

## BAB III

### MAGANG SALES FORCE PEMASARAN

#### 3.1 Kegiatan Magang

Kegiatan magang dalam Program *Sales Force Prodi Bisnis Digital IIB Darmajaya* dirancang untuk memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa dalam pengembangan dan pelaksanaan strategi pemasaran yang efektif dalam lingkungan pendidikan dan *digital*. Adapun hal yang Tim *Sales Force* lakukan dalam program tersebut seperti kegiatan *offline*: penyebaran brosur, *trial class*, interaksi dan pelayanan PMB, produksi iklan dan kegiatan *online*-nya seperti: *live* tiktok dan Instagram, *follow up* calon mahasiswa baru, *wa blasting*, pemasangan iklan, pembuatan konten (Produksi, *talent*, *copy writing*, *upload*), mencari *database* calon mahasiswa baru. Untuk melakukan kegiatan tersebut Tim *Sales Force* memiliki Tim yang sangat berkompeten untuk merealisasikan kegiatan tersebut.

Berikut Tim Pelaksana Program *Sales Force Pemasaran Prodi Bisnis Digital IIB Darmajaya*, Terlampir pada Gambar Sebagai Berikut :



**Gambar 3. 1 Struktur Tim Sales Force Prodi Bisnis Digital**

Tim pelaksana *Sales Force Pemasaran prodi Bisnis Digital*:

Niken Paramitasari.SE.,M.M : *Brand Assistance*.

Arif Gunawan : *Digital Marketing Project dan Layanan PMB*.

Lavenia Faulina : *Data Communication and Copywriting*.

Bustami Achmad Gani : *Blasting and VideoGrafer-fotography*.

Alivia Rizky : *Content Planning, Design and Advertising*.

Arta Zahra pratiwi : *Live Event*.

## 3.2 Permasalahan/Program Magang

### 3.2.1 Program 1 : *Digital Marketing Project* dan Layanan PMB

#### 3.2.1.1 Perencanaan program

##### 1. Penyebaran brosur Online dan Offline

Pada program ini merupakan bagian penting dari strategi pemasaran untuk meningkatkan kesadaran dan minat calon mahasiswa terhadap program studi Bisnis Digital di Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya. Berikut adalah perencanaan yang dapat diambil untuk mengimplementasikan program ini, yaitu mengatur jadwal dan melakukan penyebaran brosur dan materi promosi secara *offline* secara *online* dan membagi Tim penyebaran brosur di berbagai kampus dan juga tempat-tempat yang peluang nya besar seperti PKOR.

##### 2. Pelayanan penerimaan mahasiswa baru

Pada program ini merupakan bagian penting untuk memastikan bahwa calon mahasiswa baru mendapatkan informasi yang akurat agar mereka merasa dihargai dan terbantu selama proses pendaftaran dan daftar ulang. Berikut adalah perencanaan program yang diimplementasikan pada program ini sebagai berikut:

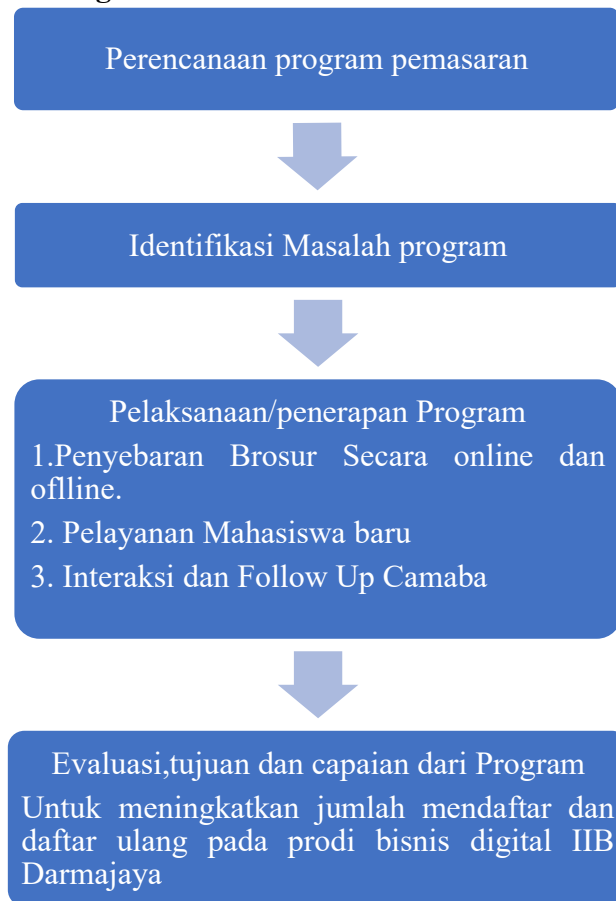
Bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan yang baik kepada mahasiswa baru yang ingin mendaftar dan daftar ulang ke prodi Bisnis Digital IIB DARMAJAYA dan memberikan informasi mengenai proses pendaftaran, program studi, biaya kuliah, dan fasilitas yang ada di kampus serta membantu mahasiswa baru dalam mengatasi kendala atau pertanyaan yang mereka miliki selama proses pendaftaran dan *stand by* di pelayanan PMB.

##### 3. Interaksi dan *Follow Up* calon mahasiswa baru

Pada program interaksi dan *follow up* calon mahasiswa baru merupakan langkah penting dalam menjaga komunikasi dan interaksi positif dengan calon mahasiswa baru yang telah menunjukkan minat pada program studi Bisnis Digital IIB Darmajaya.

Tim *Sales Force* membuat jadwal dan membagi data per *follow up* agar bisa terdata, kemudian Tim *Sales Force* memberikan respon positif terhadap mahasiswa dan respon cepat setiap pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh mahasiswa.

### 3.2.1.2 Kerangka Pelaksanaan



**Gambar 3. 2 Kerangka Pelaksanaan Program 1**

### 3.2.1.3 Pelaksanaan Program

#### 1. Penyebaran brosur *Online* dan *Offline*

Berikut adalah pelaksanaan langkah-langkah yang dapat diambil untuk mengimplementasikan program ini:

- a. Melakukan penyebaran brosur dan materi promosi secara *offline* di Unila, UIN, ITERA dan acara terkait kampus (PKOR) serta Darmajaya.
- b. Melakukan penyebaran brosur secara *online* di grup SNBT, Ujian Mandiri di kampus Unila, Uin, Itera dan Polinela.

Adapun jadwal pelaksanaan penyebaran brosur di tanggal 24-29 mei, 5-8 juni dan 28 Juni – 3 Juli 2023.

Dalam hal ini terlampir pelaksanaan kegiatan penyebaran Brosur pada gambar berikut :



**Gambar 3. 3 Dokumentasi Penyebaran Brosur**

## 2. Pelayanan penerimaan mahasiswa baru

Pelaksanaan program yang diimplementasikan pada program : Membantu menyediakan panduan langkah demi langkah tentang pendaftaran, daftar ulang, pembayaran biaya kuliah, pengisian formulir dan sekaligus pengumpulan dokumen di *website* [pmb.darmajaya.ac.id](http://pmb.darmajaya.ac.id) serta memberikan informasi mengenai fasilitas yang ada di kampus dan membantu mahasiswa baru jika ada kendala atau pertanyaan yang dimiliki selama proses pendaftaran.

Adapun jadwal pelaksanaan Piket Pelayanan dari Tim *Sales Force* pemasaran prodi Bisnis Digital IIB Darmajaya selama program ini berlangsung terlampir sebagai berikut :

**Tabel 3. 1 Jadwal Piket Pelayanan Mahasiswa Baru**

**1 Mei – 22 Juni 2023**

No	Hari	Jam Magang
1.	Rabu	13:00 – 15:00 WIB

**23 Juni - 31 Juli 2023**

JADWAL PIKET INFORMASI PRODI BD DI PMB					
HARI/WAKTU	08.00-09.30	09.30-10.30	10.30-12.00	13.00-14.30	14.30-16.00
SENIN	Lilla R	Arta	Arif	Arif	Galih
SELASA	Niken P	Aliv	Arif	Lavenia	Lavenia
RABU	Lavenia	Arta	Arif	Arif	Aliv
KAMIS	Lavenia	Lavenia	Arta	Trufi M	Arif
JUMAT	Arta	Arta	Arif	Soraya A	Arta

Jadwal bersifat sementara, bisa berubah bila ada situasi tidak terduga.

### 1 Agustus – 31 Agustus 2023

No	Nama	Hari
1.	Artha Zahra P	Senin
2.	Lavenia Faulina	Selasa
3.	Arif Gunawan	Rabu
4.	Alivia Rizky	Kamis
5.	Bustami A. Gani	Jumat

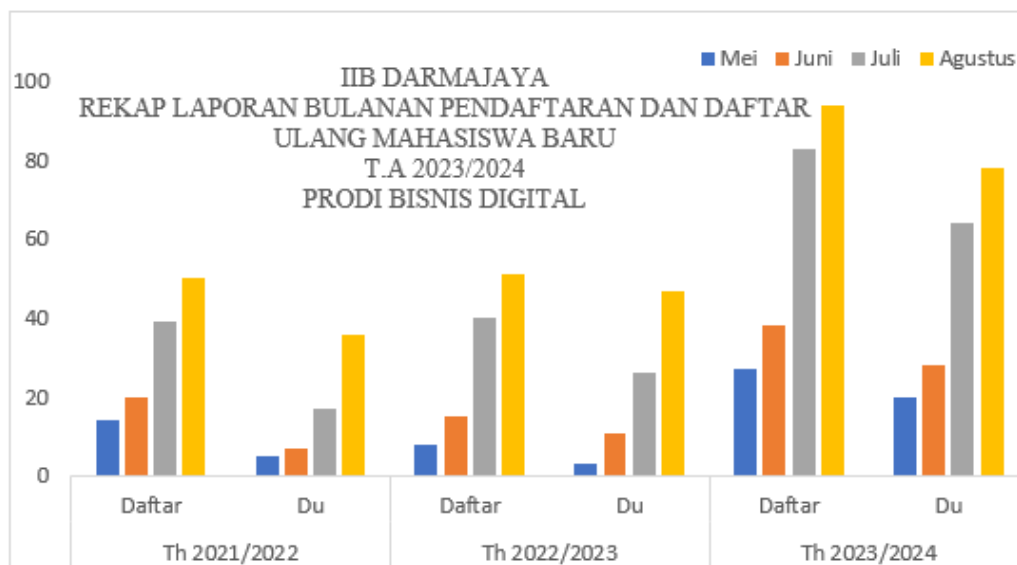
### 3. Interaksi dan *Follow up* Calon Mahasiswa Baru

Berikut adalah pelaksanaan program yang diimplementasikan pada program ini sebagai berikut:

- a. Tim *Sales Force* Tim *Sales Force* pemasaran membuat jadwal *follow up* di setiap bulannya.
- b. Melakukan interaksi dengan calon mahasiswa, orang tua atau pengunjung potensial untuk memberikan informasi keunggulan dan kelebihan mengenai kampus dan program studi Bisnis Digital.
- c. Menghubungi dan melakukan *follow-up* terhadap calon mahasiswa baru yang telah menunjukkan minat untuk mendaftar.
- d. Melakukan tindak lanjut terhadap mahasiswa baru yang sudah melakukan pendaftaran.
- e. Memberikan dukungan dan informasi tambahan yang diperlukan untuk memastikan keberhasilan pendaftaran mereka secara cepat.
- f. Memberikan informasi lebih lanjut tentang program studi, syarat pendaftaran, daftar ulang dan manfaat yang ditawarkan oleh kampus.
- g. Memastikan calon mahasiswa merasa didukung selama proses pendaftaran dan daftar Ulang

#### 3.2.1.4 Evaluasi pelaksanaan program

Dalam perencanaan program kerja yang terlaksana dan tercapai yaitu Peminat pendaftar dan daftar ulang meningkat. Dimana dibuktikan dari hasil mahasiswa mendaftar dan daftar ulang di tiap bulannya dengan dibandingkan dari hasil pendaftaran dan daftar ulang di 2 tahun sebelumnya. Terlampir pada gambar berikut :



**Gambar 3. 4 Hasil Perbandingan Pendaftaran**

Dari beberapa pencapaian program kerja, terdapat kendala dalam pelaksanaan, yaitu :

1. Sulit mengatur manajemen waktu di karenakan sering kali terhalang dengan jadwal perkuliahan , organisasi dan bisnis.
2. Terhalang dengan keamanan di setiap kampus ketika penyebaran brosur.
3. Sulit untuk membangun komunikasi yang baik terkadang pesan whatshapp Tim *Sales Force* hanya dibaca (*read*) atau diabaikan saja.

### 3.2.2 Program 2 : *Data Communication and Copywriting*

#### 3.2.2.1 Perencanaan Program

1. Mencari dan mengelola *Database* Lama dan Baru

Pada program ini merupakan komponen penting dalam membangun dan memelihara hubungan baik dengan calon mahasiswa yang berpotensi melakukan pendaftaran dan daftar ulang. Berikut adalah perencanaan program untuk mencari dan mengelola database calon mahasiswa baru dalam *Sales Force* Pemasaran Prodi Bisnis Digital Darmajaya:

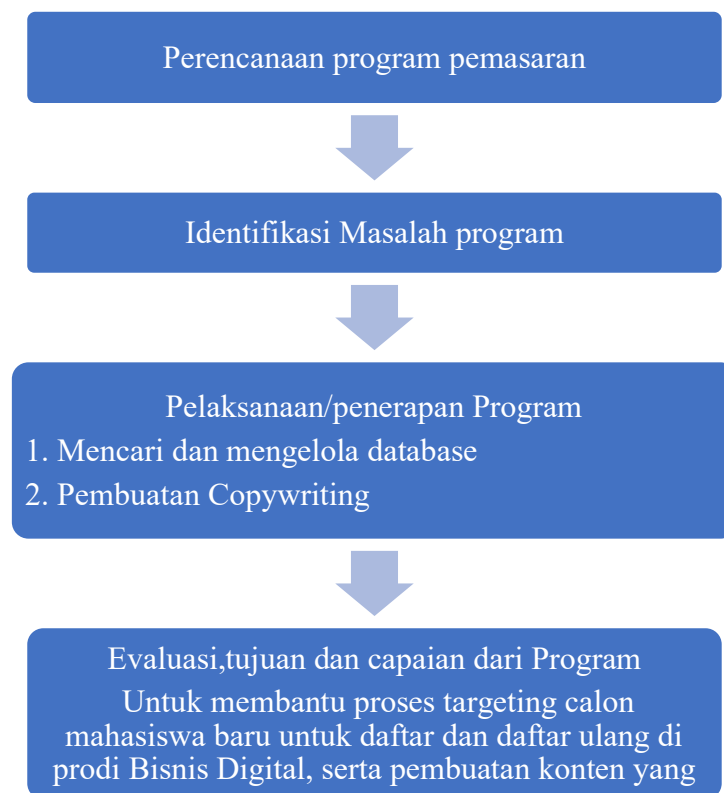
Hal yang akan Tim *Sales Force* lakukan yang pertama mencari sumber data dari mahasiswa aktif semester 2 dan juga mahasiswa beasiswa, mengumpulkan data yang telah didapatkan, setelah itu mengklasifikasikan data ,lalu Tim *Sales Force* lakukan pengelolaan database. sehingga didapatkan data yang diinginkan. lalu Tim *Sales Force* lakukan pembuatan konten dan memberikan informasi yang nantinya Tim *Sales Force* lakukan wa *blasting*.

## 2. Copywriting

Pada program *Copywriting* ini merupakan aspek penting dalam strategi pemasaran digital. Ini melibatkan pengembangan konten yang menarik, relevan, dan persuasif untuk menarik minat calon mahasiswa terhadap Program Studi Bisnis Digital di Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya melalui kata-kata menarik.

Hal yang Tim *Sales Force* lakukan dalam perencanaan ini identifikasi tujuan konten, identifikasi *segment target*, penentuan jenis konten, pengembangan ide konten, menggunakan *hashtag* yang sesuai, dan terakhir penulisan *script* konten.

### 3.2.2.2 Kerangka Pelaksanaan



**Gambar 3. 5 Kerangka pelaksanaan Program 2**

### 3.2.2.3 Pelaksanaan Program

1. Mencari dan mengelola database lama dan baru

Berikut adalah pelaksanaan program yang diimplementasikan pada program ini sebagai berikut :

- a. Tim *Sales Force* melakukan proses pengambilan data (*scraping data*) dari setiap grup whatsapp calon mahasiswa baru kampus lain yang dikelola dalam aplikasi M.S excel.

- b. Tim *Sales Force* melakukan proses pendataan dan pembagian nomor-nomor sejumlah 50 data untuk di *blasting*.
- c. Tim *Sales Force* mengumpulkan juga data-data nomor calon mahasiswa baru (siswa) dari mahasiswa IIB Darmajaya yang mendapatkan beasiswa dan mahasiswa aktif lainnya yang merupakan alumni sekolah SMA/K sederajat yang ada di Lampung yang sama dengan mahasiswa tersebut.

File Name	Tanggal diubah	Jenis	Ukuran
Itera 1	13/06/2023 11.19	Microsoft Excel W...	12 KB
Itera 2	12/06/2023 12.33	Microsoft Excel W...	10 KB
Itera 3	12/06/2023 12.07	Microsoft Excel W...	10 KB
Itera 4	12/06/2023 12.08	Microsoft Excel W...	10 KB
Itera 5	12/06/2023 12.09	Microsoft Excel W...	10 KB
Itera 6	12/06/2023 12.11	Microsoft Excel W...	10 KB
Itera 7	12/06/2023 12.13	Microsoft Excel W...	10 KB
Itera 8	12/06/2023 12.14	Microsoft Excel W...	10 KB
Itera 9	12/06/2023 12.20	Microsoft Excel W...	10 KB
Itera 10	12/06/2023 12.21	Microsoft Excel W...	10 KB
Itera 11	12/06/2023 12.36	Microsoft Excel W...	10 KB
Itera 12	12/06/2023 12.37	Microsoft Excel W...	10 KB
Itera 13	12/06/2023 12.38	Microsoft Excel W...	10 KB
Itera 14	12/06/2023 12.39	Microsoft Excel W...	10 KB
Itera 15	12/06/2023 13.12	Microsoft Excel W...	10 KB
Itera 16	10/06/2023 11.07	Microsoft Excel W...	10 KB
Itera 17	10/06/2023 11.11	Microsoft Excel W...	10 KB
Itera 18	10/06/2023 11.16	Microsoft Excel W...	10 KB
Itera 19	13/06/2023 11.44	Microsoft Excel W...	10 KB
Itera 20	13/06/2023 12.00	Microsoft Excel W...	10 KB
Itera 21	13/06/2023 12.06	Microsoft Excel W...	10 KB
unila1	09/06/2023 20.46	Microsoft Excel W...	11 KB
unila2	09/06/2023 21.03	Microsoft Excel W...	12 KB
unila3	09/06/2023 21.04	Microsoft Excel W...	12 KB
unila4	09/06/2023 21.05	Microsoft Excel W...	12 KB
unila5	09/06/2023 21.05	Microsoft Excel W...	12 KB
unila6	09/06/2023 21.06	Microsoft Excel W...	12 KB
unila7	09/06/2023 21.07	Microsoft Excel W...	12 KB
unila8	09/06/2023 21.07	Microsoft Excel W...	12 KB
unila9	09/06/2023 21.07	Microsoft Excel W...	12 KB
unila10	09/06/2023 21.08	Microsoft Excel W...	12 KB
unila11	09/06/2023 21.08	Microsoft Excel W...	12 KB
unila12	09/06/2023 21.09	Microsoft Excel W...	12 KB
unila13	09/06/2023 21.09	Microsoft Excel W...	12 KB
unila14	09/06/2023 21.09	Microsoft Excel W...	12 KB
unila15	09/06/2023 21.10	Microsoft Excel W...	12 KB
unila16	09/06/2023 21.10	Microsoft Excel W...	12 KB
unila17	09/06/2023 21.11	Microsoft Excel W...	12 KB
unila18	09/06/2023 21.11	Microsoft Excel W...	12 KB
unila19	09/06/2023 21.11	Microsoft Excel W...	12 KB
unila20	09/06/2023 21.12	Microsoft Excel W...	11 KB

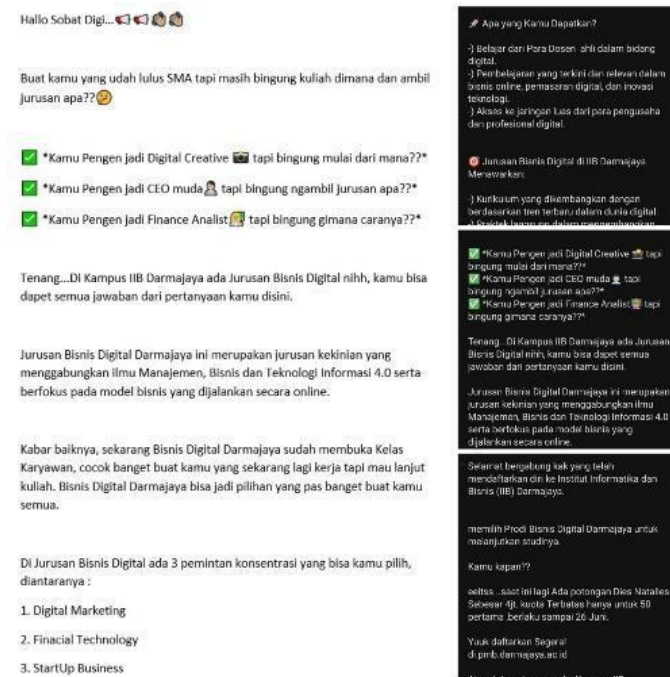
**Gambar 3. 6 Screenshot Database Mahasiswa**

## 2. Copywriting

Dalam hal ini proses pelaksanaannya adalah sebagai berikut :

- a. Tim *Sales Force* menggunakan *tools* AI untuk membantu mencari dan mengembangkan ide *copywriting*
- b. Tim *Sales Force* melakukan Proses ATM (Amati, Tiru, Modifikasi) dari postingan yang ada di sosial media.
- c. Tim *Sales Force* berusaha membuat *copy writing* dengan mengikuti *trends* dan hastag yang lagi viral sehingga tujuan untuk membuat konten Tim *Sales Force* ikut Viral.
- d. Tim *Sales Force* menggunakan kalimat yang baik dan benar agar mudah dipahami dan tujuan Tim *Sales Force* bisa tersampaikan dengan baik kepada audiens.





**Gambar 3. 7 Dokumentasi *Copywriting***

### 3.2.2.4 Evaluasi pelaksanaan program

Dalam perencanaan dan pelaksanaan program kerja yang terlaksana dan tercapai yaitu Membuat konten Tim *Sales Force* Fyp dan viral sehingga membuat branding prodi Bisnis Digital IIB Darmajaya dikenal oleh masyarakat di Indonesia khususnya lampung. selain itu juga bisa menambah database baru.

Dari beberapa pencapaian program kerja, di dapat kendala dalam pelaksanaan, yaitu :

- Sulit mendapatkan database baru dari mahasiswa yang bersedia terlibat.
- Perlu adanya pelatihan *copywriting* untuk menambah wawasan dan pengolahan kata yang baik dan benar sehingga bisa diterima oleh audiens dan tertarik kepada prodi Bisnis Digital IIB Darmajaya.

### 3.2.3 Program 3 : *Blasting and Video-photography*

#### 3.2.3.1 Perencanaan Program

##### 1. *Wa Blasting*

Pada program ini merupakan bagian penting untuk dapat menjalankan pemasaran dengan cara menyebarkan informasi terkait Program Studi Bisnis Digital dengan menggunakan *tools Wa Blasting* sehingga tujuannya untuk menarik minat mahasiswa baru untuk mendaftarkan dan daftar ulang ke prodi Bisnis Digital IIB Darmajaya. Dalam proses implementasinya berikut perencanaan program yang dilakukan oleh Tim *Sales Force* prodi

Bisnis Digital dengan membuat jadwal pengiriman *Wa blasting*, mengkategorikan nomor Whatsapp yang telah dikelola sebelumnya, menyiapkan Nomor WA, konten promosi dan *copywriting* yang ingin dikirimkan, memastikan *Tools* Berjalan dengan Baik, Mendata dan merekap pesan yang telah dikirimkan. Melaporkan hasil dari *Wa blasting* ke *Brand Assistance* Prodi.

### 2. *Video-photography*

Pada program ini merupakan bagian penting untuk dapat menjalankan pemasaran dengan cara memproduksi iklan untuk memperkenalkan Program Studi Bisnis Digital di media sosial dalam bentuk Video Iklan dengan sasarannya adalah calon mahasiswa baru IIB Darmajaya. Berikut adalah perencanaan program yang diimplementasikan pada program ini sebagai berikut: Mengatur dan membuat Jadwal pembuatan iklan, Membuat targeting konten, Membuat *Script* konten, membentuk Tim dan produksi konten dari *take* hingga *Edit* Konten iklan.

### 3.2.3.2 Kerangka Pelaksanaan

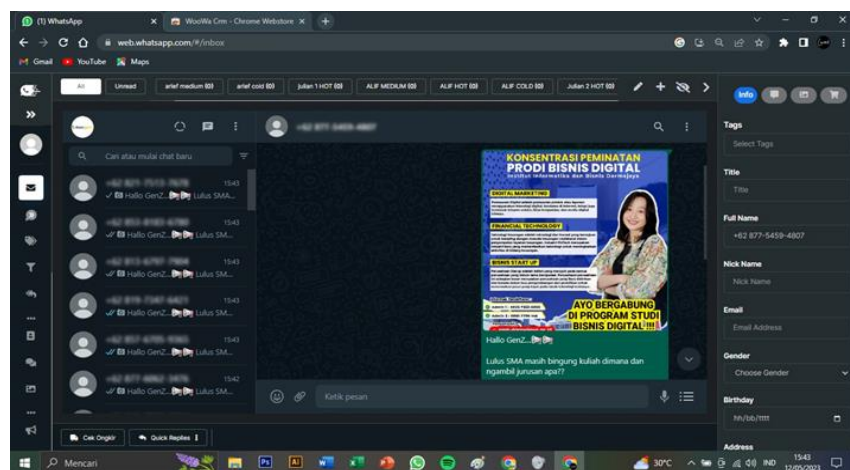


**Gambar 3. 8 Kerangka Pelaksanaan Program 3**

### 3.2.3.3 Pelaksanaan Program

#### 1. *Wa Blasting*

Dalam mendukung promosi media iklan yang telah dibuat maka hal yang tidak boleh diabaikan berikutnya adalah melakukan *Blasting Database* yang telah dikumpulkan dengan menggunakan *tools Blasting* dengan cara menyebarkan informasi pendaftaran mahasiswa baru secara serempak dengan menggunakan poster dan *copywriting* yang didiskusikan agar penyebaran promosi Program Studi Bisnis Digital Semakin luas cakupannya.



**Gambar 3. 9** Proses *Blasting Database*

**Tabel 3. 2** Jadwal Data *Blasting*

No	Nama Kegiatan	tgl. Pelaksanaan	Tujuan	Hasil	Kendala	Tindakan
1	Wa Blasting DB Mahasiswa BD	15-23 Mei 2023	Menyasar Siswa SMA	Blasting 1310 cp	98 cp tidak valid	merespon camaba atau orang tua yang bertanya
2	Wa Blasting UTBK Itera 2023	12 Juni 2023	Menyasar Camaba Itera 2023	Blasting 891 cp	-	merespon camaba atau orang tua yang bertanya
3	Wa Blasting UTBK Unila 2023	13 Juni 2023	Menyasar Camaba Unila 2023	Blasting 972 cp	-	merespon camaba atau orang tua yang bertanya
4	Wa Blasting UM-PTKIN UIN 2023	25-26 Juni 2023	Menyasar Camaba UIN RIL 2023	Blasting 1200 cp	25 cp tidak valid	merespon camaba atau orang tua yang bertanya

#### 2. Video-photography

Dalam proses ini Tim *Sales Force* bertanggung jawab melakukan proses produksi iklan untuk kebutuhan media promosi Program Studi Bisnis Digital seperti :

- a. Pra Produksi : mempersiapkan segala kebutuhan sebelum dilakukannya produksi iklan seperti membuat ide iklan, membuat *storyboard*, menentukan talent yang akan diajak pada saat produksi, menyiapkan peralatan seperti *camera*,

*tripod* dan *lighting* untuk kebutuhan pada saat produksi nantinya.

- b. Produksi : pada proses ini waktunya untuk memproduksi iklan yang sebelumnya telah direncanakan dengan menggunakan acuan dari *storyboard* yang disiapkan pada saat proses Pra produksi agar iklan dapat selesai sesuai perencanaan yang telah dibuat.



**Gambar 3. 10 Proses Produksi Iklan**

- c. Post produksi : pada proses ini semua bahan mentah yang dilakukan pada proses produksi akan disortir dan kemudian dilanjutkan dengan proses *Editing* sedemikian rupa sehingga menjadi Video iklan yang utuh dan siap dipasangkan dalam media promosi Prodi Bisnis Digital.



**Gambar 3. 11 Proses Post Produksi Iklan**

### 3.2.3.4 Evaluasi pelaksanaan program

Dalam perencanaan program kerja yang terlaksana dan tercapai adalah perluasan penyebaran informasi terkait pendaftaran mahasiswa baru Program Studi Bisnis Digital.

Dari beberapa pencapaian program kerja, di dapati kendala dalam pelaksanaan, yaitu :

1. Terdapat Nomor-nomor yang tidak Valid
2. *Tools* yang masih minim sehingga perlu adanya peminjaman alat kepada teman.

## 3.2.4 Program 4: *Content Planning, Design and Advertising*

### 3.2.4.1 Perencanaan Program

#### 1. Produksi *Content Social Media*

Perencanaan program dalam bagian produksi konten merupakan langkah penting untuk memastikan bahwa konten yang dihasilkan sesuai dengan tujuan bisnis dan kebutuhan audiens. sehingga membuat minat calon mahasiswa baru untuk mendaftar dan daftar ulang di prodi Bisnis Digital. Berikut adalah langkah-langkah dalam perencanaan program produksi konten: penetapan tujuan bisnis, identifikasi target audiens, memilih kata kunci atau topik, membuat jadwal, membentuk Tim, penulisan *brief* konten, pengembangan ide konten dan terakhir produksi konten serta mengoptimalkan tahap *editing* konten dan membuat laporan analisis dari konten yang telah dibuat.

#### 2. Pemasangan iklan

Pada program ini merupakan bagian penting dalam pemasaran, pemasangan iklan ini bertujuan untuk memperkenalkan prodi Bisnis Digital ke masyarakat, dalam hal ini perlu adanya *report* analisis untuk mengetahui apakah konten iklan yang dilakukan oleh *Brand Assistance* pasang terlaksana efektif atau tidaknya dan mengetahui apakah target audiens kita tertarik dengan konten yang kita iklankan. Dari hal tersebut perlu adanya proses perencanaan yang matang, hal-hal berikut merupakan perencanaan yang Tim *Sales Force* lakukan sebagai berikut: memastikan iklan dan *copywriting* telah siap untuk diiklankan, mengidentifikasi audiens, membuat jadwal dan menentukan *platform*, merekap dan menganalisis hasil dari Iklan *Ads*.

### 3.2.4.2 Kerangka Pelaksanaan



**Gambar 3. 12 Kerangka Pelaksanaan Program 4**

### 3.2.4.3 Pelaksanaan Program

#### 1. Produksi *Content Social Media*

Berikut adalah pelaksanaan program yang diimplementasikan pada program ini sebagai berikut :

- a. Membuat *Content planning* tiap bulan
- b. Mencari ide konten yang lagi viral
- c. Membuat konten inspirasi, motivasi, tips dan trik, promosi sesuai dengan konten planning yang telah ditentukan pada tiap bulannya
- d. Membentuk Tim dan talent untuk persiapan pembuatan konten video
- e. Membuat Konten Video dan foto
- f. mengoptimalkan hasil produksi

Adapun konten *planning* pemasaran *Sales Force* prodi Bisnis Digital sebagai berikut :

SOCIAL MEDIA CALENDAR PRODI BISNIS DIGITAL IIB DARMAJAYA						
13-21 JULI						
MONDAY 03	TUESDAY 04	WEDNESDAY 05	THURSDAY 06	FRIDAY 07	SATURDAY 08	SUNDAY 09
Membertahu	Membuktikan	Menawarkan	Mengedukasi	Menginspirasi	Membertahu	Membuktikan
bisnis dengan	peningnya membuat	kenapa mau perantara	5 tips membuat konten	motivasi bob sadino	cara membuat konten jualan yang paling efektif	manfaat konten
lesta? MEMANG	sebelum memulai bisnis	yang menarik? lakukan	challenge		di Instagram	sebagai strategi
		2. Hari Bank Indonesia				marketing
21-29 JULI						
MONDAY 10	TUESDAY 11	WEDNESDAY 12	THURSDAY 13	FRIDAY 14	SATURDAY 15	SUNDAY 16
Menginspirasi	Membertahu	Membuktikan	Menawarkan	Menginspirasi	Membertahu	Membuktikan
Motivasi	Cara agar konten	Memahami	Strategi memasarkan	Motivasi	Sps livesteamng	kenapa content
ava	menjangkau lebih banyak	strategi kompetitor	bisnis anda	stave jobe	bagi pemula agar menarik	marketing penting
dauvany	audience	2. Hari Koperasi			viewers	dalam pemasaran?
17-21 JULI						
MONDAY 17	TUESDAY 18	WEDNESDAY 19	THURSDAY 20	FRIDAY 21	SATURDAY 22	SUNDAY 23
Membertahu	Menginspirasi	Hari Sisa 300	Straw art	Membertahu	Mengedukasi	Menginspirasi
ide konten	Motivasi	Tahun baru Islam 1445 H	analisa strategi anda	Rencana bisnis yang baik akan	Memberikan konten edukatif	1. Hari Anak Nasional
menarik	Daftar iklan		menjadikan peluang	menyebutnya anda. In 1000 you	kepada	
				21-30 JULI		
24-30 JULI						
MONDAY 24	TUESDAY 25	WEDNESDAY 26	THURSDAY 27	FRIDAY 28	THURSDAY 29	SUNDAY 30
Membertahu	Membuktikan	Mengedukasi	Menawarkan	Mengedukasi	Mengedukasi	Membuktikan
mengembangkan	Meningkatkan	Mencantumkan	Ayo mengoptimalkan	Motivasi	1. 5 cara mengatasi	0 0
usaha dengan	perjualan	referensi	lelah dalam peran digital	zuckerberg	kesulitan bisnis kecil	
modal kecil	kamu 2.5 x lipat terbaik!	informasi usaha anda	marketing dalam		2. Hari Bhakti TNI Angkatan Udara	
sejara cepat			biaya			
31 JULI						
MONDAY 31	TUESDAY 01	WEDNESDAY 02	THURSDAY 03	FRIDAY 04	THURSDAY 06	SUNDAY 09
Membertahu	Membuktikan	Mengedukasi	Menawarkan	Menginspirasi	Mengedukasi	Membuktikan
si dia ide bisnis	Lakukan 7 hal ini	5 edukasi yang perlu	Banangan struktur	Motivasi	peningnya bisnis untuk	langkah yang perlu
rumahan yang	hal ini untuk	diberikan untuk	usaha yang mudah	bill gates	anak muda	dilakukan untuk
dihiban 2023	mencapai ide bisnis anda	konsumen bisnis	dikuti			menemukan bisnis baru

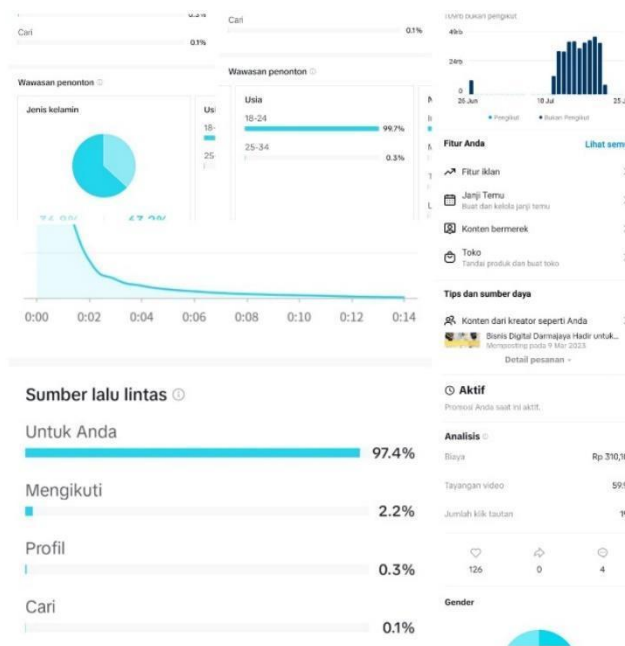
Gambar 3. 13 Content planning Prodi Bisnis Digital

2. Pemasangan iklan

Pelaksanaan program yang diimplementasikan pada program :

- a. Menyiapkan konten dan *copywriting* yang ingin di iklankan.
- b. Mempersiapkan *Tools* yang akan digunakan untuk mengiklankan serta biaya yang akan digunakan.
- c. Memasang iklan dengan bantuan BA.
- d. Merekap dan melaporkan hasil analisis iklan per periode pemasangan kepada BA.

Bukti salah satu dokumentasi analisis *iklan* pada gambar:



Gambar 3. 14 Report Analisis Iklan Prodi Bisnis Digital

#### 3.2.4.4 Evaluasi pelaksanaan program

Dalam perencanaan dan pelaksanaan program kerja yang terlaksana dan tercapai yaitu membuat branding prodi Bisnis Digital IIB Darmajaya dikenal oleh masyarakat di Indonesia khususnya Lampung.

Dari beberapa pencapaian program kerja, didapati kendala dalam pelaksanaan, yaitu :

1. Sulit mempertahankan engagement karena tidak bisa selalu memproduksi konten sehingga *Followers* dan *Viewers* fluktuatif.
2. Sulit untuk mencari *talent*, dan kurangnya partisipasi mahasiswa aktif untuk membantu untuk menjadi *talent*.
3. Masih kurangnya pemahaman dalam memasang iklan perlu adanya pelatihan berkelanjutan untuk pemasangan iklan.

#### 3.2.5 Program 5 : *Live Event*

##### 3.2.5.1 Perencanaan Program

###### 1. *Live Social Media* (Tiktok dan Instagram)

Pada Program ini menjadi cara yang paling tepat untuk berinteraksi dengan para calon mahasiswa baru dan mampu membantu menjawab semua pertanyaan tentang program studi Bisnis Digital. Menjadi sarana untuk *sharing* mengenai kehidupan kampus, beasiswa kampus dll. Berikut perencanaan yang dilakukan: membuat jadwal *live*, konsep, topik apa saja yang akan dibahas, persiapan teknis, promosi pra acara.

###### 2. *Trial class*

Pada program ini merupakan sebuah kegiatan dimana para calon mahasiswa baru dapat merasakan dunia perkuliahan yang dibuat dengan konsep santai namun tetap dapat menyerap ilmu yang disampaikan. Dimana pada program ini juga diharapkan dapat menambah minat para calon mahasiswa baru, agar tertarik dengan prodi Bisnis Digital. Berikut perencanaan yang dilakukan: membuat jadwal, konsep, membentuk Tim dan sekaligus memperkenalkan fasilitas yang ada di kampus.



### 3.2.5.2 Kerangka Pelaksanaan



**Gambar 3. 15 Kerangka Pelaksanaan Program 5**

### 3.2.5.3 Pelaksanaan Program

#### 1. *Live Social Media* Instagram dan Tiktok

*Live* di dua akun media sosial Instagram dan Tiktok dengan tema yang telah ditentukan dan topik yang telah ditetapkan. Dimana pada *live* ini juga kerap mengundang para dosen, staf kampus, maupun para mahasiswa berprestasi untuk dapat *sharing* tentang kehidupan di kampus maupun kesibukan yang sedang dijalankan. yang diharapkan mampu mengedukasi para calon mahasiswa baru sehingga dapat menambah minat para calon mahasiswa baru. dan juga menyampaikan informasi yang bermanfaat, seperti informasi beasiswa yang ada di IIB Darmajaya guna membantu para calon mahasiswa dapat mengikuti seleksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Dalam hal ini pelaksanaan kegiatan *live* instagram dan tiktok:



**Gambar 3. 16 Dokumentasi *Live* Instagram & Tiktok**

## 2. *Trial Class*

Kegiatan *Trial class* dengan materi Pembuatan *Content* yang langsung disampaikan oleh Dosen Prodi Bisnis Digital dan dilakukan juga praktik secara langsung dalam pembuatan konten yang dimana para calon mahasiswa dapat merasakan bagaimana pembuatan konten tersebut dan mampu mengimplementasikan ilmu yang sebelumnya telah disampaikan dalam praktiknya sendiri calon mahasiswa dibagi menjadi beberapa kelompok yang dimana mereka tidak saling mengenal, bertujuan untuk melatih mereka dalam kekompakan dan menjadi saling mengenal. Kemudian dilakukannya juga *game-game* menarik yang dapat membuat suasana makin hidup dan tentunya membuat para calon mahasiswa baru nyaman dengan prodi Bisnis Digital.



**Gambar 3. 17 Dokumentasi Kegiatan *Trial Class***

#### 3.2.5.4 Evaluasi pelaksanaan program

Dalam perencanaan program kerja yang terlaksana dan tercapai yaitu dimana interaksi para penonton terus terjalin disetiap *live* nya dan juga menambah jumlah *followers* baru di Instagram dan tiktok. dan juga terlaksananya kegiatan *Trial Class* yang diikuti lebih dari 50 Calon Mahasiswa Baru. Dengan segala perencanaan yang telah dibuat dapat dilaksanakanya program ini dengan baik.

Dari beberapa pencapaian program kerja, di dapati kendala dalam pelaksanaan, yaitu :

1. Sulitnya menentukan jam yang tepat untuk *live* agar dapat menjangkau banyaknya penonton.
2. Kesulitan dalam menentukan Bintang Tamu selanjutnya.
3. Konfirmasi dari para calon mahasiswa baru dalam pengisian registrasi cenderung lama hingga menjelang H-1.