



**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	29 Januari 2025
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)	<b>CPL-PRODI yang dibebankan pada MK</b>
---------------------------	--

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)	
--	--

	<table border="1"> <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> <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> <tr> <td>CPMK-5</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-6</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-7</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> </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-5				✓	✓												CPMK-6						✓											CPMK-7							✓		✓	✓	✓	✓				
			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.

<b>Pustaka</b>	<b>Utama :</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Evans, Dave dan McKee, Jake. (2010). Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement. Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing, Inc.</li> <li>2. Heggde, Githa, And G. Shainesh. 2019. Social Media Marketing: Emerging Concepts And Applications</li> <li>3. Zarella, D. (2010). The Social Media Marketing Book. Canada: O'Reilly Media, Inc.</li> <li>4. Social Media Marketing (The Next Generation of Business Engagement).2014. Dave Evans &amp; Jake McKee. Wiley Publishings, Inc</li> </ol>
	<b>Pendukung :</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. David Meerman Scott. 2020. The New Rules of Marketing &amp; PR: How to Use Content Marketing, Podcasting, Social Media, AI, Live Video, and Newsjacking to Reach Buyers Directly</li> <li>2. Artikel jurnal Elsevier/Emerald</li> </ol>

**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		Bentuk 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	<b>Kriteria:</b> Meringkas materi kuliah  <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Discussion, course  Tugas 1: Menyusun poster infografis perkembangan social media marketing selama 10 tahun terakhir		<b>Materi:</b> customer engagement <b>Pustaka:</b> <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	<b>Kriteria:</b> Meringkas materi kuliah  <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif	Discussion, course  Tugas 2: Menganalisis 2 perbandingan hasil penelitian di artikel jurnal yang membahas tentang perkembangan karakteristik CRM di social media		<b>Materi:</b> Evans, Dave dan McKee, Jake. (2010). Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement. Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing, Inc. <b>Pustaka:</b>	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	<b>Kriteria:</b> Merancang desain output perkuliahan secara berkelompok  <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	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		<b>Materi:</b> Evans, Dave dan McKee, Jake. (2010). Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement. Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing, Inc. <b>Pustaka:</b>	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	<b>Kriteria:</b> meringkas materi kuliah  <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Discussion, course  Menyusun minimal 2 materi iklan digital di minimal 2 social media platform		<b>Materi:</b> Copywriting <b>Pustaka:</b> <i>Social Media Marketing (The Next Generation of Business Engagement).</i> 2014. Dave Evans & Jake McKee. Wiley Publishings, Inc	5%
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	<b>Kriteria:</b> meringkas materi kuliah  <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Discussion, course  Menyusun minimal 2 materi iklan digital di minimal 2 social media platform		<b>Materi:</b> copywriting <b>Pustaka:</b> <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.	<b>Kriteria:</b> merumuskan perencanaan dan penjadwalan social media marketing  <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif, 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		<b>Materi:</b> social media marketing multiplatform <b>Pustaka:</b> <i>David Meerman Scott. 2020. The New Rules of Marketing &amp; 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.	<b>Kriteria:</b> merumuskan perencanaan dan penjadwalan social media marketing  <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif, 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		<b>Materi:</b> social media marketing multiplatform <b>Pustaka:</b> <i>David Meerman Scott. 2020. The New Rules of Marketing &amp; PR: How to Use Content Marketing, Podcasting, Social Media, AI, Live Video, and Newsjacking to Reach Buyers Directly</i>	5%
8	Evaluasi Tengah Semester	Mampu membuat project	<b>Kriteria:</b> Mampu membuat project  <b>Bentuk Penilaian :</b> Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Ceramah dan presentasi 3x50	Ceramah dan presentasi 3x50	<b>Materi:</b> Ujian Tengah Semester <b>Pustaka:</b> <i>Evans, Dave dan McKee, Jake. (2010). Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement. Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing, Inc.</i>	10%
9	Mahasiswa mampu melakukan analisis Social Analytics, Metrics, and Measurement.	1.Mampu melakukan analisis Social Analytics 2.Mampu melakukan analisis metrics dan measurement.	<b>Kriteria:</b> 1.Meringkas materi kuliah 2.Menganalisis review dan ratings strategy serta konten dalam social media.  <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif	Discussion, project based method (diskusi) (discussion)  [PB: 2x(3x50")] Tugas Mahasiswa menyusun social media marketing analytics pada 2 platform media social di Tugas 5		<b>Materi:</b> Word of Mouth (WOM) Versus Social Media WOM <b>Pustaka:</b> <i>Heggde, Githa, And G. Shainesh. 2019. Social Media Marketing: Emerging Concepts And Applications</i>  <b>Materi:</b> analisis social media <b>Pustaka:</b> <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><b>Kriteria:</b> Menganalisis review dan ratings strategy serta konten dalam social media.</p> <p><b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif, 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><b>Materi:</b> social media marketing analytics <b>Pustaka:</b> <i>David Meerman Scott. 2020. The New Rules of Marketing &amp; 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><b>Kriteria:</b> Menganalisis review dan ratings strategy serta konten dalam social media.</p> <p><b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif, 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><b>Materi:</b> social media marketing analytics <b>Pustaka:</b> <i>Social Media Marketing (The Next Generation of Business Engagement),2014. Dave Evans &amp; Jake McKee. Wiley Publishings, Inc</i></p> <p><b>Materi:</b> CRM social media marketing <b>Pustaka:</b> <i>Social Media Marketing (The Next Generation of Business Engagement),2014. Dave Evans &amp; Jake McKee. Wiley Publishings, Inc</i></p> <p><b>Materi:</b> social media marketing analytics <b>Pustaka:</b> <i>Social Media Marketing (The Next Generation of Business Engagement),2014. Dave Evans &amp; Jake McKee. Wiley Publishings, Inc</i></p>	5%

12	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><b>Kriteria:</b> Menganalisis review dan ratings strategy serta konten dalam social media.</p> <p><b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif, Praktik / Unjuk Kerja</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><b>Materi:</b> social media marketing analytics <b>Pustaka:</b> <i>Social Media Marketing (The Next Generation of Business Engagement).</i>2014. Dave Evans &amp; Jake McKee. Wiley Publishings, Inc</p> <hr/> <p><b>Materi:</b> CRM social media marketing <b>Pustaka:</b> <i>Social Media Marketing (The Next Generation of Business Engagement).</i>2014. Dave Evans &amp; Jake McKee. Wiley Publishings, Inc</p> <hr/> <p><b>Materi:</b> social media marketing analytics <b>Pustaka:</b> <i>Social Media Marketing (The Next Generation of Business Engagement).</i>2014. Dave Evans &amp; Jake McKee. Wiley Publishings, Inc</p>	5%
13	<p>1.Mampu memahami implementasi CRM</p> <p>2.Mampu memahami implementasi ORM</p> <p>3.Mampu melaksanakan manajemen komunitas</p>	<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><b>Kriteria:</b> Membaca artikel jurnal tentang CRM dan ORM di social media</p> <p><b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif</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><b>Materi:</b> artikel <b>Pustaka:</b> <i>Artikel jurnal Elsevier/Emerald</i></p>	5%
14	Mahasiswa mampu menyusun riset tentang implementasi sosial media marketing	Mampu menyusun penelitian tentang implementasi sosial media marketing berdasarkan hasil project T3-6	<p><b>Kriteria:</b> Menyusun artikel ilmiah tentang implementasi sosial media marketing berdasarkan hasil project</p> <p><b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif, 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 sosial media marketing berdasarkan hasil project 3-6 dan submit di International Review of Management and Marketing</p>		<p><b>Materi:</b> implementasi social media marketing <b>Pustaka:</b> <i>Artikel jurnal Elsevier/Emerald</i></p>	5%

15	Mahasiswa mampu menyusun riset tentang implementasi sosial media marketing	Mampu menyusun penelitian tentang implementasi sosial media marketing berdasarkan hasil project T3-6	<b>Kriteria:</b> Menyusun artikel ilmiah tentang implementasi sosial media marketing berdasarkan hasil project  <b>Bentuk Penilaian :</b> Aktifitas Partisipasif, Penilaian Praktikum, Praktik / Unjuk Kerja	Discussion, project based method (diskusi) (discussion)  [PB: 2x(3x50")] Tugas 8/evaluasi akhir semester: Menyusun artikel ilmiah tentang implementasi sosial media marketing berdasarkan hasil project 3-6 dan submit di International Review of Management and Marketing		<b>Materi:</b> implementasi social media marketing <b>Pustaka:</b> <i>Artikel jurnal Elsevier/Emerald</i>	4%
16	Evaluasi Akhir Semester	Mampu membuat project	<b>Kriteria:</b> Mampu membuat project  <b>Bentuk Penilaian :</b> Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Praktik / Unjuk Kerja	Mengerjakan project secara berkelompok 3x50	Mengerjakan project secara berkelompok 3x50	<b>Materi:</b> implementasi social media marketing <b>Pustaka:</b> <i>Artikel jurnal Elsevier/Emerald</i>	11%

#### Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipasif	50.08%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	34.25%
3.	Penilaian Praktikum	5.08%
4.	Praktik / Unjuk Kerja	10.58%
		99.99%

#### 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 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.
- 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 3 Desember 2024

Koordinator Program Studi S1  
Bisnis Digital



Hujjatullah Fazlurrahman, S.E.,  
MBA.  
NIDN 0723108603

UPM Program Studi S1 Bisnis  
Digital



Muhammad Fajar Wahyudi  
Rahman, S.E., M.M.  
NIDN 0029109601

**VALID**