



**UNIVERSITAS PAKUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**PROGRAM STUDI: BISNIS DIGITAL**

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**

MATA KULIAH (MK)	KODE	RUMPUN MK	BOBOT (SKS)	SEMESTER	NO&TGL DOK
Digital Marketing	BDI6103		3	3 (TIGA)	
<b>OTORISASI</b>	<b>Pengembang RPS</b>	<b>Koordinator RMK</b>		<b>Ketua Prodi</b>	
				Dion Achmad Armadi, S.E., M.Si	
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	<b>CPL-PRODI yang dibebankan pada MK</b>				
	CPL 2	Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme, menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta rasa tanggung jawab pada negara dan bangsa dengan berdasarkan konstitusi serta menunjukkan sikap bertanggung jawab, jujur dan profesional atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri, kejujuran, dan kewirausahaan (S4, S5, S6, S7, S8, S9, S10, S11)			
	CPL 5	Memiliki pengetahuan terkait pemasaran konvensional, pemasaran digital dan riset pemasaran. (P3)			
	CPL 10	Mampu melakukan proses evaluasi diri, mengelola pembelajaran secara mandiri dan mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi (KU9, KU11)			
	CPL 12	Mampu merancang dan mengembangkan strategi pemasaran yang terintegrasi secara konvensional maupun digital berdasarkan hasil analisis pasar dan tren yang berlaku di masa kini dan mendatang pada organisasi laba dan nirlaba. (KK2)			
	<b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b>				
CPMK 1	Mampu mengaplikasikan pemasaran dalam bentuk digital				

	CPMK 2	Mampu merumuskan strategi bisnis secara digital menggunakan data				
	CPMK 3	Mampu mendesain konten pemasaran digital menggunakan aplikasi				
	<b>Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CMPK)</b>					
	Sub-CPMK 1	Mahasiswa diharapkan dapat menguasai konsep digital marketing dan mengaplikasikannya				
	Sub-CPMK 2	Mahasiswa diharapkan dapat melakukan analisis data digital				
	Sub-CPMK 3	Mahasiswa diharapkan dapat merancang bauran pemasaran/marketing mix				
	Sub-CPMK 4	Mahasiswa diharapkan dapat merencanakan dan mendesain konten digital marketing pada sosial media				
	Sub-CPMK 5	Mahasiswa diharapkan dapat menganalisis dan mengoptimasi efektifitas implementasi digital marketing				
	Sub-CPMK 6	Mahasiswa diharapkan dapat menyusun project report dengan berkala				
	<b>Korelasi CPL terhadap CPMK</b>					
		CPMK 1	CPMK 2	CPMK 3		
	CPL 2					
	CPL 5					
	CPL 10					
	CPL 12					
<b>Deskripsi Singkat MK</b>	Mata kuliah <b>Digital Marketing</b> yang membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan dengan meutamakan penguasaan topik utama yaitu, konsep dasar pemasaran digital, keterampilan strategi pada media sosial, menggunakan photography dan videography sebagai sarana pemasaran digital, menggunakan konsep SEO dan bisa menyajikan laporan proyek.					
<b>Bahan Kajian/ Materi Pembelajaran</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsep dasar digital marketing</li> <li>2. Perencanaan bisnis dan analisis data digital</li> <li>3. Merancang Bauran Pemasaran (Marketing Mix)</li> <li>4. Sosial Media Marketing</li> <li>5. Marketplace untuk Media Marketing</li> <li>6. Merancang dan mendesain konten digital marketing pada media social</li> <li>7. Merancang Strategi Konten</li> <li>8. Merencanakan konten halaman website untuk Digital marketing.</li> <li>9. Menggunakan Photography Digital secara tepat untuk pemasaran Digital pada sosial media.</li> <li>10. Menggunakan Dasar Videography Digital untuk pemasaran Digital pada social media.</li> <li>11. Merencanakan budgeting periklanan yang efektif di media social dan melaporkan hasil dari periklanan</li> <li>12. Menggunakan Google Bisnisku dan membuat landing page untuk menampilkan produk dan jasa</li> </ol>					

	13. Memahami konsep SEO, mengukur kinerja SEO dan melakukan optimasi SEO 14. Menyajikan project report
<b>Pustaka</b>	<b>Utama:</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Kartajaya, H. (2017). CITIZEN 4.0. Menjejakkan Prinsip-prinsip Pemasaran Humanis di Era Digital. Gramedia Pustaka Utama</li> <li>● Kotler, P., Kartajaya, P., Setiawan, I. (2017) MARKETING 4.0. Moving from Traditional to Digital</li> <li>● Chakti, Andi Gunawan (2019). The Book of Digital Marketing. Celebes Media Perkasa</li> <li>● Agung A., (2021). The Fundamental of Digital Marketing. PT Elex Media Komputindo</li> </ul>
	<b>Pendukung:</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Chaffey, Dave, Chadwick, Fiona Ellis (2016). Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice. Pearson Education Limited</li> <li>● Lisdawati, S., Hendri, M., Hutapean, J. (2020) Pemasaran Digital. Yayasan Kita Menulis</li> <li>● Sholihin R., (2019). Digital Marketing di Era 4.0. Quadrant</li> </ul>
<b>Dosen Pengampu</b>	Nizam M. Andrianto, SP., MM. Aditya Prima Yudha, S.Pi., MM.
<b>Mata Kuliah Syarat</b>	-

Minggu ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian %
		Indikator	Kriteria & bentuk	Luring	Daring		
1	Mahasiswa diharapkan dapat menguasai dan mengimplementasikan konsep dasar digital marketing	- Ketepatan menginterpretasikan konsep dasar digital marketing	<b>Kriteria;</b> Ketepatan & penguasaan  <b>Bentuk non tes;</b> Pembuatan makalah	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Kuliah dan Diskusi TM: 1x(2x50)</li> <li>● Tugas 1; Study kasus</li> </ul>	lms.unpak.ac.id	Konsep dasar digital marketing	5
2	Mahasiswa diharapkan dapat melakukan perencanaan bisnis dan analisis data	- Ketepatan menginterpretasikan perencanaan bisnis dan analisis data	<b>Kriteria;</b> Ketepatan & penguasaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Kuliah dan Diskusi TM: 1x(2x50)</li> <li>● Tugas 2;</li> </ul>	lms.unpak.ac.id	Perencanaan bisnis dan analisis data digital	5

			<b>Bentuk non tes;</b> Pembuatan makalah	Study kasus			
3	Mahasiswa diharapkan dapat Merancang Bauran Pemasaran	- Ketepatan menginterpretasikan rancangan bauran pemasaran	<b>Kriteria;</b> Ketepatan & penguasaan  <b>Bentuk non tes;</b> Pembuatan makalah	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Kuliah dan Diskusi TM: 1x(2x50)</li> <li>● Tugas 3; Study kasus</li> </ul>	lms.unpak.ac.id	Merancang Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	5
4	Mahasiswa diharapkan dapat menggunakan Sosial Media Marketing	- Ketepatan menginterpretasikan sosial media marketing	<b>Kriteria;</b> Ketepatan & penguasaan  <b>Bentuk non tes;</b> Pembuatan makalah	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Kuliah dan Diskusi TM: 1x(2x50)</li> <li>● Tugas 4; Study kasus</li> </ul>	lms.unpak.ac.id	Sosial Media Marketing	5
5	Mahasiswa diharapkan dapat menggunakan Marketplace untuk Media Marketing	- Ketepatan menginterpretasikan marketplace untuk media marketing	<b>Kriteria;</b> Ketepatan & penguasaan  <b>Bentuk non tes;</b> Pembuatan makalah	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Kuliah dan Diskusi TM: 1x(2x50)</li> <li>● Tugas 5; Study kasus</li> </ul>	lms.unpak.ac.id	Marketplace untuk Media Marketing	5
6	Mahasiswa diharapkan dapat Merancang dan mendesain dan konten digital marketing pada media social	- Ketepatan menginterpretasikan rancangan desai dan konten digital marketing pada media social	<b>Kriteria;</b> Ketepatan & penguasaan  <b>Bentuk non tes;</b> Pembuatan makalah	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Kuliah dan Diskusi TM: 1x(2x50)</li> <li>● Tugas 6; Study kasus</li> </ul>	lms.unpak.ac.id	Merancang dan mendesain dan konten digital marketing pada media social	10
7	Mahasiswa diharapkan dapat Merancang Strategi Konten	- Ketepatan menginterpretasikan rancangan strategi konten	<b>Kriteria;</b> Ketepatan & penguasaan  <b>Bentuk non tes;</b> Pembuatan makalah	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Kuliah dan Diskusi TM: 1x(2x50)</li> <li>● Tugas 7; Study kasus</li> </ul>	lms.unpak.ac.id	Merancang Strategi Konten	5

8 Ujian Tengah Semester							
9	Mahasiswa diharapkan dapat Merencanakan konten halaman website untuk Digital marketing	- Ketepatan menginterpretasikan rancangan konten halaman website untuk digital marketing	<b>Kriteria;</b> Ketepatan & penguasaan  <b>Bentuk non tes;</b> Pembuatan makalah	● Kuliah dan Diskusi TM: 1x(2x50) ● Tugas 8; Presentasi	lms.unpak.ac.id	Merencanakan konten halaman website untuk Digital marketing	10
10	Mahasiswa diharapkan dapat Menggunakan Photography Digital secara tepat untuk pemasaran Digital pada sosial media	- Ketepatan menginterpretasikan Photography Digital secara tepat untuk pemasaran Digital pada sosial media	<b>Kriteria;</b> Ketepatan & penguasaan  <b>Bentuk non tes;</b> Pembuatan makalah	● Kuliah dan Diskusi TM: 1x(2x50) ● Tugas 9; Presentasi	lms.unpak.ac.id	Menggunakan Photography Digital secara tepat untuk pemasaran Digital pada sosial media	5
11	Mahasiswa diharapkan dapat menggunakan Dasar Videography Digital untuk pemasaran Digital pada social media	- Ketepatan menginterpretasikan Dasar Videography Digital untuk pemasaran Digital pada social media	<b>Kriteria;</b> Ketepatan & penguasaan  <b>Bentuk non tes;</b> Pembuatan makalah	● Kuliah dan Diskusi TM: 1x(2x50) ● Tugas 10; Presentasi	lms.unpak.ac.id	Dasar Videography Digital untuk pemasaran Digital pada social media	10
12	Mahasiswa diharapkan dapat merancang budgeting periklanan dan membuat laporan	- Ketepatan menginterpretasikan budgeting periklanan dan membuat laporan	<b>Kriteria;</b> Ketepatan & penguasaan  <b>Bentuk non tes;</b> Pembuatan makalah	● Kuliah dan Diskusi TM: 1x(2x50) ● Tugas 11; Presentasi	lms.unpak.ac.id	Budgeting periklanan yang efektif di media social dan melaporkan hasil dari periklanan	5
13	Mahasiswa diharapkan dapat Menggunakan Google Bisnisku dan membuat landing page untuk menampilkan produk dan jasa	- Ketepatan menginterpretasikan penggunaan Google Bisnisku dan membuat landing page untuk menampilkan produk dan jasa	<b>Kriteria;</b> Ketepatan & penguasaan  <b>Bentuk non tes;</b> Pembuatan makalah	● Kuliah dan Diskusi TM: 1x(2x50) ● Tugas 12; Presentasi	lms.unpak.ac.id	Menggunakan Google Bisnisku dan membuat landing page untuk menampilkan produk dan jasa	10
14	Mahasiswa diharapkan dapat menggunakan	- Ketepatan menginterpretasikan	<b>Kriteria;</b> Ketepatan &	● Kuliah dan Diskusi	lms.unpak.ac.id	Konsep SEO, mengukur kinerja	10

	Konsep SEO, mengukur kinerja SEO dan melakukan optimasi SEO	penggunaan Konsep SEO, mengukur kinerja SEO dan melakukan optimasi SEO	penguasaan <b>Bentuk non tes;</b> Pembuatan makalah	TM: 1x(2x50) ● Tugas 13; Presentasi		SEO dan melakukan optimasi SEO	
15	Mahasiswa diharapkan dapat membuat Project Report	- Ketepatan menginterpretasikan Project Report	<b>Kriteria;</b> Ketepatan & penguasaan  <b>Bentuk non tes;</b> Pembuatan makalah	● Kuliah dan Diskusi TM: 1x(2x50) ● Tugas 12; Presentasi	lms.unpak.ac.id	Project Report	10
16	<b>Ujian Akhir Semester</b>						

#### Rencana, Distribusi, dan Persentase Penilaian MK\*

Sub-CPMK	Tes Tulis	Tes Lisan	Presentasi	Keaktifan	Sikap	UTS	UAS	Persentase Penilaian
Sub-CPMK 1								
Sub-CPMK 2								
Sub-CPMK 3								
Sub-CPMK 4								
Sub-CPMK 5								
Sub-CPMK 6								
<b>Persentase Penilaian</b>								

Bogor, 2023  
Dosen Pengampu,

.....

Keterangan \*): Bentuk dan jenis penilaian dapat disesuaikan dengan karakteristik mata kuliah