

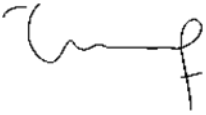


## RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

	<b>PERBANAS INSTITUTE</b> <b>FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS</b> <b>PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN</b>					<b>Kode Dokumen</b>
<b>RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER</b>						
Mata Kuliah (MK)	Kode	Rumpun MK	Bobot (SKS)		Semester	Tgl Penyusunan
<b>CONTENT MARKETING</b>	EKM19707	Konsentrasi Manajemen Pemasaran	3		VII	1 Maret 2022
<b>Otorisasi / Pengesahan</b>	<b>Dosen Pengembang RPS</b>		<b>Koordinator RMK</b>		<b>Ka Prodi</b>	
	 Patria Laksamana, Ph.D		 Dr. Tifa Noer Amelia, S.E., M.Acc.			
<b>Capaian Pembelajaran</b>	<b>CPL-PRODI yang dibebankan pada MK</b>					
	CPL Sikap	1. Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri ( <b>S9</b> ) 2. Menerapkan nilai-nilai Integritas, Keadilan, Komitmen, Disiplin, dan Motivasi. ( <b>S11</b> )				
CPL Ketrampilan Umum	1. Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya; ( <b>KU1</b> ) 2. Mampu menyusun deskripsi ilmiah hasil kajian tersebut di atas dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi; ( <b>KU4</b> ) 3. Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data; ( <b>KU5</b> ) 4. Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja dengan pembimbing, kolega, sejawat baik di dalam maupun di luar lembaganya. ( <b>KU6</b> )					

	CPL Penguasaan Pengetahuan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menguasai konsep dasar dan teori dasar tentang pengelolaan bisnis dan praktik manajemen dalam skala nasional, internasional, dan global (PP1)</li> <li>2. Menguasai konsep-konsep, prinsip-prinsip dan aplikasi bidang manajemen yang relevan (PP4)</li> <li>3. Menguasai prinsip dan konsep pengukuran berbasis pada teknologi, instrumen serta metode Standar “analisis dan sintesis” manajemen (PP6)</li> </ol>
	CPL Ketrampilan Khusus	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mampu mengaplikasikan ilmu manajemen agar bermanfaat bagi diri sendiri dan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari (KK2)</li> <li>2. Mampu menyajikan alternatif solusi terhadap masalah bidang pengelolaan dan pemanfaatan topik manajemen dalam lingkup spesifik yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan secara tepat (KK3)</li> <li>3. Mampu menguasai pengetahuan tentang prinsip-prinsip ilmu manajemen dalam industri kreatif, etika penelitian bisnis, regulasi pada level lokal-regional-nasional-global, kaidah dan teknik komunikasi bisnis dan lintas-budaya dalam rangka menghasilkan kinerja organisasional yang tinggi pada level organisasi bisnis khususnya industri kreatif atau kewirausahaan. (KK6)</li> </ol>
<b>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</b>		
	CP MK 1	Mahasiswa secara aktif mengembangkan pengetahuan, keterampilan yang dipelajarinya, dan terlibat di dalam mengelola pengetahuan dibantu oleh dosen sebagai fasilitator, dengan evaluasi yang dilakukan secara bersama-sama dengan mahasiswa sesuai dengan bidang mata kuliah Content Marketing
		<i>Sub CPMK 1B</i> - pengembangan pengetahuan, keterampilan pada mata kuliah pendukung manajemen. <i>Sub CPMK 1C</i> - pengembangan pengetahuan, keterampilan pada mata kuliah konsentrasi manajemen bidang pemasaran.
	CP MK 2	Proses pembelajaran dan penilaian mencakup penguasaan materi sekaligus pengembangan karakter berdasarkan konsep life-long learning, secara berkesinambungan dan terintegrasi khususnya bidang Content Marketing
		<i>Sub CPMK 2C</i> - penugasan materi, pembangunan karakter dan pemahaman proses integrasi pada mata kuliah konsentrasi manajemen bidang pemasaran.
	CP MK 3	Iklim yang dikembangkan lebih bersifat kolaboratif, suportif dan kooperatif pada bidang Content Marketing
		<i>Sub CPMK 3C</i> - Penguatan kolaborasi, support dan kerja sama pada mata kuliah konsentrasi manajemen bidang pemasaran.
	CP MK 4	Mahasiswa dapat belajar tidak hanya dari perkuliahan saja tetapi dapat menggunakan berbagai cara dan kegiatan, menggunakan berbagai bahan pelajaran, metode interdisipliner, penekanan pada outcome & problem based learning dan skill competency untuk penguatan pemahaman bidang Content Marketing
		<i>Sub CPMK 4C</i> - pendalaman metode belajar, kemampuan dan pemahanan dengan menekankan pada outcome & problem based learning mata kuliah konsentrasi manajemen bidang pemasaran.

<b>Deskripsi Singkat</b>	Content marketing adalah pendekatan strategis yang berfokus pada pembuatan konten untuk membantu memajukan merek. Mata kuliah ini berfokus pada strategi dan pembuatan konten yang berguna untuk target audiens yang jelas; untuk menarik dan mempertahankan pelanggan setia pada satu merek, dan pada akhirnya mendorong profitabilitas organisasi.						
<b>Bahan Kajian:</b> Materi pembelajaran	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Internet</li> <li>2. E-marketplace</li> <li>3. Social media</li> </ol>						
<b>Pustaka</b>	<p><b>Utama:</b></p> <p><b>Buku:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Content Marketing Handbook – Simple Ways to Innovate Your Marketing Approach (2015), Content Marketing Expert (Book 1)</li> <li>2. Pullizi, Joe (2014), Epic Content Marketing, McGraw-Hill Education, New York. (Book 2)</li> </ol> <p><b>Jurnal:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alalwan, A.A. (2018), Investigating the impact of social media advertising features on customer purchase intention. International Journal of Information Management (42), 65-77</li> <li>2. Laksamana, P. (2020), I will always follow you: Exploring the role of customer relationship in social media marketing. International Review of Management and Marketing, 10(3), 22-28.</li> </ol> <p><b>Lainnya:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 16 Top Content Marketing Trends To Stay On Top Of In 2022 – Forbes <a href="https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2022/01/24/16-top-content-marketing-trends-to-stay-on-top-of-in-2022/?sh=533ec7685c84">https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2022/01/24/16-top-content-marketing-trends-to-stay-on-top-of-in-2022/?sh=533ec7685c84</a></li> <li>2. 100 Content Marketing Examples - Content Marketing Institute</li> </ol>						
<b>Dosen Pengampu</b>							
<b>Matakuliah Prasyarat</b>	Perencanaan dan Pengendalian Pemasaran						
Minggu	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Tatap Muka (5)	Daring (6)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)

1	INTRODUCTION TO CONTENT MARKETING	Pengembangan pengetahuan, keterampilan pada mata kuliah konsentrasi manajemen bidang pemasaran: content marketing vs. traditional marketing	Websites	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Class discussion</li> <li>- Slides/Video presentation</li> <li>- Case study</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Class discussion</li> <li>- Slides/Video presentation</li> <li>- Case study</li> </ul>	Ch.2 – Book 1	6.5
2	OBJECTIVES & BENEFITS FOR CONTENT MARKETING	Pengembangan pengetahuan, keterampilan pada mata kuliah konsentrasi manajemen bidang pemasaran: tujuan dan keuntungan Content Marketing	User-generated content	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Class discussion</li> <li>- Slides/Video presentation</li> <li>- Case study</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Class discussion</li> <li>- Slides/Video presentation</li> <li>- Case study</li> </ul>	Ch. 3 – Book 1	6.5
3	CONTENT MEDIA TOOLS AND TACTICS	Pengembangan pengetahuan, keterampilan pada mata kuliah konsentrasi manajemen bidang pemasaran: media tools dan tactics	Infographic	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Class discussion</li> <li>- Slides/Video presentation</li> <li>- Case study</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Class discussion</li> <li>- Slides/Video presentation</li> <li>- Case study</li> </ul>	Ch. 4 – Book 1	6.5
4	CONTENT MARKETING STRATEGY	Pengembangan pengetahuan, keterampilan pada mata kuliah	E-marketplace	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Class discussion</li> <li>- Slides/Video presentation</li> <li>- Case study</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Class discussion</li> <li>- Slides/Video presentation</li> <li>- Case study</li> </ul>	Ch. 5 – Book 1	6.5

		konsentrasi manajemen bidang pemasaran: tujuan dan target audience					
5	TOOL USE STRATEGY IN CONTENT MARKETING	Pengembangan pengetahuan, keterampilan pada mata kuliah konsentrasi manajemen bidang pemasaran: content marketing tool selection	Mobile applications	- Class discussion - Slides/Video presentation - Case study	- Class discussion - Slides/Video presentation - Case study	Ch. 6 – Book 1	6.5
6	INTERNATIONAL BEST PRACTICES IN CONTENT MARKETING	Pengembangan pengetahuan, keterampilan pada mata kuliah konsentrasi manajemen bidang pemasaran: international content marketing winning strategy	Podcast	- Class discussion - Slides/Video presentation - Case study	- Class discussion - Slides/Video presentation - Case study	Ch. 7 – Book 1	6.5
7	GROUP PRESENTATION & REVIEW	Penguatan kolaborasi, support dan kerja sama pada mata kuliah Content Marketing	Group project presentation	Group project presentation	Group project presentation	Websites, blog e-marketplace, podcast social media.	11

8	UTS							
9	IDEA FOR CONTENT MARKETING	Pengembangan pengetahuan, keterampilan pada mata kuliah konsentrasi manajemen bidang pemasaran: exploring ide untuk Content Marketing	Video marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Class discussion</li> <li>- Slides/Video presentation</li> <li>- Case study</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Class discussion</li> <li>- Slides/Video presentation</li> <li>- Case study</li> </ul>	Ch. 3 – Book 1	6.5	
10	DEFINING CONTENT NICHE AND STRATEGY	Pengembangan pengetahuan, keterampilan pada mata kuliah konsentrasi manajemen bidang pemasaran: identifikasi konten strategi untuk niche	Social media video platforms	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Class discussion</li> <li>- Slides/Video presentation</li> <li>- Case study</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Class discussion</li> <li>- Slides/Video presentation</li> <li>- Case study</li> </ul>	Part II – Book 2	6.5	
11	MANAGING THE CONTENT PROCESS	Pengembangan pengetahuan, keterampilan pada mata kuliah konsentrasi manajemen bidang pemasaran: managing content development process	Blogs	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Class discussion</li> <li>- Slides/Video presentation</li> <li>- Case study</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Class discussion</li> <li>- Slides/Video presentation</li> <li>- Case study</li> </ul>	Part III –Book 2	6.5	
12	MARKETING THE STORIES	Pengembangan pengetahuan, keterampilan pada mata kuliah	Social media content	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Class discussion</li> <li>- Slides/Video presentation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Class discussion</li> <li>- Slides/Video presentation</li> </ul>	Part IV –Book 2	6.5	

		konsentrasi manajemen bidang pemasaran: telling stories for selected target audience		- Case study	- Case study		
13	CONTENT MARKETING MEASUREMENT & EVALUATION	Pengembangan pengetahuan, keterampilan pada mata kuliah konsentrasi manajemen bidang pemasaran: mengukur dan mengevaluasi Content Marketing	SEO, SEM, A/B testing	- Class discussion - Slides/Video presentation - Case study	- Class discussion - Slides/Video presentation - Case study	Ch. 5 – Book 1	6.5
14	FUTURE TRENDS AND PREDICTIONS	Pengembangan pengetahuan, keterampilan pada mata kuliah konsentrasi manajemen bidang pemasaran: memprediksi trend masa depan	Metaverse	- Class discussion - Slides/Video presentation - Case study	- Class discussion - Slides/Video presentation - Case study	Ch. 8 – Book 1	6.5
15	GROUP PRESENTATION & REVIEW	Penguatan kolaborasi, support dan kerja sama pada mata kuliah Content Marketing	Group project presentation	Group project presentation	Group project presentation	Websites, blog e-marketplace, podcast, social media.	11
<b>16</b>	<b>UAS</b>						<b>100</b>

Penilaian mahasiswa ditentukan berdasarkan gabungan dari komponen berikut :

1. Ujian Tengah Semester (UTS) 30%
2. Tugas Terstruktur 25%
3. Ujian Akhir Semester (UAS) 45%

Konversi nilai angka ke nilai huruf, sesuai bobot komponen, sebagai berikut :

Nilai Angka	Nilai Huruf	Bobot	Nilai Angka	Nilai Huruf	Bobot
90,00 – 100,00	A	4,00	60,00 – 64,99	C +	2,25
80,00 – 89,99	A -	3,75	55,00 – 59,99	C	2,00
75,00 – 79,99	B +	3,25	50,00 – 54,99	C -	1,75
70,00 – 74,99	B	3,00	45,00 – 49,99	D	1,00
65,00 – 69,99	B -	2,75	< 45,00	E	0,00