

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

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER						
MATA KULIAH (MK)	KODE	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 **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.
Capaian Pembel	ajaran Mata Kuliah
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.
СРМК3	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 d e-commerce dan marketplace.
СРМК6	Mahasiswa mampu menggunakan data analytics untuk mengukur dan meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital.
СРМК7	Mahasiswa mampu merancang strategi digital advertising dan mobile marketing dengan memanfaatkan berbagai kanal dan aplikas digital.
Kemamnuan	akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)
-	
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

Mahasiswa mampu merancang Strategi Pemasaran Media Sosial untuk Era Digital

Mahasiswa mampu memahami tentang penggunaan SEO dan SEM: Strategi Pemasaran Digital

Sub-CPMK 4
Sub-CPMK 5

	Sub-CPMK 6	Mah	Mahasiswa mampu memahami tentang penggunaan Email Marketing dan Automation												
	Sub-CPMK 7	Mahasiswa mampu memahami konsep Kerjasama Influencer Marketing dan Affiliate Marketing													
	Sub-CPMK 8	Mahasiswa mampu memahami konsep E-commerce dan Marketplace Marketing													
	Sub-CPMK 9	Mahasiswa mampu memahami teknik-teknik dalam Data Analytics dalam Pemasaran Digital													
	Sub-CPMK	Mahasiswa mampu merancang Strategi Digital Advertising													
	10														
	Sub-CPMK 11	Mahasiswa mampu memahami konsep Mobile Marketing dan Aplikasi Digital													
	Sub-CPMK 12	Mahasiswa mampu memahami tentang Etika dan Regulasi dalam Pemasaran Digital													
	Sub-CPMK Mahasiswa memiliki wawasan tentang perkembangan Trend dan Masa Depan Pemasaran Digital														
Sub-CPMK Mahasiswa mampu merancang Kampanye Pemasaran Digital															
	Korelasi CPM	IK terhadap Sub-CPMK (diisi bagaimana Sub-CPMK berkontribusi untuk pencapaian CPMK dengan tanda √)													
Matriks Ketercapaian CPL		Sub- CP MK	Sub-CPM K 2	Sub-CP MK 3	Sub-CPM K 4	Sub-CPM K 5	Sub-CP MK 6	Sub-CP MK 7	Sub-CP MK 8	Sub-CP MK 9	Sub-CP MK 10	Sub-CP MK 11	Sub-CP MK 12	Sub-CP MK 13	Sub- CPMK 14
	CPMK1												V	V	
	CPMK2	<u>'</u>											,	'	1 1
	CPMK3		,	V											
	CPMK4					√	V								
	CPMK5								$\sqrt{}$						
	CPMK6									√					
	CPMK7														
Deskripsi Mata Kuliah	Mata kuliah ini membahas secara komprehensif tentang konsep, prinsip, serta penerapan strategi pemasaran digital dalam menghadapi dinamika pasar modern. Mahasiswa akan mempelajari berbagai kanal dan pendekatan digital, termasuk pemasaran konten, media sosial, SEO dan SEM, email marketing, automation, influencer dan affiliate marketing, serta strategi pemasaran melalui e-commerce dan marketplace. Selain itu, mata kuliah ini juga membekali mahasiswa dengan keterampilan dalam digital advertising, mobile marketing, penggunaan data analytics untuk evaluasi kampanye, serta pemahaman etika dan regulasi yang berlaku dalam dunia digital. Pada penugasan terakhir mahasiswa akan merancang dan menyusun kampanye pemasaran digital yang terintegrasi dan relevan dengan kebutuhan industri saat ini.														
Bahan Kajian:	1. Pengertian pemasaran digital dan evolusinya, Perbedaan pemasaran tradisional vs digital, Peran digital marketing dalam bisnis.														
	1														

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

Pengesahan,

Ketua Program Studi,

Dosen Penyusun RPS,

Dr. Budhi Waskito, M.Si