	UNIVERSITAS LEMBAH DEMPO **FAKULTAS EKONOMI & BISNIS** PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL **RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**	Kode Dokumen **RPS/IF-3501/2026/001**

MATA KULIAH (MK)	**KODE MK**	**RUMPUN MK**	**BOBOT (sks)**	**SEMESTER**	**TGL PENYUSUNAN**
Konten Marketing (Konsentrasi)	BDPP5302	BISNIS DIGITAL	3 SKS	5	2026-09-16
OTORISASI / PENGESAHAN	**Pengembang RPS**		**Koordinator RMK**		**Ketua Program Studi**
Tanda Tangan & Cap *(Pengesahan Resmi)*	M. Junius Effendi		Yulia Mirsania., M.Si		Dr. Yadi Maryadi., M.Si

CAPAIAN PEMBELAJARAN (CP)

CPL-PRODI yang Dibebankan pada MK	**Deskripsi CPL**
CPL-02 (Sikap)	Mampu menunjukkan jiwa kewirausahaan, kreativitas, kemandirian, kepemimpinan, dan kemampuan bekerja sama dalam mengembangkan inovasi bisnis berbasis teknologi digital.
CPL-04 (Pengetahuan)	Mampu memahami konsep dan strategi bisnis digital, meliputi digital business model, e-commerce, marketplace, digital marketing, transformasi digital, dan pengembangan startup.
CPL-07 (Keterampilan Umum)	Mampu berpikir logis, kritis, sistematis, analitis, kreatif, dan inovatif dalam mengidentifikasi serta menyelesaikan permasalahan bisnis dan sistem informasi berbasis teknologi digital.
CPL-08 (Keterampilan Umum)	Mampu berkomunikasi secara efektif, bekerja secara kolaboratif dalam tim multidisiplin, serta menyajikan gagasan, hasil analisis, dan rekomendasi bisnis digital secara profesional.
CPL-10 (Keterampilan Khusus)	Mampu merancang, mengembangkan, dan mengevaluasi solusi bisnis digital berupa aplikasi, e-commerce, marketplace, atau platform digital dengan memperhatikan kebutuhan pengguna, proses bisnis, dan pengalaman pengguna.

CPL-12 (Keterampilan Khusus)	Mampu merancang dan mengevaluasi model bisnis digital dan startup, mengidentifikasi peluang pasar, menyusun strategi pengembangan usaha, serta memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan nilai ekonomi dan sosial.
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	**Deskripsi CPMK & Sub-CPMK Turunan**
CPMK114	**Mampu menjelaskan konsep, prinsip, jenis, dan strategi content marketing dalam mendukung tujuan bisnis digital.** • **Sub-CPMK114.1**: Mampu menjelaskan konsep, prinsip, jenis, karakteristik, dan strategi content marketing dalam bisnis digital. (15.00%) • **Sub-CPMK114.2**: Mampu menjelaskan peran konten dalam membangun awareness, engagement, dan hubungan dengan pelanggan. (15.00%)
CPMK115	**Mampu menganalisis karakteristik target audience, customer journey, dan kebutuhan konten berdasarkan tujuan pemasaran.** • **Sub-CPMK115.1**: Mampu mengidentifikasi karakteristik target audiens dan kebutuhan konten berdasarkan customer journey. (15.00%) • **Sub-CPMK115.2**: Mampu menganalisis kebutuhan dan preferensi audiens untuk menentukan jenis serta tema konten yang relevan. (15.00%)
CPMK116	**Mampu merancang dan menghasilkan content strategy, content plan, dan konten digital yang relevan, kreatif, serta sesuai karakteristik kanal digital.** • **Sub-CPMK116.1**: Mampu merancang strategi dan content plan berdasarkan target audiens, tujuan bisnis, dan kanal digital. (15.00%) • **Sub-CPMK116.2**: Mampu menghasilkan konten digital yang relevan, kreatif, dan sesuai dengan karakteristik target audiens. (15.00%)
CPMK117	**Mampu mengevaluasi efektivitas konten berdasarkan engagement, reach, conversion, dan indikator kinerja pemasaran lainnya.** • **Sub-CPMK117.1**: Mampu menentukan indikator kinerja content marketing seperti reach, engagement, dan conversion. (15.00%) • **Sub-CPMK117.2**: Mampu mengevaluasi efektivitas konten berdasarkan data dan indikator kinerja. (15.00%) • **Sub-CPMK117.3**: Mampu menyusun rekomendasi perbaikan strategi konten berdasarkan hasil evaluasi kinerja. (15.00%)

DESKRIPSI MATA KULIAH & BAHAN KAJIAN

Deskripsi Singkat MK	Inovasi Sistem Informasi dan Teknologi merupakan mata kuliah yang membahas konsep, karakteristik, jenis, proses, strategi, dan pengelolaan inovasi dalam pengembangan Sistem Informasi dan teknologi digital. Mata kuliah ini membekali mahasiswa dengan kemampuan untuk mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan pengguna, menganalisis perkembangan teknologi dan tren digital, serta menemukan peluang inovasi yang memiliki nilai tambah bagi pengguna, organisasi, maupun masyarakat.
Bahan Kajian (BK) / Materi Pembelajaran	1. **BK-02** - Ekonomi Digital dan Ekosistem Bisnis (Bobot Min: 0.00%) - Ekonomi digital, digital ecosystem, platform economy, network effect, disrupsi bisnis 2. **BK-05** - Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen (Bobot Min: 0.00%) - Digital marketing, consumer behavior, branding, social media, SEO/SEM, CRM, customer experience 3. **BK-11** - Inovasi, Produk dan Transformasi Digital (Bobot Min: 0.00%) - Design thinking, innovation, digital product, UI/UX, agile, product management, digital transformation
Pustaka / Referensi	**Utama:** 1. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity. Hoboken*. Hoboken.
Dosen Pengampu	M. Junius Effendi (NIDN: BD2)

RENCANA KEGIATAN PEMBELAJARAN MINGGUAN (16 PERTEMUAN)

Mg Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan Akhir)	Materi Pembelajaran	Bentuk & Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Indikator & Assessment	Bobot (%)
1	Sub-CPMK114.1 Mampu menjelaskan konsep, prinsip, jenis, karakteristik, dan strategi content marketing dalam bisnis digital.	Materi Konsep Dasar Content Marketing	Kuliah, Diskusi	TM: 1x(2x50")	**Assessment:** Pemahaman konsep dasar materi minggu ke-1	**3.00%**
2	Sub-CPMK114.1 Mampu menjelaskan konsep, prinsip, jenis, karakteristik, dan strategi content marketing dalam bisnis digital.	Materi Jenis dan Strategi Content Marketing	Kuliah, Diskusi,	TM: 1x(2x50");	**Assessment:** Studi kasus dan diskusi kelompok Pemahaman konsep dasar materi minggu ke-2	**3.00%**

3	Sub-CPMK114.2 Mampu menjelaskan peran konten dalam membangun awareness, engagement, dan hubungan dengan pelanggan.	Materi Peran Konten dalam Digital Marketing	Kuliah, Diskusi, & Praktikum	TM: 1x(2x50");	**Assessment:** Tugas Pemahaman konsep dasar materi minggu ke-3	**3.00%**
4	Sub-CPMK115.1 Mampu mengidentifikasi karakteristik target audiens dan kebutuhan konten berdasarkan customer journey.	Materi Content Marketing dan Customer Journey:	Kuliah, Diskusi,	TM: 1x(2x50"); PT: 1x(2x60"); BM: 1x(2x60")	**Assessment:** Pemahaman konsep dasar materi minggu ke-4	**3.00%**
5	Sub-CPMK115.1 Mampu mengidentifikasi karakteristik target audiens dan kebutuhan konten berdasarkan customer journey.	Materi Target Audiens dan Buyer Persona	Kuliah, Diskusi	TM: 1x(2x50")	**Assessment:** Pemahaman konsep dasar materi minggu ke-5	**3.00%**
6	Sub-CPMK115.2 Mampu menganalisis kebutuhan dan preferensi audiens untuk menentukan jenis serta tema konten yang relevan.	Materi Analisis Kebutuhan dan Preferensi Audiens	Kuliah, Diskusi	TM: 1x(2x50")	**Assessment:** Pemahaman konsep dasar materi minggu ke-6	**3.00%**
7	Sub-CPMK115.2 Mampu menganalisis kebutuhan dan preferensi audiens untuk menentukan jenis serta tema konten yang relevan.	Materi Content Pillar, Content Theme dan Content	Kuliah, Diskusi	TM: 1x(2x50")	**Assessment:** Pemahaman konsep dasar materi minggu ke-7	**3.00%**
8	Sub-CPMK115.2 Mampu menganalisis kebutuhan dan preferensi audiens untuk menentukan jenis serta tema konten yang relevan.	UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS)	Ujian / Evaluasi Terstruktur	TM: 1x(2x50"); PT: 1x(2x60"); BM: 1x(2x60")	**Assessment:** UTS Evaluasi Capaian Pembelajaran Minggu 1-7	**25.00%**

9	Sub-CPMK116.1 Mampu merancang strategi dan content plan berdasarkan target audiens, tujuan bisnis, dan kanal digital.	Materi Content Marketing Strategy	Kuliah, Diskus	TM: 1x(2x50")	**Assessment:** Tugas Pemahaman konsep dasar materi minggu ke-9	**3.00%**
10	Sub-CPMK116.1 Mampu merancang strategi dan content plan berdasarkan target audiens, tujuan bisnis, dan kanal digital.	Materi Content Plan dan Content Calendar	Kuliah, Diskusi	TM: 1x(2x50"); PT: 1x(2x60"); BM: 1x(2x60")	**Assessment:** Tugas Pemahaman konsep dasar materi minggu ke-10	**3.00%**
11	Sub-CPMK116.2 Mampu menghasilkan konten digital yang relevan, kreatif, dan sesuai dengan karakteristik target audiens.	Materi Copywriting untuk Content Marketing	Kuliah, Diskusi,	TM: 1x(2x50")	**Assessment:** Tugas / Quiz Pemahaman headline, caption, storytelling, persuasive writing, CTA, AIDA	**3.00%**
12	Sub-CPMK116.2 Mampu menghasilkan konten digital yang relevan, kreatif, dan sesuai dengan karakteristik target audiens.	Materi Produksi Konten Digital	Kuliah, Diskusi	TM: 1x(2x50")	**Assessment:** Tugas Praktik produksi konten	**3.00%**
13	Sub-CPMK117.1 Mampu menentukan indikator kinerja content marketing seperti reach, engagement, dan conversion.	Materi KPI Content Marketing	Kuliah, Diskusi, & Praktikum	TM: 1x(2x50")	**Assessment:** Tugas Pemahaman konsep dasar materi minggu ke-13	**3.00%**
14	Sub-CPMK117.2 Mampu mengevaluasi efektivitas konten berdasarkan data dan indikator kinerja.	Materi Analisis dan Evaluasi Performance Content:	Kuliah, Diskusi, & Praktikum	TM: 1x(2x50")	**Assessment:** Studi Kasus Pemahaman konsep dasar materi minggu ke-14	**3.00%**

15	Sub-CPMK117.3 Mampu menyusun rekomendasi perbaikan strategi konten berdasarkan hasil evaluasi kinerja.	Materi Optimasi Strategi Content Marketing	Kuliah, Diskusi, & Praktikum	TM: 1x(2x50")	**Assessment:** Tugas / Quiz Pemahaman konsep dasar materi minggu ke-15	**3.00%**
16	Sub-CPMK117.3 Mampu menyusun rekomendasi perbaikan strategi konten berdasarkan hasil evaluasi kinerja.	UJIAN AKHIR SEMESTER (UAS)	Ujian / Evaluasi Terstruktur	TM: 1x(2x50"); PT: 1x(2x60"); BM: 1x(2x60")	**Assessment:** UAS Evaluasi Capaian Pembelajaran Minggu 9-15	**35.00%**