



**Universitas Negeri Surabaya
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Program Studi S1 Bisnis Digital**

**Kode
Dokumen**

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

| MATA KULIAH (MK) | KODE | Rumpun MK | BOBOT (sks) | | | SEMESTER | Tgl Penyusunan |
|------------------------|--|---------------------------------|---------------------------------------|-----|-----------|--------------------------------------|------------------------|
| SOCIAL MEDIA MARKETING | 6120903062 | Mata Kuliah Wajib Program Studi | T=3 | P=0 | ECTS=4.77 | 7 | 21 November 2024 |
| OTORISASI | Pengembang RPS | | Koordinator RMK | | | Koordinator Program Studi | |
| | Fresha kharisma,S.E.,M.SM. Ika Diyah Candra Arifah, S.E., M.Com. | | Ika Diyah Candra Arifah, S.E., M.Com. | | | Hujjatullah Fazlurrahman, S.E., MBA. | |

| | |
|---------------------------|-------------------|
| Model Pembelajaran | Case Study |
|---------------------------|-------------------|

Capaian Pembelajaran (CP) **CPL-PRODI yang dibebankan pada MK**

| | |
|---------------|--|
| CPL-2 | Menunjukkan karakter tangguh, kolaboratif, adaptif, inovatif, inklusif, belajar sepanjang hayat, dan berjiwa kewirausahaan |
| 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-5 | Mampu menguasai teori bidang bisnis digital secara menyeluruh |
| CPL-6 | Mampu beradaptasi terhadap konteks permasalahan bisnis digital yang dihadapi dengan baik |
| CPL-8 | Mampu mengembangkan keilmuan di bidang bisnis digital dengan tepat |
| CPL-11 | Mampu mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi dalam pengelolaan bisnis dengan tepat |

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)

| | |
|-----------------|--|
| CPMK - 1 | Mampu mengaplikasikan bidang keahliannya dan memanfaatkan IPTEKS untuk menyelesaikan masalah serta mampu beradaptasi dengan perkembangan media sosial |
| CPMK - 2 | Menguasai konsep teoritis bidang teknologi-teknologi media digital secara umum dan konsep teoritis bagian khusus dalam bidang perkembangan teknologi media sosial, serta mampu memformulasikan penyelesaian masalah prosedural |
| CPMK - 3 | Mahasiswa dapat menjelaskan tentang media sosial dan customer engagement |
| CPMK - 4 | Mahasiswa dapat mempraktekkan pemasaran digital melalui berbagai platform media sosial |
| CPMK - 5 | Mahasiswa dapat mengerjakan karya copywriting secara individu di media sosial untuk pemasaran produk/jasa perusahaan |
| CPMK - 6 | Mahasiswa dapat bekerja dengan tim untuk merancang strategi pemasaran digital dan iklan melalui sosial media dalam jangka panjang |
| CPMK - 7 | Mahasiswa dapat mengevaluasi keberhasilan pemasaran sosial media dengan social media marketing analytics |

Matrik CPL - CPMK

| CPMK | CPL-2 | CPL-3 | CPL-5 | CPL-6 | CPL-8 | CPL-11 |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| CPMK-1 | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| CPMK-2 | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| CPMK-3 | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| CPMK-4 | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| CPMK-5 | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| CPMK-6 | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| CPMK-7 | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)

| | |
|--|--|
| | |
|--|--|

| | 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-5 | | | | ✓ | ✓ | | | | | | | | | | | | |
| CPMK-6 | | | | | | ✓ | ✓ | | | | | | | | | | |
| CPMK-7 | | | | | | | | | ✓ | ✓ | ✓ | | | | | | |

| | |
|-----------------------------|--|
| Deskripsi Singkat MK | Mata kuliah social media marketing dirancang untuk mengajarkan mahasiswa cara menggunakan platform media sosial secara efektif untuk mencapai tujuan pemasaran. Mata kuliah berbasis project ini mencakup berbagai topik, termasuk Dasar-Dasar Platform media sosial; Pembuatan Konten Pemasaran Media Sosial; Pengembangan Strategi pemasaran media sosial yang selaras dengan tujuan bisnis secara keseluruhan; Periklanan di media sosial; Analisis dan Pelaporan dan Manajemen Komunitas untuk terlibat dengan audiens perusahaan, menangani pertanyaan pelanggan, dan mengelola reputasi online. |
| Pustaka | <p>Utama :</p> <ol style="list-style-type: none"> Evans, Dave dan McKee, Jake. (2010). Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement. Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing, Inc. Heggde, Githa, And G. Shainesh. 2019. Social Media Marketing: Emerging Concepts And Applications Zarella, D. (2010). The Social Media Marketing Book. Canada: O'Reilly Media, Inc. Social Media Marketing (The Next Generation of Business Engagement).2014. Dave Evans & Jake McKee. Wiley Publishings, Inc <p>Pendukung :</p> <ol style="list-style-type: none"> David Meerman Scott. 2020. The New Rules of Marketing & PR: How to Use Content Marketing, Podcasting, Social Media, AI, Live Video, and Newsjacking to Reach Buyers Directly Artikel jurnal Elsevier/Emerald |
| Dosen Pengampu | Ika Diyah Candra Arifah, S.E., M.Com. Nadia Nur Thahirrah, S.E., M.SM. Fresha Kharisma, S.E., M.SM. |

| 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 | Mahasiswa mampu menjelaskan Social Media Marketing dan customer engagement | 1.Mahasiswa mampu menjelaskan Social Media Marketing 2.Mahasiswa mampu menjelaskan customer engagement | Kriteria: Meringkas materi kuliah Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk | Discussion, course Tugas 1: Menyusun poster infografis perkembangan social media marketing selama 10 tahun terakhir | | Materi: customer engagement Pustaka: <i>Social Media Marketing (The Next Generation of Business Engagement).</i> 2014. Dave Evans & Jake McKee. Wiley Publishings, Inc | 6% |
| 2 | Mahasiswa mampu menjelaskan new role of the customer | 1.Mampu menjelaskan perkembangan CRM di social media 2.Mampu menjelaskan social business ecosystem | Kriteria: Meringkas materi kuliah Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif | Discussion, course Tugas 2: Menganalisis 2 perbandingan hasil penelitian di artikel jurnal yang membahas tentang perkembangan karakteristik CRM di social media | | Materi: Evans, Dave dan McKee, Jake. (2010). Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement. Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing, Inc. Pustaka: | 10% |
| 3 | Mahasiswa mampu merumuskan perencanaan dan penjadwalan Social Media Marketing | 1.Mampu merancang perencanaan Social Media Marketing untuk perusahaan/brand 2.Mampu mempresentasikan ide rancangan perencanaan Social Media Marketing untuk perusahaan/brand | Kriteria: Merancang desain output perkuliahan secara berkelompok Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Tes | Discussion, course Secara berkelompok tentukan pembagian tugas sebagai: 1. Social Media Specialist 2. Social Media Strategist/Manager 3. Graphic Designer 4. Social Media Analyst dan menyusun social media marketing plan selama 1 tahun untuk produk/jasa | | Materi: Evans, Dave dan McKee, Jake. (2010). Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement. Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing, Inc. Pustaka: | 5% |

| | | | | | | | |
|---|--|---|--|---|--|---|-----|
| 4 | Mahasiswa mampu mengerjakan copywriting pemasaran digital melalui sosial media untuk produk/jasa dari sektor: industri, tourism, retail, jasa, pertanian/kelautan secara individu. | 1.Mahasiswa dapat menyusun hasil copywriting untuk iklan melalui social media 2.Mampu merumuskan Penjadwalan Social Media Marketingl | Kriteria: meringkas materi kuliah Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Tes | Discussion, course Menyusun minimal 2 materi iklan digital di minimal 2 social media platform | | Materi: Copywriting Pustaka: <i>Social Media Marketing (The Next Generation of Business Engagement).</i> 2014. Dave Evans & Jake McKee. Wiley Publishings, Inc | 10% |
| 5 | Mahasiswa mampu mengerjakan copywriting pemasaran digital melalui sosial media untuk produk/jasa dari sektor: industri, tourism, retail, jasa, pertanian/kelautan secara individu. | 1.Mahasiswa dapat menyusun hasil copywriting untuk iklan melalui social media 2.Mampu merumuskan Penjadwalan Social Media Marketingl | Kriteria: meringkas materi kuliah Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk | Discussion, course Menyusun minimal 2 materi iklan digital di minimal 2 social media platform | | Materi: copywriting Pustaka: <i>Social Media Marketing (The Next Generation of Business Engagement).</i> 2014. Dave Evans & Jake McKee. Wiley Publishings, Inc | 4% |
| 6 | Mahasiswa dapat mempraktekkan pemasaran digital melalui berbagai platform media sosial: Instagram, Facebook, X (Twitter), Tik Tok, LinkedIn< Youtube | Mampu membuat output social media marketing secara utuh dalam bentuk iklan digital di platform media sosial. | Kriteria: merumuskan perencanaan dan penjadwalan social media marketing Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk | Discussion, course ([PB: 2x(3x50")] Tugas 5/project evaluasi tengah semester: Menyusun iklan digital selama 3 pekan di minimal 2 platform media sosial | | Materi: social media marketing multiplatform Pustaka: <i>David Meerman Scott. 2020. The New Rules of Marketing & PR: How to Use Content Marketing, Podcasting, Social Media, AI, Live Video, and Newsjacking to Reach Buyers Directly</i> | 5% |
| 7 | Mahasiswa dapat mempraktekkan pemasaran digital melalui berbagai platform media sosial: Instagram, Facebook, X (Twitter), Tik Tok, LinkedIn< Youtube | Mampu membuat output social media marketing secara utuh dalam bentuk iklan digital di platform media sosial. | Kriteria: merumuskan perencanaan dan penjadwalan social media marketing Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Praktik / Unjuk Kerja | Discussion, course ([PB: 2x(3x50")] Tugas 5/project evaluasi tengah semester: Menyusun iklan digital selama 3 pekan di minimal 2 platform media sosial | | Materi: social media marketing multiplatform Pustaka: <i>David Meerman Scott. 2020. The New Rules of Marketing & PR: How to Use Content Marketing, Podcasting, Social Media, AI, Live Video, and Newsjacking to Reach Buyers Directly</i> | 5% |
| 8 | Evaluasi Tengah Semester | | Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk | | | | 10% |
| 9 | Mahasiswa mampu melakukan analisis Social Analytics, Metrics, and Measurement. | 1.Mampu melakukan analisis Social Analytics 2.Mampu melakukan analisis metrics dan measurement. | Kriteria: 1.Meringkas materi kuliah 2.Menganalisis review dan ratings strategy serta konten dalam social media. Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Praktik / Unjuk Kerja | Discussion, project based method (diskusi) (discussion) [PB: 2x(3x50")] Tugas Mahasiswa menyusun social media marketing analytics pada 2 platform media social di Tugas 5 | | Materi: Word of Mouth (WOM) Versus Social Media WOM Pustaka: <i>Heggde, Githa, And G. Shainesh. 2019. Social Media Marketing: Emerging Concepts And Applications</i> Materi: analisis social media Pustaka: <i>Artikel jurnal Elsevier/Emerald</i> | 10% |

| | | | | | | | |
|----|--|--|--|---|--|---|----|
| 10 | Mahasiswa mampu melakukan analisis Social Analytics, Metrics, and Measurement. | <p>1.Mampu melakukan analisis Social Analytics, Mampu melakukan analisis metrics dan measurement. 3. membuat konten social media marketing youtube</p> <p>2.Mampu melakukan analisis metrics dan measurement.</p> <p>3.membuat konten social media marketing youtube</p> | <p>Kriteria: Menganalisis review dan ratings strategy serta konten dalam social media.</p> <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Praktikum</p> | <p>Discussion, project based method (diskusi) (discussion)</p> <p>[PB: 2x(3x50")] Tugas Mahasiswa menyusun social media marketing analytics pada 2 platform media social di Tugas 5</p> | | <p>Materi: social media marketing analytics Pustaka: David Meerman Scott. 2020. <i>The New Rules of Marketing & PR: How to Use Content Marketing, Podcasting, Social Media, AI, Live Video, and Newsjacking to Reach Buyers Directly</i></p> | 5% |
| 11 | Mahasiswa mampu melakukan analisis Social Analytics, Metrics, and Measurement. | <p>1.Mampu melakukan analisis Social Analytics, Mampu melakukan analisis metrics dan measurement. 3. membuat konten social media marketing youtube</p> <p>2.Mampu melakukan analisis metrics dan measurement.</p> <p>3.membuat konten social media marketing youtube</p> | <p>Kriteria: Menganalisis review dan ratings strategy serta konten dalam social media.</p> <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p> | <p>Discussion, project based method (diskusi) (discussion)</p> <p>[PB: 2x(3x50")] Tugas Mahasiswa menyusun social media marketing analytics pada 2 platform media social di Tugas 5</p> | | <p>Materi: social media marketing analytics Pustaka: <i>Social Media Marketing (The Next Generation of Business Engagement)</i>,2014. Dave Evans & Jake McKee. Wiley Publishings, Inc</p> <p>Materi: CRM social media marketing Pustaka: <i>Social Media Marketing (The Next Generation of Business Engagement)</i>,2014. Dave Evans & Jake McKee. Wiley Publishings, Inc</p> <p>Materi: social media marketing analytics Pustaka: <i>Social Media Marketing (The Next Generation of Business Engagement)</i>,2014. Dave Evans & Jake McKee. Wiley Publishings, Inc</p> | 5% |
| 12 | | <p>1.Mampu memahami implementasi CRM di social media 2. Mampu memahami implementasi ORM di social media 3. Mampu melaksanakan manajemen komunitas</p> <p>2.Mampu memahami implementasi ORM di social media</p> <p>3.Mampu melaksanakan manajemen komunitas</p> | <p>Kriteria: Membaca artikel jurnal tentang CRM dan ORM di social media</p> <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p> | <p>Discussion, project based method (diskusi) (discussion)</p> <p>[PB: 2x(3x50")] Tugas 7: Membaca artikel jurnal tentang CRM dan ORM di social media</p> | | <p>Materi: artikel Pustaka: <i>Artikel jurnal Elsevier/Emerald</i></p> | 5% |

| | | | | | | | |
|----|--|---|---|---|--|--|-----|
| 13 | | <p>1. Mampu memahami implementasi CRM di social media 2. Mampu memahami implementasi ORM di social media 3. Mampu melaksanakan manajemen komunitas</p> <p>2. Mampu memahami implementasi ORM di social media</p> <p>3. Mampu melaksanakan manajemen komunitas</p> | <p>Kriteria: Membaca artikel jurnal tentang CRM dan ORM di social media</p> <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Praktik / Unjuk Kerja</p> | <p>Discussion, project based method (diskusi) (discussion)</p> <p>[PB: 2x(3x50")] Tugas 7: Membaca artikel jurnal tentang CRM dan ORM di social media</p> | | <p>Materi: artikel Pustaka: <i>Artikel jurnal Elsevier/Emerald</i></p> | 5% |
| 14 | Mahasiswa mampu menyusun riset tentang implementasi social media marketing | Mampu menyusun penelitian tentang implementasi social media marketing berdasarkan hasil project T3-6 | <p>Kriteria: Menyusun artikel ilmiah tentang implementasi social media marketing berdasarkan hasil project</p> <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Praktikum, Praktik / Unjuk Kerja</p> | <p>Discussion, project based method (diskusi) (discussion)</p> <p>[PB: 2x(3x50")] Tugas 8/evaluasi akhir semester: Menyusun artikel ilmiah tentang implementasi social media marketing berdasarkan hasil project 3-6 dan submit di International Review of Management and Marketing</p> | | <p>Materi: implementasi social media marketing Pustaka: <i>Artikel jurnal Elsevier/Emerald</i></p> | 5% |
| 15 | Mahasiswa mampu menyusun riset tentang implementasi social media marketing | Mampu menyusun penelitian tentang implementasi social media marketing berdasarkan hasil project T3-6 | <p>Kriteria: Menyusun artikel ilmiah tentang implementasi social media marketing berdasarkan hasil project</p> <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Praktikum</p> | <p>Discussion, project based method (diskusi) (discussion)</p> <p>[PB: 2x(3x50")] Tugas 8/evaluasi akhir semester: Menyusun artikel ilmiah tentang implementasi social media marketing berdasarkan hasil project 3-6 dan submit di International Review of Management and Marketing</p> | | <p>Materi: implementasi social media marketing Pustaka: <i>Artikel jurnal Elsevier/Emerald</i></p> | 10% |
| 16 | Evaluasi Tengah Semester | | | | | <p>Materi: implementasi social media marketing Pustaka: <i>Artikel jurnal Elsevier/Emerald</i></p> | 20% |

Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

| No | Evaluasi | Persentase |
|----|--|------------|
| 1. | Aktifitas Partisipasif | 16.33% |
| 2. | Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk | 57% |
| 3. | Penilaian Praktikum | 9.17% |
| 4. | Praktik / Unjuk Kerja | 11.67% |
| 5. | Tes | 5.83% |
| | | 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.

5. **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.
6. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok 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.
7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
8. **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.
9. **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.
10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.