

## **BAB III**

### **HASIL KEGIATAN**

#### **3.1 Kegiatan Magang**

Magang MBKM di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya ini saya telah menyelesaikan beberapa tugas yang diberikan seperti melakukan pemasaran digital maupun non-digital seperti dalam hal pembuatan konten sosial media, melakukan pemasaran secara langsung seperti pembagian brosure kepada calon mahasiswa, merekrut calon mahasiswa dan menyelesaikan tugas lainnya dengan baik.

#### **3.2 Permasalahan Program Magang**

Melihat dari kondisi sekarang, ditemukan beberapa masalah baru yang timbul. Setelah berdiskusi dan saling menyempurnakan ide tercetus lah 3 project yang diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan yang timbul.

##### **3.2.1 Project Pembuatan Konten Sosial Media**

###### **3.2.1.1 Perencanaan Program**

Meningkatnya jumlah perguruan tinggi di Indonesia, menjadikan persaingan semakin ketat. Oleh karena itu, perguruan tinggi harus merancang strategi promosi yang sesuai guna meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru. Salah satunya adalah strategi promosi sosial media marketing.

###### **3.2.1.2 Kerangka Pelaksanaan**

Melihat dari permasalahan yang ada, akhirnya kami memutuskan melaksanakan project yang nantinya membantu untuk meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru sehingga dari bulan awal Maret 2023 kami membuat konten sosial media yang berisikan mengenai profil kampus, profil Program Studi Sistem informasi, kegiatan mahasiswa di kampus dll.

### **3.2.1.3 Pelaksanaan Program**

Rincian dari Project Pembuatan Konten Sosial Media yaitu:

1. Pembuatan konten TikTok dan Instagram tentang profil kampus, profil program studi Sistem Informasi, Tips & Trik IT, kegiatan mahasiswa dll.
2. Melaksanakan Trial Class yang diperuntukkan kepada calon mahasiswa untuk mengetahui tentang pembelajaran yang ada di kampus IIB Darmajaya
3. Melaksanakan live sosmed via TikTok dan Instagram yang kegiatannya meliputi tanya jawab (podcast) mengenai Program Studi Sistem Informasi.

### **3.2.1.4 Evaluasi Pelaksanaan**

Evaluasi Project Sosial Media yaitu:

1. Membuat konten kalender agar konsisten dalam melakukan marketing
2. Melakukan Content Ads
3. Pembuatan dan pengembangan Website program studi Sistem Informasi
4. Melaksanakan Pelatihan untuk team Sales Force, karena mengingat tidak semua anggota team mempunyai kemampuan ataupun keterampilan dalam hal sosial media marketing.

## **3.2.2 Project Pemasaran Konvensional**

### **3.2.2.1 Perencanaan Prgram**

Sejak beberapa tahun belakangan ini, digital marketing menjadi pilihan banyak pebisnis dalam memasarkan produk mereka. Namun sebagaimana sistem pemasaran konvensional, digital marketing juga harus dilakukan dengan cara yang tepat. Meski sudah terbilang populer, digital marketing juga kerap tidak berhasil dengan maksimal.

### **3.2.2.2 Kerangka Pelaksanaan**

Melihat dari permasalahan yang ada, akhirnya kami memutuskan melaksanakan project yang nantinya membantu untuk meningkatkan jumlah

penerimaan mahasiswa baru sehingga kami juga melakukan pemasaran konvensional bagi brosur kepada calon mahasiswa baru.

### **3.2.2.3 Pelaksanaan Program**

Rincian dari Project Pemasaran Konvensional yaitu: Tidak hanya melakukan digital marketing saja, kami juga melakukan pemasaran konvensional dengan membagikan brosur kepada calon mahasiswa. Dalam pembagian brosur kita menuju ke event ataupun acara yang memungkinkan terdapat banyak siswa, misalnya seperti tes utbk ataupun tes masuk perguruan tinggi yang dilaksanakan pada suatu universitas.

### **3.2.2.4 Evaluasi Pelaksanaan**

Evaluasi Project Pemasaran Konvensional yaitu:

1. Desain brosur dibuat lebih menarik dan informatif yang memuat informasi yang penting mengenai program studi Sistem Informasi IIB Darmajaya.
2. Mendistribusikan brosur di lokasi strategis seperti SMA, pusat pendidikan, pameran pendidikan, dan acara lainnya.
3. Melakukan kerja sama dengan pihak sekolah. Dengan melakukan kolaborasi dengan sekolah untuk menyebarkan brosur kepada siswa-siswa yang sedang mencari kampus.
4. Ikut serta dalam pameran pendidikan atau acara di sekolah yang dapat memberikan kesempatan untuk secara langsung berinteraksi dengan calon mahasiswa dan orang tua.

## **3.2.3 Project *Whatsapp Blast* dan *Follo Up***

### **3.2.3.1 Perencanaan Program**

Salah satu alasan sasaran calon mahasiswa belum melakukan daftar ulang adalah karena sedang mempertimbangan antara lanjut atau tidak. Bahkan ada calon mahasiswa yang lupa untuk lanjut ke tahap pendaftaran selanjutnya. Jika kita melakukan follow up, maka kita bisa memberikan informasi lebih lengkap sesuai kebutuhan, hingga akhirnya memantapkan hati untuk lanjut ke tahap pendaftaran selanjutnya.

### **3.2.3.2 Kerangka Pelaksanaan**

Melihat dari permasalahan yang ada, akhirnya kami memutuskan melaksanakan project yang nantinya membantu untuk meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru sehingga kami juga melakukan WhatsApp Blast dan Follow up kepada calon mahasiswa baru.

### **3.2.3.3 Pelaksanaan Program**

Rincian dari Project WhatsApp Blast dan Follow Up yaitu:

1. Membuat dan merancang materi promosi yang akan dikirimkan kepada calon mahasiswa.
2. Melakukan Follow Up kepada calon mahasiswa dari nomor whatsapp yang tersimpan di pangkalan data (database) yang dikelola oleh bagian humas & pemasaran.

### **3.2.3.4 Evaluasi Pelaksanaan**

Evaluasi Project WhatsApp Blast dan Follow Up yaitu: 1

1. Memantau kalender akademik mengenai siswa kelas 12 yang akan menjadi calon mahasiswa baru.
2. Team Sales Force harus melakukan follow up secara konsisten kepada calon mahasiswa.
3. Harus berkomunikasi secara baik kepada tim humas & dan pemasaran guna mendapatkan informasi calon mahasiswa baru program studi sistem informasi secara up to date.
4. Bagian humas & pemasaran harus mengecek secara berkala pangkalan data (Database) agar kedepannya tim Sales Force dapat fokus mengirimkan materi kepada nomor yang valid saja.