

LAPORAN HASIL KERJA PRAKTEK

PEMANFAATAN KOMPUTER GRAFIS MENGGUNAKAN
CORELDRAW DALAM PENYAMPAIAN INFORMASI
AKADEMIK DI INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS
DARMAJAYA

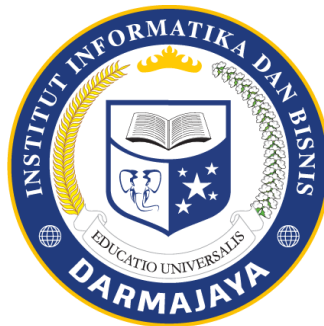


Disusun Oleh :

SUPRI YANTO
(1811050174)

JURUSAN SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
2021

**LAPORAN HASIL KERJA PRAKTEK
PEMANFAATAN KOMPUTER GRAFIS MENGGUNAKAN
CORELDRAW DALAM PENYAMPAIAN INFORMASI
AKADEMIK DI INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS
DARMAJAYA**



Disusun Oleh :

SUPRI YANTO
(1811050174)

**JURUSAN SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN HASIL KERJA PRAKTEK (KP)
PEMANFAATAN KOMPUTER GRAFIS MENGGUNAKAN
CORELDRAW DALAM PENYAMPAIAN INFORMASI AKADEMIK DI
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA

OLEH :

SUPRI YANTO

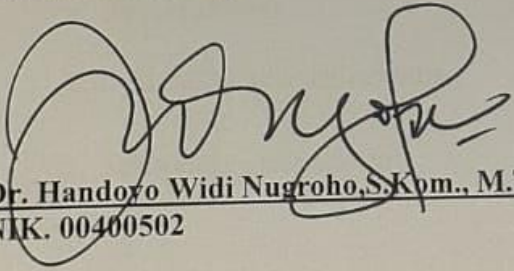
1811050174

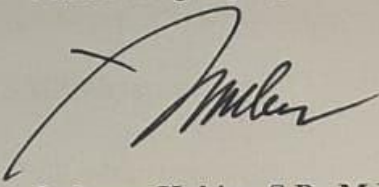
Telah memenuhi syarat untuk diterima.

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

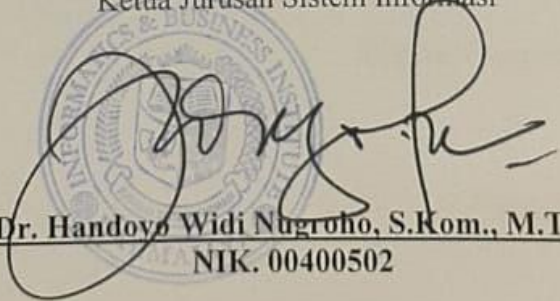
Pembimbing Lapangan


Dr. Handoyo Widi Nugroho, S.Kom., M.T.I.
NIK. 00400502


Lukman Hakim, S.P., M.M
NIK.14260917

Menyetujui,

Ketua Jurusan Sistem Informasi


Dr. Handoyo Widi Nugroho, S.Kom., M.T.I.
NIK. 00400502

RIWAYAT HIDUP

1. Identitas

- a. Nama : SUPRI YANTO
- b. NPM : 1811050174
- c. Tempat/Tanggal Lahir : Bandar Lampung, 25 November 1984
- d. Agama : Islam
- e. Alamat : Jl. Samratulangi Gg. Bungsu.1 Tanjung
Karang, Bandar Lampung
- f. Suku : Jawa
- g. Kewarganegaraan : Indonesia
- h. E-mail : suprianto@darmajaya.ac.id
- i. No. Telpon : 0853-7999-0900

2. Riwayat Pendidikan

- a. Sekolah Dasar : SD Negeri 1 Pasir Gintung
- b. Sekolah Menengah Pertama : SMP Wiyatama
- c. Sekolah Menengah Atas : SMK Muhammadiyah. 1

Dengan ini saya menyatakan bahwa semua keterangan yang saya sampaikan di atas adalah benar.

Bandar Lampung, September 2021

SUPRI YANTO
NPM. 1811050174

RINGKASAN

Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya menerapkan kerja Praktek sebagai syarat kelulusan mata kuliah sekaligus sarana implementasi dalam bersaing pada dunia kerja yang sesungguhnya. Dalam hal ini penulis melaksanakan kerja praktek pada bagian Digital Marketing, namun dalam hal ini penulis membuat konten penyampaian informasi akademik.

Sekarang ini, makin banyak cara untuk menyampaikan *informasi* atau melakukan *pemberitahuan*. Apalagi, di era teknologi yang makin berkembang, semakin banyak pilihan konten untuk mereka konsumsi. Dalam hal ini, tantangan pemasar adalah menentukan bentuk konten yang paling efektif berdasarkan sasaran konsumen. Dan salah satu bentuk konten yang dapat digunakan adalah *flyer* di media sosial. *Flyer* seringkali dianggap sebagai medium daripada sebagai sebuah industri, dan ini tidak salah. Namun lebih dari itu, flyer sebenarnya adalah sebuah metode yang strategis untuk menyampaikan pesan dengan marketing layers yang banyak.

Kata Kunci : Digital Marketing, Marketing Campaign, Social media Marketing.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat limpahan rahmat dan Kasih-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan Kerja Praktek di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya serta dapat menyelesaikan laporan ini tepat pada waktunya yang berjudul “Pembuatan Desain Promosi Media Sosial Intstitut Informatika dan Bisnis Darmajaya”. Adapun tujuan penulisan laporan ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan S1 di Institut Informatika & Bisnis Darmajaya Bandar Lampung.

Penulis menyadari dalam penyusunan laporan ini banyak mendapat tantangan dan hambatan, akan tetapi dengan bantuan dari berbagai pihak sehingga kendala tersebut dapat teratasi. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini, semoga bantuannya mendapat balasan yang setimpal dari Tuhan yang Maha Esa.

Oleh karena itu saya mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT. Yang telah memberi kelancaran dan kemudahan kepada y saya dari awal pembuatan sampai selesai.
2. Bapak Hi. Ir. Firmansyah YA, M.B.A., M.Sc selaku Rektor IIB Damajaya.
3. Bapak Dr. RZ. Abdul Aziz, ST.,M.T selaku Wakil Rektor I IIB Darmajaya.
4. Bapak Ronny Nazar, S.E, M.M selaku Wakil Rektor II IIB Darmajaya.

5. Bapak Muprihan Thaib, S.Sos.,M.M selaku Wakil Rektor III IIB Darmajaya.
6. Bapak Prof. Dr. Ir. RA Bustomi Rosadi, M.S Selaku Wakil Rektor IV IIB Darmajaya
7. Bapak Yuni Arkhiansyah, M.Kom selaku ketua jurusan Teknik Informatika IIB Darmajaya.
8. Bapak Ketut Artaye, S.Kom., M.T.I selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, petunjuk serta saran-saran yang sangat berharga dalam pelaksanaan Kerja Praktek ini sampai penulisan laporan Kerja Praktek.
9. Bapak Lukman Hakim, S.P., M.M selaku Kepala Bagian Humas dan Publikasi IIB Darmajaya dan Pembimbing Instansi, beserta jajarannya yang telah memberikan arahan dan membantu setiap pekerjaan yang saya lakukan.
10. Terspesial untuk kedua orang tua saya yang selalu mendukung segala aktivitas saya dan senantiasa mendoakan yang terbaik untuk saya.
11. Semua dosen Sistem Informasi yang selalu memberikan arahan dan dukungan kepada saya untuk terus mengembangkan ilmu yang saya miliki.
12. Almamater tercinta, IIB Darmajaya yang dengan ikhlas memberikan kesempatan untuk saya menggali ilmu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan ini masih jauh dari kata sempurna baik dari bentuk penyusunan maupun materinya. Atas kekurangan ini,

penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sifatnya untuk penyempurnaan laporan ini.

Semoga Allah SWT. melimpahkan Kasih dan karunia-Nya serta balasan yang setimpal atas semua bantuan yang telah diberikan kepada penulis dalam penyusunan laporan kerja praktek ini.

Akhir kata semoga laporan kerja praktek ini dapat memberikan manfaat dan menambah ilmu pengetahuan serta wawasan khususnya penulis dan umumnya bagi yang membacanya.

Terimakasih

Bandar Lampung, September 2021

Penulis

SUPRI YANTO
NPM. 1811050174

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Halaman Pengesahan.....	
Riwayat Hidup	
Ringkasan	
Prakata	
Daftar Isi	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup Kerja	3
1.3 Manfaat dan Tujuan	4
1.3.1 Manfaat	4
1.3.2 Tujuan	4
1.4 Tempat dan Waktu pelaksanaan	5
1.4.1 Waktu pelaksanaan	5
1.4.2 Tempat Pelaksanaan	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAN	
2.1 Sejarah Perusahaan	7
2.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	9
2.2.1 Visi Perusahaan	9
2.2.2 Misi Perusahaan.....	9

2.3	Bisang Usaha / Kegiatan Utama.....	10
2.4	Lokasi Perusahaan	11
2.5	Struktur Organisasi	12

BAB III PERMASALAHAN PERUSAHAAN

3.1	Analisis Permasalahan yang Dihadapi Perusahaan	16
3.1.1	Temuan Masalah	16
3.1.2	Perumusan Masalah.....	17
3.1.3	Kerangka Pemecahan Masalah.....	17
3.2	Landasan Teori	18

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil	23
4.2	Pembahasan	24

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	28
5.2	Saran.....	28

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sistem pendidikan perguruan tinggi melalui proses pembelajaran mahasiswa tidak hanya memahami maupun mendengarkan tetapi lebih pada pendekatan penyelesaian masalah - masalah secara kreatif. Artinya, dosen sudah bukan lagi menjadi pusat utama dalam pencapaian hasil pembelajaran dan seakan-akan menjadi sumber ilmu, melainkan lebih pada peran mahasiswa yang dihadapkan pada masalah nyata di bidang sains dan diberi tugas untuk menyelesaikannya sebagai suatu cara pembelajaran. Selanjutnya, mahasiswa harus didorong untuk memiliki motivasi dalam diri mereka sendiri, kemudian berupaya keras mencapai kompetensi yang diinginkan.

Dunia kerja nyata dewasa ini, cenderung menitik beratkan pada kebutuhan kompetensi bagi lulusan atau output, sehingga diharapkan perguruan tinggi dapat memberikan bentuk pembelajaran yang selaras dengan perkembangan dan kebutuhan pasar kerja, seperti keterampilan, pengetahuan dan pada akhirnya dapat membangun sumber daya manusia yang handal serta memberikan kontribusi bagi pembangunan sumber daya manusia Indonesia pada umumnya terutama bagi Provinsi Lampung khususnya. Pelaksanaan Kerja Praktek pada dunia industri maupun instansi pemerintah perlu ditinjau kembali, mengingat bahwa kompetensi mahasiswa diharapkan tidak saja diimplementasikan pada dunia industri maupun instansi pemerintah secara

normatif. Melainkan, lebih pada pengayaan pengetahuan dan pemberdayaan kemampuan yang langsung menyentuh pada kebutuhan masyarakat maupun pemerintah setempat.

Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya menyadari akan pentingnya *knowledge based community* dalam tatanan global dewasa ini dan tanggung jawab serta peran dalam memajukan kehidupan sosial masyarakat pada umumnya. Peran dan tanggung jawab tersebut diaktualisasikan melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat sebagai salah satu Tri Darma Perguruan Tinggi. Kerja Praktek merupakan salah satu dari mata kuliah yang mejadi bagian integral kurikulum yang bertujuan sebagai perantara antara dunia kampus dan dunia kerja yang sesungguhnya.

Program Kerja Praktek ini dimulai kembali pada Agustus 2021 yang dapat menghasilkan dan menciptakan hubungan timbal balik antara dunia kerja sebagai pencipta kesempatan kerja dengan dunia pendidikan sebagai penyedia tenaga kerja terdidik. Selain itu juga Kerja Praktek ini diupayakan agar mahasiswa/i benar-benar mengerti tentang tanggungjawab yang harus dilaksanakan ketika sudah berada dalam dunia kerja yang sesungguhnya.

Desain Grafis dan Digital Marketing (DGDM) Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya Digital marketing, adalah upaya yang dilakukan oleh sebuah perusahaan atau bisnis untuk memasarkan produk mereka melalui internet dan berbagai bentuk media komunikasi digital lainnya. Media komunikasi digital yang dicakup dalam digital marketing meliputi email, website, media sosial,

iklan berbasis internet, video, gambar, flayer dan bentuk konten digital lainnya. Dengan kata lain, pengertian digital marketing dapat juga disimpulkan sebagai bentuk marketing yang melibatkan media komunikasi digital.

Berdasarkan deskripsi hal-hal di atas, maka Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya menerapkan kerja Praktek sebagai syarat kelulusan mata kuliah sekaligus sarana implementasi dalam bersaing pada dunia kerja yang sesungguhnya. Pelaksanaan Kerja Praktek ini juga memfasilitasi mahasiswa dalam menerapkan ilmu teori yang diperoleh di perkuliahan melalui pembekalan sebelum terjun ke tempat Kerja Praktek masing- masing dan disesuaikan dengan pekerjaan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan konsentrasi yang dipilih oleh mahasiswa tersebut.

1.2 Ruang Lingkup Kerja

Kerja Praktek adalah sarana latihan pelaksanaan kerja dimana seseorang ditempatkan pada lingkungan sesungguhnya untuk mengembangkan keterampilan, sikap dan tanggung jawab dalam melaksanakan tugas serta menerapkan ilmu yang diperoleh dari lembaga pendidikan dan merealisasikan dalam pekerjaan. Kerja Praktek juga merupakan langkah awal sebagai alat pengenalan mahasiswa pada dunia kerja. Karena dengan adanya magang para mahasiswa tidak akan merasa canggung lagi jika bekerja, juga dapat meningkatkan kemampuan, keterampilan, tanggung jawab, dan profesionalisme dalam pekerjaan. Ruang lingkup Kerja Praktek adalah suatu batasan bidang bagi mahasiswa dalam melakukan kegiatan penulisan laporan

Kerja Praktek. Kerja Praktek dilaksanakan di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya bertempat di Jl. Zainal Abidin Pagar Alam No. 93 Gedung Meneng, Bandar Lampung. Penulis melaksanakan Kerja Praktek di bagian Design Grafis dan Digital Marketing. Kegiatan Kerja Praktek dilaksanakan mulai 16 Agustus 2021 sampai dengan 16 September 2021.

1.3 Manfaat dan Tujuan

1.3.1 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari pembuatan Desain, informasi akademik maupun promosi media sosial ini adalah :

1. Perguruan tinggi dapat memberikan informasi tentang akademik dan meningkatkan kualitas *marketing* kampus.
2. Meningkatkan kinerja pemasaran IIB Darmajaya dengan meluasnya media promosi kampus.
3. Informasi IIB Darmajaya akan lebih menjangkau masyarakat lebih luas melalui media sosial.

1.3.2 Tujuan

Adapun tujuan dari pembuatan desain informasi dan promosi media sosial yaitu :

1. Mengoptimalisasi pemanfaatan teknologi informasi sebagai media promosi dan informasi akademik.
2. Menyebarkan informasi tentang kampus dan pemberitahuan

tentang perkuliahan.

3. Menambah jarak jangkauan penerimaan informasi kampus.
4. Membangun citra atau *trust* (kepercayaan) masyarakat terhadap kampus.

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

1.4.1 Waktu Pelaksanaan

Kerja Praktek dilaksanakan selama 1 Bulan, pada tanggal 16 Agustus 2021 – 16 September 2021. Dilakukan sesuai waktu kerja karyawan yang sudah ditetapkan yaitu pukul 07.00 WIB – 16.00 WIB.

1.4.2 Tempat Pelaksanaan

Kerja Praktek bertempat di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Jln. Zainal Abidin Pagar Alam No.93 Gedong Meneng, Bandar Lampung, Indonesia, bagian Humas dan Publikasi, pada sub bagian Design Grafis dan Digital Marketing.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika adalah penjelasan isi dari setiap Bab, mulai dari Bab I hingga Bab V. Dimana uraian ini memberikan gambaran langsung tentang sisi tiap-tiap bab yang ada dalam lampiran ini, berikut sistematika dari laporan adalah:

1. BAB I Pendahuluan

Bab ini membahas tentang Latar Belakang Program KP Ruang

Lingkup Kerja Program Kerja Praktek, Manfaat dan Tujuan Program Kerja Praktek Tempat dan Waktu Pelaksanaan Kerja Praktek, dan Sistematika Penulisan.

2. BAB II Gambaran Umum Perusahaan

Bab ini berisi tentang sejarah Perusahaan, Visi dan Misi Perusahaan, Bidang Usaha/Kegiatan Utama Perusahaan, Lokasi Perusahaan, dan Struktur Organisasi.

3. BAB III Permasalahan Perusahaan

Bab ini berisi tentang Analisa Permasalahan yang dihadapi oleh Perusahaan, Landasan Teori dalam Perusahaan dan Rancangan Program yang akan dilakukan kepada Perusahaan.

4. BAB IV Pembahasan dan Evaluasi

Bab ini berisi tentang kegiatan dan pengamatan serta pengetahuan yang diperoleh saat pelaksanaan Kerja Praktek di Institut Informatika & Bisnis Darmajaya. Juga menguraikan kendala yang dihadapi serta cara penyelesaiannya.

5. BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisikan tentang kesimpulan yang didapat setelah melaksanakan Kerja Praktek dan saran dari hasil pelaksanaan Kerja Praktek di Institut Informatika & Bisnis Darmajaya.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

Berawal dari niat dan ketulusan hati serta dukungan penuh dari istri tercinta, seorang putra asal Lampung, Hi. Alfian Husin, S.H ingin mengabdikan di daerah asalnya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia khususnya generasi muda agar dapat berkiprah dan berkompetisi dengan SDM daerah lain maupun dengan bangsa-bangsa lain dalam rangka menghadapi era kesejagatan.

Kemudian hal ini diwujudkan dalam pendirian Yayasan Pendidikan Alfian Husin. Melalui yayasan ini maka untuk pertama kalinya didirikan Lembaga Pendidikan Tanjung Karang (LPTK) dengan mendapat izin prinsip dan operasional dari Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Propinsi Lampung untuk menyelenggarakan kursus komputer dan program pendidikan satu tahun. Dengan perkembangan lembaga ini (LPTK) serta pesatnya tuntutan masyarakat Lampung, maka pada tanggal 5 Juni 1997 didirikanlah Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer DARMAJAYA yang lebih dikenal dengan STMIK DARMAJAYA yang dikukuhkan Koordinator Perguruan Tinggi Swasta (Kopertis) wilayah II berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 29/D/O/1997 dengan menetapkan sebagai status terdaftar untuk program studi : Teknik Informatika (S1),

Teknik Komputer (D3) dan Manajemen Informatika (D3), kemudian sesuai dengan perkembangan lampung dan tuntutan masyarakat, STMIK Darmajaya membuka kembali dua program studi yaitu : Sistem Informasi (S1) dan Sistem Komputer(S1).

Bersamaan dengan usia yang ketiga tahunnya dan terus menerusya pengembangan bangunan gedung perkuliahan dan pengembangan sarana pendukung lainnya, maka pada tanggal 6 Juli 2000 berdiri lagi Sekolah Tinggi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darmajaya (STIE Darmajaya) berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan Nasional No.101/D/0/2000 dengan menetapkan status terdaftar untu program studi : Manajemen (S1), Akuntansi (S1) dan Akuntansi (D3).

Atas Kepercayaan yang diberikan Masyarakat, Pemerintah Daerah dan Pemerintah Pusat (DIKTI), STMIK-STIE DARMAJAYA telah tumbuh dan berkembang menjadi sebuah Perguruan Tinggi Besar dan memiliki reputasi baik sebagai Institusi Pendidikan. Selain itu langkah-langkah pemenuhan kebutuhan dan peremajaan Sarana - Prasarana dan Fasilitas Pendidikan menjadi faktor penting untuk menunjukkan eksistensi dan kapasitasnya di dunia pendidikan. Hal ini merupakan tujuan Darmajaya untuk dapat menjadi fasilitator dan dinamisator pertumbuhan otonomi daerah, guna pencapaian nasionalisasi dan internasionalisasi Darmajaya di bidangPendidikan.

STMIK-STIE Darmajaya mendapat pengakuan dari Direktorat Jenderal Pendidikan dengan peningkatan status STMIK-STIE Darmajaya menjadi

(IBI) DARMAJAYA melalui Surat Keputusan Menteri Pendidikan No.167/D/O/2008 Tanggal 20 Agustus 2008. Perubahan status ini membuktikan bahwa STMIK-STIE Darmajaya diakui mempunyai keunggulan di bidang informatika dan bisnis, dan merupakan wujud kepercayaan pemerintah pusat kepada STMIK-STIE Darmajaya Lampung.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi Perusahaan

Visi dari IIB Darmajaya yaitu :

Menjadikan Perguruan Tinggi Pembelajaran Unggul Berbasis Riset dan Teknologi Informasi.

2.2.2 Misi Perusahaan

Misi dari IIB Darmajaya antara lain:

1. Menyelenggarakan pembelajaran yang kreatif, inovatif dan adaptif terhadap kemajuan teknologi informasi berdasarkan pendekatan riset dan nilai-nilai kejujuran.
2. Mengembangkan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang unggul dan inovatif serta relevan dengan kebutuhan stakeholder.
3. Mengembangkan budaya professionalism dalam tata kelola perguruan tinggi berbasis teknologi informasi.
4. Mengembangkan lingkungan kampus yang kondusif.

2.3 Bidang Usaha / Kegiatan Utama

Untuk mewujudkan visi dan misi tersebut IIB Darmajaya menyiapkan rencana kerja yang akan disesuaikan seiring dengan perkembangan zaman. Sampai saat ini IIB Darmajaya memiliki program Ahli Madya, strata satu dan strata dua dimana masing- masing jurusan mempunyai visi dan misi tersendiri untuk mencapai visi dan misi institusi.

Adapun jurusan pada program strata satu adalah sebagai berikut :

1. S1 Sistem Informasi
2. S1 Teknik Informasi
3. S1 Sistem Komputer
4. S1 Desain Komunikasi Visual
5. S1 Manajemen
6. S1 Akuntansi
7. S1 Bisnis Digital

Adapun program study strata dua adalah sebagai berikut :

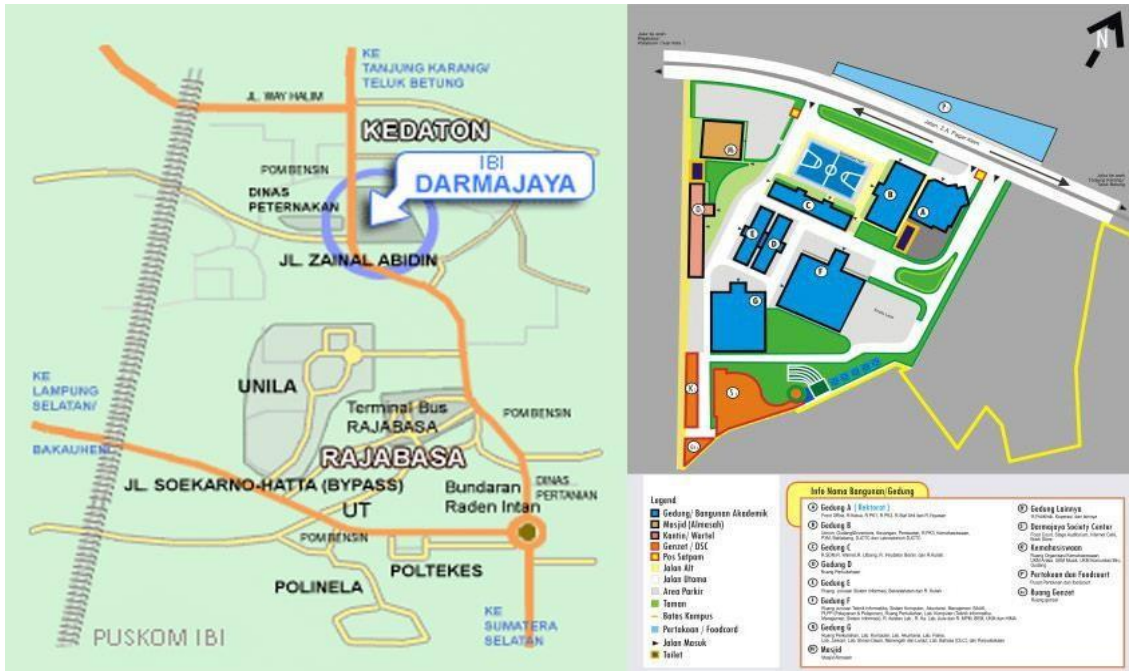
1. S2 Magister Teknik Informatika
2. S2 Magister Manajemen

Dalam menjalankan program kerja dan kemajuan institusi ini, IIB darmajaya mempunyai struktur organisasi yang bagus sehingga dapat menjalankan

manajemen kerja dengan baik. Struktur organisasi merupakan bentuk hubungan yang mencerminkan kejelasan garis wewenang dan tanggung jawab guna dapat melaksanakan tugas yang telah ditetapkan. Tugas-tugas dan garis wewenang dari setiap bagian dalam perusahaan tersebut disusun agar mekanisme dalam perusahaan dapat berjalan dengan baik, serta tujuan yang ditetapkan dapat dicapai secara efektif dan efisien. Dengan adanya struktur organisasi yang baik, maka pimpinan dan karyawan lainnya diharapkan mampu bekerja pada bidang masing-masing dan mampu bekerjasama dengan bagian lain, serta untuk mengetahui ruang lingkup/batasan kerja di perusahaan tersebut.

2.4 Lokasi Perusahaan

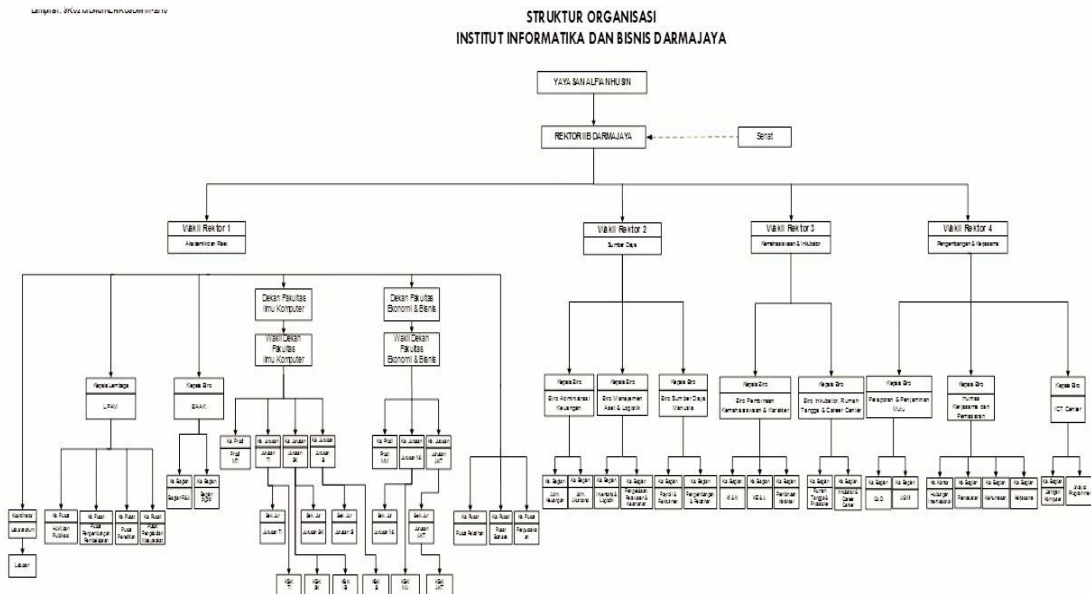
IIB Darmajaya dipusatkan di Bandar Lampung. Tepatnya di Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No.93, Labuan Ratu, Kedaton, Bandar Lampung, Lampung, Indonesia.



Gambar 2.1 Denah Lokasi IIB Darmajaya

2.5 Struktur Organisasi

URL: https://www.darmajaya.ac.id



Gambar 2.2 Struktur Organisasi IIB Darmajaya

Adapun uraian tugas dan tanggung jawab di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya adalah sebagai berikut :

1. Wakil Rektor

Bertanggung jawab langsung pada rektor, membantu rektor dalam memimpin pelaksanaan pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian pada masyarakat.

2. Biro Humas, Kerjasama, Pemasaran, International office (BHKPI)

Mewujudkan pencitraan lembaga pendidikan yang baik dengan cara menciptakan, memelihara dan membina hubungan yang harmonis serta kerjasama yang mengikat antara lembaga dengan semua civitas akademika, stakeholder dan masyarakat

3. Dekan Fakultas

Bertanggung jawab langsung kepada wakil rektor 1, memimpin penyelenggaraan pendidikan, penelitian dan pengabdian pada masyarakat dalam kelompok bidang ilmu, serta membina tenaga kependidikan, mahasiswa, tenaga administrasi yang sesuai dengan rencana strategis.

4. Ketua Jurusan

Menjadikan jurusan di IIB Darmajaya mampu menciptakan sumber daya manusia yang handal, berkualitas, memiliki keahlian khusus sesuai dengan keahlian kompetensi masing-masing jurusan sehingga mampu berkarya dan beradaptasi terhadap perubahan dan perkembangan di

bidang ekonomi, bisnis, dan teknologi informasi.

5. UPT Perpustakaan

Merencanakan pengembangan koleksi, pemeliharaan dan pengadaan badan pustaka. Menjalin kerjasama dengan pihak lain dan mempromosikan perpustakaan serta mengevaluasi koleksi supaya sesuai dengan perubahan dan perkembangan program perguruan tinggi.

6. Kantor Urusan Sumber Daya Manusia

Melaksanakan seleksi (Penerimaan), pembinaan, kesejahteraan, dan peningkatan sumber daya manusia (karyawan dan Dosen) dalam proses pencapaian visi dan misi institusi

7. BAAK

Menjadikan BAAK sebagai pusat pelayanan dan Administrasi akademik yang baik dan memenuhi permintaan mahasiswa dan dosen.

8. Biro Manajemen Aset dan Logistik

Mengelola Biro Manajemen Aset dan Logistik agar menjadi handal dan dipercaya dalam proses pengadaan, pengelolaan, perawatan, pengamanan dan pemberdayaan aset dan logistik guna mendukung pencapaian visi dan misi institusi.

9. Biro Keuangan

Menjadikan Biro keuangan sebagai pusat pelayanan keuangan kepada pihak internal (mahasiswa dan karyawan) maupun eksternal, dalam proses pencapaian visi dan misi institusi.

10. Biro Kemahasiswaan

Mewujudkan situasi dan kondisi yang kondusif bagi pembentukan dan pengembangan pribadi baik jasmani maupun rohani mahasiswa maupun alumni dalam rangka menunjang visi dan misi IIB darmajaya khususnya di bidang softskill.

11. LP4M (Lembaga Pengembangan Pembelajaran, Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat).

Sebagai pusat pelayanan bagi para dosen, karyawan, mahasiswa untuk menjalankan tri darma perguruan tinggi.

BAB III

PERMASALAHAN PERUSAHAAN

3.1 Analisa Permasalahan yang Dihadapi Perusahaan

Dalam proses penyampaian Informasi seputar IIB Darmajaya tentu terdapat masalah yang dapat timbul di lingkungan digital baik itu internal maupun external. Dalam proses penerapannya, Proses penyampaian informasi melalui media sosial Darmajaya ini memiliki kendala di promosi untuk target yang harus dicapai serta pengolahan media sosial yang seharusnya dapat menyalurkan informasi ke masyarakat tetapi masih kurangnya pengetahuan masyarakat tentang informasi Darmajaya terutama informasi tentang prodi di IIB Darmajaya. Hal ini membuat tim Digital Marketing perlu terus berbenah untuk meningkatkan kinerjanya agar masyarakat luar maupun dalam Provinsi Lampung dapat mengetahui informasi mengenai IIB Darmajaya dengan tujuan meningkatkan jumlah minat calon mahasiswa untuk mendaftar di kampus IIB Darmajaya.

3.1.1 Temuan Masalah

Ditemukan permasalahan pada pemasaran dan penyampampaian informasi akademik digital di kampus Darmajaya, yaitu :

1. Selama ini promosi dan informasi akademik telah menggunakan media sosial, tetapi beberapa informasi tidak tersampaikan secara menarik.
2. Inovasi pemasaran terkini dalam dunia digital.

3. Belum ada nya template yang bisa digunakan untuk seluruh anggota instansi.

3.1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, dapat dirumuskan :

1. Konten apa saja yang harus dibuat untuk inovasi di media sosial.
2. Bagaimana membuat template desain yang efektif dan efisien.
3. Apa saja konten visual yang tepat dalam media sosial sebagai media promosi.

3.1.3 Kerangka Masalah

Untuk memecahkan masalah tersebut maka kerangka pemecahan masalah adalah sebagai berikut :

1. Identifikasi Masalah

Setelah mengamati permasalahan yang terjadi di institusi, penulis melakukan identifikasi masalah untuk mencapai target pemasaran secara digital.

2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi yang sudah ditetapkan penulis menentukan tujuan penelitian mulai dari pembuatan konsep desain media sosial.

3. Menentukan Cara Penyelesaian Masalah

Setelah menentukan tujuan dari penelitian, selanjutnya mengemas konsep desain tersebut menjadi desain yang menarik.

4. Menerapkan Cara Penyelesaian Masalah

Berdasarkan cara penyelesaian masalah yang ditentukan, selanjutnya adalah menerapkan cara penyelesaian masalah tersebut dengan mempromosikan konten yang telah dikemas di media sosial.

5. Kesimpulan dan Saran

Langkah terakhir dari penelitian yaitu mengambil kesimpulan dari hasil pengolahan data dan memberikan masukan terhadap institusi dan analisis.

3.2 Landasan Teori

Menurut Kotler (1987: 8) Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain..

Menurut Boone dan Kurtz (2005) e-marketing adalah salah satu komponen dalam e-commerce dengan kepentingan khusus oleh marketer, yakni strategi proses pembuatan, pendistribusian, promosi, dan penetapan harga barang dan jasa kepada pangsa pasar internet atau melalui peralatan digital lain.

Dalam jurnal (Riyanto, 2006). Desain Grafis adalah salah satu bentuk seni lukis (gambar) terapan yang memberikan kebebasan kepada sang designer (perancang) untuk memilih, menciptakan, atau mengatur elemen rupa seperti ilustrasi, foto, tulisan, dan garis di atas suatu permukaan dengan tujuan untuk diproduksi dan dikomunikasikan sebagai sebuah pesan. Gambar maupun tanda yang digunakan bisa berupa tipografi atau media lainnya seperti gambar atau fotografi. Desain Grafis umumnya diterapkan dalam dunia periklanan packaging, perfilman, dan lain-lain .

Saat ini semuanya menjadi elektronik. marketer menggunakan teknologi untuk melakukan kegiatan usaha. *E-marketing* menciptakan, berkomunikasi, dan memberikan proses nilai kepada pelanggan yang menggunakan sistem teknologi informasi, dan untuk mengelola dan memelihara hubungan dengan pelanggan untuk mendapatkan manfaat bagi organisasi atau perusahaan dengan para stakeholder (J.a.F.R.Strauss, 2009). *E-marketing* menggunakan metode teknologi informasi ke dalam prinsip-prinsip pemasaran tradisional.

Dalam jurnal (Hidayat & Tobing, 2012) di katakan bahwa pemasaran dengan digital marketing mempunyai kaitan yang sangat kuat. jika seseorang mulai mengeksplorasi bisnis pemasaran melalui internet ia akan segera menemukannya bahwa daripada mencari beberapa pelanggan, dia sekarang akan memiliki kemampuan untuk mencapai jutaan pelanggan dari pendekatan global dan kelompok yang lebih spesifik dan juga dari pelanggan yang lebih dekat dengannya juga, daya tarik juga lebih luas daripada bisnisnya yang di

miliki sebelumnya. Dia bisa menggunakan media sosial sebagai pasar, dan juga memiliki pasar yang ditargetkan.

Menurut Kotler, Armstrong (2008, p10), lima konsep strategi pemasaran, yaitu:

1. Konsep Produksi

Ide bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan sangat terjangkau dan karena itu organisasi harus berfokus pada peningkatan produksi dan efisiensi distribusi.

2. Konsep Produk

Ide bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan fitur terbaik dan oleh karena itu organisasi harus menguras energinya untuk membuat peningkatan produk yang berkelanjutan.

3. Konsep Penjualan

Ide bahwa konsumen tidak akan membeli produk perusahaan kecuali jika produk itu dijual dalam skala penjualan dan usaha promosi yang besar.

4. Konsep Pemasaran Filosofi

Manajemen pemasaran yang menyatakan bahwa pencapaian tujuan organisasi tergantung pada pengetahuan akan kebutuhan dan keinginan target pasar dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih baik dari pada pesaing.

5. Konsep Pemasaran Berwawasan Sosial

Prinsip pemasaran yang menyatakan bahwa perusahaan harus mengambil keputusan pemasaran yang baik dengan memperhatikan keinginan konsumen, persyaratan perusahaan, kepentingan jangka panjang konsumen, dan kepentingan jangka panjang masyarakat.

Menurut Chaffey, dan Smith (2008, P. 51) menentukan strategi pemasaran bisa menggunakan konsep marketing mix yang artinya suatu kerangka kerja yang menyiapkan konseptual membantu pemasar untuk menstruktur pendekatan mereka kepada setiap pasar. Ini harus diterapkan kembali dalam dunia online. *Marketing mix* ini dibagi menjadi 7P yaitu sebagai berikut :

1. Product (Content, Customisation, Community)

Pelayanan yang baru melalui media Digital Marketing yang sudah dibangun dapat memberikan pengalaman yang bagus pada pelanggan mengenai merek yang dijual perusahaan, contohnya penyediaan pelayanan pelanggan secara online, penyediaan informasi yang lengkap tentang produk dan membentuknya komunitas melalui media internet, dan juga menambah nilai pada produk / jasa yang ditawarkan.

2. Price (Costreduction)

Penawaran harga yang lebih murah dalam melalui media internet , seperti memberi diskon pada barang yang di beli secara Online atau layanan

extra dalam pembelian pada jumlah tertentu.

3. Place

Media internet dapat menyediakan channel yang baru dan relatif lebih praktis untuk digunakan dalam berinteraksi dan juga berkomunikasi dengan perusahaan.

4. Promotion

Media Internet telah menyediakan kesempatan dan juga kemudahan kepada perusahaan untuk melakukan promosi dengan cepat, murah dan juga dapat menjangkau masyarakat yang luas secara efektif. Yang terutama dalam *mix promotion* ini adalah mengkombinasikan alat yang sudah tersedia untuk dapat membantu keberhasilan digital marketing yang telah diluncurkan.

5. Physical Evidence, People, Process

Poin marketing mix berikut ini merupakan sangat penting perannya karena dalam membentuk pengalaman bagi pelanggan. People ini berperan penting karena dalam mensukseskan pelayanan pelanggan, *process* dan *physical* berperan penting dalam mengembangkan digital marketing di karenakan kualitas proses dan *feedback* dari pelanggannya. Sehingga dalam mengembangkan digital marketing yang baik, marketing mix ini harus di perhatikan dan di utamakan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

kurangnya informasi yang sampai ke masyarakat tentang informasi prodi di kampus IIB Darmajaya, sehingga calon mahasiswa tidak mengikuti peluang mendapatkan fasilitas program study yang lebih dari kampus lainnya.

Sehingga template yang dibuat adalah template yang sederhana tetapi tetap menarik sehingga informasi yang disampaikan akan mudah dibaca dan dimengerti oleh khalayak ramai.

Berikut adalah desain desain template yang telah di buat untuk promosi dan informasi tentang akademik di media sosial, Gambar 4.1 bentuk flyer pengumuman akademik tentang ujian skripsi, Gambar 4.2 bentuk flyer Info Beasiswa, Gambar 4.3 bentuk flyer tentang promo prodi Sistem Informasi :



Gambar 4.1 Pengumuman Skripsi Desain template pertama



Gambar 4.2 Pengumuman Info Beasiswa Desain template kedua



Gambar 4.3 Promo Prodi Sistem Informasi Desain template ketiga

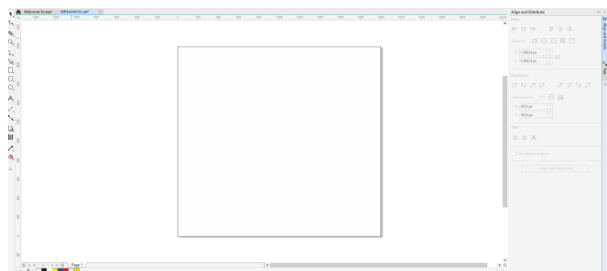
4.2 Pembahasan

Dalam pembuatan Desain template Media Sosial sebelumnya diperlukan Informasi yang akan di promosikan melalui media sosial. Pembuatan desain ini diharuskan memakai standard yang telah ditetapkan oleh IIB Darmajaya yaitu:

- a) Mencantumkan logo IIB Darmajaya di dalam desain
- b) Mencantumkan logo Darmajaya the best di dalam desain
- c) Menggunakan warna yang telah ditetapkan yaitu biru dengan kode warna (#3F4F77) dan kuning dengan kode warna (#FAC12D)
- d) Mencantumkan link pendaftaran pmb.darmajaya.ac.id
- e) Mencantumkan *contact person* penerimaan mahasiswa baru
- f) Mencantumkan Link Pendaftaran

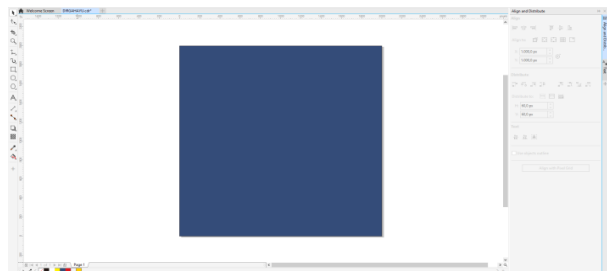
Adapun langkah-langkah dalam pembuatan desain template media sosial yaitu :

1. Membuat dokumen berukuran 1080px x 1080 px



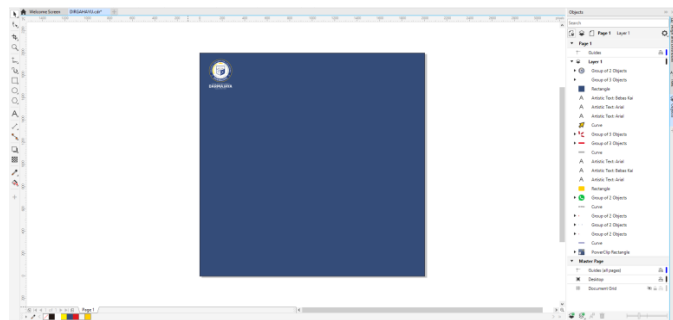
Gambar 4.4 dokumen berukuran 1080px x 1080px

2. Mengubah warna background menjadi biru dengan kode warna (#3F4F77)



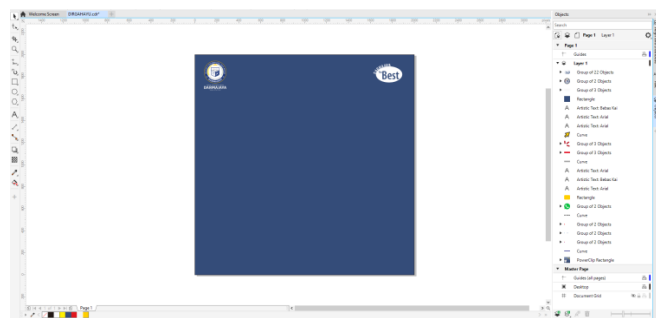
Gambar 4.5 background biru

3. Menambahkan Logo IIB Darmajaya



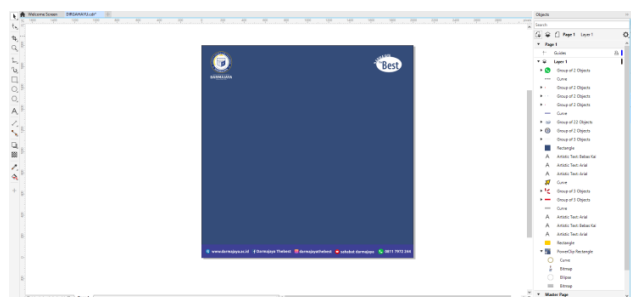
Gambar 4.6 menambahkan logo darmajaya

4. Menambahkan Logo Darmajaya Thebest



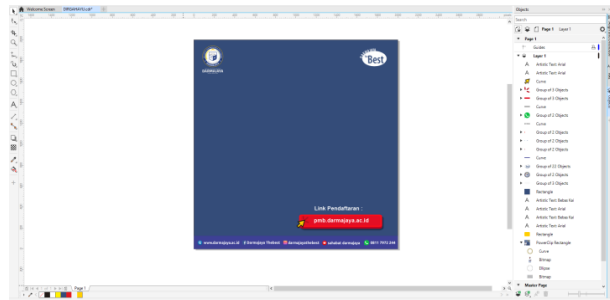
Gambar 4.7 Menambahkan logo darmajaya the best

5. Menambahkan media sosial IIB Darmajaya



Gambar 4.8 menambahkan sosial media

6. Menambahkan Link pendaftaran



Gambar 4.9 menambahkan link pendaftaran

7. Menambahkan Informasi yang akan di sampaikan



Gambar 4.10 menambahkan Informasi

8. Menambahkan dekorasi untuk memperindah tampilan desain



Gambar 4.11 menambahkan dekorasi

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan pada laporan kerja praktek ini yang berisi tentang pembuatan desain promosi prodi adalah sebagai berikut:

1. Respon balik yang baik dari calon mahasiswa/i dalam menanggapi desain template yang disebar di media sosial untuk memberi informasi seputar kampus IIB Darmajaya karena informasi dikemas lebih menarik dari biasanya.
2. Promosi IIB Darmajaya terus mengalami peningkatan setelah pembuatan template desain sebagai media promosi dan informasi tentang akademik di media sosial.

5.2 Saran

Adapun saran dari hasil pelaksanaan kerja praktek ini, yaitu :

1. Pihak IIB Darmajaya khususnya bagian Humas untuk dapat memperhatikan serta memiliki template desain standar.
2. Adapun rentang waktu publikasi juga di perhatikan untuk meninjau rating pengguna media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, H. D. (2012). Perancangan Promosi Palmyra Resto Sebagai Pelengkap Kuliner Solo Melalui Media Komunikasi Visual.
- Dr.abdulMunif, M. A. (2017). Penulisan karya tulis ilmiah. *Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, (October), 1.
<https://doi.org/10.1021/ci0255351>
- Gary Armstrong, WongVeronica, Philip Kotler, & John Saunders.(2008). Principles of Marketing. Pearson Education Limited.
- Saktiawan, D. P. (2010). Perancangan Promosi Group Band Indie Rocaberyy Melalui Media Komunikasi Visual.
- Hidayat Krisnawati Nila, & Tobing Rudy. (2012). Enhancing Netizen As A Digital Marketing Activity Toward Strategic Branding: A Case Study Of "XYZ" Brand. *Marketing Management*, 59-61.)
- Layanan, P., & Berbasis, P. (2010). Pengembangan Layanan Informasi dan Promosi Berbasis, *10*(1).
- Nasution, M. K. N. (2017). Teknik penulisan karya ilmiah. *Jurnal Nasional*. Retrieved from
<https://www.researchgate.net/publication/322113328>
- Armelyaching, E. R. (2011). Desain komunikasi visual sebagai penunjang promosi Griya Batik Jawi Solo.
- Iswara, D. (2016). Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Dprd) Kota Tangerang.
- Wahyu, A. (2018). Karya Tulis Ilmiah,. *Perkembangan Teknologi Dikalangan Remaja*, 1, 7.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Denah Lokasi IIB Darmajaya	12
Gambar 2.2 Struktur Organisasi IIB Darmajaya	12
Gambar 4.1 Pengumuman Skripsi Desain template pertama	23
Gambar 4.2 Pengumuman Info Beasiswa Desain template kedua	24
Gambar 4.3 Promo Prodi Sistem Informasi Desain template ketiga	24
Gambar 4.4 dokumen berukuran 1080px x 1080px	25
Gambar 4.5 background biru	25
Gambar 4.6 menambahkan logo darmajaya	26
Gambar 4.7 Menambahkan logo darmajaya the best	26
Gambar 4.8 menambahkan sosial media	26
Gambar 4.9 menambahkan link pendaftaran	27
Gambar 4.10 menambahkan Informasi	27
Gambar 4.11 menambahkan dekorasi	27

LAMPIRAN



Suasana Institusi Lokasi Kerja Praktek



Suasana Ruangn Kerja Praktek