



**INSITITUT INFORMATIKA & BISNIS DARMAJAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL**

No. Dokumen
4FM-DP40103

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

No. Revisi
00

Hal
1 dari 9

Tanggal Terbit
2 Oktober 2024

MATAKULIAH	KODE MK	SEMESTER	BOBOT SKS
Search Engine Marketing	BDG23422	Satu (7)	2/2
Otorisasi/Pengesahaan	Dosen Pengembang RPS  M. Ariza Eka Yusendra S.P., M.M	Koordinator Bidang Ilmu (KBK)  Trufi Murdiani S.T., M.A	Ketua Program Studi  M. Ariza Eka Yusendra S.P., M.M
Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)	CPL-S		
	S-2	Memiliki tanggung jawab, profesionalitas, kepercayaan diri, kematangan emosional dan peka terhadap lingkungan sosial, etika dan kesadaran untuk menjadi pembelajar sepanjang	
	CPL-KU		
	KU-1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, kreatif dan inovatif dengan memanfaatkan teknologi informasi untuk menghasilkan solusi yang diwujudkan dalam dokumen scientific dan implementasi bidang keahlian yang berintegritas	
	CPL-P		
CPL-P2	Mampu menjelaskan konsep dan teori digital marketing terkait dengan analisis produk dan pasar digital, perilaku konsumen digital, strategi menarik pelanggan di bisnis digital, pengembangan konten marketing, penggunaan teknik dan alat pemasaran digital, dan scaleup pasar untuk meningkatkan loyalitas pelanggan digital		

	CPL-KK	
	CPL-KK3	Mampu mengimplementasikan digital marketing frameworks untuk mengembangkan solusi produk, menarik pelanggan untuk melakukan pembelian dan meningkatkan branding dan loyalitas konsumen
	CPL-KK4	Mampu membuat konten dengan desain visual yang menarik sesuai dengan selera dan permintaan pelanggan
Capaian Pembelajaran Matakuliah (CPMK)	CPMK-1	Mahasiswa mampu memahami konsep dasar SEO (Search Engine Optimization) dan SEM (Search Engine Marketing), perbedaan di antara keduanya, serta peran keduanya dalam meningkatkan visibilitas dan trafik website
	CPMK-2	Mahasiswa mampu menjelaskan cara kerja search engine, jenis-jenis search engine, algoritma pencarian, dan pembaruan algoritma Google terbaru serta pengaruhnya terhadap strategi SEO
	CPMK-3	Mahasiswa mampu membuat website bisnis dan landing page yang SEO-friendly serta memahami elemen penting dari landing page yang efektif
	CPMK-4	Mahasiswa mampu menggunakan berbagai tools SEO seperti Ahrefs, Google Keyword Planner, SEMrush, dan Ubersuggest untuk melakukan riset kata kunci, analisis kompetitor, dan optimasi konten
	CPMK-5	Mahasiswa mampu menerapkan strategi local SEO dengan menggunakan Google My Business dan optimasi kata kunci lokal untuk meningkatkan visibilitas bisnis dalam hasil pencarian lokal
	CPMK-6	Mahasiswa mampu mengoptimalkan halaman website menggunakan strategi On Page SEO untuk optimasi konten, judul, meta deskripsi, dan struktur URL yang sesuai dengan kaidah SEO
	CPMK-7	Mahasiswa mampu merencanakan dan menerapkan strategi Off Page SEO, termasuk pembangunan backlink berkualitas, optimasi media sosial, kolaborasi dengan influencer, dan audit backlink untuk meningkatkan otoritas situs
	CPMK-8	Mahasiswa mampu menggunakan Google Analytics untuk menganalisis performa website, memantau perilaku pengunjung, dan mengambil keputusan berbasis data untuk mengoptimalkan kampanye pemasaran digital
	CPMK-9	Mahasiswa mampu merancang dan mengelola kampanye iklan menggunakan Google Ads, serta memahami konsep paid search advertising dan cara meningkatkan ROI dari kampanye

CPMK-10	Mahasiswa mampu memanfaatkan YouTube sebagai platform untuk kampanye iklan, memahami jenis-jenis iklan di YouTube, dan merencanakan strategi iklan yang efektif
CPMK-11	Mahasiswa mampu menyusun strategi content marketing yang SEO-friendly, memahami pentingnya konten berkualitas, dan bagaimana SEO dapat mendukung peningkatan
CPMK-12	Mahasiswa mampu memanfaatkan AI dalam optimasi SEO, seperti riset kata kunci, pembuatan konten, dan analisis backlink, serta memahami bagaimana AI dapat membantu
CPMK-13	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep performance marketing dalam konteks Search Engine Marketing (SEM), mengukur hasil kampanye SEM berdasarkan KPI (Key Performance Indicators) seperti CTR, konversi, dan ROI, serta menggunakan alat-alat analisis untuk memaksimalkan efektivitas kampanye berbayar.
CPMK-14	Mahasiswa mampu merancang dan mengimplementasikan strategi SEO yang efektif dengan kombinasi On Page, Off Page, dan Technical SEO untuk meningkatkan peringkat di mesin pencari, serta melakukan evaluasi dan penyesuaian strategi berdasarkan hasil analisis performa situs.

Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK

Sub-CPMK	CPMK													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	14
Sub-CPMK-1.1	√													
Sub-CPMK-1.2	√													
Sub-CPMK-1.3	√													
Sub-CPMK-2.1		√												
Sub-CPMK-2.2		√												
Sub-CPMK-2.3		√												
Sub-CPMK-3.1			√											
Sub-CPMK-3.2			√											
Sub-CPMK-3.3			√											
Sub-CPMK-4.1				√										
Sub-CPMK-4.2				√										
Sub-CPMK-4.3				√										
Sub-CPMK-5.1					√									
Sub-CPMK-5.2					√									
Sub-CPMK-5.3					√									
Sub-CPMK-6.1						√								
Sub-CPMK-6.2						√								
Sub-CPMK-7.1							√							
Sub-CPMK-7.2							√							

Sub-CPMK-7.3							√								
Sub-CPMK-8.1								√							
Sub-CPMK-8.2								√							
Sub-CPMK-8.3								√							
Sub-CPMK-9.1									√						
Sub-CPMK-9.2									√						
Sub-CPMK-9.3									√						
Sub-CPMK-10.1										√					
Sub-CPMK-10.2										√					
Sub-CPMK-10.3										√					
Sub-CPMK-11.1											√				
Sub-CPMK-11.2											√				
Sub-CPMK-11.3											√				
Sub-CPMK-12.1												√			
Sub-CPMK-12.2												√			
Sub-CPMK-12.3												√			
Sub-CPMK-13.1													√		
Sub-CPMK-13.2													√		
Sub-CPMK-13.3													√		
Sub-CPMK-14.1														√	
Sub-CPMK-14.2														√	
Sub-CPMK-14.3														√	

<p>Deskripsi Singkat Matakuliah</p>	<p>Mata kuliah Search Engine Marketing (SEM) bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam kepada mahasiswa mengenai strategi dan teknik dalam meningkatkan visibilitas bisnis di mesin pencari melalui optimasi organik (SEO) dan kampanye iklan berbayar (SEM). Mata kuliah ini mencakup berbagai topik mulai dari pengenalan SEO dan SEM, fungsi serta cara kerja mesin pencari, hingga penggunaan alat bantu seperti Ahrefs, SEMrush, dan Google Keyword Planner untuk riset kata kunci dan analisis kompetitor. Mahasiswa juga akan mempelajari cara membangun dan mengoptimalkan website serta landing page yang SEO-friendly, menerapkan strategi On Page dan Off Page SEO yang efektif, serta memanfaatkan Google My Business untuk optimasi lokal. Selain itu, mata kuliah ini mengeksplorasi penggunaan Google Analytics dan Google Ads untuk memantau performa kampanye, serta YouTube Ads untuk memperluas jangkauan pemasaran digital. Dengan memanfaatkan teknologi terkini, mahasiswa akan belajar bagaimana AI dapat diintegrasikan ke dalam SEO dan SEM untuk meningkatkan efektivitas strategi. Topik lainnya termasuk performance marketing dan implementasi strategi SEO yang komprehensif, yang bertujuan untuk memberikan keterampilan praktis kepada mahasiswa dalam merancang dan mengelola kampanye pemasaran digital yang sukses di dunia nyata.</p>
<p>Bahan Kajian / Materi Pembelajaran</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Search Engine Optimizatioin (SEO) 2. Search Engine Marketing (SEM) 3. Algoritma Pencarian dan Pembaruan Google 4. Keyword Research Analysis 5. On-Page SEO dan Off Page SEO 6. Web Analytics 7. Artifivial Intelligence dalam SEM 8. Performance Marketing

Pustaka		Utama 1. Enge, E., & Spencer, S. (2022). <i>The Art of SEO: Mastering Search Engine Optimization (4th ed.)</i> . O'Reilly Media. Pendukung: 1. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). <i>Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice</i> . Pearson. 2. Zahay, D. (2020). <i>Digital Marketing Management: A Handbook for the Current (or Future) CEO</i> . Sage Publications.					
Mata Kuliah Syarat		1. Design Thinking and Innovation 2. Financial Technology 3. Digital Marketing					
Minggu ke -	Sub-CPMK (Kemampuan akhir tiap tahapan belajar)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran (Media dan Sumber Belajar)	Waktu (menit)	Penilaian		
					Kriteria dan Bentuk	Indikator	Bobot (%)
1	Mahasiswa/i mampu: 1. Mendeskripsikan elemen-elemen utama dalam SEO dan SEM secara rinci 2. Menjelaskan hubungan SEO dan SEM dalam strategi pemasaran digital 3. Menjelaskan manfaat menggunakan SEO dan SEM	Pengantar SEO dan SEM	Bentuk: Ceramah, Responsi, studi kasus Aktifitas di kelas : Metode: Diskusi Media : Komputer/laptop dan internet	200 min	Kriteria : <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan dan penguasaan materi • Kedalaman analisis kasus Bentuk : <ul style="list-style-type: none"> • Non test, • Case Studies 	Pemahaman dasar tentang SEO dan SEM, Keaktifan dalam diskusi	2

2	<p>Mahasiswa/i mampu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan fungsi utama search engine dalam pemasaran digital 2. Membandingkan search engine populer berdasarkan fungsi 3. menjelaskan algoritma dasar search engine 	Mengenal Search Engine	<p>Bentuk: Ceramah, Responsi, studi kasus</p> <p>Aktifitas di kelas : Metode: Diskusi</p> <p>Media : Komputer/laptop dan internet</p>	200 min	<p>Kriteria :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan dan penguasaan materi • Kedalaman analisis kasus <p>Bentuk :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Non test, Case Studies 	Kemampuan menganalisis algoritma pencarian, Kemampuan memecahkan kasus	2
3	<p>Mahasiswa/i mampu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membangun elemen teknis website yang mendukung SEO dan SEM 2. Merancang landing page yang sesuai untuk meningkatkan konversi 3. Menilai efektivitas website menggunakan kriteria SEO 	Membangun Website dan Landing Page yang efektif	<p>Bentuk: Ceramah, Responsi, Simulasi, assistensi</p> <p>Aktifitas di kelas : Metode: Diskusi praktik</p> <p>Media : Komputer/laptop, internet, wordpress, elementor</p>	200 min	<p>Kriteria :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan dan penguasaan materi • Implementasi project <p>Bentuk :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistensi • Project 	Ketersediaan dan Kualitas website/landing page yang dibuat (SEO-friendly)	10
4	<p>Mahasiswa/i mampu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan tools SEO untuk mengoptimalkan konten dan performa website 2. Membandingkan keunggulan dan kekurangan dari beberapa tools SEO 3. Menerapkan tools SEO dalam analisis konten 	Tools SEO	<p>Bentuk: Ceramah, Responsi, Simulasi,</p> <p>Aktifitas di kelas : Metode: Diskusi praktik</p> <p>Media : Komputer /laptop, internet, ahrefs, semrush, ubersuggest</p>	200 min	<p>Kriteria :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan dan penguasaan materi • Implementasi project <p>Bentuk :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistensi • Project 	Kemampuan menggunakan tools SEO, Hasil analisis kompetitor dan kata kunci	5

5	<p>Mahasiswa/i mampu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui definisi Local SEO 2. Mampu mengenal fitur-fitur Google Profile sebagai Local SEO 3. Mampu menggunakan dan mengoptimalkan penggunaan google Profile sebagai Local SEO 	Local SEO Marketing	<p>Bentuk: Ceramah, Responsi, Simulasi, assistensi</p> <p>Aktifitas di kelas : Metode: Diskusi praktik</p> <p>Media : Komputer/laptop, internet, Google Profile</p>	200 min	<p>Kriteria :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan dan penguasaan materi • Implementasi project <p>Bentuk :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistensi • Project 	Pemahaman strategi SEO lokal, Kemampuan menerapkan optimasi lokal	15
6	<p>Mahasiswa/i mampu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi elemen-elemen kunci dalam strategi on page SEO. 2. Mengevaluasi teknik optimasi halaman situs. 3. Mengimplementasikan strategi on page SEO yang efektif. 	Strategi on Page SEO	<p>Bentuk: Ceramah, Responsi, Simulasi, assistensi</p> <p>Aktifitas di kelas : Metode: Diskusi praktik</p> <p>Media : Komputer/laptop, internet, rankmath</p>	200 min	<p>Kriteria :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan dan penguasaan materi • Implementasi project <p>Bentuk :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistensi • Project 	Kualitas optimasi On Page SEO yang dilakukan, Penerapan struktur konten	15
7	<p>Mahasiswa/i mampu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi elemen-elemen kunci dalam strategi off page SEO. 2. Mengevaluasi pentingnya link building dalam SEO. 3. Mengimplementasikan strategi off page SEO yang mendukung peningkatan ranking. 	Strategi Off Page SEO dan Link Building	<p>Bentuk: Ceramah, Responsi, Simulasi, assistensi</p> <p>Aktifitas di kelas : Metode: Diskusi praktik</p> <p>Media : Komputer/laptop, internet, ahref, semrush</p>	200 min	<p>Kriteria :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan dan penguasaan materi • Implementasi project <p>Bentuk :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistensi • Project 	Kualitas strategi backlink yang diusulkan, Hasil audit backlink	15

8	Ujian Tengah Semester (2)						
9	<p>Mahasiswa/i mampu:</p> <ol style="list-style-type: none"> Mengidentifikasi fitur utama Google Analytics. Menganalisis data untuk pengambilan keputusan SEM. Mengimplementasikan laporan Google Analytics untuk peningkatan performa website. 	Penggunaan Google Analytics	<p>Bentuk: Ceramah, Responsi, Simulasi, assitensi</p> <p>Aktifitas di kelas : Metode: Diskusi praktik</p> <p>Media : Komputer/laptop, internet, website, wordpress, google sitekit</p>	200 min	<p>Kriteria :</p> <ul style="list-style-type: none"> Ketepatan dan penguasaan materi Implementasi project <p>Bentuk :</p> <ul style="list-style-type: none"> Asistensi Project 	Pemahaman penggunaan Google Analytics, Kemampuan Analisis data dengan google analytics	10
10	<p>Mahasiswa/i mampu:</p> <ol style="list-style-type: none"> Mengidentifikasi elemen-elemen kunci dalam Google Ads. Merancang kampanye Google Ads yang efektif. Mengimplementasikan strategi bidding dan penargetan di Google Ads. 	Mengenal Google Ads	<p>Bentuk: Ceramah, Responsi, Simulasi, assitensi</p> <p>Aktifitas di kelas : Metode: Diskusi praktik</p> <p>Media : Komputer/laptop, internet, google ads</p>	200 min	<p>Kriteria :</p> <ul style="list-style-type: none"> Ketepatan dan penguasaan materi Implementasi project <p>Bentuk :</p> <ul style="list-style-type: none"> Asistensi Project 	Keberhasilan kampanye Google Ads yang dibuat, Relevansi dan efektivitas iklan	5

11	<p>Mahasiswa/i mampu:</p> <ol style="list-style-type: none"> Mengidentifikasi format iklan di YouTube Ads. Merancang strategi iklan video yang efektif. Menganalisis performa iklan menggunakan YouTube Analytics. 	Mengenal YouTube Ads	<p>Bentuk: Ceramah, Responsi, Simulasi, assistensi</p> <p>Aktifitas di kelas : Metode: Diskusi praktik</p> <p>Media : Komputer/laptop, internet, youtube ads</p>	200 min	<p>Kriteria :</p> <ul style="list-style-type: none"> Ketepatan dan penguasaan materi Implementasi project <p>Bentuk :</p> <ul style="list-style-type: none"> Asistensi Project 	<p>Analisis strategi iklan video, Kemampuan menyusun rencana kampanye iklan YouTube</p>	5
12	<p>Mahasiswa/i mampu:</p> <ol style="list-style-type: none"> Mengidentifikasi elemen SEO yang relevan dalam content marketing. Mengevaluasi peran konten dalam meningkatkan visibilitas SEO. Mengimplementasikan strategi SEO yang terintegrasi dengan content marketing. 	SEO untuk Content Marketing	<p>Bentuk: Ceramah, Responsi, Simulasi, assistensi</p> <p>Aktifitas di kelas : Metode: Diskusi praktik</p> <p>Media : Komputer/laptop, internet, vidiq, videolytics</p>	200 min	<p>Kriteria :</p> <ul style="list-style-type: none"> Ketepatan dan penguasaan materi Implementasi project <p>Bentuk :</p> <ul style="list-style-type: none"> Asistensi Project 	<p>Kualitas konten yang dihasilkan (SEO-friendly), Relevansi kata kunci</p>	5
13	<p>Mahasiswa/i mampu:</p> <ol style="list-style-type: none"> Mengidentifikasi peran AI dalam optimasi SEO. Menganalisis efektivitas penggunaan AI dalam SEO. Mengimplementasikan tools AI untuk meningkatkan hasil SEO. 	Penggunaan AI untuk SEO	<p>Bentuk: Ceramah, Responsi, Simulasi, assistensi</p> <p>Aktifitas di kelas : Metode: Diskusi praktik</p> <p>Media : Komputer/laptop, internet, chatgpt,</p>	200 min	<p>Kriteria :</p> <ul style="list-style-type: none"> Ketepatan dan penguasaan materi Implementasi project <p>Bentuk :</p> <ul style="list-style-type: none"> Asistensi Project 	<p>Pemahaman penggunaan AI dalam SEO, Kemampuan memanfaatkan AI untuk optimasi</p>	3

14	<p>Mahasiswa/i dapat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi elemen-elemen kunci dalam performance marketing. 2. Mengevaluasi strategi SEM berbasis kinerja. 3. Mengimplementasikan teknik performance marketing untuk optimasi ROI. 	<p>Performance Marketing dalam SEM</p>	<p>Bentuk: Ceramah, Responsi, Asistensi</p> <p>Aktifitas di kelas : Metode: Diskusi dan penugasan project</p> <p>Media : Komputer/laptop, internet, platform digital Google Search Engine dan SEO Tools</p>	200 min	<p>Kriteria :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan dan penguasaan materi • Implementasi project <p>Bentuk :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistensi • Project 	Peringkat website hasil project di google	3
15	<p>Mahasiswa/i dapat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi elemen-elemen kunci dalam implementasi SEO. 2. Merancang dan mengevaluasi strategi SEO secara menyeluruh. 3. Mengimplementasikan strategi SEO yang terukur dan efektif. 	<p>Implementasi Strategi SEO yang Efektif</p>	<p>Bentuk: Presentasi Project</p> <p>Aktifitas di kelas : Metode: Presentasi dan Tanya Jawab</p> <p>Media : Komputer/laptop dan internet</p>	200 min	<p>Kriteria :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan dan penguasaan materi • Implementasi project <p>Bentuk :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistensi • Project 	Peringkat website hasil project di google Rancangan strategi SEO	3
16	<p>Ujian Akhir Semester (2)</p>						