

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
(T.A. GANJIL 2021/2022)**

**TSI-4173
MEDIA SOSIAL DAN PEMASARAN ONLINE**



**universitas
MALIKUSSALEH**

Tim Penyusun:

Angga Pratama, S.Kom., M.M.S.I

Dr. Taufiq S.T., M.T

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
JURUSAN TEKNIK ELEKTRO
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
2021**

PROFIL MATA KULIAH

Mata Kuliah	:	MEDIA SOSIAL DAN PEMASARAN ONLINE	
Kode Mata Kuliah	:	TSI-4173	
SKS	:	3 SKS	
Semester	:	VII	
Bentuk Perkuliahan	:	Kuliah Luring	
Alokasi Waktu	:	16 x 150 Menit	
Pelaksanaan Pembelajaran	:	Tatap Muka	2 jam 30 menit per minggu
Mata Kuliah Prasyarat	:	Kode Mata Kuliah: TSI-3463	Nama Mata Kuliah: TEKNOPRENEURSHIP
Rumpun Mata Kuliah	:	Analisis	
Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi	CP-S2	Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika.	
	CP-S3	Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila.	
	CP-S4	Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab pada negara dan bangsa	
	CP-S6	Bekerjasama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan	
	CP-S8	Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik.	

	CP-S10	Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan
	CP-S13	Memiliki kepribadian dan interaksi sosial yang berempati dan humanis
	CP-KU1	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
	CP-KU2	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu dan terukur
	CP-KU5	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data
	CP-KU8	Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada dibawah tanggungjawabnya, dan mampu mengelola pembelajaran secara mandiri
	CP-PA6	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri
	CP-PA9	Memahami potensi ancaman ,alternatif solusi dan manajemen risiko berkaitan dengan data dan infrastruktur SI/TI
	CP-KKA1	Mampu menganalisis masalah organisasi/ bisnis dan merancang alternatif-alternatif solusi SI/ TI untuk memenuhi kebutuhan organisasi/ bisnis.
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	1. Mahasiswa diharapkan mampu memahami konsep dasar Digital Marketing 2. Mahasiswa diharapkan mampu memahami tentang People dan Big Data 3. Mahasiswa diharapkan mampu memahami jenis-jenis iklan dan platform periklanan 4. Mahasiswa diharapkan mampu memahami konsep social media marketing 5. Mahasiswa mampu memahami konsep marketing dalam Google Ads, Facebook Ads 6. Mahasiswa mampu memahami Content Marketing and Native Advertising 7. Mahasiswa mampu memahami konsep All about Video (video marketing) 8. Mahasiswa mampu melakukan riset pasar 9. Mahasiswa mampu mengetahui dan memahami tujuan, strategi taktis dan cara kerja digita marketing &	

	advertising
Capaian SN-Dikti/KKNI	
Sikap	Pengetahuan
CP-S2, CP-S3, CP-S4, CP-S6, CP-S8, CP-S10, CP-S13	CP-PA6, CP-PA9
Keterampilan Umum	Keterampilan Khusus
CP-KU1, CP-KU2, CP-KU5, CP-KU8	CP-KKA1
Deskripsi Mata Kuliah	
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	
Daftar Pustaka	
1) Emarketing Institute, 2017. Internet Marketing Online Marketing Fundamentals: Course Material-Knowledge Required-for Certificate. eMarketing Institute, Copenhagen Denmark. 2) Jones Alex Trengove, Anna Malezyk, Justin Beneke, 2013. Internet Marketing: A Highly Practical Guide to Every Aspect of Internet Marketing. GetSmarter: the Creative Commons BY-NC 3.0. 3) Nirmala, Endar. 2013. Pemasaran Online: Kelas 10 Semester 2. Pusat Pengembangan Pemberdayaan Pendidikan dan Tenaga Kependidikan Bisnis dan Pariwisata, Jakarta. 4) Ignitionone. 2014. Big Book of Digital Marketing, Vol. 1. Ignitionone, netmining.	

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

Minggu ke-	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Pokok Bahasan dan Sub Pokok Bahasan	Strategi/Metode Pembelajaran	Waktu Belajar	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian	
						Kriteria Penilaian (Indikator)	Bobot Nilai (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mahasiswa mampu memahami konsep dasar Digital Marketing	- Konsep Digital Marketing - Pengertian Digital Marketing - Konsumen Digital Marketing - Manfaat Digital Marketing	- Ceramah - Latihan	150 menit	Setelah mempelajari pokok bahasan ini mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar Digital Marketing.	Keaktifan diskusi tanya jawab	
2	Mahasiswa mampu memahami tentang People dan Big Data	- . Masyarakat era digital - Internet of Think - Pengertian dan konsep Big Data - Efisiensi Pemasaran Online Menggunakan Big data - Menargetkan Iklan dan Membuat Iklan Lebih Baik menggunakan Big Data	- Ceramah - Latihan	150 menit	Setelah mempelajari pokok bahasan ini mahasiswa mampu memahami tentang People dan Big Data	- Latihan - Tugas - Praktikum	
3	Mahasiswa mampu	Jenis dan Platform Iklan;	- Ceramah	150 menit	Setelah	- Latihan - Tugas	

Minggu ke-	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Pokok Bahasan dan Sub Pokok Bahasan	Strategi/Metode Pembelajaran	Waktu Belajar	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian	
						Kriteria Penilaian (Indikator)	Bobot Nilai (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
	memahami jenis-jenis iklan dan platform periklanan	- Tex or Link Ads - Display Ads - Rich Media Ads - Advertorials - Online Directories - Mobile Ads - Affiliate - Marketing Ads - Search - Advertising - Social Media Ads			mempelajari pokok bahasan ini mahasiswa mampu memahami jenis-jenis iklan dan platform Periklanan		
4	Mahasiswa mampu memahami tentang konsep mobile dan Devices	Pemasaran melalui perangkat mobile: - Pengertian dasar Pemasaran melalui perangkat mobile - Spesifikasi perangkat mobile - Membuat website Menggunakan template pada perangkat mobile - Strategi	- Ceramah	150 menit	Setelah mempelajari pokok bahasan ini mahasiswa mampu memahami tentang konsep mobile dan devices	- Latihan - Tugas	

Minggu ke-	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Pokok Bahasan dan Sub Pokok Bahasan	Strategi/Metode Pembelajaran	Waktu Belajar	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian	
						Kriteria Penilaian (Indikator)	Bobot Nilai (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
		pemasaran					
5	Mahasiswa mampu memahami konsep social media marketing	Pemasaran Online Menggunakan Media Sosial: - Fungsi dan penggunaan social media - Etika dalam social media - Macam-macam pemasaran melalui media sosial - Viral Marketing	- Ceramah	150 menit	Setelah mempelajari pokok bahasan ini mahasiswa mampu memahami konsep social media marketing	- Latihan - Tugas	
6	Mahasiswa mampu memahami strategy SEO (Search Engine Optimization)	Konsep Search Engine: - Pengertian Search Engine Optimization (SEO) - Memahami cara kerja SEO Menggunakan kata kunci dalam SEO - Strategi membuat SEO, SEO on	- Ceramah	150 menit	Setelah mempelajari pokok bahasan ini mahasiswa mampu memahami strategy SEO (Search Engine Optimization)	- Latihan - Tugas	

Minggu ke-	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Pokok Bahasan dan Sub Pokok Bahasan	Strategi/Metode Pembelajaran	Waktu Belajar	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian	
						Kriteria Penilaian (Indikator)	Bobot Nilai (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
		page/ SEO off page					
7	Mahasiswa mampu memahami konsep pemasran Pay Per Click (PPC)	Iklan Pay Per Click (PPC) terdiri dari : - Konsep PPC - Optimasi cara memantau kinerja PPC - Konsep AdWords dan menggunakan Adwords.	- Ceramah - Latihan	150 menit	Setelah Mempelajari pokok bahasan ini mahasiswa mampu memahami konsep pemasaran Pay Per Click (PPC)	- Latihan - Tugas	
8	UTS						25%
9	Mahasiswa mampu memahami penggunaan E-mail sebagai digital marketing	- Etika dan Klasifikasi Surat Elektronik - Membuat, mengoperasikan dan memanfaatkan surat elektronik untuk pemasaran.	- Ceramah - Latihan	150 menit	Setelah mempelajari pokok bahasan ini mahasiswa mampu memahami penggunaan E-mail sebagai digital marketing	- Latihan - Tugas	
10	Mahasiswa mampu memahami konsep marketing dalam Google Ads, Facebook Ads,	- Best Practices Advertising: - Google Adwords best practices - Social media	- Ceramah	150 menit	Setelah mempelajari pokok bahasan ini mahasiswa mampu mampu	- Latihan - Tugas	

Minggu ke-	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Pokok Bahasan dan Sub Pokok Bahasan	Strategi/Metode Pembelajaran	Waktu Belajar	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian	
						Kriteria Penilaian (Indikator)	Bobot Nilai (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
	Instagram Ads.	Ads Best practices			memahami konsep marketing dalam Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads.		
11	Mahasiswa mampu memahami Content Marketing and Native Advertising	- Content Strategy - Content production - Strategi mempromosikan content - The future online content	- Ceramah	150 menit	Setelah mempelajari pokok bahasan ini mahasiswa mampu memahami Content Marketing and Native Advertising	- Latihan - Tugas	
12	Mahasiswa mampu memahami konsep All about Video (video marketing)	- Video mainstream - Statistic pada video marketing - Esensial kampanye video marketing	- Ceramah	150 menit	Setelah mempelajari pokok bahasan ini mahasiswa mampu melakukan mampu memahami konsep All about Video (video marketing)	- Latihan - Tugas	

Minggu ke-	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Pokok Bahasan dan Sub Pokok Bahasan	Strategi/Metode Pembelajaran	Waktu Belajar	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian	
						Kriteria Penilaian (Indikator)	Bobot Nilai (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
13	Mahasiswa mampu memahami metode menargetkan digital marketing & advertising	- Targeting Methods: - Contextual Targeting - Behavioral targeting - Geo or Local Targeting	- Ceramah	150 menit	Setelah mempelajari pokok bahasan ini mahasiswa mampu memahami metode	- Latihan - Tugas	
14	Mahasiswa mampu memahami konsep Mahasiswa mampu melakukan riset pasar	Riset pasar melalui online: - Melakukan riset pasar dan pesaing secara online - Menyusun strategi yang menarik untuk calon pelanggan	- Ceramah	150 menit	Setelah mempelajari pokok bahasan ini mahasiswa mampu melakukan riset pasar	- Latihan - Tugas	
15	Mahasiswa mampu mengetahui dan memahami tujuan, strategi taktis dan cara kerja digital marketing & advertising dalam sebuah	Company visit: - Digital Agency	- Ceramah	150 menit	Setelah mempelajari pokok bahasan ini mahasiswa mampu mengetahui dan	- Latihan - Tugas	

Minggu ke-	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Pokok Bahasan dan Sub Pokok Bahasan	Strategi/Metode Pembelajaran	Waktu Belajar	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian	
						Kriteria Penilaian (Indikator)	Bobot Nilai (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
	perusahaan				memahami tujuan, strategi taktis dan cara kerja digital marketing & advertising		
16	UAS						30%

PENILAIAN

A. Standar Penilaian

No.	Nilai Angka	Nilai Huruf	Angka Mutu	Mutu
1	85,00 – 100	A	4	Istimewa
2	80,00 – 84,99	A-	3,70	Sangat Memuaskan
3	75,00 – 79,99	B+	3,30	Memuaskan
4	70,00 - 74,99	B	3	Sangat Baik
5	65,00 - 69,99	B-	2,70	Baik
6	60,00 – 64,99	C+	2,30	Cukup Baik
7	55,00 – 59,99	C	2	Cukup
8	50,00 – 54,99	C-	1,70	Kurang
9	45,00 – 49,99	D	1	Sangat Kurang
10	< 44,99	E	0	Gagal
11	0,00 (Tunda)	T	0	Tunda

Keterangan: Sesuai dengan Buku Panduan Akademik Tahun 2020

B. Komponen Penilaian

Bentuk Pembelajaran Kuliah		
No	Komponen	Bobot (%)
1	Tugas	25%
2	Kuis	20%
3	Ujian Tengah Semester	25%
4	Ujian Akhir Semester	30%
Total		100%

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Rizky Putra Fhonna, S.T., M.Kom
NIP. 199111192019031012

Lhokseumawe, 9 September 2021

Koordinator

Angga Pratama, S.Kom., M.M.S.I
NIP.198809122015041003