



UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

IDENTITAS MATA KULIAH

Nama Mata Kuliah	Kode Mata Kuliah	Sks	Workload	Kelompok Matakuliah	Semester	Matakuliah Pra-Syarat	Tanggal Terbit
PEMASARAN DIGITAL	MB563	3	135		8		2026-02-24 20:04:00

Dibuat Oleh Dosen Pengampu	Diperiksa Oleh TPK Program Studi	Disetujui Oleh Ketua Program Studi
Prof. Dr. Dita Amanah, MBA.	Dr. Bambang Widjajanta, M.M.	Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M.

DESKRIPSI MATA KULIAH DAN CPL

Deskripsi Matakuliah	Mata Kuliah ini memberikan topik meliputi aplikasi Pemasaran Digital untuk pemasaran strategis, segmentasi pasar, kebutuhan dan motivasi konsumen, kepribadian konsumen, persepsi dan sikap konsumen, pengaruh sosial budaya terhadap konsumen dan proses keputusan pembelian konsumen. Selain itu, dibahas pula perluasan konsep perilaku konsumen terhadap organisasi dan kebijakan publik yang berorientasi pada laba dan nirlaba.		
CPL yang dibebankan Pada Matakuliah	1	Menunjukkan sikap dan perilaku ilmiah, edukatif, dan religius, yang berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara berdasarkan norma dan etika akademik	
	2	Menguasai literasi data sesuai dengan tuntutan tugas profesionalnya di era revolusi industri 4.0.	
	3	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya;	
	4	Menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya.	
	5	Memanfaatkan dan menyelesaikan masalah berdasarkan literasi data yang sesuai dengan tuntutan tugas profesionalnya di era revolusi industri 4.0	
	6	Memanfaatkan konsep Pendidikan Bisnis dalam pemberdayaan masyarakat.	
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	1	Menunjukkan sikap bertanggung jawab dalam menyelesaikan tugas mata kuliah	
	2	Mampu mengidentifikasi literasi data sesuai dengan tuntutan tugas profesionalnya di era revolusi industry 4.0	
	3	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya	
	4	Terampil berfikir kritis, kreatif dan inovatif sesuai dengan tuntutan era revolusi industri 4.0	
Sub-CPMK	1	CPMK - 1	Mengikuti perkuliahan secara aktif dan disiplin.
	2	CPMK - 1	Mengumpulkan tugas individu tepat waktu.
	3	CPMK - 1	Berpartisipasi aktif dalam diskusi kelas.
	4	CPMK - 1	Menyelesaikan tugas kelompok sesuai tanggung jawab masing-masing.
	5	CPMK - 2	Mengidentifikasi sumber data digital yang relevan untuk kampanye pemasaran.
	6	CPMK - 2	Memahami metrik digital marketing seperti reach, engagement, dan conversion.
	7	CPMK - 2	Menggunakan tools analitik seperti Google Analytics untuk interpretasi data.
	8	CPMK - 2	Menyajikan data dalam bentuk laporan yang mendukung pengambilan keputusan.
	9	CPMK - 3	Menganalisis studi kasus kampanye digital dengan pendekatan logis.

	10	CPMK - 3	Menyusun strategi pemasaran digital berbasis masalah yang ditemukan.
	11	CPMK - 3	Mengintegrasikan teknologi dengan nilai humaniora dalam strategi pemasaran.
	12	CPMK - 3	Mengevaluasi efektivitas strategi secara sistematis dan kritis.
	13	CPMK - 4	Mendesain konten kreatif untuk media sosial dan blog sesuai tren digital.
	14	CPMK - 4	Mempresentasikan proyek inovatif berbasis teknologi dan tren pemasaran digital terkini.
Materi perkuliahan	1		Pengenalan pembelajaran
	2		Konsep digital marketing
	3		Manfaat digital marketing
	4		Merancang sebuah website
	5		Konsep Search Engine Optimization
	6		Pemasaran Online menggunakan media sosial
	7		Pemasaran menggunakan surat elektronik
	8		Iklan Pay Per Click (PPC)
	9		Periklanan online
	10		E-commerce
	11		Pemasaran melalui perangkat seluler
	12		Marketing melalui blog
	13		Riset pasar melalui online
	14		Pembinaan CRM melalui berbagai media
Hasil belajar yang dapat diperagakan/ditunjukkan dengan bukti di akhir perkuliahan *)	Di akhir perkuliahan, mahasiswa mampu menyusun dan mempresentasikan rencana kampanye pemasaran digital berbasis data, membuat konten promosi untuk platform seperti Google atau Meta, serta menyajikan laporan analisis kinerja kampanye sebagai bukti kompetensi.		
Strategi Pembelajaran	✓		Case Method
			Team based Project
			Lainnya

Langkah Pembelajaran	<p>Pembelajaran mata kuliah Pemasaran Digital diawali dengan pengenalan konsep dasar, perbedaan pemasaran tradisional dan digital, serta tren terkini. Dosen memperkenalkan berbagai platform seperti Google, Meta (Facebook dan Instagram), serta TikTok sebagai sarana promosi digital. Selanjutnya, mahasiswa mempelajari strategi seperti SEO, SEM, pemasaran media sosial, email marketing, dan periklanan digital melalui studi kasus nyata. Pada tahap praktik, mahasiswa menyusun rencana kampanye digital dengan menentukan target audiens, tujuan pemasaran, pesan konten, serta pemilihan platform yang tepat. Hasil perencanaan dipresentasikan dalam diskusi kelas untuk memperoleh umpan balik. Pembelajaran ditutup dengan evaluasi berdasarkan partisipasi, kualitas proyek, dan refleksi untuk memperkuat pemahaman konseptual maupun keterampilan praktis.</p>	
Referensi	1	Yordan Hermawan Apidana, Kholifah, Heri Mahyuzar, Anton Prasetyo, Rahmat Hidayat, (2024), Buku Ajar Digital Marketing,
	2	Feri Sulianta, (2023), Panduan Lengkap Digital Marketing,
	3	Yana Diana, Harianto Harianto, (2025), Digital Marketing Untuk E-Commerce, Serasi Media Teknologi.
	4	Denok Sunarsi, (2023), Strategi Pemasaran Berbasis Digital, Cipta Media Nusantara.
	5	Mujito, (2024), Riset Pemasaran: Memahami Pasar dan Konsumen dengan Data, Wawasan Ilmu.

RENCANA PEMBELAJARAN

Minggu ke	Sub-CPMK	Indikator Capaian sub-CPMK yang dapat ditunjukkan oleh mahasiswa	Materi Perkuliahan	Asesmen		Bentuk dan metode pembelajaran		Durasi (jam)	Nomor Referensi	Waktu Akses
				Bentuk Asemen (test/non-tes)	Bobot Penilaian(%)	Sinkron (tatap muka dan tatap maya)	Asinkron (tugas mandiri dan tugas kelompok)			
1	Mengikuti perkuliahan secara aktif dan disiplin.	1. Menjelaskan tujuan mata kuliah Management Digital 2. Menjelaskan jenis-jenis kegiatan yang akan dilakukan peserta didik selama proses perkuliahan 3. Menjelaskan sistem penilaian 4. Menjelaskan ruang lingkup materi mata kuliah	Pengenalan pembelajaran	Partisipatif	1	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	Makalah/ Laporan dan Diskusi	2,15	1	06-02-2026 13:00
2	Mengumpulkan tugas individu tepat waktu.	Mahasiswa mampu menjelaskan Konsep pemasaran digital	Konsep digital marketing	Partisipatif	1	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	Makalah/ Laporan dan Diskusi	2,15	1	13-02-2026 13:00
3	Berpartisipasi aktif dalam diskusi kelas.	Peserta didik mampu memahami, dan menjelaskan manfaat pemasaran digital	Manfaat digital marketing	Partisipatif	2	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	Makalah/ Laporan dan Diskusi	2,15	2	20-02-2026 13:00
4	Menyelesaikan tugas kelompok sesuai tanggung jawab masing-masing.	Peserta didik mampu memahami, dan menjelaskan konsep Merancang pembuatan situs web	Merancang sebuah website	Partisipatif	3	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	Makalah/ Laporan dan Diskusi	2,15	3	27-02-2026 13:00
5	Mengidentifikasi sumber data digital yang relevan untuk kampanye pemasaran.	Peserta didik mampu memahami, dan menjelaskan konsep Mesin Pencari Pengoptimalan (SEO)	Konsep Search Engine Optimization	Partisipatif	4	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	Makalah/ Laporan dan Diskusi	2,15	3	06-03-2026 13:00

Minggu ke	Sub-CPMK	Indikator Capaian sub-CPMK yang dapat ditunjukkan oleh mahasiswa	Materi Perkuliahan	Asesmen		Bentuk dan metode pembelajaran		Durasi (jam)	Nomor Referensi	Waktu Akses
				Bentuk Asemen (test/non-tes)	Bobot Penilaian(%)	Sinkron (tatap muka dan tatap maya)	Asinkron (tugasmandiri dantugas kelompok)			
6	Memahami metrik digital marketing seperti reach, engagement, dan conversion.	Peserta didik mampu memahami, dan menjelaskan konsep Pemasaran menggunakan sosial media daring	Pemasaran Online menggunakan media sosial	Partisipatif	4	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	Makalah/ Laporan dan Diskusi	2,15	4	27-03-2026 13:00
7	Menggunakan tools analitik seperti Google Analytics untuk interpretasi data.	Peserta didik mampu memahami, dan menjelaskan konsep Pemasaran menggunakan surat elektronik	Pemasaran menggunakan surat elektronik	Partisipatif	4	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	Makalah/ Laporan dan Diskusi	2,15	3	03-04-2026 13:00
8	UTS				20					10-04-2026 13:00
9	Menganalisis studi kasus kampanye digital dengan pendekatan logis.	Peserta didik mampu memahami, dan menjelaskan Iklan Pay Per Click (PPC)	Periklanan online	Partisipatif	4	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	Makalah/ Laporan dan Diskusi	2,15	3	17-04-2026 13:00
10	Menyusun strategi pemasaran digital berbasis masalah yang ditemukan.	Peserta didik mampu memahami, dan menjelaskan Periklanan Online	E-commerce	Partisipatif	4	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	Makalah/ Laporan dan Diskusi	2,15	3,4	24-04-2026 13:00
11	Mengintegrasikan teknologi dengan nilai humaniora dalam strategi pemasaran.	Peserta didik mampu memahami, dan menjelaskan konsep E-commerce	Pemasaran melalui perangkat seluler	Partisipatif	4	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	Makalah/ Laporan dan Diskusi	2,15	3,4	01-05-2026 13:00
12	Mengevaluasi efektivitas strategi secara sistematis dan kritis.	Peserta didik mampu memahami, dan menjelaskan konsep Marketing melalui perangkat seluler	Marketing melalui blog	Partisipatif	4	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	Makalah/ Laporan dan Diskusi	2,15	4,5	08-05-2026 13:00

Minggu ke	Sub-CPMK	Indikator Capaian sub-CPMK yang dapat ditunjukkan oleh mahasiswa	Materi Perkuliahan	Asesmen		Bentuk dan metode pembelajaran		Durasi (jam)	Nomor Referensi	Waktu Akses
				Bentuk Asemen (test/non-tes)	Bobot Penilaian(%)	Sinkron (tatap muka dan tatap maya)	Asinkron (tugasmandiri dantugas kelompok)			
13	Mendesain konten kreatif untuk media sosial dan blog sesuai tren digital.	Peserta didik mampu memahami, dan menjelaskan konsep Pemasaran melalui Blog	Riset pasar melalui online	Partisipatif	5	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	Makalah/ Laporan dan Diskusi	2,15	3	15-05-2026 13:00
14	Mempresentasikan proyek inovatif berbasis teknologi dan tren pemasaran digital terkini.	Peserta didik mampu memahami, dan menjelaskan konsep Riset pasar online	Pembinaan CRM melalui berbagai media	Partisipatif	5	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	Makalah/ Laporan dan Diskusi	2,15	5	22-05-2026 13:00
15	Mempresentasikan proyek inovatif berbasis teknologi dan tren pemasaran digital terkini.	Peserta didik mampu memahami, dan menjelaskan konsep membangun CRM melalui berbagai media	Pembinaan CRM melalui berbagai media	Partisipatif	5	Ceramah Diskusi Tanya Jawab Studi Kasus	Makalah/ Laporan dan Diskusi	2,15	1,2	29-05-2026 13:00
16	UAS				30					05-06-2026 13:00

WAKTU BELAJAR MAHASISWA (WORKLOAD)

Data Workload Belum Ada

KRITERIA PENILAIAN CPMK

Data Kriteria Penilaian CPML Belum Ada

RANCANGAN TUGAS KOLABORATIF

Data Rincian Tugas Kolaboratif Belum Ada