



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS VOKASI
DEPT. BISNIS DAN KEUANGAN
PROGRAM STUDI D4 – MANAJEMEN PEMASARAN

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH	KODE	RUMPUN MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl. Penyusunan
Praktik Digital Marketing Content	DMP6237	Mata Kuliah Program Studi	2T	5	02 Agustus 2023
OTORISASI	Dosen dan Pengembang RPS/Silabus		Koordinator Rumpun Mata Kuliah	Ketua Program Studi	
	tanda tangan (Puteri Awaliatush Shofro, M.Kom)		tanda tangan (Puteri Awaliatush Shofro, M.Kom)	tanda tangan (Wardana, SE., M.Pd.)	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL Program Studi				
	CPL-1 (S1)	Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius.			
	CPL-2 (S2)	Menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral dan etika.			
	CPL-3 (S10)	Menginternalisasi semangat kemandirian. Kejuangan dan kewirausahaan.			
	CPL-4 (P9)	Menguasai mengembangkan kreasi dan inovasi praktis dalam pemasaran.			
	CPL-5 (K5)	Menguasai dasar-dasar strategi pemasaran.			
	CPL-6 (M1)	Mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja dan dapat bekerjasama dalam <i>teamwork</i> .			
	CPL-7 (M3)	Memahami berkomunikasi secara efektif.			
	CPL-8 (SK1)	Mampu melakukan evaluasi terhadap pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya sendiri.			
	CP-Mata Kuliah				
	CPMK 1	Mampu memahami, meningkatkan Pemasaran Digital Content, dan mengaplikasikan mempromosikan merek			
	CPMK2	Mampu memahami teori dalam praktik Pemasaran Digital Content			
	CPMK3	Mampu menerapkan strategi pemasaran baru yang lebih up-to-date dan efektif			
	CPMK4	Mampu menganalisa isu moral yang terjadi di dunia bisnis			



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS VOKASI
DEPT. BISNIS DAN KEUANGAN
PROGRAM STUDI D4 – MANAJEMEN PEMASARAN

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH	KODE	RUMPUN MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl. Penyusunan
Digital Marketing Content	DMP6301	Mata Kuliah Program Studi	2T	5	02 Agustus 2023
Deskripsi Singkat Mata Kuliah	<p>Mata Kuliah ini merupakan mata kuliah yang diharapkan mampu memahami, meningkatkan Pemasaran Digital dan mengaplikasikan mempromosikan merek, membangun preferensi dan melakukan penjualan melalui berbagai media/teknologi digital untuk menjangkau konsumen maupun calon konsumen secara cepat dan tepat waktu. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, strategi pemasaran baru yang lebih up-to-date dan efektif dibutuhkan agar dapat menyentuh lapisan konsumen yang lebih luas. Dengan mempelajari Digital marketing & advertising, tidak hanya mempelajari tentang teknik-teknik pemasaran yang efektif di era digital, melainkan juga konsep-konsep psikologi, antropologi, dan juga multimedia. Mahasiswa diberikan pemahaman perihal memberikan pengetahuan pemasaran dan keterampilan kritis yang mendasar dalam analisis pemasaran, pengambilan keputusan, dan komunikasi efektif ke organisasi-organisasi besar. Selain itu, mahasiswa memiliki kemampuan memahami cara-cara mempromosikan sebuah brand melalui media digital yang mampu menjangkau konsumen secara tepat, cepat, personal, dan relevan. Perkuliah dilakukan secara daring dan sesekali menggunakan <i>video conference</i> dengan pendekatan <i>student centered learning</i>, yang berorientasi pada teori dan praktek. Penilaian dilakukan dengan aktivitas perkuliahan, penugasan dan ujian baik UTS ataupun UAS yang diberi kepada mahasiswa.</p>				
Materi Pembelajaran/ Pokok Bahasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan digital marketing 2. Analisis Marketplace di Lingkungan Online Mikro 3. Analisis Marketplace di Lingkungan Online Makro 4. Strategi Digital Marketing 5. Dampak media dan teknologi digital pada bauran pemasaran 6. Hubungan Pemasaran dalam platform digital 7. Menyampaikan pengalaman pelanggan secara online 8. UTS 		<ol style="list-style-type: none"> 9. Perencanaan kampanye untuk media digital 10. Komunikasi pemasaran menggunakan saluran media digital 11. Evaluasi dan peningkatan kinerja saluran digital 12. Praktik pemasaran digital bisnis-ke-konsumen 13. Praktik pemasaran digital bisnis-ke-bisnis 14. Konten Strategi Marketing 15. Mengetahui UI/UX, Copy Writing, Search Engine Optimization 16. UAS 		



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS VOKASI
DEPT. BISNIS DAN KEUANGAN
PROGRAM STUDI D4 – MANAJEMEN PEMASARAN

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Media Pembelajaran	Perangkat Lunak: Ms. PowerPoint	Perangkat Keras: Laptop, LCD dan <i>Projector</i>



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS VOKASI
DEPT. BISNIS DAN KEUANGAN
PROGRAM STUDI D4 – MANAJEMEN PEMASARAN

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH	KODE	RUMPUN MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl. Penyusunan
Dasar-dasar Manajemen Bisnis	DMP6301	Mata Kuliah Program Studi	2 T	5	02 Agustus 2023
Mata Kuliah Syarat	-				

MATRIK SKENARIO KEGIATAN PEMBELAJARAN

Minggu ke-	KAD/SUB-CP-MK	Bahan Kajian	Metode Pembelajaran	Waktu	Pengalaman Belajar	Daftar Referensi
1.	<ul style="list-style-type: none"> • Mahasiswa menunjukkan sikap religius, mampu bekerjasama, menghargai orang lain dan bertanggung jawab. • Mahasiswa memahami dan menyetujui RPS. • Mahasiswa memahami konsep Pemasaran Digital 	<ul style="list-style-type: none"> • Penyampaian RPS dan kontrak belajar : membahas tujuan, materi, strategi, sumber dan evaluasi, tugas dan waktu pengumpulan perkuliahan • Pendahuluan digital marketing <ul style="list-style-type: none"> - Definisi - Pengantar strategi pemasaran digital - Bagaimana teknologi digital mengubah pemasaran 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah • <i>Guided Teaching</i> (pengajaran terbimbing) • Diskusi 	199'	Mahasiswa secara aktif turut serta berdiskusi dan memahami mengenai materi kuliah yang diberikan.	1, 2



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS VOKASI
DEPT. BISNIS DAN KEUANGAN
PROGRAM STUDI D4 – MANAJEMEN PEMASARAN

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Minggu ke-	KAD/SUB-CP-MK	Bahan Kajian	Metode Pembelajaran	Waktu	Pengalaman Belajar	Daftar Referensi
2.	<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa menunjukkan sikap religius, mampu bekerjasama, menghargai orang lain dan bertanggung jawab. Mahasiswa memahami analisis marketplace di lingkungan online mikro 	<ul style="list-style-type: none"> Mengidentifikasi elemen organisasi marketplace Mengidentifikasi bagaimana lingkungan mikro mempengaruhi strategi pemasaran digital Pelaku dalam lingkungan mikro 	<ul style="list-style-type: none"> Kuliah <i>Guided Teaching</i> (pengajaran terbimbing) Diskusi 	199'	Mahasiswa secara aktif turut serta berdiskusi dan memahami mengenai materi kuliah yang diberikan.	1
3.	<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa menunjukkan sikap religius, mampu bekerjasama, menghargai orang lain dan bertanggung jawab. Mahasiswa memahami mengenai lingkungan online makro 	<ul style="list-style-type: none"> Mengidentifikasi bagaimana lingkungan makro mempengaruhi strategi pemasaran digital Pelaku dalam lingkungan makro Mempertimbangkan batasan hukum, moral, dan etika dari pemasaran digital 	<ul style="list-style-type: none"> Kuliah Diskusi Eksperimen/Praktek Tugas/Kerja Mandiri 	199'	Mahasiswa secara aktif turut serta berdiskusi dan memahami mengenai materi kuliah yang diberikan.	1
4.	<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa menunjukkan sikap religius, mampu bekerjasama, menghargai orang lain dan bertanggung jawab. Mahasiswa memahami konsep strategi pemasaran digital 	<ul style="list-style-type: none"> Pendekatan yang digunakan untuk membuat strategi pemasaran digital Keterkaitan strategi pemasaran digital dengan pengembangan strategi lainnya Opsi strategi pemasaran digital 	<ul style="list-style-type: none"> Kuliah Diskusi Eksperimen/Praktek Tugas/Kerja Mandiri 	199'	Mahasiswa secara aktif turut serta berdiskusi dan memahami mengenai materi kuliah yang diberikan.	1



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS VOKASI
DEPT. BISNIS DAN KEUANGAN
PROGRAM STUDI D4 – MANAJEMEN PEMASARAN

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

5.	<ul style="list-style-type: none"> • Mahasiswa menunjukkan sikap religius, mampu bekerjasama, menghargai orang lain dan bertanggung jawab. • Mahasiswa memahami dampak media dan teknologi digital dalam bauran pemasaran 	<ul style="list-style-type: none"> • Tujuh variable kunci dalam bauran pemasaran: - Product - Price - Place - Promotion - People - Proses - Physical Evidence 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah • Diskusi • Eksperimen/Praktek • Tugas/Kerja Mandiri 	199'		1
6.	<ul style="list-style-type: none"> • Mahasiswa menunjukkan sikap religius, mampu bekerjasama, menghargai orang lain dan bertanggung jawab. • Mahasiswa memahami hubungan pemasaran dalam platform digital 	<ul style="list-style-type: none"> - Pendahuluan - Definisi CRM - Manfaat menggunakan e-CRM - Aplikasi pemasaran e-CRM 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah • Diskusi • Eksperimen/Praktek • Tugas/Kerja Mandiri 	199'		1



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS VOKASI
DEPT. BISNIS DAN KEUANGAN
PROGRAM STUDI D4 – MANAJEMEN PEMASARAN

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Minggu ke-	KAD/SUB-CP-MK	Bahan Kajian	Metode Pembelajaran	Waktu	Pengalaman Belajar	Daftar Referensi
7.	<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa menunjukkan sikap religius, mampu bekerjasama, menghargai orang lain dan bertanggung jawab. Mahasiswa dapat memahami cara menyampaikan pengalaman pelanggan secara online 	<ul style="list-style-type: none"> Menciptakan pengalaman digital yang efektif Merencanakan design situs web Menentukan requirement web atau app Merancang pengalaman pengguna Pengembangan dan pengujian konten 	<ul style="list-style-type: none"> Kuliah Diskusi Eksperimen/Praktek Tugas/Kerja Mandiri 	199'	Mahasiswa secara aktif turut serta berdiskusi dan memahami mengenai materi kuliah yang diberikan.	1
8.	Ujian Tengah Semester					
9.	<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa menunjukkan sikap religius, mampu bekerjasama, menghargai orang lain dan bertanggung jawab. Mahasiswa memahami perencanaan kampanye untuk media digital 	<ul style="list-style-type: none"> Karakteristik media digital Langkah-langkah dalam merencanakan kampanye terintegrasi 	<ul style="list-style-type: none"> Kuliah Diskusi Eksperimen/Praktek Tugas/Kerja Mandiri 	199'	Mahasiswa secara aktif turut serta berdiskusi dan memahami mengenai materi kuliah yang diberikan.	1



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS VOKASI
DEPT. BISNIS DAN KEUANGAN
PROGRAM STUDI D4 – MANAJEMEN PEMASARAN

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Minggu ke-	KAD/SUB-CP-MK	Bahan Kajian	Metode Pembelajaran	Waktu	Pengalaman Belajar	Daftar Referensi
10.	<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa menunjukkan sikap religius, mampu bekerjasama, menghargai orang lain dan bertanggung jawab. Mahasiswa memahami dan dapat menjelaskan komunikasi pemasaran menggunakan saluran digital 	<ul style="list-style-type: none"> Definisi digital media channel Search Engine Marketing SEO, Paid Search Marketing Online public Realtions 	<ul style="list-style-type: none"> Kuliah Diskusi Eksperimen/Praktek Tugas/Kerja Mandiri 	199'	Mahasiswa secara aktif turut serta berdiskusi dan memahami mengenai materi kuliah yang diberikan.	1
11.	<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa menunjukkan sikap religius, mampu bekerjasama, menghargai orang lain dan bertanggung jawab. Mahasiswa memahami dan dapat menjelaskan evaluasi dan peningkatan kinerja saluran digital 	<ul style="list-style-type: none"> Manajemen kinerja untuk saluran digital Content management system 	<ul style="list-style-type: none"> Kuliah Diskusi Eksperimen/Praktek Tugas/Kerja Mandiri 	199'	Mahasiswa secara aktif turut serta berdiskusi dan memahami mengenai materi kuliah yang diberikan.	1
12.	<ul style="list-style-type: none"> Mahasiswa menunjukkan sikap religius, mampu bekerjasama, menghargai orang lain dan bertanggung jawab. Mahasiswa memahami Praktik pemasaran digital bisnis-ke-konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> Perilaku konsumen online Perspektif ritel : ritel online Implikasi terhadap strategi pemasaran retail 	<ul style="list-style-type: none"> Kuliah Diskusi Eksperimen/Praktek Tugas/Kerja Mandiri 	199'	Mahasiswa secara aktif turut serta berdiskusi dan memahami mengenai materi kuliah yang diberikan.	1



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS VOKASI
DEPT. BISNIS DAN KEUANGAN
PROGRAM STUDI D4 – MANAJEMEN PEMASARAN

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Minggu ke-	KAD/SUB-CP-MK	Bahan Kajian	Metode Pembelajaran	Waktu	Pengalaman Belajar	Daftar Referensi
13.	<ul style="list-style-type: none"> • Mahasiswa menunjukkan sikap religius, mampu bekerjasama, menghargai orang lain dan bertanggung jawab. • Mahasiswa memahami Praktik pemasaran digital bisnis-ke-bisnis 	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis lingkungan pemasaran dan perdagangan organisasi B2B - Menggunakan pemasaran digital untuk mendukung akuisisi pelanggan dalam pemasaran B2B - Opsi untuk perdagangan antar organisasi secara online - Bagaimana teknologi digital dapat mendukung pemasaran B2B 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah • Diskusi • Eksperimen/Praktek • Tugas/Kerja Mandiri 	199'	Mahasiswa secara aktif turut serta berdiskusi dan memahami mengenai materi kuliah yang diberikan.	1
14.	<ul style="list-style-type: none"> • Mahasiswa menunjukkan sikap religius, mampu bekerjasama, menghargai orang lain dan bertanggung jawab. • Mahasiswa memahami dan menjelaskan tentang konten strategi marketing 	<ul style="list-style-type: none"> - Definisi konten marketing - Bentuk konten marketing - Skill yang dibutuhkan dalam konten marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah • Diskusi • Eksperimen/Praktek • Tugas/Kerja Mandiri 	199'	Mahasiswa secara aktif turut serta berdiskusi dan memahami mengenai materi kuliah yang diberikan.	3



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS VOKASI
DEPT. BISNIS DAN KEUANGAN
PROGRAM STUDI D4 – MANAJEMEN PEMASARAN

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Minggu ke-	KAD/SUB-CP-MK	Bahan Kajian	Metode Pembelajaran	Waktu	Pengalaman Belajar	Daftar Referensi
15.	<ul style="list-style-type: none">Mahasiswa menunjukkan sikap religius, mampu bekerjasama, menghargai orang lain dan bertanggung jawab.Mahasiswa dapat memahami dan menerapkan bentuk konten marketing seperti UI/UX, Copy Writing, Search Engine Optimization	<ul style="list-style-type: none">User experience : definisi, faktor, modelCopywriting : definisi, peran dalam bisnis, modelSEO : definisi, cara kerja, jenis, manfaat	<ul style="list-style-type: none">KuliahDiskusiEksperimen/PraktekTugas/Kerja Mandiri	199'	Mahasiswa secara aktif turut serta berdiskusi dan memahami mengenai materi kuliah yang diberikan.	3
Ujian Akhir Semester						



**UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS VOKASI
DEPT. BISNIS DAN KEUANGAN
PROGRAM STUDI D4 – MANAJEMEN PEMASARAN**

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

Referensi	<ol style="list-style-type: none">1. Chaffey Dave, Ellis-chadwick Fiona. 2012. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson Education: Newyork2. Kingsnorth, S. 2019. Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing. Kogan Page Publishers3. Sari Dewi K, Pebrianggara Alshaf, Oetarjo Mas, 2021. Digital Marketing. Umsida Press: Sidoarjo
Kriteria Penilaian	<ol style="list-style-type: none">1. Tugas : 15%2. Aktifitas : 10%3. UTS : 30%4. UAS : 45%

Yogyakarta, 02 Agustus 2023

Dosen Mata Kuliah

**Puteri Awaliatush Shofro
NIPT. 1199706092023092152**