



	UNIVERSITAS IBN KHALDUN BOGOR FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN				Kode Dokumen
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)					
Nama Mata Kuliah	Kode Mata Kuliah	Rumpun MK	Bobot (SKS)	Semester	Tgl. Penyusunan
Pemasaran Digital	PBD232	Pemasaran	3	3	29 Mei 2024
Otorisasi / Pengesahan	Dosen Pengembang RPS	Koordinator RMK			
	 (Hanif Zaidan Sinaga, S.E., M.M.S.I., CDMS., CCC)	 (Hanif Zaidan Sinaga, S.E., M.M.S.I., CDMS., CCC)		Ketua Program Studi  (Asti Marlina, S.E., M.M.S.I., CDMP.)	
Capaian Pembelajaran (CP)	<p>CPL-PRODI yang dibebankan pada MK</p> <p>S10 : menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan. KU2 : mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu dan terukur. KU5 : mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data. KK5 : mampu mengaplikasikan teknologi informasi dalam mendukung kegiatan kewirausahaan secara digital. KK6 : mampu menyusun rancangan teknologi bisnis digital secara komprehensif, analisa kebutuhan, desain teknologi dan mengaplikasikannya ke dalam sebuah solusi yang terintegrasi guna menyelesaikan permasalahan. P4 : menguasai konsep ilmu manajemen yang terdiri dari manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan, manajemen operasional, dan manajemen pemasaran dalam menerapkan bisnis secara digital. P5 : menguasai konsep teoritis Teknologi Informasi dan Komunikasi yang diterapkan pada bisnis berbasis digital dengan teori-teori terapannya secara mendalam serta mampu memformulasikan penyelesaian masalah prosedural.</p> <p>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</p> <p>CPMK 1 : mampu melaksanakan (C2) kinerja mandiri, bermutu dan terukur dalam hal kemandirian dan kewirausahaan (S10, KU2). CPMK 2 : mampu memilih (C3) keputusan secara tepat berdasarkan hasil analisis informasi dan data dalam mengaplikasikan teknologi informasi dalam mendukung kegiatan kewirausahaan secara digital (KU5, KK5). CPMK 3 : mampu mengintegrasikan (C4) dan menilai (C5) penggunaan teknologi digital dengan bisnis secara komprehensif guna menyelesaikan permasalahan dalam mendukung kegiatan kewirausahaan secara digital (KK5, KK6).</p>				

	<p>CPMK 4 : mampu merancang (C6) proyek pemasaran digital berdasarkan konsep manajemen pemasaran dan konsep Teknologi Informasi dan Komunikasi guna mendukung kegiatan kewirausahaan secara digital (KK5, P4, P5)</p> <p>Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)</p> <p>Sub CPMK-1 : mampu menjelaskan (C2) konsep pemasaran, bauran pemasaran, pemasaran digital, dan augmented reality (AR). CPMK-1 Sub CPMK-2 : mampu menggunakan (C3) elemen-elemen dalam pemasaran digital. CPMK-2 Sub CPMK-3 : mampu mengintegrasikan (C4) strategi pemasaran dengan elemen-elemen pemasaran digital. CPMK-3 Sub CPMK-4 : mampu mengintegrasikan (C4) elemen-elemen pemasaran digital dengan <i>augmented reality (AR)</i>. CPMK-3 Sub CPMK-5 : mampu merancang (C6) dan mengevaluasi (C5) proyek pemasaran digital berbasis <i>augmented reality (AR)</i>. CPMK-4</p> <p>Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Sub-CPMK1</th> <th>Sub-CPMK2</th> <th>Sub-CPMK3</th> <th>Sub-CPMK4</th> <th>Sub-CPMK5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CPMK1</td> <td>✓</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>CPMK2</td> <td></td> <td>✓</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>CPMK3</td> <td></td> <td></td> <td>✓</td> <td>✓</td> <td></td> </tr> <tr> <td>CPMK4</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>✓</td> </tr> </tbody> </table>		Sub-CPMK1	Sub-CPMK2	Sub-CPMK3	Sub-CPMK4	Sub-CPMK5	CPMK1	✓					CPMK2		✓				CPMK3			✓	✓		CPMK4					✓
	Sub-CPMK1	Sub-CPMK2	Sub-CPMK3	Sub-CPMK4	Sub-CPMK5																										
CPMK1	✓																														
CPMK2		✓																													
CPMK3			✓	✓																											
CPMK4					✓																										
Deskripsi Singkat MK	<p>Mata kuliah ini dirancang untuk membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan dalam menerapkan teknologi <i>Augmented Reality (AR)</i> dalam Strategi Pemasaran Digital. Mahasiswa akan mempelajari konsep dasar Pemasaran Digital dan teknologi <i>Augmented Reality (AR)</i>, serta mengintegrasikan teknologi <i>Augmented Reality (AR)</i> ke dalam iklan pemasaran untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan pelanggan. Melalui model pembelajaran <i>Project Based Learning (PBL)</i>, mahasiswa akan terlibat dalam proyek nyata untuk merancang, mengembangkan, dan mengevaluasi iklan Pemasaran Digital berbasis <i>Augmented Reality (AR)</i>.</p>																														
Bahan Kajian : Materi Pembelajaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep Pemasaran - (Sub CPMK-1) - CPMK-1 2. Strategi Bauran Pemasaran - (Sub CPMK-1) - CPMK-1 3. Konsep dan Ekosistem Pemasaran Digital - (Sub CPMK-1) - CPMK-1 4. Media Sosial dan Iklan Media Sosial - (Sub CPMK-2) - CPMK-2 5. Website dan SEO/SEM - (Sub CPMK-2) - CPMK-2 6. E-commerce dan E-mail Marketing - (Sub CPMK-2) - CPMK-2 7. Strategi Pemasaran Digital menggunakan Platform Digital - (Sub CPMK-3) - CPMK-3 8. Ujian Tengah Semester (UTS) 9. Pengenalan dan Platform berbasis Augmented Reality (AR) - (Sub CPMK-1) - CPMK-1 10. Elemen Pemasaran Digital Berbasis Augmented Reality (AR) - (Sub CPMK-4) - CPMK-3 11. Pengembangan Konten Berbasis Augmented Reality (AR) - (Sub CPMK-4) - CPMK-3 12. Integrasi Augmented Reality (AR) dalam Kampanye Pemasaran Digital - (Sub CPMK-4) - CPMK-3 13. Pembuatan Proyek Pemasaran Digital Berbasis Augmented Reality (AR) - (Sub CPMK-5) - CPMK-4 14. Presentasi Proyek Pemasaran Digital Berbasis Augmented Reality (AR) - (Sub CPMK-5) - CPMK-4 15. Evaluasi dan Peningkatan Kinerja Pemasaran Digital - (Sub CPMK-5) - CPMK-4 																														

	16. Ujian Akhir Semester (UAS)
Pustaka	<p>Utama :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2016, Principles of Marketing, 16th Edition, USA, Pearson Education Limited. 2. Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya & Iwan Setiawan, (2017), Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. New Jersey: Wile & Sons, Inc. 3. Dr. Refdinal, M.T., 2023, Teknologi Augmented Reality dan Virtual Reality dalam Media Pembelajaran, PT RajaGrafindo Persada. 4. Dr. Nurliana Nasution, ST., M.Kom. MTA., dkk, 2022, Augmented Reality dan Pembelajaran di Era Digital, CV. Adanu Abimata. 5. Andi Yulianto, S.Si., M.M. dan Dr. Roby Setiadi, S.Kom., M.M., 2022, Digital Marketing: Revolusi Pemasaran Tradisional Menuju Masa Depan, Gosyen Publishing. <p>Pendukung :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Abdullah, Thamrin, dan Francis Tantri, 2018, Manajemen Pemasaran, Depok, PT. RajaGrafindo Persada. 2. Andre Kurniawan Pamoedji, Maryuni, Ridwan Sanjaya, 2017, Mudah Membuat Game Augmented Reality (AR) dan Virtual Reality (VR) dengan Unity 3D, Elex Media Komputindo
Dosen Pengampu	Hanif Zaidan Sinaga, S.E., M.M.S.I., CDMS., CCC
Mata kuliah syarat	Dasar-dasar Teknologi Informasi, Pengantar Bisnis, Analisis Perilaku Konsumen dan Pasar Digital

Mg Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan [Estimasi Waktu]		Metode Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring	Daring		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Sub CPMK-1 : mampu menjelaskan (C2) konsep pemasaran, bauran pemasaran, pemasaran digital, dan augmented reality (AR). CPMK-1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definisi pemasaran 2. Ruang lingkup pemasaran 3. Konsep pemasaran 4. Konsep pemasaran digital 5. Tugas Manajemen Pemasaran Digital 	<p>Kriteria: Ketepatan, kesesuaian, ketelitian dan ketajaman mengolah dan menganalisis data</p> <p>Bentuk non-test: -</p>	<p>Bentuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kuliah • E-learning Universitas Ibn Khaldun Bogor <p>Metode: Discovery Learning, Problem Solving</p> <p>TM: 3 x(2x50") TT: 3 x(2x60")</p>	-	<ul style="list-style-type: none"> • Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2016, Principles of Marketing, 16th Edition, USA, Pearson Education Limited. • Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya & Iwan 	2,5

Mg Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan [Estimasi Waktu]		Metode Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring	Daring		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
				BM: 3 x(2x60'')		Setiawan, (2017), Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. New Jersey: Wile & Sons, Inc.	
2	Sub CPMK-1 : mampu menjelaskan (C2) konsep pemasaran, bauran pemasaran, pemasaran digital, dan augmented reality (AR). CPMK-1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep bauran pemasaran 2. Definisi produk 3. Klasifikasi produk 4. Bauran produk 5. Perbedaan harga dan nilai 6. Faktor-faktor penetapan harga 7. Langkah-langkah penetapan harga 8. Tujuan penetapan harga 9. Definisi saluran distribusi 10. Fungsi saluran distribusi 11. Definisi promosi 12. Memilih alat dan promosi penjualan 13. Strategi Bauran Pemasaran 	<p>Kriteria: Ketepatan, kesesuaian, ketelitian dan ketajaman mengolah dan menganalisis data</p> <p>Bentuk test: Kuis</p>	<p>Bentuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kuliah • E-learning Universitas Ibn Khaldun Bogor <p>Metode: Discovery Learning, Problem Solving</p> <p>TM: 3 x(2x50'')</p> <p>TT: 3 x(2x60'')</p> <p>BM: 3 x(2x60'')</p>	-	<ul style="list-style-type: none"> • Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2016, Principles of Marketing, 16th Edition, USA, Pearson Education Limited. • Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya & Iwan Setiawan, (2017), Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. New Jersey: Wile & Sons, Inc. 	2,5
3	Sub CPMK-1 : mampu menjelaskan (C2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep pemasaran digital 	<p>Kriteria: Ketepatan, kesesuaian,</p>	<p>Bentuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kuliah (Hybrid) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zoom 2. Google Meet 	<ul style="list-style-type: none"> • Andi Yulianto, S.Si., M.M. dan Dr. 	2,5

Mg Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan [Estimasi Waktu]		Metode Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring	Daring		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
	konsep pemasaran, bauran pemasaran, pemasaran digital, dan augmented reality (AR). CPMK-1	2. Definisi pemasaran digital 3. Konsep Ekosistem Pemasaran Digital 4. Elemen-elemen Ekosistem Pemasaran Digital 5. Pentingnya Ekosistem Pemasaran Digital	ketelitian dan ketajaman mengolah dan menganalisis data Bentuk non-test:	<ul style="list-style-type: none"> E-learning Universitas Ibn Khaldun Bogor Metode: Discovery Learning, Problem Solving TM: 3 x(2x50'') TT: 3 x(2x60'') BM: 3 x(2x60'')	3. E-learning Universitas Ibn Khaldun Bogor	Roby Setiadi, S.Kom., M.M., 2022, Digital Marketing: Revolusi Pemasaran Tradisional Menuju Masa Depan, Gosyen Publishing.	
4	Sub CPMK-2 : mampu menggunakan (C3) elemen-elemen dalam pemasaran digital. CPMK-2	1. Media sosial 2. Pemilihan media sosial 3. Merancang dan Menguji Iklan 4. Memilih jenis-jenis media dan jadwal iklan	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian, ketelitian dan ketajaman mengolah dan menganalisis data Bentuk non-test:	Bentuk: <ul style="list-style-type: none"> Kuliah E-learning Universitas Ibn Khaldun Bogor Metode: Discovery Learning, Problem Solving TM: 3 x(2x50'') TT: 3 x(2x60'') BM: 3 x(2x60'')	-	<ul style="list-style-type: none"> Andi Yulianto, S.Si., M.M. dan Dr. Roby Setiadi, S.Kom., M.M., 2022, Digital Marketing: Revolusi Pemasaran Tradisional Menuju Masa Depan, Gosyen Publishing. 	2,5
5	Sub CPMK-2 : mampu menggunakan (C3) elemen-elemen dalam pemasaran digital. CPMK-2	1. Langkah-langkah membuat konten secara kreatif	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian, ketelitian dan ketajaman mengolah dan menganalisis data	-	1. Zoom 2. Google Meet 3. E-learning Universitas Ibn Khaldun Bogor	<ul style="list-style-type: none"> Andi Yulianto, S.Si., M.M. dan Dr. Roby Setiadi, S.Kom., M.M., 	2,5

Mg Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan [Estimasi Waktu]		Metode Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring	Daring		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
		2. Pengelolaan Website 3. Search Engine Optimization (SEO) 4. Search Engine Marketing (SEM)	Bentuk test: Kuis			2022, Digital Marketing: Revolusi Pemasaran Tradisional Menuju Masa Depan, Gosyen Publishing.	
6	Sub CPMK-2 : mampu menggunakan (C3) elemen-elemen dalam pemasaran digital. CPMK-2	1. Konsep E-commerce 2. Penerapan E-commerce 3. Konsep E-mail marketing 4. Penerapan E-mail marketing 5. Strategi Pemasaran dalam Pemasaran Digital.	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian, ketelitian dan ketajaman mengolah dan menganalisis data Bentuk non-test:	Bentuk: • Kuliah • E-learning Universitas Ibn Khaldun Bogor Metode: Discovery Learning, Problem Solving TM: 3 x(2x50") TT: 3 x(2x60") BM: 3 x(2x60")	-	• Andi Yulianto, S.Si., M.M. dan Dr. Roby Setiadi, S.Kom., M.M., 2022, Digital Marketing: Revolusi Pemasaran Tradisional Menuju Masa Depan, Gosyen Publishing.	2,5
7	Sub CPMK-3 : mampu mengintegrasikan (C4) strategi pemasaran dengan elemen-elemen pemasaran digital. CPMK-3	1. Konsep Platform Digital 2. Menyusun Strategi Pemasaran Digital menggunakan Platform Digital.	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian, ketelitian dan ketajaman mengolah dan menganalisis data Bentuk non-test:	Bentuk: • Kuliah (Hybrid) • E-learning Universitas Ibn Khaldun Bogor Metode: Discovery Learning, Problem Solving	1. Zoom 2. Google Meet 3. E-learning Universitas Ibn Khaldun Bogor	• Andi Yulianto, S.Si., M.M. dan Dr. Roby Setiadi, S.Kom., M.M., 2022, Digital Marketing: Revolusi Pemasaran Tradisional Menuju Masa Depan, Gosyen Publishing.	2,5

Mg Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan [Estimasi Waktu]		Metode Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring	Daring		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
				TM: 3 x(2x50") TT: 3 x(2x60") BM: 3 x(2x60")		Masa Depan, Gosyen Publishing.	
8	UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS)						25
9	Sub CPMK-1 : mampu menjelaskan (C2) konsep pemasaran, bauran pemasaran, pemasaran digital, dan augmented reality (AR). CPMK-1	1. Konsep Augmented Reality (AR), Virtual Reality (VR), Mixed Reality (MR). 2. Platform yang menggunakan Augmented Reality (AR), Virtual Reality (VR), Mixed Reality (MR).	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian, ketelitian dan ketajaman mengolah dan menganalisis data Bentuk non-test:	Bentuk: • Kuliah • E-learning Universitas Ibn Khaldun Bogor Metode: Discovery Learning, Problem Solving TM: 3 x(2x50") TT: 3 x(2x60") BM: 3 x(2x60")		<ul style="list-style-type: none"> • Dr. Refdinal, M.T., 2023, Teknologi Augmented Reality dan Virtual Reality dalam Media Pembelajaran, PT RajaGrafindo Persada. • Andi Yulianto, S.Si., M.M. dan Dr. Roby Setiadi, S.Kom., M.M., 2022, Digital Marketing: Revolusi Pemasaran Tradisional Menuju Masa Depan, Gosyen Publishing. 	2,5
10	Sub CPMK-4 : mampu mengintegrasikan (C4) elemen-elemen pemasaran digital dengan <i>augmented reality (AR)</i> . CPMK-3	1. Elemen-elemen pemasaran digital (media sosial dan website) menggunakan	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian, ketelitian dan ketajaman mengolah dan menganalisis data	-	1. Zoom 2. Google Meet 3. E-learning Universitas Ibn Khaldun Bogor	<ul style="list-style-type: none"> • Dr. Refdinal, M.T., 2023, Teknologi Augmented Reality dan Virtual Reality dalam Media Pembelajaran, PT 	2,5

Mg Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan [Estimasi Waktu]		Metode Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring	Daring		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
		augmented reality (AR)	Bentuk non-test:			RajaGrafindo Persada. • Andi Yulianto, S.Si., M.M. dan Dr. Roby Setiadi, S.Kom., M.M., 2022, Digital Marketing: Revolusi Pemasaran Tradisional Menuju Masa Depan, Gosyen Publishing.	
11	Sub CPMK-4 : mampu mengintegrasikan (C4) elemen-elemen pemasaran digital dengan <i>augmented reality (AR)</i> . CPMK-3	1. Konsep konten pemasaran. 2. Penggunaan Augmented Reality (AR) dalam Pemasaran. 3. Membuat konten pemasaran berbasis Augmented Reality (AR).	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian, ketelitian dan ketajaman mengolah dan menganalisis data Bentuk non-test:	Bentuk: • Kuliah • E-learning Universitas Ibn Khaldun Bogor Metode: Discovery Learning, Problem Solving TM: 3 x(2x50") TT: 3 x(2x60") BM: 3 x(2x60")	-	• Dr. Refdinal, M.T., 2023, Teknologi Augmented Reality dan Virtual Reality dalam Media Pembelajaran, PT RajaGrafindo Persada. • Andi Yulianto, S.Si., M.M. dan Dr. Roby Setiadi, S.Kom., M.M., 2022, Digital Marketing: Revolusi Pemasaran Tradisional Menuju Masa Depan, Gosyen Publishing.	2,5

Mg Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan [Estimasi Waktu]		Metode Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring	Daring		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
12	Sub CPMK-4 : mampu mengintegrasikan (C4) elemen-elemen pemasaran digital dengan <i>augmented reality (AR)</i> . CPMK-3	1. Kampanye dalam Pemasaran Digital 2. Menggabungkan kampanye dalam pemasaran digital dengan augmented reality (AR)	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian, ketelitian dan ketajaman mengolah dan menganalisis data Bentuk test: Kuis	-	1. Zoom 2. Google Meet 3. E-learning Universitas Ibn Khaldun Bogor	<ul style="list-style-type: none"> • Dr. Refdinal, M.T., 2023, Teknologi Augmented Reality dan Virtual Reality dalam Media Pembelajaran, PT RajaGrafindo Persada. • Dr. Nurliana Nasution, ST., M.Kom. MTA., dkk, 2022, Augmented Reality dan Pembelajaran di Era Digital, CV. Adanu Abimata. • Andi Yulianto, S.Si., M.M. dan Dr. Roby Setiadi, S.Kom., M.M., 2022, Digital Marketing: Revolusi Pemasaran Tradisional Menuju Masa Depan, Gosyen Publishing. 	2,5
13	Sub CPMK-5 : mampu merancang (C6) dan	1. Langkah-langkah menyusun	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian,	Bentuk: • Kuliah	-	<ul style="list-style-type: none"> • Dr. Refdinal, M.T., 2023, Teknologi 	2,5

Mg Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan [Estimasi Waktu]		Metode Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring	Daring		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
	mengevaluasi (C5) proyek pemasaran digital berbasis <i>augmented reality (AR)</i> . CPMK-4	proposal usaha 2. Pemilihan usaha yang akan dipasarkan secara digital	ketelitian dan ketajaman dalam membuat dan mempersiapkan bahan presentasi project Bentuk non-test:	<ul style="list-style-type: none"> E-learning Universitas Ibn Khaldun Bogor Metode: Discovery Learning, Problem Solving TM: 3 x(2x50") TT: 3 x(2x60") BM: 3 x(2x60")		Augmented Reality dan Virtual Reality dalam Media Pembelajaran, PT RajaGrafindo Persada. <ul style="list-style-type: none"> Andi Yulianto, S.Si., M.M. dan Dr. Roby Setiadi, S.Kom., M.M., 2022, Digital Marketing: Revolusi Pemasaran Tradisional Menuju Masa Depan, Gosyen Publishing. 	
14	Sub CPMK-5 : mampu merancang (C6) dan mengevaluasi (C5) proyek pemasaran digital berbasis <i>augmented reality (AR)</i> . CPMK-4	1. Presentasi proposal	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian, ketelitian dan ketajaman dalam mempresentasikan project Bentuk non-test: Presentasi project per kelompok	Bentuk: <ul style="list-style-type: none"> Kuliah E-learning Universitas Ibn Khaldun Bogor Metode: Discovery Learning, Problem Solving TM: 3 x(2x50") TT: 3 x(2x60") BM: 3 x(2x60")	-	<ul style="list-style-type: none"> Dr. Refdinal, M.T., 2023, Teknologi Augmented Reality dan Virtual Reality dalam Media Pembelajaran, PT RajaGrafindo Persada. Andi Yulianto, S.Si., M.M. dan Dr. Roby Setiadi, S.Kom., M.M., 	2,5

Mg Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan [Estimasi Waktu]		Metode Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring	Daring		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
						2022, Digital Marketing: Revolusi Pemasaran Tradisional Menuju Masa Depan, Gosyen Publishing.	
15	Sub CPMK-5 : mampu merancang (C6) dan mengevaluasi (C5) proyek pemasaran digital berbasis <i>augmented reality (AR)</i> . CPMK-4	1. Evaluasi pemasaran digital menggunakan Augmented Reality (AR).	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian, ketelitian dan ketajaman mengolah dan menganalisis data Bentuk test: Kuis	-	1. Zoom 2. Google Meet 3. E-learning Universitas Ibn Khaldun Bogor	<ul style="list-style-type: none"> • Dr. Refdinal, M.T., 2023, Teknologi Augmented Reality dan Virtual Reality dalam Media Pembelajaran, PT RajaGrafindo Persada. • Andi Yulianto, S.Si., M.M. dan Dr. Roby Setiadi, S.Kom., M.M., 2022, Digital Marketing: Revolusi Pemasaran Tradisional Menuju Masa Depan, Gosyen Publishing. 	2,5
16	UJIAN AKHIR SEMESTER (UAS)						40