



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 Januari 2026

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

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 berkerja 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

		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><tr><td rowspan="2">CPMK</td><td colspan="16">Minggu Ke</td></tr><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td></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.																																																																																																																																																									
Pustaka	Utama :																																																																																																																																																									
	1. Evans, Dave dan McKee, Jake. (2010). Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement. Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing, Inc. 2. Heggde, Githa, And G. Shainesh. 2019. Social Media Marketing: Emerging Concepts And Applications 3. Zarella, D. (2010). The Social Media Marketing Book. Canada: O'Reilly Media, Inc. 4. Social Media Marketing (The Next Generation of Business Engagement).2014. Dave Evans & Jake McKee. Wiley Publishings, Inc																																																																																																																																																									
	Pendukung :																																																																																																																																																									
	1. 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 2. Artikel jurnal Elsevier/Emerald																																																																																																																																																									
Dosen Pengampu	Dr. Ratih Amelia, S.E., M.M. 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		Bantuk 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: Social Media Marketing (The Next Generation of Business Engagement).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 : 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		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	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	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	Kriteria: meringkas materi kuliah Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, 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), TikTok, 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 : 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		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 : 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		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	Mampu membuat project	Kriteria: Mampu membuat project Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Ceramah dan presentasi 3x50	Ceramah dan presentasi 3x50	Materi: Ujian Tengah Semester Pustaka: <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.	Kriteria: 1.Meringkas materi kuliah 2.Menganalisis review dan ratings strategy serta konten dalam social media. Bentuk Penilaian : 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		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.	1.Mampu melakukan analisis Social Analytics, Mampu melakukan analisis metrics dan measurement. 3. membuat konten social media marketing youtube 2.Mampu melakukan analisis metrics dan measurement. 3.membuat konten social media marketing youtube	Kriteria: Menganalisis review dan ratings strategy serta konten dalam social media. Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Praktikum	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: 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>	5%
11	Mahasiswa mampu melakukan analisis Social Analytics, Metrics, and Measurement.	1.Mampu melakukan analisis Social Analytics, Mampu melakukan analisis metrics dan measurement. 3. membuat konten social media marketing youtube 2.Mampu melakukan analisis metrics dan measurement. 3.membuat konten social media marketing youtube	Kriteria: Menganalisis review dan ratings strategy serta konten dalam social media. Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	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: social media marketing analytics Pustaka: Social Media Marketing (The Next Generation of Business Engagement).2014. Dave Evans & Jake McKee. Wiley Publishings, Inc Materi: CRM social media marketing Pustaka: Social Media Marketing (The Next Generation of Business Engagement).2014. Dave Evans & Jake McKee. Wiley Publishings, Inc Materi: social media marketing analytics Pustaka: Social Media Marketing (The Next Generation of Business Engagement).2014. Dave Evans & Jake McKee. Wiley Publishings, Inc	5%

12	Mahasiswa mampu melakukan analisis Social Analytics, Metrics, and Measurement.	1.Mampu melakukan analisis Social Analytics, Mampu melakukan analisis metrics dan measurement. 3. membuat konten social media marketing youtube 2.Mampu melakukan analisis metrics dan measurement. 3.membuat konten social media marketing youtube	Kriteria: Menganalisis review dan ratings strategy serta konten dalam social media. Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, 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: social media marketing analytics Pustaka: <i>Social Media Marketing (The Next Generation of Business Engagement).</i>2014. Dave Evans & Jake McKee. Wiley Publishings, Inc 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 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	5%
13	1.Mampu memahami implementasi CRM 2.Mampu memahami implementasi ORM 3.Mampu melaksanakan manajemen komunitas	1.Mampu memahami implementasi CRM di social media 2. Mampu memahami implementasi ORM di social media 3. Mampu melaksanakan manajemen komunitas 2.Mampu memahami implementasi ORM di social media 3.Mampu melaksanakan manajemen komunitas	Kriteria: Membaca artikel jurnal tentang CRM dan ORM di social media Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Discussion, project based method (diskusi) (discussion) [PB: 2x(3x50")] Tugas 7: Membaca artikel jurnal tentang CRM dan ORM di social media		Materi: artikel Pustaka: <i>Artikel jurnal Elsevier/Emerald</i>	5%
14	Mahasiswa mampu menyusun riset tentang implementasi sosial media marketing	Mampu menyusun penelitian tentang implementasi sosial media marketing berdasarkan hasil project T3-6	Kriteria: Menyusun artikel ilmiah tentang implementasi sosial media marketing berdasarkan hasil project Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, 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		Materi: implementasi social media marketing Pustaka: <i>Artikel jurnal Elsevier/Emerald</i>	5%

15	Mahasiswa mampu menyusun riset tentang implementasi sosial media marketing	Mampu menyusun penelitian tentang implementasi sosial media marketing berdasarkan hasil project T3-6	Kriteria: Menyusun artikel ilmiah tentang implementasi sosial media marketing berdasarkan hasil project Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif, 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		Materi: implementasi social media marketing Pustaka: <i>Artikel jurnal Elsevier/Emerald</i>	4%
16	Evaluasi Akhir Semester	Mampu membuat project	Kriteria: Mampu membuat project Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Praktik / Unjuk Kerja	Mengerjakan project secara berkelompok 3x50	Mengerjakan project secara berkelompok 3x50	Materi: implementasi social media marketing Pustaka: <i>Artikel jurnal Elsevier/Emerald</i>	11%

Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	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

UPM Program Studi S1 Bisnis
Digital



HUJJATULLAH FAZLURRAHMAN
NIDN 0723108603



NIDN 0029109601

