

Dokumen Bahan Ajar Non-ISBN

Eid mubarak



Bahan Ajar Desain Pesan dan Periklanan

(Edisi Revisi Th.2020)

Heri Akhmadi

2019-2020

 **UMY** Agribisnis

LEMBAR PENGESAHAN
BAHAN AJAR NON ISBN

Mata Kuliah : Desain Pesan dan Periklanan
Penyusun : Heri Akhmadi, S.P., M.A.
NIK 19820126201602 133 064

Unit Kerja : Program Studi Agribisnis

Yogyakarta, 30 Mei 2019
Ketua Program Studi Agribisnis



Ir. Eni Istiyanti, M.P.
NIK. 19650120 198812 133 003

PRAKATA

Desain Pesan dan Periklanan merupakan mata kuliah wajib bagi mahasiswa semester 5 Program Studi Agribisnis. Salah satu tujuan dari mata kuliah ini adalah menjadi sarana untuk memenuhi salah satu kompetensi lulusan agribisnis sebagai seorang manajer dan entrepreneur yang mampu merancang dan mengoperasikan pengembangan unit bisnis serta jejaring usaha agribisnis yang inovatif, menciptakan nilai tambah dan berwawasan lingkungan. Pemenuhan kompetensi itu di dapat salah satunya dengan mempunyai kemampuan menjalankan bisnis yang efisien dan efektif dalam hal ini khususnya di kegiatan pemasaran produk melalui kemampuan mendesain dan menyampaikan pesan yang efektif dan efisien kepada target pasar (konsumen).

Tabel. Struktur Materi Isi Bahan Ajar

BLOK	Bahan Kajian	Materi Kuliah/Sub Bahan Kajian
A	Konsep Dasar Periklanan	1 Konsep Dasar Periklanan
		2 Kedudukan, Fungsi dan Macam-Macam Pendekatan Pesan Periklanan
		3 Sejarah dan Perkembangan Industri Jasa Periklanan
B	Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC)	4 IMC dan Periklanan
		5 Segmentasi dan Positioning dalam Periklanan
C	Produksi dan Kreativitas Iklan	6 Kreativitas dalam Periklanan
		7 Produksi Iklan Cetak, Radio, TV
		8 Produksi Iklan Internet dan Sosial Media
		9 Etika dalam Iklan
D	Media Periklanan	10 Creative Brief
		11 Periklanan dan Media
E	Manajemen Agensi Periklanan	12 Perencanaan, Anggaran dan Pemilihan Media Periklanan
		13 Bisnis dan Cara Kerja Agensi Periklanan
F	Periklanan Produk Pertanian	14 Hubungan Agen dan Klien
		15 Urgensi Iklan dalam Pemasaran Pertanian
		16 Iklan Produk Pertanian

Selamat Membaca!

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PRAKATA	ii
DAFTAR ISI	iii
KONSEP DASAR PERIKLANAN	1
Bab I. Konsep Dasar Periklanan	2
Bab II. Kedudukan, Fungsi dan Macam-Macam Pendekatan Pesan Periklanan	7
Bab III. Sejarah dan Perkembangan Industri Jasa Periklanan	8
KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU (IMC) DAN PERIKLANAN.....	9
Bab IV. IMC dan Periklanan	10
Bab V. Segmentasi dan Positioning dalam Periklanan	11
PRODUKSI DAN KREATIVITAS IKLAN	13
Bab VI. Kreativitas dalam Periklanan	13
Bab VII. Produksi Iklan Cetak, Radio, TV	14
Bab VIII. Produksi Iklan Internet dan Sosial Media	15
Bab IX. Etika dalam Iklan	16
Bab X. Creative Brief	17
MEDIA PERIKLANAN	18
Bab XI. Periklanan dan Media.....	19
Bab XII. Perencanaan, Anggaran dan Pemilihan Media Periklanan	20
MANAJEMEN AGENSI PERIKLANAN.....	21
Bab XIII. Bisnis dan Cara Kerja Agensi Periklanan	21
Bab XIV. Hubungan Agen dan Klien	22
PERIKLANAN PRODUK PERTANIAN	23
Bab XV. Urgensi Iklan dalam Pemasaran Pertanian.....	24
Bab XVI. Iklan Produk Pertanian	25
DAFTAR PUSTAKA	26
GLOSARIUM	28
INDEKS	29
KOMENTAR TOKOH	31

KONSEP DASAR PERIKLANAN

Ini merupakan blok pertama dalam kuliah Desain Pesan dan Periklanan. Ada tiga topik bahasan yang disampaikan selama 3 kali pertemuan (pekan) kuliah yaitu:

1. Konsep Dasar Periklanan
2. Kedudukan, Fungsi dan Macam-Macam Pendekatan Pesan Periklanan
3. Sejarah dan Perkembangan Industri Jasa Periklanan

Bab I. Konsep Dasar Periklanan

Bab ini membahas mengenai konsep dasar periklanan. Dibahas juga mengenai hubungan kegiatan pemasaran dengan kegiatan periklanan. Setelah mengikuti kuliah bab ini, mahasiswa diharapkan memahami konteks hubungan antara kegiatan pemasaran dan periklanan dan memahami konsep dasar dari adanya kegiatan periklan dalam bisnis.

Diantara yang menjadi pembahasan dalam bab ini adalah:

- Pengantar Periklanan
- Hubungan Kegiatan Pemasaran dan Periklanan,
- Marketing Mix



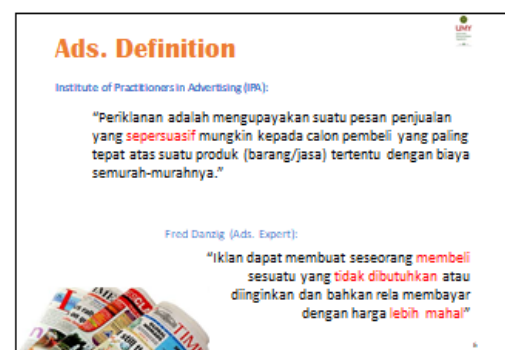
1



2



5



6