



Silabus Pembelajaran Digital Marketing Celerates Acceleration Mastery Program (CAMP)

Program ini menggabungkan pembelajaran synchronous, asynchronous, dan penguatan soft skills untuk memastikan peserta memahami materi secara menyeluruh dan siap terjun ke dunia kerja.

Synchronous Learning (Live Class)

- Senin, Rabu, Jumat (2–2,5 jam per sesi, setelah jam kerja)
- Fokus pada paparan materi inti, diskusi interaktif dengan instruktur, dan penyelesaian studi kasus secara langsung.
- Peserta dapat mengklarifikasi konsep dan berdiskusi aktif untuk memperdalam pemahaman.

Asynchronous Learning (Self-paced)

- Peserta mengerjakan tugas & proyek mandiri untuk memperkuat pemahaman materi.
- Mentor siap mendampingi melalui sesi diskusi dan bantuan fleksibel, termasuk akhir pekan.
- Fokus pada penerapan konsep ke dalam praktik nyata.

Soft Skills Development

- Sesi khusus di tengah program untuk meningkatkan komunikasi, manajemen waktu, dan problem solving.
- Peserta akan mendapatkan sertifikat soft skills sebagai pengakuan kompetensi non-teknis.

✨ Pendekatan ini memastikan peserta tidak hanya menguasai keterampilan teknis, tapi juga memiliki kemampuan profesional yang dibutuhkan di dunia kerja.

Learning Objective Judul materi yang akan dipelajari	Target Hasil Pembelajaran (Targeted skill level) Target dan capaian (outcome) yang dihasilkan setelah pembelajaran selesai	Detail Pembelajaran (Learning details) Cara dan proses pembelajaran yang dilakukan untuk mencapai target kompetensi	Durasi Pembelajaran (Learning Duration) Waktu yang dibutuhkan dalam pembelajaran	Cara Penilaian (Assessment method) Cara mengukur pencapaian kompetensi
Digital Marketing Fundamentals	Memahami lanskap digital marketing, berbagai channel utama, serta cara menyusun strategi pemasaran digital sederhana. Menguasai dasar-dasar digital marketing sebagai fondasi untuk memahami berbagai aktivitas pemasaran online. Mengenal konsep marketing funnel dan buyer persona untuk merancang strategi yang tepat sasaran.	Peserta akan memahami lanskap digital marketing secara menyeluruh, termasuk kanal-kanal utama (SEO, social media, paid ads, email, dan content marketing). Pembelajaran mencakup dasar-dasar digital marketing, konsep marketing funnel dan buyer persona, serta cara menyusun strategi pemasaran digital sederhana. Melalui studi kasus dan diskusi, peserta akan memetakan customer journey dan merancang strategi pemasaran untuk produk fiktif. Tools yang digunakan mencakup Miro, Google Docs, dan template strategi digital marketing.	45 jam	Penilaian dilakukan melalui pre-test & post-test, quiz modul, tugas penyusunan strategi funnel yang diberikan dalam modul Digital Marketing Fundamentals. Trainer & Mentor juga akan menilai keaktifan peserta, attitude saat synchronous / asynchronous serta partisipasi kehadiran (absensi) dalam sesi synchronous.

	Menyusun strategi pemasaran digital sederhana yang selaras dengan tujuan bisnis dan karakteristik audiens.			
Content Marketing and Copywriting	Mampu membuat konten tulisan dan visual yang menarik serta sesuai dengan karakteristik berbagai platform digital. Menerapkan teknik copywriting (AIDA, storytelling, dan CTA) untuk menghasilkan konten yang persuasif dan engaging. Menulis artikel dan konten media sosial yang informatif, relevan, dan sesuai dengan audiens target. Menguasai dasar-dasar desain visual untuk mendukung penyajian	Peserta akan mempelajari prinsip pembuatan konten digital yang menarik dan relevan untuk berbagai platform. Materi mencakup teknik copywriting (AIDA, storytelling, CTA), penulisan artikel dan konten media sosial, serta dasar-dasar desain visual menggunakan Canva. Peserta juga akan belajar menyusun content calendar untuk perencanaan strategi konten jangka panjang. Aktivitas hands-on meliputi brainstorming ide konten, membuat konten visual dan copywriting, serta merancang kalender konten mingguan berupa satu set konten lengkap (artikel + konten media sosial) untuk brand simulasi.	90 jam	Penilaian dilakukan melalui pre-test & post-test, tugas konten & copywriting, quiz konsep yang diberikan dalam modul Content Marketing and Copywriting. Trainer & Mentor juga akan menilai keaktifan peserta, attitude saat synchronous / asynchronous serta partisipasi kehadiran (absensi) dalam sesi synchronous.

	konten yang menarik dan profesional. Menyusun perencanaan konten (content calendar) untuk memastikan konsistensi dan efektivitas strategi konten.			
Search Engine Optimization (SEO)	Memahami dasar-dasar SEO dan mampu mengoptimasi website/blog agar lebih mudah ditemukan di mesin pencari. Melakukan riset keyword untuk mengidentifikasi peluang trafik organik dan memahami intent audiens. Menerapkan teknik on-page dan off-page SEO untuk meningkatkan peringkat halaman di hasil pencarian.	Peserta akan mempelajari peran SEO dalam digital marketing serta faktor-faktor yang mempengaruhi peringkat website. Materi meliputi riset keyword mendalam (menggunakan Ubersuggest, Google Keyword Planner, Ahrefs Free), teknik on-page & off-page SEO, serta SEO teknikal dasar (struktur URL, sitemap, kecepatan, mobile friendly). Dalam sesi hands-on, peserta akan melakukan keyword research nyata untuk brand/produk, SEO audit sederhana menggunakan Google Search Console & Screaming Frog, serta menulis artikel SEO-friendly berdasarkan riset yang dilakukan.	135 jam	Penilaian dilakukan melalui pre-test & post-test, tugas riset keyword & optimasi, serta evaluasi artikel SEO yang diberikan dalam modul Search Engine Optimization (SEO). Trainer & Mentor juga akan menilai keaktifan peserta, attitude saat synchronous / asynchronous serta partisipasi kehadiran (absensi) dalam sesi synchronous.

	Memahami SEO teknikal dasar untuk memastikan website dapat diindeks dan dirayapi dengan optimal oleh mesin pencari. Menulis konten yang SEO-friendly dengan struktur dan kata kunci yang relevan untuk meningkatkan visibilitas organik.			
Social Media Marketing (SMM)	Menyusun dan menjalankan strategi kampanye media sosial yang efektif untuk membangun brand awareness dan engagement. Merancang strategi konten media sosial yang relevan, konsisten, dan sesuai dengan karakteristik audiens. Memahami perbedaan antara pendekatan organik dan berbayar dalam pemasaran	Peserta akan belajar menyusun dan menjalankan strategi kampanye media sosial yang efektif untuk membangun brand awareness dan engagement. Materi meliputi perencanaan strategi konten media sosial, perbedaan pendekatan organik vs berbayar, serta community management. Tools yang digunakan antara lain Meta Business Suite, Canva, dan Notion/Excel untuk content calendar. Dalam sesi hands-on, peserta akan merancang kalender konten media	135 jam	Penilaian dilakukan melalui pre-test & post-test, quiz konsep, tugas strategi sosial media yang diberikan dalam modul Social Media Marketing (SMM). Trainer & Mentor juga akan menilai keaktifan peserta, attitude saat synchronous / asynchronous serta partisipasi kehadiran (absensi) dalam sesi synchronous.

	media sosial, serta kapan menggunakannya. Melakukan manajemen komunitas secara aktif untuk membangun hubungan yang kuat dengan audiens. Menganalisis engagement dan performa konten untuk mengoptimalkan strategi media sosial secara berkelanjutan.	sosial, membuat konten visual & copywriting untuk Instagram/TikTok, dan menganalisis engagement dari akun referensi serta rencana kampanye media sosial dan konten siap posting.		
Search Engine Marketing (SEM) and Paid Ads	Merancang dan mengoptimasi kampanye iklan berbayar (Google Ads & Meta Ads) untuk mencapai tujuan pemasaran secara efektif. Memahami dasar-dasar penggunaan Google Ads (Search & Display) untuk	Peserta akan memahami konsep dasar periklanan digital dan cara menjalankan kampanye berbayar di Google Ads dan Meta Ads Manager. Materi meliputi struktur kampanye, penentuan tujuan iklan, targeting, bidding, budgeting, dan A/B testing. Peserta akan praktik membuat kampanye simulasi menggunakan akun sandbox/dummy, termasuk	135 jam	Penilaian dilakukan melalui pre-test & post-test, setup kampanye iklan simulasi, quiz platform ads, evaluasi performa kampanye yang diberikan dalam modul Search Engine Marketing (SEM) and Paid Ads. Trainer & Mentor juga akan menilai keaktifan peserta, attitude saat synchronous / asynchronous serta partisipasi kehadiran



• **PT Mitra Talenta Grup**

The Manhattan Square Building, Mid Tower, 12th Floor.
Jl. T.B. Simatupang kav 1-S. Cilandak Timur, Jakarta Selatan

• **Celerates.com**

contact@celerates.com
021 8064 1000

	meningkatkan visibilitas dan trafik website. Menguasai penggunaan Facebook & Instagram Ads Manager untuk menjalankan kampanye iklan di platform media sosial. Menerapkan strategi targeting, bidding, dan budgeting guna memaksimalkan hasil kampanye dengan biaya efisien. Melakukan A/B testing iklan untuk menguji performa berbagai elemen kampanye dan mengoptimalkan hasilnya.	membuat copy iklan, creative, dan menentukan audience. Tools yang digunakan: Google Ads, Meta Ads Manager, dan Canva untuk materi visual. Hands-on berupa desain dan strategi kampanye berbayar lengkap beserta simulasi dashboard performa.		(absensi) dalam sesi synchronous.
--	--	---	--	--



• **PT Mitra Talenta Grup**

The Manhattan Square Building, Mid Tower, 12th Floor.
Jl. T.B. Simatupang kav 1-S. Cilandak Timur, Jakarta Selatan

• **Celerates.com**

contact@celerates.com
021 8064 1000

Email Marketing and CRM	Menggunakan email untuk nurturing leads dan meningkatkan retensi pelanggan melalui strategi komunikasi yang efektif. Merancang kampanye email marketing yang menarik dan relevan untuk berbagai tujuan bisnis. Melakukan segmentasi audiens guna mengirimkan pesan yang lebih personal dan tepat sasaran. Menerapkan otomasi email marketing untuk meningkatkan efisiensi dan konsistensi komunikasi dengan pelanggan. Menganalisis performa kampanye email untuk mengoptimalkan	Peserta akan mempelajari peran email dalam strategi digital marketing, mulai dari nurturing leads hingga retensi pelanggan. Materi mencakup perancangan kampanye email, segmentasi audiens, otomasi email, dan analisis performa kampanye. Tools yang digunakan: Brevo, Google Sheets, dan template CRM sederhana. Dalam hands-on, peserta akan membuat daftar audiens, merancang sequence email, mengatur automation workflow, dan mengevaluasi open rate serta click rate dari kampanye simulasi berupa 1 set kampanye email lengkap dengan strategi segmentasi dan otomasi.	90 jam	Penilaian dilakukan melalui pre-test & post-test, tugas setup email flow, quiz konsep email marketing yang diberikan dalam modul Email Marketing and CRM. Trainer & Mentor juga akan menilai keaktifan peserta, attitude saat synchronous / asynchronous serta partisipasi kehadiran (absensi) dalam sesi synchronous.
-------------------------	---	--	--------	---

	strategi dan hasil pemasaran.			
Analytics and Data-Driven Marketing	Membaca, menganalisis, dan menyusun laporan kinerja kampanye pemasaran digital. Menguasai penggunaan Google Analytics & GA4 untuk memantau dan mengevaluasi performa website serta kampanye digital. Memahami dan menerapkan UTM tracking & attribution untuk mengukur efektivitas sumber trafik dan channel pemasaran. Membangun dashboard interaktif menggunakan Looker Studio untuk visualisasi data kampanye secara real-time.	Peserta akan belajar membaca, menganalisis, dan menyusun laporan kinerja kampanye digital marketing. Materi meliputi penggunaan Google Analytics & GA4, UTM tracking & attribution, serta pembuatan dashboard menggunakan Looker Studio. Peserta akan mempraktekkan pelacakan trafik dari berbagai kanal, menganalisis metrik utama (traffic, conversion, engagement), dan membuat laporan storytelling berbasis data. Hands-on mencakup integrasi GA4 dengan website simulasi dan membuat dashboard performa kampanye untuk laporan analisis KPI.	135 jam	Penilaian dilakukan melalui pre-test & post-test, tugas dashboard serta laporan analisis KPI yang diberikan dalam modul Analytics and Data-Driven Marketing. Trainer & Mentor juga akan menilai keaktifan peserta, attitude saat synchronous / asynchronous serta partisipasi kehadiran (absensi) dalam sesi synchronous.



• **PT Mitra Talenta Grup**

The Manhattan Square Building, Mid Tower, 12th Floor.
Jl. T.B. Simatupang kav 1-S. Cilandak Timur, Jakarta Selatan

• **Celerates.com**

contact@celerates.com
021 8064 1000

	Menganalisis KPI dan menyajikan insight melalui storytelling data untuk mendukung pengambilan keputusan bisnis.			
Final Project	Menyusun dan menjalankan kampanye digital marketing secara end-to-end sebagai proyek akhir portofolio	Peserta akan mengerjakan proyek komprehensif yang menggabungkan seluruh materi yang telah dipelajari. Dalam proyek ini, peserta berperan sebagai digital marketer yang harus menyusun dan mengeksekusi strategi digital marketing untuk sebuah brand simulasi (atau real project partner kampus). Proyek mencakup perencanaan strategi, produksi konten, setup kampanye iklan, tracking, dan pembuatan laporan analitik akhir. Semua output proyek dikumpulkan sebagai portofolio profesional yang siap digunakan untuk menunjang karir profesional.	135 jam	Penilaian dilakukan pada saat project akhir yaitu melalui report harian, catatan diskusi kelompok, check-point progress, dan hasil akhir final project dengan metric-metric yang sudah ditentukan oleh trainer terkait final proyek yang dikerjakan



- **PT Mitra Talenta Grup**

The Manhattan Square Building, Mid Tower, 12th Floor.
Jl. T.B. Simatupang kav 1-S. Cilandak Timur, Jakarta Selatan

- **Celerates.com**

contact@celerates.com
021 8064 1000

PT Mitra Talenta Grup (Celerates),

A handwritten signature in black ink, followed by the Celerates logo. The logo consists of a stylized 'C' made of blue dots and the word 'Celerates' in a blue, sans-serif font, with 'PT MITRA TALENTA GRUP' in smaller text below it.

Angga Saputra
Operations Manager at Celerates School