2 X (3 X 50")</p> <p>Tugas Individu : Menyusun Ringkasan Perkuliahan dan Studi Kepustakaan tentang Pemasaran dan Komunikasi</p>		<p>1. Priansa, Doni Juni, 2017, Komunikasi Pemasaran Terpadu di Era Sosial Media, Pustaka Setia,</p>	

		<p>e. Definisi Komunikasi Pemasaran</p> <p>f. Bauran Pemasaran</p> <p>g. Tujuan Komunikasi Pemasaran</p> <p>h. Komunikasi Pemasaran Terpadu</p> <p>i. Ciri-ciri Komunikasi Pemasaran Terpadu</p> <p>j. Fokus Komunikasi Pemasaran Terpadu</p> <p>k. Pemasaran di Era Digital</p>	<p>Membuat Ringkasan Perkuliahan dan mengirimnya ke LMS Unpak.</p>	<p>Pemasaran dan Komunikasi Pemasaran. [PT+KM:(1+1)x(3x60'')]</p>	<p>https://lms.unpak.ac.id serta Google Meet Conference</p>	<p>Bandung.</p> <p>2. Kotler, Philip & Kertajaya, Hermawan, 2017, Marketing 4.0, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.</p> <p>3. Grunig, James, 1992, Excellence in Public Relations, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey.</p>	<p>4%</p>
5 & 6	<p>Sub CPMK 3 : Mampu menjelaskan Program Komunikasi Pemasaran.</p>	<p>Ketepatan dan kecermatan dalam menjelaskan :</p> <p>a. Direct Marketing</p> <p>b. Sales Promotion</p> <p>c. Hubungan Masyarakat</p> <p>d. Periklanan</p> <p>e. Sponsorship</p> <p>f. Personal Selling</p> <p>g. Merek</p> <p>h. Green Marketing</p> <p>i. Elektronik Marketing</p> <p>j. Word of Mouth Marketing</p> <p>k. Sosial Media Marketing</p> <p>l. Experiential Marketing</p>	<p>Kriteria : Ketepatan dan Kecermatan</p> <p>Bentuk Nontest :</p> <p>Tugas Individu : Membuat Ringkasan Perkuliahan dan mengirimnya ke LMS Unpak.</p> <p>Tugas Kelompok : Membuat Makalah</p>	<p>Kuliah dan Diskusi : PB : 2 X (3 X 50'')</p> <p>Tugas Individu : Menyusun Ringkasan Perkuliahan dan Studi Kepustakaan tentang Program Komunikasi Pemasaran Terpadu. [PT+KM:(1+1)x(3x60'')]</p> <p>Tugas Kelompok 2 :</p>	<p>https://lms.unpak.ac.id serta Google Meet Conference</p>	<p>1. Hermawan, Agus, 2012, Komunikasi Pemasaran, Penerbit Airlangga, Jakarta.</p> <p>2. Priansa, Doni Juni, 2017, Komunikasi Pemasaran Terpadu di Era Sosial Media,</p>	<p>4%</p>

		<p>m. Relationship Marketing</p> <p>n. Customer Relationship Management</p> <p>o. Perilaku Komsumen</p> <p>p. Loyalitas Pelanggan</p>	<p>Kelompok, PPT Presentasi</p> <p>Kelompok, dan Rekaman Presentasi</p> <p>Kelompok di Link Youtube serta Mengirimnya ke LMS Unpak.</p>	<p>Menyusun Makalah dengan tema "Memahami Tantangan dan Peluang Divisi Humas Perusahaan dan Divisi Pemasaran Perusahaan".</p> <p>[PT+KM:(1+1)x(3x60")]</p>		<p>Pustaka Setia, Bandung.</p> <p>3. Duncan, 2002 Tom, IMC, McGraw Hill Higher, New York.</p>	
7	Sub CPMK 4 : Mampu menjelaskan Komunikasi Organisasi dan Manajemen	<p>Ketepatan dan kecermatan dalam menjelaskan :</p> <p>a. Komunikasi Organisasi</p> <p>1) Corporate Communications</p> <p>2) Marketing Public Relations</p> <p>3) People Communications</p> <p>b. Proses Manajemen Strategis Humas</p> <p>1) Visi, Misi dan Objektif</p> <p>2) Analisis Lingkungan</p> <p>3) Perumusan Strategi</p> <p>4) Implementasi Strategi</p> <p>c. Strategi Humas</p> <p>1) Strategi Internal Relations</p> <p>2) Strategi Eksternal Relations</p>	<p>Kriteria :</p> <p>Ketepatan dan Kecermatan</p> <p>Bentuk Nontest :</p> <p>Tugas Individu :</p> <p>Membuat Ringkasan Perkuliahan dan mengirimnya ke LMS Unpak.</p>	<p>Kuliah dan Diskusi :</p> <p>PB : 2 X (3 X 50")</p> <p>Tugas Individu :</p> <p>Menyusun Ringkasan Perkuliahan dan Studi Kepustakaan tentang Komunikasi Organisasi dan Manajemen Strategis Humas.</p> <p>[PT+KM:(1+1)x(3x60")]</p>	<p>https://lms.unpa.k.ac.id serta Google Meet Conference</p>	<p>1. Salmiyah, Dini, 2019, Marketing Public Relations, Deepublish, Yogyakarta.</p> <p>2. Iriantara, Yosol, 2004, Manajemen Strategis Public Relations, Ghalia Indonesia, Jakarta.</p>	2%
8	Ujian Tengah Semester						30%
9 & 10	Sub CPMK 5 : Mampu merancang Program Humas Pemasaran	<p>Ketepatan dan kecermatan dalam menjelaskan :</p> <p>a. Definisi Humas Pemasaran</p> <p>b. Perkembangan Humas Pemasaran</p> <p>c. Fungsi Humas Pemasaran</p> <p>d. Tujuan Humas Pemasaran</p>	<p>Kriteria :</p> <p>Ketepatan dan Kecermatan</p> <p>Bentuk Nontest :</p> <p>Tugas Individu :</p>	<p>Kuliah dan Diskusi :</p> <p>PB : 2 X (3 X 50")</p> <p>Tugas Individu :</p> <p>Menyusun Ringkasan Perkuliahan dan Studi Kepustakaan tentang</p>		<p>1. Smith, 1998, Marketing Communication, Kogan Page, London.</p>	

		<p>e. Karakteristik Humas Pemasaran</p> <p>f. Humas Pemasaran dalam Komunikasi Pemasaran</p> <p>g. Bauran Humas Pemasaran</p> <p>h. Humas Pemasaran antara Penjualan dan Pencitraan</p> <p>i. Peranan dan Kontribusi Humas Pemasaran</p> <p>j. Strategi Humas Pemasaran</p> <p>k. Humas Pemasaran di Era Digital</p>	<p>Tugas Individu : Membuat Ringkasan Perkuliahan dan mengirimnya ke LMS Unpak.</p> <p>Tugas Kelompok : Membuat Laporan Kelompok Hasil Studi Banding dan Kunjungan Kerja ke Humas PT Telkom Tbk dan Humas Pemprov DKI dan Mengirimnya ke LMS Unpak</p>	<p>Program Humas. [PT+KM:(1+1)x(3x60'')]</p> <p>Tugas Kelompok 3 : Menyusun Laporan Studi Banding dan Kunjungan Kerja Kehumasan ke Humas Telkom Tbk dan Humas Pemprov DKI. [PT+KM:(1+1)x(3x60'')]</p>	<p>https://lms.unpak.ac.id serta Google Meet Conference</p>	<p>2. Shimp, Terence, 1997, Integrated Marketing Communications, The Dryden Press, New York.</p>	4%
11 & 12	Sub CPMK 6 : Mampu merancang Pesan dalam Kegiatan Humas Pemasaran.	<p>Ketepatan dan kecermatan dalam menjelaskan :</p> <p>a. Karakteristik Pesan Humas Pemasaran</p> <p>1) Proaktif PR</p> <p>2) Reaktif PR</p> <p>b. Pesan MPR dan Pesan Komunikasi Pemasaran</p> <p>1) Konten Visual dan Teks</p> <p>2) Sebelas Metoda Pemasaran Visual</p> <p>c. Berbicara dengan Konsumen melalui Media Digital</p> <p>d. Pesan untuk Generasi Milenial</p>	<p>Kriteria : Ketepatan dan Kecermatan</p> <p>Bentuk Nontest :</p> <p>Tugas Individu : Membuat Ringkasan Perkuliahan dan mengirimnya ke LMS Unpak.</p>	<p>Kuliah dan Diskusi : PB : 2 X (3 X 50")</p> <p>Tugas Individu : Menyusun Ringkasan Perkuliahan dan Studi Kepustakaan tentang merancang Pesan dalam Kegiatan Humas Pemasaran. [PT+KM:(1+1)x(3x60'')]</p>	<p>https://lms.unpak.ac.id serta Google Meet Conference</p>	<p>1. Shimp, Terence, 1997, Integrated Marketing Communications, The Dryden Press, New York.</p> <p>2. Salmiyah, Dini, 2019, Marketing Public Relations, Deepublish, Yogyakarta.</p>	4%

13 & 14 & 15	Sub CPMK 7 : Mampu membuat Perencanaan dan Implementasi Strategi Humas Pemasaran berbasis Marketing Experiential.	Ketepatan dan kecermatan dalam menjelaskan : a. Experience dalam Humas Pemasaran b. Emotional Conection dalam Humas Pemasaran c. Perencanaan dan Strategi Humas Pemasaran	Kriteria : Ketepatan dan Kecermatan Bentuk Nontest : Tugas Individu : Membuat Ringkasan Perkuliahan dan mengirimnya ke LMS Unpak. Tugas Kelompok : Membuat Makalah Kelompok, PPT Presentasi Kelompok, dan Rekaman Presentasi Kelompok di Link Youtube serta Mengirimnya ke LMS Unpak.	Kuliah dan Diskusi : PB : 2 X (3 X 50") Tugas Individu : Menyusun Ringkasan Perkuliahan dan Studi Kepustakaan tentang Perencanaan dan Implementasi Strategi Humas Pemasaran Berbasis Marketing Experiential. [PT+KM:(1+1)x(3x60")] Tugas Kelompok 4 : Menyusun Makalah dengan tema "Merancang Perencanaan dan Implementasi Strategi Humas Pemasaran Berbasis Marketing Experiential". [PT+KM:(1+1)x(3x60")]	https://lms.unpa.k.ac.id serta Google Meet Conference	1. Salmiyah, Dini, 2019, Marketing Public Relations , Deepublish, Yogyakarta. 2. Similansky, Shaz, 2009, Experiential Marketing , Kogan Page, London.	8%
16	Ujian Akhir Semester						40%
	Total Bobot Nilai %						100%