



UNIVERSITAS BANDAR LAMPUNG  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

| MATA KULIAH (MK)           | KODE                                 | Rumpun MK                                                                                      | SEMESTER                |
|----------------------------|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Strategi Pemasaran Digital | IK 605                               | Ilmu Komunikasi                                                                                | 6                       |
|                            | JADWAL                               | BOBOT (sks)                                                                                    | TANGGAL PENYUSUNAN      |
|                            |                                      | 3                                                                                              | Februari 2025           |
| PENGESAHAN                 | Pengembang RPS                       | Koordinator MK                                                                                 | Ketua PRODI             |
|                            | *menyesuaikan                        | *menyesuaikan                                                                                  | Dr. Budhi Waskito, M.Si |
| DOSEN PENGAMPU MK          | 1. *menyesuaikan                     |                                                                                                |                         |
| CAPAIAN<br>PEMBELAJARAN    | CPL yang dibebankan pada Mata Kuliah |                                                                                                |                         |
|                            | CPL- SK 6                            | Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan  |                         |
|                            | CPL- SK 9                            | Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahlian komunikasi secara mandiri |                         |
|                            | CPL- SK 10                           | Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan                           |                         |
|                            | CPL- PG 1                            | Menguasai konsep teoritis ilmu komunikasi                                                      |                         |
|                            | CPL- PG 7                            | Menguasai konsep teoritis usaha media (mediapreneur)                                           |                         |
|                            | CPL- PG 8                            | Menguasai prinsip-prinsip kewirausahaan                                                        |                         |
|                            | CPL- PG 9                            | Menguasai prinsip-prinsip manajemen                                                            |                         |
|                            | CPL- PG 10                           | Menguasai prinsip-prinsip teknologi digital                                                    |                         |

|                                                        |            |                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                        | CPL- KU 1  | 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 keahlian komunikasi |
|                                                        | CPL- KU 2  | Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur                                                                                                                                                                                        |
|                                                        | CPL- KU 5  | Mampu memelihara dan mengembang-kan jaringan kerja dengan pembimbing, kolega, sejawat baik di dalam maupun di luar lembaganya                                                                                                                  |
|                                                        | CPL- KK 12 | Mampu menggunakan berbagai platform digital dan teknologi komunikasi untuk kegiatan kampanye PR, manajemen krisis, dan monitoring opini publik.                                                                                                |
|                                                        | CPL- KK 30 | Mampu merancang ide kreatif dan konsep konten berbasis riset audiens dan kebutuhan platform digital.                                                                                                                                           |
|                                                        | CPL- KK 33 | Mampu mengukur efektivitas konten menggunakan metrik digital (engagement, reach, CTR, watch time, dsb.) dan menyusun strategi optimalisasi konten.                                                                                             |
| <b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah</b>                |            |                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                        | CPMK1      | Mahasiswa mampu menjelaskan konsep, prinsip, serta tren perkembangan strategi pemasaran digital                                                                                                                                                |
|                                                        | CPMK2      | Mahasiswa mampu merancang, menerapkan, dan mengevaluasi strategi pemasaran digital secara komprehensif sesuai kebutuhan pasar dan perilaku konsumen digital.                                                                                   |
|                                                        | CPMK3      | Mahasiswa mampu merancang dan mengelola strategi pemasaran konten dan media sosial secara efektif dalam berbagai platform digital.                                                                                                             |
|                                                        | CPMK4      | Mahasiswa mampu menerapkan teknik pemasaran digital berbasis mesin pencari, email marketing, dan automation tools secara strategis.                                                                                                            |
|                                                        | CPMK5      | Mahasiswa mampu menjelaskan dan menerapkan konsep influencer marketing, affiliate marketing, serta strategi pemasaran di e-commerce dan marketplace.                                                                                           |
|                                                        | CPMK6      | Mahasiswa mampu menggunakan data analytics untuk mengukur dan meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital.                                                                                                                             |
|                                                        | CPMK7      | Mahasiswa mampu merancang strategi digital advertising dan mobile marketing dengan memanfaatkan berbagai kanal dan aplikasi digital.                                                                                                           |
| <b>Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)</b> |            |                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                        | Sub-CPMK 1 | Mahasiswa mampu memahami konsep dan prinsip strategi pemasaran digital                                                                                                                                                                         |
|                                                        | Sub-CPMK 2 | Mahasiswa mampu merancang, menerapkan, dan mengevaluasi strategi pemasaran digital secara efektif                                                                                                                                              |
|                                                        | Sub-CPMK 3 | Mahasiswa mampu mengidentifikasi Strategi Pemasaran Konten ( <i>Content Marketing</i> )                                                                                                                                                        |
|                                                        | Sub-CPMK 4 | Mahasiswa mampu merancang Strategi Pemasaran Media Sosial untuk Era Digital                                                                                                                                                                    |
|                                                        | Sub-CPMK 5 | Mahasiswa mampu memahami tentang penggunaan SEO dan SEM: Strategi Pemasaran Digital                                                                                                                                                            |



|                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Materi Pembelajaran</b> | 2. Penyusunan strategi Pemasaran Digital, Menentukan tujuan (SMART Goals, Perencanaan Funnel Pemasaran Digital)<br>3. Strategi Pemasaran Konten(Content Marketing)<br>4. Pemasaran Media Sosial: Strategi untuk Era Digital<br>5. SEO dan SEM: Strategi Pemasaran Digital<br>6. Email Marketing dan Automation<br>7. Influencer Marketing dan Affiliate Marketing<br>8. E-commerce dan Marketplace Marketing<br>9. Data Analytics dalam Pemasaran Digital<br>10. Strategi Digital Advertising<br>11. Mobile Marketing dan Aplikasi Digital<br>12. Etika dan Regulasi dalam Pemasaran Digital<br>13. Trend dan Masa Depan Pemasaran Digital<br>14. Review dan Simulasi: Kampanye Pemasaran Digital |
| <b>Pustaka</b>             | <b>Utama :</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                            | 1. Mochammad Fahlevi, dkk. (2022). Pemasaran Digital: Konsep dan Praktik. Depok: Rajawali Pers.<br>2. Hendy Tannady. (2021). Digital Marketing Strategy: Penerapan Konsep dan Strategi di Era Digital 4.0. Jakarta: Bumi Aksara.<br>3. Yuswohady. (2018). <i>Digital Marketing in Action</i> . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                            | <b>Pendukung :</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                            | 1. Hermawan Kartajaya, Philip Kotler, Iwan Setiawan. (2021). <i>Marketing 5.0: Teknologi untuk Kemanusiaan</i> . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

Pengesahan,

Ketua Program Studi,

Dr. Budhi Waskito, M.Si

Dosen Penyusun RPS,