



**Universitas Negeri Surabaya
Fakultas Vokasi
Program Studi D4 Tata Busana**

Kode Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)			SEMESTER	Tgl Penyusunan																																																																																																														
PROMOSI DIGITAL	9024104084	Mata Kuliah Wajib Program Studi	T=4	P=0	ECTS=6.36	5	9 Januari 2023																																																																																																														
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK			Koordinator Program Studi																																																																																																															
	Muh Ariffudin Islam, S.Sn., M.Sn.		Muh Ariffudin Islam, S.Sn., M.Sn.			Dr. Irma Russanti, S.Pd., M.Ds.																																																																																																															
Model Pembelajaran	Case Study																																																																																																																				
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																																																																																																				
	CPL-3	Mengembangkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan kreatif dalam melakukan pekerjaan yang spesifik di bidang keahliannya serta sesuai dengan standar kompetensi kerja bidang yang bersangkutan																																																																																																																			
	CPL-4	Mengembangkan diri secara berkelanjutan dan berkolaborasi.																																																																																																																			
	CPL-6	Menguasai teori dan metodologi perancangan Desain Komunikasi Visual dengan berbagai pendekatan fungsional dan pemecahan masalah.																																																																																																																			
	CPL-7	Mampu merencanakan proses perancangan Desain Komunikasi Visual dari tahap konsep, metode, hingga penyelesaian akhir dengan menggunakan pendekatan keilmuan Desain Komunikasi Visual berbasis perangkat lunak terkini																																																																																																																			
	CPL-9	Mampu merancang karya Desain Komunikasi Visual yang berorientasi pada pemecahan masalah dengan pendekatan berbasis kreativitas dan teknologi serta menggunakan perangkat lunak terkini.																																																																																																																			
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																																																																																																				
	CPMK - 1	Memiliki moral, etika dan kepribadian yang baik di dalam mengikuti pembelajaran Promosi Digital																																																																																																																			
	CPMK - 2	Mampu mengidentifikasi permasalahan dan menentukan tindakan untuk menghasilkan karya Promosi Digital sesuai pilar digital marketing																																																																																																																			
	CPMK - 3	Memiliki pengetahuan tentang pengelolaan konten visual media digital untuk mendukung strategi pemasaran digital																																																																																																																			
	CPMK - 4	Memiliki kemampuan dan kepekaan dalam merancang media planning, sebagai bentuk penerapan studi kasus terhadap promosi digital																																																																																																																			
	Matrik CPL - CPMK																																																																																																																				
		<table border="1" style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>CPMK</th> <th>CPL-3</th> <th>CPL-4</th> <th>CPL-6</th> <th>CPL-7</th> <th>CPL-9</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CPMK-1</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-2</td> <td></td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-3</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>✓</td> <td>✓</td> </tr> <tr> <td>CPMK-4</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>✓</td> </tr> </tbody> </table>						CPMK	CPL-3	CPL-4	CPL-6	CPL-7	CPL-9	CPMK-1	✓	✓				CPMK-2		✓	✓	✓		CPMK-3				✓	✓	CPMK-4					✓																																																																																
	CPMK	CPL-3	CPL-4	CPL-6	CPL-7	CPL-9																																																																																																															
	CPMK-1	✓	✓																																																																																																																		
	CPMK-2		✓	✓	✓																																																																																																																
	CPMK-3				✓	✓																																																																																																															
	CPMK-4					✓																																																																																																															
Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																																																																																																					
	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">CPMK</th> <th colspan="16">Minggu Ke</th> </tr> <tr> <th>1</th><th>2</th><th>3</th><th>4</th><th>5</th><th>6</th><th>7</th><th>8</th><th>9</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th><th>13</th><th>14</th><th>15</th><th>16</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CPMK-1</td> <td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-2</td> <td></td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-3</td> <td></td><td></td><td>✓</td><td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>CPMK-4</td> <td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table>																CPMK	Minggu Ke																1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	CPMK-1	✓																CPMK-2		✓															CPMK-3			✓			✓	✓										CPMK-4				✓	✓											
CPMK	Minggu Ke																																																																																																																				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																																																																																																					
CPMK-1	✓																																																																																																																				
CPMK-2		✓																																																																																																																			
CPMK-3			✓			✓	✓																																																																																																														
CPMK-4				✓	✓																																																																																																																

Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini memberikan pengalaman dan pendalaman metode perancangan promosi digital, mencari solusi kreatif, dan mengembangkan konsep pendekatan media digital sebagai wahana dengan berdasarkan pada suatu kebutuhan komunikasi dan persuasi dalam suatu perancangan komunikasi visual. Lebih dalam lagi, mata kuliah ini memberikan pengalaman agar mahasiswa menguasai sistem digital media yang efektif, interaktif dan taktis dalam mendukung suatu pesan melalui web design untuk kepentingan sosial atau komersial. Ruang lingkup dalam mata kuliah ini mencakup teori dan pengetahuan serta wawasan promosi digital yang meliputi dua bagian besar, yaitu: bagian pertama adalah materi mengenai latar belakang dan berbagai teori, bagian kedua adalah materi mengenai perkembangan media. Selanjutnya, mata kuliah berisi keterampilan dalam merancang media promosi dalam bentuk digital, beserta aplikasinya. Penekanan perkuliahan ini pada perancangan desain media promosi dengan menerapkan prinsip desain, serta strategi promosi digital untuk berbagai tujuan pemasaran produk maupun jasa. Perkuliahan disampaikan melalui pendekatan direct instruction dengan strategi teori dan praktek.						
Pustaka	Utama :						
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Ryan, Damian, 2016. Understanding Digital Marketing, marketing strategis for engagingthe digital generation. KoganPage; 4 edition 2. Kotler Philip, Kartajaya Hermawan, Setiawan Iwan,2010. Marketing 4.0: From Products to Customers to the Human Spirit. Moving krom Tradisional do Digital. Wiley. 3. Prisgunanto. Ilham, 2014. Komunikasi Pemasaran Era Digital, Penerbit: Prisani Cendekia, ISBN : 978-979-19315-1-9 					
Pendukung :							
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Denny Santoso. 2021. List Building Black Book. Jakarta: Tribelio 2. Scott Stratten & alison Stratten. (2018). UNBRANDING: 100 Pelajaran Branding di Era Disruptif. Jakarta: PT Elex Media Komputindo 					
Dosen Pengampu							
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuan Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mampu memahami e-commerce dan digital marketing	- Mampu mendeskripsikan perkembangan iklan, teknologi pada digital marketing dan perkembangan konsumen atau pasar	Kriteria: Menjelaskan perkembangan media digital sesuai rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Ceramah Diskusi Tanya Jawab 4 X 50		Materi: Pengantar Promosi Digital dan pemahaman Digital Marketing Pustaka: Kotler Philip, Kartajaya Hermawan, Setiawan Iwan,2010. Marketing 4.0: From Products to Customers to the Human Spirit. Moving krom Tradisional do Digital. Wiley.	5%
2	Mengkaji strategi pemasaran digital	<ol style="list-style-type: none"> 1.Mampu menganalisis pentingnya strategi pemasaran digital 2.Mampu mengidentifikasi pemasaran digital yang sesuai 	Kriteria: Identifikasi dan analisis startegi berdasarkan rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Ceramah Presentasi Diskusi 4 X 50		Materi: Memahami model bisnis e- commerce dalam pemasaran modern Pustaka: Ryan, Damian, 2016. Understanding Digital Marketing, marketing strategis for engagingthe digital generation. KoganPage; 4 edition	5%

3	Mampu memahami tentang user interface dalam aplikasi pemasaran berbasis web	- Mampu menganalisis dan menulis website yang efektif	<p>Kriteria:</p> <p>1. Menganalisis proses penentuan judul suatu penelitian dan menentukan topik penelitian yang hendak dilakukannya</p> <p>2. Menganalisis proses penentuan judul suatu penelitian dan belum mempunyai ide penelitian</p> <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	Ceramah, Presentasi, Diskusi, praktik 4 X 50		<p>Materi: karakteristik storytelling yang memikat</p> <p>Pustaka: <i>Denny Santoso. 2021. List Building Black Book. Jakarta: Tribelio</i></p>	5%
4	Mampu mengidentifikasi Market dan Segmentasi secara komprehensif	Memahami spesifikasi pasar dan jenis-jenis konsumen	<p>Kriteria: Menyusun strategi market dan segmentasi sesuai rubrik penilaian</p> <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	Ceramah, Presentasi, Diskusi, praktik 4 X 50		<p>Materi: karakteristik storytelling yang memikat</p> <p>Pustaka: <i>Denny Santoso. 2021. List Building Black Book. Jakarta: Tribelio</i></p>	5%
5	Mampu mengidentifikasi Market dan Segmentasi secara komprehensif	Memahami spesifikasi pasar dan jenis-jenis konsumen	<p>Kriteria: Menyusun strategi market dan segmentasi sesuai rubrik penilaian</p> <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	Ceramah, Presentasi, Diskusi, praktik 4 X 50		<p>Materi: karakteristik storytelling yang memikat</p> <p>Pustaka: <i>Denny Santoso. 2021. List Building Black Book. Jakarta: Tribelio</i></p>	5%
6	Mampu memahami pilar-pilar dalam pemasaran digital	Memahami pembagian online channel dan offline channel	<p>Kriteria: mahasiswa dapat menjelaskan pembagian online channel dan offline channel</p> <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	Ceramah, Presentasi, Diskusi Studi kasus 4 X 50		<p>Materi: Media-media dalam pemasaran digital</p> <p>Pustaka: <i>Kotler Philip, Kartajaya Hermawan, Setiawan Iwan, 2010. Marketing 4.0: From Products to Customers to the Human Spirit. Moving from Tradisional do Digital. Wiley.</i></p> <p>Materi: pilar dalam digital marketing</p> <p>Pustaka: <i>Prisgunanto. Ilham, 2014. Komunikasi Pemasaran Era Digital, Penerbit: Prisani Cendekia, ISBN : 978-979-19315-1-9</i></p>	5%

7	Mampu memahami pilar-pilar dalam pemasaran digital	Memahami pembagian online channel dan offline channel	<p>Kriteria: mahasiswa dapat menjelaskan pembagian online channel dan offline channel</p> <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	Ceramah, Presentasi, Diskusi Studi kasus 4 X 50		<p>Materi: Media-media dalam pemasaran digital</p> <p>Pustaka: <i>Kotler Philip, Kartajaya Hermawan, Setiawan Iwan, 2010. Marketing 4.0: From Products to Customers to the Human Spirit. Moving krom Tradisional do Digital. Wiley.</i></p> <hr/> <p>Materi: pilar dalam digital marketing</p> <p>Pustaka: <i>Prisgunanto. Ilham, 2014. Komunikasi Pemasaran Era Digital, Penerbit: Prisani Cendekia, ISBN : 978-979-19315-1-9</i></p>	5%
---	--	---	--	---	--	--	----

8	Ujian Tengah Semester	Mampu mengerjakan soal UTS dengan baik dan benar	<p>Kriteria: Mengerjakan soal UTS dengan baik dan benar sesuai rubrik penilaian</p> <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Praktikum, Tes</p>	Praktik berbasis proyek 4 X 50		<p>Materi: Memahami model bisnis e-commerce dalam pemasaran modern</p> <p>Pustaka: <i>Ryan, Damian, 2016. Understanding Digital Marketing, marketing strategis for engaging the digital generation. KoganPage; 4 edition</i></p> <hr/> <p>Materi: Media Digital Marketing. Online dan offline</p> <p>Pustaka: <i>Parkin, Gofrey, 2009. Digital Marketing, Strategies for online success</i></p> <hr/> <p>Materi: pesifikasi pasar dan jenis-jenis konsumen</p> <p>Pustaka: <i>Burke, Leigh, 2008, Niche Internet Marketing, Publisher: Leigh Burke</i></p> <hr/> <p>Materi: Media-media dalam pemasaran digital</p> <p>Pustaka: <i>Kotler Philip, Kartajaya Hermawan, Setiawan Iwan, 2010. Marketing 4.0: From Products to Customers to the Human Spirit. Moving from Tradisional to Digital. Wiley.</i></p>	15%
9	Mendesripsikan tentang pemasaran E-mail	· Memahami dan menjelaskan pemasaran e-mail · Mampu Membuat desain e-mail	<p>Kriteria: Jawaban salah / tidak ada jawaban</p> <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	Membaca literatur, ceramah, diskusi 4 X 50		<p>Materi: Konstanta dan Variabel dalam desain</p> <p>Pustaka: <i>Denny Santoso. 2021. List Building Black Book. Jakarta: Tribelio</i></p>	5%

10	Mendeskripsikan tentang pemasaran E-mail	· Memahami dan menjelaskan pemasaran e-mail · Mampu Membuat desain e-mail	Kriteria: Jawaban salah / tidak ada jawaban Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Membaca literatur, ceramah, diskusi 4 X 50		Materi: Konstanta dan Variabel dalam desain Pustaka: <i>Denny Santoso. 2021. List Building Black Book. Jakarta: Tribelio</i>	5%
11	Mengkaji PR Online	· Menganalisis cara mempromosikan bisnis dan membina citra melalui saluran online · Mampu melakukan promosi bisnis melalui online	Kriteria: 1. Mengorganisir beberapa trend strategy digital marketing 2. Menganalisis cara mempromosikan bisnis dan membina citra melalui saluran online Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	Membaca literatur, ceramah, praktik, dan diskusi 4 X 50		Materi: Trend strategy digital marketing Pustaka: <i>Denny Santoso. 2021. List Building Black Book. Jakarta: Tribelio</i>	5%
12	Mampu memahami dan Menyusun konten pada Website dan landing page, serta kemitraan strategis	1. Mampu membangun kemitraan strategis dan mengenali peluang untuk kemitraan strategis 2. Mengidentifikasi perbedaan dan persamaan website dan landing page 3. Mendeskripsikan peran utama email marketing sebagai senjata utama dalam digital marketing	Kriteria: mahasiswa dapat menguasai dan menyusun konten pada Website dan landing page, serta kemitraan strategis Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Membaca literatur, ceramah, praktik dan diskusi 4 X 50		Materi: Konten pada Website dan landing page, serta kemitraan strategis Pustaka: <i>Denny Santoso. 2021. List Building Black Book. Jakarta: Tribelio</i>	5%
13	Mampu menjelaskan keterkaitan antara Owned, Earned, dan Paid digital marketing	1. Menjelaskan perbedaan Owned, Earned, dan Paid digital marketing 2. Menjelaskan contoh Owned, Earned, dan Paid digital marketing	Kriteria: Menjelaskan perbedaan Owned, Earned, dan Paid digital marketing, disertai contohnya Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Membaca literatur, ceramah, praktik dan diskusi 4 X 50		Materi: Owned, Earned, dan Paid digital marketing Pustaka: <i>Denny Santoso. 2021. List Building Black Book. Jakarta: Tribelio</i>	5%
14	Mampu Merancang perencanaan media, budgeting, dan penerapan konten pada pilar Online dan Offline Channel	Mampu merancang media planning dan penerapan desain melalui konsep promosi digital dengan pendekatan studi kasus pada Produk jasa/makanan-minuman/Project Event/ *(silakan pilih)	Kriteria: Merancang media planning dan penerapan desain melalui konsep promosi digital dengan pendekatan studi kasus pada Produk jasa/makanan-minuman/Project Event/ *(silakan pilih) Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Membaca literatur, ceramah, praktik dan diskusi 4 X 50		Materi: media planning dan penerapan desain Pustaka: <i>Denny Santoso. 2021. List Building Black Book. Jakarta: Tribelio</i>	5%
15	Mampu Merancang perencanaan media, budgeting, dan penerapan konten pada pilar Online dan Offline Channel	Mampu merancang media planning dan penerapan desain melalui konsep promosi digital dengan pendekatan studi kasus pada Produk jasa/makanan-minuman/Project Event/ *(silakan pilih)	Kriteria: Merancang media planning dan penerapan desain melalui konsep promosi digital dengan pendekatan studi kasus pada Produk jasa/makanan-minuman/Project Event/ *(silakan pilih) Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Membaca literatur, ceramah, praktik dan diskusi 4 X 50		Materi: media planning dan penerapan desain Pustaka: <i>Denny Santoso. 2021. List Building Black Book. Jakarta: Tribelio</i>	5%

16	Mampu Merancang perencanaan media, budgeting, dan penerapan konten pada pilar Online dan Offline Channel	Mampu merancang media planning dan penerapan desain melalui konsep promosi digital dengan pendekatan studi kasus pada Produk jasa/makanan-minuman/Project Event/ *(silakan pilih)	Kriteria: Merancang media planning dan penerapan desain melalui konsep promosi digital dengan pendekatan studi kasus pada Produk jasa/makanan-minuman/Project Event/ *(silakan pilih) Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Membaca literatur, ceramah, praktik dan diskusi 4 X 50		Materi: media planning dan penerapan desain Pustaka: <i>Denny Santoso. 2021. List Building Black Book. Jakarta: Tribelio</i>	15%
----	--	---	--	---	--	--	-----

Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipasif	10%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	70%
3.	Penilaian Praktikum	7.5%
4.	Praktik / Unjuk Kerja	5%
5.	Tes	7.5%
		100%

Catatan

- Capaian Pembelajaran Lulusan Prodi (CPL - Prodi)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan prodi yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
- CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-Prodi) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
- CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
- Sub-CPMK Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
- Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
- Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolak ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
- Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
- Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
- Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
- Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
- Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
- TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.

RPS ini telah divalidasi pada tanggal 5 Mei 2024

Koordinator Program Studi D4
Tata Busana



Dr. Irma Russanti, S.Pd., M.Ds.
NIDN 0022017501

UPM Program Studi D4 Tata
Busana



Meirina Lani Anggapuspa,
S.Sn., M.Sn.
NIDN 0024058405

VALID