



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

**SILABUS KOMUNIKASI PEMASARAN**

No.

Revisi : 00

Tgl. Juli 2015

Hal 1 dari 3

**MATAKULIAH : KOMUNIKASI PEMASARAN**  
**KODE MATAKULIAH : MNJ6332 (3 SKS TEORI)**  
**SEMESTER : Gasal**  
**PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**  
**DOSEN PENGAMPU : DR. TONY WIJAYA.,MM**

### **A. Deskripsi Mata Kuliah**

Matakuliah komunikasi pemasaran mempelajari pemahaman salah satu aspek bauran pemasaran yaitu promosi/komunikasi pemasaran lebih mendalam. Mata kuliah ini membekali mahasiswa dengan pandangan kontemporer atas peran dan fungsi komunikasi pemasaran dengan menggunakan strategi komunikasi pemasaran yang terpadu. Mata kuliah ini memberi penekanan mengenai pentingnya konsep komunikasi pemasaran yang terpadu dalam meningkatkan ekuitas merek, dan memengaruhi perilaku pembelian, serta membahas secara menyeluruh mengenai semua aspek program komunikasi pemasaran secara terpadu yaitu periklanan, promosi penjualan, pengemasan, penentuan merek, *point of purchase*, humas yang berorientasi pemasaran, sponsorship, dan *personal selling*.

### **B. Standar Kompetensi Mata Kuliah**

Mahasiswa memahami komunikasi pemasaran terpadu lebih mendalam serta mampu menggunakan strategi komunikasi pemasaran yang terpadu dalam meningkatkan ekuitas merek, dan mempengaruhi perilaku pembelian, serta membahas secara menyeluruh mengenai semua aspek program komunikasi pemasaran secara terpadu yaitu periklanan, promosi penjualan, pengemasan, penentuan merek, *point of purchase*, humas yang berorientasi pemasaran, sponsorship, dan *personal selling*.

### **C. Proses Pembelajaran**

Pembelajaran dilaksanakan di dalam kelas dengan metode ceramah, diskusi, dan penugasan.

### **D. Referensi**

1. Wajib:

Shimp, T.,A. *Advertising, Promotion, and Other Aspect of Integrated Marketing Communications* (2010). S-W Cengage Learning: Canada. (A)

2. Anjuran:

Belch, G,E, & Belch, M, A. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (2003). McGraw Hill: US. (B)

Percy, L. *Strategic Integrated Marketing Communications* (2008). British Libabry: Canada. (C)

Jurnal komunikasi pemasaran (J)



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

**SILABUS KOMUNIKASI PEMASARAN**

No.	Revisi : 00	Tgl. Juli 2015	Hal 2 dari 3
-----	-------------	----------------	--------------

### E. Penilaian

No.	Komponen Penilaian	Bobot (%)
1	Partisipasi Kuliah/kuis	10%
2	Tugas	25%
3	Ujian Tengah Semester	25%
4	Ujian Akhir Semester	40%
	<b>JUMLAH</b>	<b>100%</b>

### F. Skema Pembelajaran

Pertemuan /Minggu	Kompetensi Dasar	Materi Pokok	Kegiatan Pembelajaran	Sumber Bahan/ Referensi
1	Mahasiswa mampu memahami lingkup dan pentingnya komunikasi pemasaran	1. Penjelasan silabus 2. Menjelaskan pemasaran secara umum 3. Menjelaskan pentingnya aspek komunikasi	1. Ceramah 2. Tanya jawab/diskusi 3. Communication game	A1
2-4	Mahasiswa mampu memahami komunikasi pemasaran terintegrasi	1. Pendahuluan komunikasi pemasaran terintegrasi 2. Tantangan komunikasi pemasaran 3. Kesuksesan merek baru	1. Ceramah 2. Diskusi kelas 3. Communication game	A1-3 B1-2
5-7	Mahasiswa mampu memahami tentang model keputusan komunikasi pemasaran	1. Targeting 2. Positioning 3. Penyusunan tujuan dan anggaran	1. Ceramah 2. Diskusi kelas 3. Problem solving	A4-6 B5/7
8	<b>Ujian Mid Semester</b>			
9-11	Mahasiswa mampu memahami manajemen periklanan	1. Pendahuluan manajemen iklan 2. Pesan iklan efektif dan kreatif 3. Endorser dan daya tarik iklan 4. Mengukur efektivitas pesan iklan 5. Perencanaan dan analisis media iklan 6. Media iklan tradisional 7. Iklan internet 8. Media iklan lainnya	1. Ceramah 2. Diskusi kelas 3. Presentasi	A7-14 B3, B6



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

**SILABUS KOMUNIKASI PEMASARAN**

No.

Revisi : 00

Tgl. Juli 2015

Hal 3 dari 3

12-14	Mahasiswa mampu memahami manajemen promosi penjualan	1. Promosi penjualan 2. Sampling dan kupon 3. Premium dan promosi lainnya 4. Manajemen WOM dan pemasaran yang berorientasi PR 5. Sponsorsip dan event 6. Signage dan point of purchase communication	1. Ceramah 2. Diskusi kelas 3. Presentasi	A15-20
15	Mahasiswa mampu memahami batasan model komunikasi pemasaran	Etika regulasi dan isu lingkungan	1. Ceramah 2. Diskusi kelas 3. Presentasi	A21
16	<b>Ujian Akhir Semester</b>			

Mengetahui,  
Ketua Jurusan,

Dosen pengampu,

Setyabudi Indartono.,PhD  
197207202003121001

Dr. Tony Wijaya,MM  
197907162014041001