



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


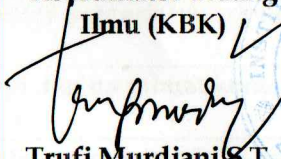

No. Dokumen  
4FM-DP40103

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**

No. Revisi  
00

Hal  
1 dari 9

Tanggal Terbit  
30 September 2024

MATAKULIAH	KODE MK	SEMESTER	BOBOT SKS
Digital Marketing	BDG23402	Satu (1)	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-11	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		

	<b>CPL-KK</b>	
	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
<b>Capaian Pembelajaran Matakuliah (CPMK)</b>	<b>CPMK-1</b>	Mahasiswa mampu menguasai konsep teoritis dan kompetensi dasar pemasaran digital, serta urgensi pemanfaatan platform media digital pemasaran
	<b>CPMK-2</b>	Mahasiswa mampu melakukan riset dan menganalisis pasar untuk mengembangkan buyer persona bisnisnya
	<b>CPMK-3</b>	Mahasiswa mampu menguasai konsep teoritis dan mengembangkan strategi dan taktik pemasaran digital dengan Digital Marketing Frameworks
	<b>CPMK-4</b>	Mahasiswa mampu melakukan riset kompetitor potensialnya dengan menggunakan berbagai platform riset digital
	<b>CPMK-5</b>	Mahasiswa mampu mengembangkan strategi dan membuat konten yang mampu menarik pelanggan dengan konsep teori content pillar
	<b>CPMK-6</b>	Mahasiswa mampu menguasai konsep teoritis pengembangan strategi copywriting di digital marketing dan mengaplikasikannya ke pengembangan konten
	<b>CPMK-7</b>	Mahasiswa mampu mengaplikasikan presence awal bisnis di digital marketing dengan memanfaatkan Google Profile dan WhatsApp Business
	<b>CPMK-8</b>	Mahasiswa mampu mengaplikasikan strategi interaktif digital marketing melalui website dan landing page
	<b>CPMK-9</b>	Mahasiswa mampu mengaplikasikan strategi digital advertising dengan menggunakan platform social media marketing
	<b>CPMK-10</b>	Mahasiswa mampu mengaplikasikan strategi digital advertising dengan menggunakan platform google business ads
	<b>CPMK-11</b>	Mahasiswa mampu mengaplikasikan strategi digital advertising dengan menggunakan platform youtube
	<b>CPMK-12</b>	Mahasiswa mampu mengaplikasikan strategi digital advertising dengan menggunakan platform youtube

	<b>CPMK-13</b>	Mahasiswa mampu menguasai konsep teoritis Search Engine Optimization dan mengaplikasikannya pada konten marketing agar terindeks di laman pertama search engine													
	<b>CPMK-14</b>	Mahasiswa mampu mengkombinasikan berbagai pengetahuan digital marketing dan menterjemahkannya dalam pembuatan digital marketing plan													
<b>Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK</b>	<b>Sub-CPMK</b>	<b>CPMK</b>													
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>1</b>	<b>14</b>
	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-4.1				√										
	Sub-CPMK-4.2				√										
	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-8.1								√						
	Sub-CPMK-8.2								√						
	Sub-CPMK-9.1									√					
	Sub-CPMK-9.2									√					
	Sub-CPMK-9.3									√					
	Sub-CPMK-10.1										√				
Sub-CPMK-10.2										√					
Sub-CPMK-11.1											√				
Sub-CPMK-11.2											√				
Sub-CPMK-12.1												√			
Sub-CPMK-12.2												√			
Sub-CPMK-13.1													√		
Sub-CPMK-13.2													√		
Sub-CPMK-14.1														√	

<b>Deskripsi Singkat Matakuliah</b>	Mata Kuliah Digital Marketing merupakan mata kuliah yang akan mengajarkan mahasiswa untuk memahami dan menguasai kegiatan pemasaran produk (baik barang dan jasa) dan merek dengan menggunakan berbagai platform media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, personal dan relevan. Pada mata kuliah ini mahasiswa akan belajar konsep digital marketing, penyusunan strategi serta mindset yang perlu dimiliki, tools dan skillset yang diperlukan untuk bisa mengimplementasikan kegiatan digital marketing yang efektif. Output yang akan dihasilkan dari mata kuliah digital marketing adalah mahasiswa mampu menyusun rencana pemasaran digital yang bisa diimplementasikan di sebuah perusahaan, sekaligus mengimplementasikan insiatif pemasaran digital
<b>Bahan Kajian / Materi Pembelajaran</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsep digital marketing era industri 5.0</li> <li>2. Pengembangan strategi dan taktik digital marketing</li> <li>3. Riset pasar konsumen dan kompetitor di persaingan digital</li> <li>4. Content management</li> <li>5. Pengembangan website bisnis</li> <li>6. Digital advertising</li> <li>7. Search engine marketing</li> </ol>
<b>Pustaka</b>	<p><b>Utama</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Dave Chaffey &amp; Fiona Ellis-Chadwick. (2019). Digital Marketing 7th Edition. Pearson.</b></li> </ol> <p><b>Pendukung</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Chuck Hemann &amp; Ken Burbary. (2018). Digital Marketing Analytics (Making Sense of Consumer Data in Digital World). Pearson.</li> <li>2. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya &amp; Iwan Setiawan. (2017). Marketing 4.0 (Moving from Traditional to Digital). Wiley</li> </ol>
<b>Mata Kuliah Syarat</b>	-

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	<b>Mahasiswa/i mampu:</b> 1. Menguasai teori, definisi dan kompetensi utama digital marketing 2. Mengetahui trend digital marketing yang paling update saat ini 3. Mengetahui dan memahami indikator hasil dari kegiatan digital marketing	<b>Fundamental Digital Marketing</b>	<b>Bentuk:</b> Ceramah, Responsi, Case Studies  <b>Aktifitas di kelas :</b> Metode: Diskusi  Media : Komputer/laptop dan internet	200 min	<b>Kriteria :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan dan penguasaan materi</li> <li>• Kedalaman analisis kasus</li> </ul> <b>Bentuk :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Non test,</li> <li>• Case Studies</li> </ul>	Ketepatan Menjelaskan Konsep Digital Marketing, indikator kegiatan digital marketing dan implementasi digital marketing di bisnis	2
2	<b>Mahasiswa/i mampu:</b> 1. Menguasai konsep teoritis integrated digital marketing 2. Menguasai konsep strategi pemasaran STP dan taktik marketing Mix 3. Membuat research buyer persona	<b>Research Buyer Persona</b>	<b>Bentuk:</b> Ceramah, Responsi, Asistensi  <b>Aktifitas di kelas :</b> Metode: Diskusi dan penugasan project  Media : Komputer/laptop dan internet	200 min	<b>Kriteria :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan dan penguasaan materi</li> <li>• Implementasi project</li> </ul> <b>Bentuk :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistensi</li> <li>• Project</li> </ul>	Ketepatan Pembuatan Research Buyer Persona	10
3	<b>Mahasiswa/i mampu:</b> 1. Menguasai konsep teoritis digital marketing frameworks 2. Mengembangkan strategi pemasaran digital dengan menggunakan konsep AIDA	<b>Strategi dan Taktik Digital Marketing</b>	<b>Bentuk:</b> Ceramah, Responsi, Case Studies  <b>Aktifitas di kelas :</b> Metode: Diskusi  Media : Komputer/laptop dan internet	200 min	<b>Kriteria :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan dan penguasaan materi</li> <li>• Kedalaman analisis kasus</li> </ul> <b>Bentuk :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Non test,</li> <li>• Case Studies</li> </ul>	Ketepatan menjelaskan strategi digital marketing frameworks	10

4	<p><b>Mahasiswa/i mampu:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan berbagai tools online untuk menyelidiki kekuatan</li> <li>2. Membuat profil berbagai kompetitor sebagai dasar pengembangan strategi</li> </ol>	<b>Membuat Riset Kompetitor</b>	<p><b>Bentuk:</b> Ceramah, Responsi, Asistensi</p> <p><b>Aktifitas di kelas :</b> Metode: Diskusi dan penugasan project</p> <p>Media : Komputer/laptop, internet dan platform similarweb</p>	200 min	<p><b>Kriteria :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan dan penguasaan materi</li> <li>• Implementasi project</li> </ul> <p><b>Bentuk :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistensi</li> <li>• Project</li> </ul>	Kompleksitas hasil riset pasar dan kompetitor	5
5	<p><b>Mahasiswa/i mampu:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat strategi konten pillar yang mampu menarik konsumen</li> <li>2. Membuat content calendar dan media planning</li> </ol>	<b>Strategi Content Marketing</b>	<p><b>Bentuk:</b> Ceramah, Responsi, Asistensi</p> <p><b>Aktifitas di kelas :</b> Metode: Diskusi dan penugasan project</p> <p>Media : Komputer/laptop, internet, notion dan virol</p>	200 min	<p><b>Kriteria :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan dan penguasaan materi</li> <li>• Implementasi project</li> </ul> <p><b>Bentuk :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistensi</li> <li>• Project</li> </ul>	Kesesuaian penyusunan Content Pillar, Content Calendar dan Content Media Planning	10
6	<p><b>Mahasiswa/i mampu:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menguasai konsep teoritis untuk menyusun copywriting yang efektif</li> <li>2. Mengaplikasikan berbagai teknik copywriting kedalam content marketingnya</li> </ol>	<b>Membuat Copywriting Digital Marketing</b>	<p><b>Bentuk:</b> Ceramah, Responsi, Asistensi</p> <p><b>Aktifitas di kelas :</b> Metode: Diskusi dan penugasan project</p> <p>Media : Komputer/laptop, internet dan platform AI (gemini &amp; Chat-GPT)</p>	200 min	<p><b>Kriteria :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan dan penguasaan materi</li> <li>• Implementasi project</li> </ul> <p><b>Bentuk :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistensi</li> <li>• Project</li> </ul>	Ketersediaan beberapa content dengan 4 teknik copywriting	5

7	<p><b>Mahasiswa/i mampu:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Membuat Google Profile secara online</li> <li>Mengaktifkan Whatsapp Businessnya sebagai platform digital counter</li> </ol>	<p><b>Menguasai Google Profile dan Strategi Digital Direct Messages</b></p>	<p><b>Bentuk:</b> Ceramah, Responsi, Asistensi</p> <p><b>Aktifitas di kelas :</b> Metode: Diskusi dan penugasan project</p> <p>Media : Komputer/laptop, internet, Google Apps, WA Business</p>	200 min	<p><b>Kriteria :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan dan penguasaan materi</li> <li>Implementasi project</li> </ul> <p><b>Bentuk :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Asistensi</li> <li>Project</li> </ul>	Ketersediaan bisnis dengan google profil dan whatsapp business	5
8	<p><b>Ujian Tengah Semester (8)</b></p>						
9	<p><b>Mahasiswa/i mampu:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Mendesain dan mengaplikasikan website yang atraktif</li> <li>Mendesain dan mengaplikasikan landing page untuk bisnis</li> </ol>	<p><b>Desain Website dan Landing Page</b></p>	<p><b>Bentuk:</b> Ceramah, Responsi, Asistensi</p> <p><b>Aktifitas di kelas :</b> Metode: Diskusi dan penugasan project</p> <p>Media : Komputer/laptop, internet, hosting, dan wordpress</p>	200 min	<p><b>Kriteria :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan dan penguasaan materi</li> <li>Implementasi project</li> </ul> <p><b>Bentuk :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Asistensi</li> <li>Project</li> </ul>	Ketersediaan website dan landingpage yang aktif	10
10	<p><b>Mahasiswa/i mampu:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Mengaplikasikan strategi digital advertising yang efektif di sosial media Facebook</li> <li>Mengaplikasikan strategi digital advertising yang efektif di sosial media Instagram</li> <li>Mengaplikasikan strategi digital advertising yang efektif di sosial media Tiktok</li> </ol>	<p><b>Strategi Pemasaran di Sosial Media</b></p>	<p><b>Bentuk:</b> Ceramah, Responsi, Asistensi</p> <p><b>Aktifitas di kelas :</b> Metode: Diskusi dan penugasan project</p> <p>Media : Komputer/laptop, internet, platform digital sosial media dan virol</p>	200 min	<p><b>Kriteria :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan dan penguasaan materi</li> <li>Implementasi project</li> </ul> <p><b>Bentuk :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Asistensi</li> <li>Project</li> </ul>	Akun Meta Business dan Tiktok yang siap untuk dipasang iklan	3

11	<p><b>Mahasiswa/i mampu:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Mengaplikasikan strategi digital advertising di platform Google Business Ads</li> <li>Mengetahui dan memasang iklan di platform Google Business Ads</li> </ol>	<p><b>Strategi Pemasaran di Google Ads</b></p>	<p><b>Bentuk:</b> Ceramah, Responsi, Asistensi</p> <p><b>Aktifitas di kelas :</b> Metode: Diskusi dan penugasan project</p> <p>Media : Komputer/laptop, internet, platform search engine google</p>	200 min	<p><b>Kriteria :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan dan penguasaan materi</li> <li>Implementasi project</li> </ul> <p><b>Bentuk :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Asistensi</li> <li>Project</li> </ul>	Akun Google Business ads dan materi iklan di google	3
12	<p><b>Mahasiswa/i dapat:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Mengaplikasi strategi digital advertising efektif dengan memanfaatkan Channel Youtube</li> <li>Mengetahui konsep pembuatan content video di youtube dan mengaplikasikannya di content marketingnya</li> </ol>	<p><b>Strategi Pemasaran di Youtube</b></p>	<p><b>Bentuk:</b> Ceramah, Responsi, Asistensi</p> <p><b>Aktifitas di kelas :</b> Metode: Diskusi dan penugasan project</p> <p>Media : Komputer/laptop, internet, platform digital youtube</p>	200 min	<p><b>Kriteria :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan dan penguasaan materi</li> <li>Implementasi project</li> </ul> <p><b>Bentuk :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Asistensi</li> <li>Project</li> </ul>	Akun Youtube dan Materi Content Youtube yang siap dipromosikan	3
13	<p><b>Mahasiswa/i dapat:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Menggunakan dan mengaplikasikan dengan Google Analytic pada website/landingpage</li> <li>Melakukan analisis indikator penting dengan Google Analytic</li> </ol>	<p><b>Analisis Data Menggunakan Google Analytics</b></p>	<p><b>Bentuk:</b> Ceramah, Responsi, Asistensi</p> <p><b>Aktifitas di kelas :</b> Metode: Diskusi dan penugasan project</p> <p>Media : Komputer/laptop, internet, google analytics-sitekit</p>	200 min	<p><b>Kriteria :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan dan penguasaan materi</li> <li>Implementasi project</li> </ul> <p><b>Bentuk :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Asistensi</li> <li>Project</li> </ul>	Website yang telah diinstall Google Analytic dan hasil laporan analisis digital marketing	3

14	<p><b>Mahasiswa/i dapat:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menguasai konsep teoritis dan implementasi SEO secara on page</li> <li>2. Menguasai konsep teoritis dan implementasi SEO secara off page</li> </ol>	<b>Search Engine Marketing</b>	<p><b>Bentuk:</b> Ceramah, Responsi, Asistensi</p> <p><b>Aktifitas di kelas :</b> Metode: Diskusi dan penugasan project</p> <p>Media : Komputer/laptop, internet, platform digital Google Search Engine dan SEO Tools</p>	200 min	<p><b>Kriteria :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan dan penguasaan materi</li> <li>• Implementasi project</li> </ul> <p><b>Bentuk :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistensi</li> <li>• Project</li> </ul>	Implementasi SEO on page dan off page	3
15	<p><b>Mahasiswa/i dapat:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyusun digital marketing plan untuk client</li> </ol>	<b>Digital Marketing Plan</b>	<p><b>Bentuk:</b> Presentasi Capstone Project</p> <p><b>Aktifitas di kelas :</b> Metode: Presentasi dan Tanya Jawab</p> <p>Media : Komputer/laptop dan internet</p>	200 min	<p><b>Kriteria :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketepatan dan penguasaan materi</li> <li>• Implementasi project</li> </ul> <p><b>Bentuk :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistensi</li> <li>• Project</li> </ul>	Digital marketing plan yang telah jadi dan presentasi kelompok akhir	12
16	<b>Ujian Akhir Semester (8)</b>						