

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kerja Praktik (KP) merupakan komponen integral dalam kurikulum pendidikan tinggi yang dirancang untuk menjembatani teori dengan praktik nyata di dunia kerja. Mata kuliah Kerja Praktik ini, yang diwajibkan bagi mahasiswa pada setiap semester ganjil dan genap, memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari dalam konteks profesional. Kegiatan ini dilakukan secara mandiri atau individual di berbagai perusahaan, industri, pemerintahan, atau instansi lainnya, tergantung pada fakultas dan program studi masing-masing.

Di Fakultas Ilmu Komputer dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, terdapat tujuh program studi yang terlibat dalam kegiatan ini, yaitu Teknik Informatika, Sistem Informasi, Sistem Komputer, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, dan Desain Komunikasi Visual. Setiap program studi memiliki fokus dan keahlian yang berbeda, namun tujuan utama dari Kerja Praktik adalah memberikan pengalaman langsung yang relevan dengan bidang studi mahasiswa. Dengan demikian, mahasiswa dapat memahami keterkaitan antara teori, metode, teknik, dan realitas di tempat kerja.

Melalui Kerja Praktik, mahasiswa diharapkan tidak hanya memperoleh pemahaman praktis mengenai penerapan ilmu mereka, tetapi juga mendapatkan wawasan tentang lingkungan kerja yang sesungguhnya. Pengalaman ini sangat berharga sebagai persiapan untuk memasuki dunia kerja setelah menyelesaikan pendidikan. Selain itu, Kerja Praktik juga memberi manfaat langsung kepada perusahaan atau instansi tempat mahasiswa melaksanakan praktik dengan kontribusi yang dapat membawa perspektif baru.

1.2 Ruang Lingkup Kerja

Laporan ini mencakup aktivitas yang dilaksanakan selama periode kerja praktek di Direktorat Humas, Kerjasama, Pemasaran, dan RPL Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya dengan fokus pada pembuatan konten pemasaran untuk meningkatkan eksistensi media sosial. Ruang lingkup laporan ini meliputi:

1. Perencanaan Konten Pemasaran

Pengembangan strategi konten untuk media sosial, termasuk perancangan jadwal posting, pemilihan tema, dan penentuan audiens target.

2. Pembuatan dan Pengelolaan Konten

Pembuatan berbagai jenis konten seperti Video, dan materi visual lainnya yang dirancang untuk menarik perhatian audiens dan meningkatkan interaksi di media sosial. Proses ini juga mencakup pengeditan konten untuk memastikan kualitas dan kesesuaian dengan standar institusi.

3. Penyusunan Laporan dan Dokumentasi

Penyusunan laporan terkait aktivitas pemasaran media sosial dan dokumentasi proses pembuatan konten. Laporan ini mencakup hasil analisis, rekomendasi, dan rencana tindak lanjut untuk pengembangan konten di masa depan.

1.3 Manfaat dan Tujuan

1.3.1 Manfaat

Pembuatan konten pemasaran untuk meningkatkan eksistensi media sosial Direktorat Humas, Kerjasama, Pemasaran, dan RPL IIB Darmajaya memberikan manfaat signifikan dalam memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan keterlibatan di platform media sosial. Konten yang menarik dan berkualitas dapat memperkuat citra positif institut, menarik perhatian calon mahasiswa, serta memperbaiki reputasi institusi di mata publik. Selain itu, strategi konten yang terstruktur dengan baik memungkinkan penggunaan sumber daya pemasaran secara efisien, serta meningkatkan kualitas konten melalui analisis dan evaluasi yang terus-menerus.

1.3.2 Tujuan

Tujuan utama dari aktivitas ini adalah mengembangkan strategi konten yang efektif untuk memaksimalkan eksistensi media sosial institut dengan fokus pada audiens target dan tujuan pemasaran. Ini mencakup peningkatan interaksi dan keterlibatan audiens, memperkuat citra dan reputasi institut, serta mengoptimalkan pengelolaan konten dan evaluasi kinerja. Dengan mencapai tujuan ini, Direktorat Humas, Kerjasama, Pemasaran, dan RPL IIB Darmajaya dapat memastikan bahwa upaya pemasaran yang dilakukan tidak hanya efektif tetapi juga berkontribusi secara langsung pada pencapaian visi dan misi institusi.

1.4. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

1.4.1 Waktu Pelaksanaan

Program ini dilaksanakan selama 1 bulan, mulai dari 30 Juli 2024 hingga 30 Agustus 2024.

1.4.2 Tempat Pelaksanaan

Praktek Kerja (KP) dilaksanakan di Direktorat Humas, Kerjasama, Pemasaran, dan RPL IIB Darmajaya, yang berlokasi di Jalan Z.A. Pagar Alam No.93, Labuhan Ratu, Bandar Lampung.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan ini terdiri dari beberapa bab yang masing-masing membahas aspek-aspek yang berbeda dari kegiatan praktek kerja. Secara rinci, sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

BAB 1. Pendahuluan

Memuat latar belakang, Ruang Lingkup Kerja Program KP, manfaat dan tujuan, waktu dan tempat pelaksanaan, serta sistematika penulisan.

BAB 2. Gambaran Umum Perusahaan

Membahas Sejarah Perusahaan, Visi Dan Misi Perusahaan, Visi Perusahaan, Misi Perusahaan, Bidang Usaha / Kegiatan Utama Perusahaan, Lokasi Perusahaan, Struktur Organisasi.

BAB 3. Permasalahan Perusahaan

Analisa Permasalahan Yang Dihadapi Perusahaan, Temuan Masalah, Strategi Pemecahan Masalah

BAB 4. Hasil dan Pembahasan

Menyajikan hasil-hasil yang diperoleh selama praktek kerja dan pembahasannya.

BAB 5. Kesimpulan Dan Saran

Berisi kesimpulan dari kegiatan praktek kerja dan saran-saran untuk perbaikan di masa mendatang.

Dengan sistematika ini, diharapkan laporan ini dapat memberikan gambaran yang jelas tentang pelaksanaan praktik kerja di Direktorat Humas, Kerjasama, Pemasaran, dan RPL Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.