

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan media sosial telah mengubah pola interaksi antara pelaku usaha dan konsumen secara signifikan. Dalam era digital saat ini, para penggunaan media sosial seperti TikTok tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga alat yang efektif untuk promosi dan pemasaran produk ataupun jasa. Salah satu metode pemasaran yang efektif diterapkan di era digital adalah strategi soft selling, yaitu pendekatan penjualan yang lebih halus dan persuasif, tanpa tekanan langsung untuk membeli. Soft selling fokus pada membangun hubungan dan kepercayaan dengan calon pembeli lewat konten yang menarik, informatif, dan menyenangkan. Pendekatan ini dipercaya mampu meningkatkan brand awareness dan membentuk loyalitas jangka panjang, terutama di kalangan generasi muda yang merupakan pengguna utama TikTok.

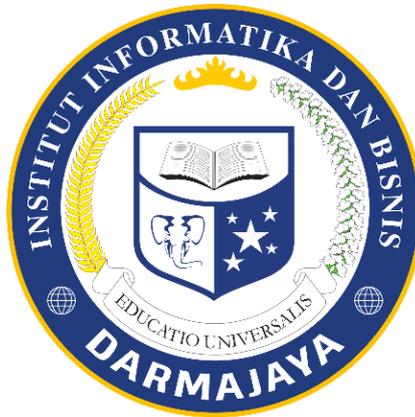
Dalam konteks pendidikan tinggi, promosi program studi kepada calon mahasiswa menjadi tantangan tersendiri yang membutuhkan inovasi dalam metode komunikasi. Prodi Bisnis Digital Darmajaya memanfaatkan pojok digital sebagai media live streaming di TikTok untuk promosi soft selling. Program ini bertujuan memberikan informasi tentang keunggulan dan peluang di bidang bisnis digital dengan cara yang menarik dan mudah diterima oleh generasi Z.

Pelaksanaan praktik kerja lapangan melalui program pojok digital sekaligus menjadi wadah latihan praktik digital marketing bagi mahasiswa. Melalui siaran langsung harian yang mengangkat topik-topik viral dan diminati audiens, program ini berupaya membangun interaksi dua arah yang efektif untuk memperkenalkan serta meningkatkan citra prodi Bisnis Digital Darmajaya secara luas. Oleh karena itu, pelaksanaan PKPM di pojok digital dengan pemanfaatan live TikTok diharapkan dapat memberikan kontribusi

nyata dalam memperkuat branding sekaligus memperluas jangkauan prodi di tengah masyarakat luas.

1.1.1 Profil Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya merupakan salah satu perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung yang berdiri sejak tahun 1995. IIB Darmajaya berada di bawah naungan Yayasan Alfian Husin. Arti dari Darmajaya sendiri adalah “Dharma Bhakti dan Jasa Yoenidar Alfian”. Kampus IIB Darmajaya terletak di Jl. Zainal Abisin Pagar Alam, No. 93B, Labuhan Ratu, Bandar Lampung, Provinsi Lampung, Indonesia



Gambar 1. 1 Logo *Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya*

Pendirian Yayasan Pendidikan Alfian Husin melalui Notaris Cahaya Hairani Djausal Zubaidi, S.H akta Nomor 4 (empat) tanggal 5 Januari 1995 berkedudukan di Kotamadya Bandarlampung jalan Teuku Umar No. 93 kelurahan Gedong Meneng kecamatan Kedaton dengan Badan Pendiri Hi. Alfian Husin, S.H, dr. Hj. Yoenidar Karim Alfian, Andi Desfiandi, S.E, MA dan Meizary Alfian, S.E, MBA. Sedangkan badan pengurus adalah Meizary Alfian, S.E. MBA (ketua), firmansyah Yunialfi Alfian (wakil ketua), dr. Lyza Marfianita Rozalinda (Sekretaris I), Dian Septarina, BA (Sekretaris II) dan dr. Hj. Yoenidar Karim Alfian (Bendahara) dan Badang Pengawas terdiri dari Hi. Alfian Husin, SH dan Andi Desfiandi, S.E, MA.

Seiring dengan visi dan misi Yayasan dan kondisi tantangan kedepan maka berdasarkan hasil rapat yayasan diambil keputusan untuk merubah susunan badan pengurus dan badan pengawas yang dikuatkan oleh Notaris Cahaya Hairani Djausal, SH akta No. 2 tanggal 23 Januari 1995 dengan susunan Badan Pengurus Hi. Alfian Husin, S.H (Ketua), Meizary Alfian, SE, MBA (wakil ketua), dr. Lyza Marfianita Rozalinda (sekretaris I), Dian Septarina, BA (sekretaris II), dr. Hj. Yoenidar Karim Alfian (bendahara). Sedangkan Badan Pengawas adalah Andi Desfiandi, SE, MBA dan Ir. Firmansyah Yunialfi Alfian. Melalui yayasan ini maka untuk pertama kalinya didirikan lembaga pendidikan yang saat ini dikenal dengan Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya IIB Darmajaya pada awalnya bernama Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE). Lalu kemudian pada 2008, berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan No. 167/D/O/2008 tanggal 20 Agustus 2008 mendapat pengakuan dari Direktorat Jenderal Pendidikan dengan peningkatan status menjadi Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya. Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya memiliki 3 (tiga) fakultas pada jenjang S-1 yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) yang didalamnya terdapat program studi Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis Digital. Fakultas Ilmu Komputer (FILKOM) yang didalamnya terdapat program studi Teknik Informatika, Sistem Informasi, Sistem Komputer, Sains Data dan Pendidikan Teknologi Informasi. Serta Fakultas Desain, Hukum dan Pariwisata (DHP) yang didalamnya terdapat program studi Desain Komunikasi Visual, Desain Interior, Hukum Bisnis, dan Pariwisata. Serta pada jenjang S-2 terdapat program studi Magister Manajemen, Magister Teknik Informatika, serta Magister Manajemen Teknologi.

1.1.2 Profil Bisni Digital

Program Studi Bisnis Digital di Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya merupakan program studi terbaru yang didirikan pada tahun 2019 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Riset, Teknologi, dan

Perguruan Tinggi Republik Indonesia Nomor 743/KPT/I/2019. Program ini dirancang untuk menjawab tantangan industri 4.0 dan era digital yang semakin masif, khususnya dalam bidang bisnis yang terintegrasi dengan teknologi digital.



Gambar 1. 2 *Logo Bisnis Digital*

Program studi menggabungkan 3 kompetensi utama sekaligus dalam satu perkuliahan, yaitu Startup Bisnis, Financial Teknologi, dan Digital Marketing. Mahasiswa dibekali dengan kemampuan digital marketing, e-commerce, manajemen bisnis berbasis teknologi, pengembangan konten digital, dan analisa data bisnis, yang sangat relevan dengan kebutuhan industri saat ini.

Kegiatan perkuliahan didukung fasilitas modern seperti laboratorium komputer, ruang diskusi, untuk mendukung pembelajaran mahasiswa. Proses belajar juga mencakup praktik langsung membangun bisnis online dengan berbagai model bisnis digital.

Tujuan utama dari program studi ini adalah menghasilkan lulusan yang mampu menjadi technopreneur, digitalpreneur, praktisi e-commerce, digital marketing specialist, content creator, dan profesional bisnis digital yang berdaya saing antar nasional dan internasional. Program Studi Bisnis Digital IIB Darmajaya berkomitmen menjadi prodi unggulan yang menghasilkan sumber daya manusia berkualitas di bidang bisnis digital pada tahun 2027.

1.1.3 Profil Pojok Digital

Pojok Digital merupakan program yang dibuat langsung oleh Prodi Bisnis Digital Darmajaya sebagai tim pemasaran prodi itu sendiri.

Program ini bertujuan utama memperkenalkan prodi Bisnis Digital secara soft selling dan meningkatkan brand awareness melalui media digital, khususnya platform TikTok.

Pojok Digital menjalankan siaran langsung (live streaming) harian yang mengangkat topik-topik yang sedang viral dan disukai oleh generasi Z sebagai target utama audiens. Topik-topik tersebut dikemas secara relevan, menarik, dan edukatif untuk meningkatkan interaksi dan engagement pengguna TikTok.

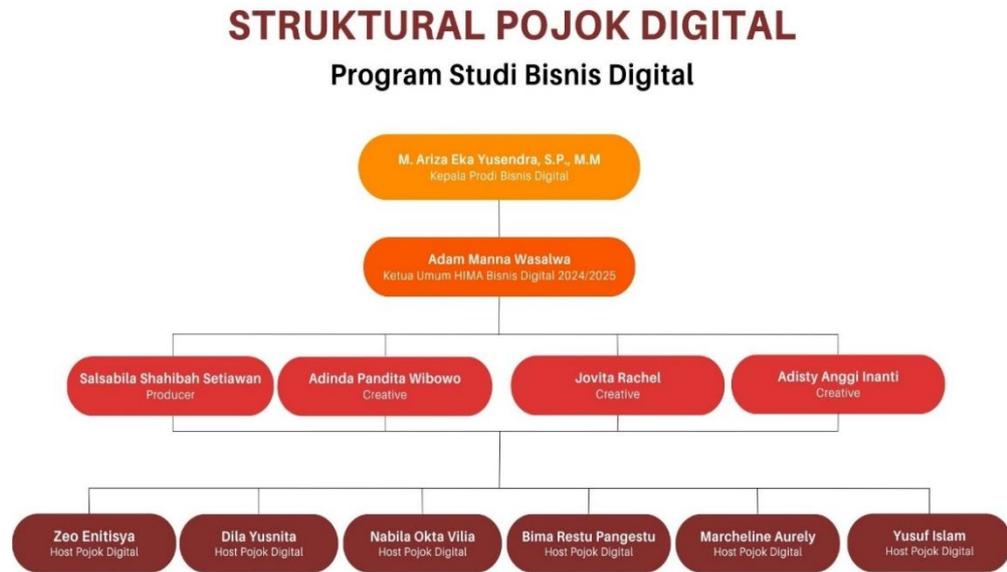


Gambar 1. 3 *Logo Pojok Digital*

Strategi yang digunakan bersifat soft selling dengan pendekatan persuasif dan tidak memaksa, sehingga menciptakan hubungan yang lebih baik dengan calon mahasiswa dan masyarakat. Selain live streaming, pojok digital juga aktif membuat konten branding yang menarik dan sesuai tren media sosial sebagai upaya penguatan citra prodi.

Program ini juga menjadi wadah praktik kerja lapangan bagi mahasiswa program studi Bisnis Digital untuk mengaplikasikan ilmu digital marketing dan sosial media management secara nyata, sehingga mahasiswa memperoleh pembelajaran sekaligus memberikan manfaat kepada masyarakat melalui inovasi dalam bidang sosial kemasyarakatan. Dengan durasi pelaksanaan kerja praktik selama satu bulan, program ini diharapkan dapat memberikan pengalaman yang berharga dan hasil promosi yang optimal.

1.1.4 Struktur Organisasi



Gambar 1. 4 Struktur Pojok Digital

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana live TikTok Pojok Digital sebagai media promosi untuk memperkenalkan prodi Bisnis Digital Darmajaya?
2. Faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keberhasilan promosi soft selling melalui live TikTok?
3. Bagaimana efek live TikTok terhadap tingkat awareness dan minat calon mahasiswa?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

1. Menjelaskan bagaimana live TikTok Pojok Digital digunakan sebagai media promosi untuk memperkenalkan prodi Bisnis Digital Darmajaya.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan promosi soft selling melalui live TikTok.
3. Menganalisis efek live TikTok terhadap tingkat awareness dan minat calon mahasiswa terhadap prodi Bisnis Digital Darmajaya.

1.3.2 Manfaat

1. Menjelaskan bagaimana live TikTok Pojok Digital digunakan sebagai media promosi untuk memperkenalkan prodi Bisnis Digital Darmajaya.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan promosi soft selling melalui live TikTok.
3. Menganalisis efek live TikTok terhadap tingkat awareness dan minat calon mahasiswa terhadap prodi Bisnis Digital Darmajaya.

1.4 Mitra yang Terlibat

1.4.1 Mitra Internal

1. Program Studi Bisnis Digital
2. Program Studi Desain Komunikasi dan Visual (DKV)
3. Kemahasiswaan Institut Informatika dan Binsis Darmajaya
4. OrKem Institut Informatika dan Binsis Darmajaya
5. PMB Institut Informatika dan Binsis Darmajaya

1.4.2 Mitra Eksternal

1. Jasmine Gallery
2. Periasku
3. Pangdas
4. WilaTrip
5. Tazeen Creative
6. Frame.in
7. Fourteen Travel
8. SMA Tunas Mekar Indonesia
9. SMK 4 Bandar Lampung
10. SMA Perintis 2 Bandar Lampung
11. SMK 5 Bandar Lampung
12. SMA Muhammadiyah 2 Bandar Lampung
13. SMA 9 Bandar Lampung
14. SMK Penabur Bandar Lampung
15. SMK 9 Bandar Lampung