



**Universitas Negeri Surabaya  
Fakultas Teknik  
Program Studi S1 Pendidikan Tata Rias**

Kode Dokumen

## RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

<b>MATA KULIAH (MK)</b>	<b>KODE</b>	<b>Rumpun MK</b>	<b>BOBOT (sks)</b>	<b>SEMESTER</b>	<b>Tgl Penyusunan</b>												
Marketing Digital	8321302004		T=2 P=0 ECTS=3.18	3	26 April 2023												
<b>OTORISASI</b>	<b>Pengembang RPS</b>		<b>Koordinator RMK</b>		<b>Koordinator Program Studi</b>												
	Sri Dwiyanti		.....		Nia Kusstianti, S.Pd., M.Pd.												
<b>Model Pembelajaran</b>	Project Based Learning																
<b>Capaian Pembelajaran (CP)</b>	<b>CPL-PRODI yang dibebankan pada MK</b>																
	<b>CPL-5</b>	Mengaplikasikan sikap profesional sebagai pendidik dan praktisi dalam bidang tata rias yang meliputi disiplin, jujur, tanggung jawab, beretika,, mampu bekerjasama dan berkomunikasi efektif															
	<b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b>																
	<b>Matrik CPL - CPMK</b>																
		CPMK		CPL-5													
	<b>Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)</b>																
	CPMK	Minggu Ke															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
<b>Deskripsi Singkat MK</b>	Materi kuliah terdiri dari konsep dasar Digital marketing dalam strategi pemasaran produk dan jasa dalam bidang kecantikan, yang meliputi: pengertian digital marketing, kelebihan dan kekurangan digital marketing, jenis-jenis digital marketing. cara memulai digital marketing, strategi digital marketing srtia implementasinya dalam bidang kecantikan.																
<b>Pustaka</b>	<b>Utama :</b>																
	1. Tarigan Josua. CREATIVE DIGITAL MARKETING Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif, dan Berdaya hasil Gemilang. 2009Kottler, Philips, Hermawan Kertajaya. Marketing 4.0. Bergerak dari tradisional ke Digital. Gramedia Pustaka Utama, 2019																
	<b>Pendukung :</b>																
<b>Dosen Pengampu</b>	Sri Usodoningtyas, S.Pd., M.Pd. Sri Dwiyanti, S.Pd., M.PSDM.																
<b>Mg Ke-</b>	<b>Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)</b>	<b>Penilaian</b>		<b>Bantuan Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]</b>		<b>Materi Pembelajaran [Pustaka]</b>	<b>Bobot Penilaian (%)</b>										
		<b>Indikator</b>	<b>Kriteria &amp; Bentuk</b>	<b>Luring (offline)</b>	<b>Daring (online)</b>												
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)										

1	Siswa mampu memahami serta menganalisis konsep dasar Digital Marketing	1.siswa memahami pengertian digital marketing 2.siswa mampu menganalisis konsep dasar digital marketing	<b>Kriteria:</b> 5 <b>Bentuk Penilaian</b> : Aktifitas Partisipasif	Discovery learning 2 X 50			2%
2	Siswa mampu memahami serta menganalisis konsep dasar Digital Marketing	1.siswa memahami pengertian digital marketing 2.siswa mampu menganalisis konsep dasar digital marketing	<b>Kriteria:</b> 10 <b>Bentuk Penilaian</b> : Aktifitas Partisipasif	Discovery learning 2 X 50	online		2%
3	Mahasiswa memiliki kemampuan untuk memahami dan menganalisis jenis-jenis pemasaran usaha produk dan atau jasa di bidang kecantikan melalui pemanfaatan digital marketing	1.mahasiswa memiliki kemampuan memahami dan menganalisis pemarkan produk dan atau jasa kecantikan menggunakan digital marketing, yaitu:website 2.search engine marketing 3.social media marketing 4.online advertising 5.email marketing 6.video marketing	<b>Bentuk Penilaian</b> : Aktifitas Partisipasif	project based learning 2 X 50	daring 2 x 50		2%
4	Mahasiswa memiliki kemampuan untuk memahami dan menganalisis jenis-jenis pemasaran usaha produk dan atau jasa di bidang kecantikan melalui pemanfaatan digital marketing	1.mahasiswa memiliki kemampuan memahami dan menganalisis pemarkan produk dan atau jasa kecantikan menggunakan digital marketing, yaitu:website 2.search engine marketing 3.social media marketing 4.online advertising 5.email marketing 6.video marketing	<b>Bentuk Penilaian</b> : Aktifitas Partisipasif	project based learning 2 X 50	daring 2 x 50		0%

5	Mahasiswa memiliki kemampuan untuk memahami dan menganalisis jenis-jenis pemasaran usaha produk dan atau jasa di bidang kecantikan melalui pemanfaatan digital marketing	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.mahasiswa memiliki kemampuan memahami dan menganalisis pemarkan produk dan atau jasa kecantikan menggunakan digital marketing, yaitu:website</li> <li>2.search engine marketing</li> <li>3.social media marketing</li> <li>4.online advertising</li> <li>5.email marketing</li> <li>6.video marketing</li> </ol>	<b>Bentuk Penilaian</b> : Aktifitas Partisipasif	project based learning 2 X 50	Daring/online 2 x 50		2%
6	mahasiswa memiliki pemahaman bagaimana cara memulai digital marketing	mahasiswa mampu memahami bagaimana cara memulai digital marketing	<b>Bentuk Penilaian</b> : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	2 X 50	pemaparan project 2 x 50		2%
7	mahasiswa memiliki pemahaman bagaimana cara memulai digital marketing	mahasiswa mampu memahami bagaimana cara memulai digital marketing	<b>Kriteria:</b> 10  <b>Bentuk Penilaian</b> : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	luring 2 x 50 menit 2 X 50	pemaparan project 2 x 50		5%
8		mampu mepresentasikan proiposal dengan baik dan tepat	<b>Bentuk Penilaian</b> : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Tes	luring 2 x 50 menit	daring 2 x 50		15%
9			<b>Kriteria:</b> 5  <b>Bentuk Penilaian</b> : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio	luring 2 x 50	daring/online 2 x 50		5%
10		mampu mepresentasikan hasil disian dan rencana kampanye marketing digifal dengan baik dan tepat	<b>Kriteria:</b> 10  <b>Bentuk Penilaian</b> : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio	luring 2 x 50	daring/online 2 x 50		15%
11	project pemasaran produk secara digital sesuai disian dan proposal marketing	mampu mendapatkan profit dan menyusun laporan dengan baik	<b>Kriteria:</b> 10  <b>Bentuk Penilaian</b> : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk		daring 2 x 50		5%
12	project pemasaran produk secara digital sesuai disian dan proposal marketing	mampu mendapatkan profit dan menyusun laporan dengan baik	<b>Kriteria:</b> 10  <b>Bentuk Penilaian</b> : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk		daring 2 x 50		5%

13	project pemasaran produk secara digital sesuai disian dan proposal marketing	mampu mendapatkan profit dan menyusun laporan dengan baik	<b>Kriteria:</b> 10  <b>Bentuk Penilaian :</b> Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk		daring 2 x 50		5%
14	project pemasaran produk secara digital sesuai disian dan proposal marketing	mampu mendapatkan profit dan menyusun laporan dengan baik	<b>Kriteria:</b> 10  <b>Bentuk Penilaian :</b> Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk		daring 2 x 50		5%
15	Mampu mempresentasikan hasil project dengan baiuk dan sesuai dengan proposal		<b>Kriteria:</b> 5  <b>Bentuk Penilaian :</b> Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	luring 2 x 50	daring 2 x 50		15%
16	Mampu mempresentasikan hasil project dengan baiuk dan sesuai dengan proposal		<b>Kriteria:</b> 5  <b>Bentuk Penilaian :</b> Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	luring 2 x 50	daring 2 x 50		15%

#### Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	8%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	74.5%
3.	Penilaian Portofolio	10%
4.	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 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.

