

BAB II PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program-Program yang Dilaksanakan

Program ini berfokus pada strategi promosi soft selling untuk memperkenalkan dan juga mengangkat prodi Bisnis Digital Darmajaya. Dalam program ini, live streaming diisi dengan konten yang bersifat edukatif dan menghibur, seperti penjelasan mengenai produk dan usaha mitra, sharing pengalaman bisnis digital, tanya jawab interaktif, hingga cerita inspiratif seputar kewirausahaan. Tujuannya dari program ini adalah membangun kepercayaan dan kedekatan dengan audiens.

No	Kegiatan	Tujuan
1	<i>Live Streaming</i> Pojok Digital	Melakukan bincang santai sekaligus memberikan informasi terkait dengan IIB Darmajaya, Prodi Bisnis Digital, dan juga Penerimaan Mahasiswa Baru. Beberapa contoh topik yang dibawakan saat <i>live streaming</i> Pojok Digital, sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> 1. Isu dan berita terkini. 2. <i>Lifestyle</i>. 3. Kolaborasi dengan jajaran petinggi IIB Darmajaya. 4. Kolaborasi dengan orkem IIB Darmajaya. 5. Kolaborasi dengan sekolah-sekolah di Lampung. 6. <i>Horor session</i>. 7. Tamu-tamu yang memiliki karir di bidang yang berkaitan dengan Program Studi Bisnis Digital. 8. Kolaborasi mahasiswa berprestasi IIB Darmajaya.
2	Pembuatan Konten	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konten-konten harian Pojok Digital <ol style="list-style-type: none"> a. Anak Papi Ai b. Kampus Istanaku c. Drama Live 2. Konten <i>hard selling</i> berupa iklan atau konten-konten yang langsung membahas tentang Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya serta Program Studi Bisnis Digital

Table 2. 1 Program yang dilaksanakan

2.2 Waktu Kegiatan

Kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) dilaksanakan selama 30 hari, di mana penulis ditempatkan pada program Pojok Digital dengan aktivitas utama *berupa live streaming* melalui platform Tiktok. Selama periode tersebut, kegiatan dijalankan secara terstruktur dengan rincian sebagai berikut:

1. Periode Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM)

Pelaksanaan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) berlangsung pada semester 6 Tahun Akademik 2024/2025 dengan durasi kegiatan selama 30 hari, yaitu 21 Juli-22 Agustus 2025.

2. Hari dan Jam Pelaksanaan Pojok Digital

- a. Hari : Senin-Jum'at
- b. Waktu : Pukul 17.00-20.00 WIB
- c. Durasi : \pm 3 jam setiap sesi *live streaming*
- d. Rangkaian Kegiatan Harian:

1. Tahap Persiapan

Penentuan tema/topik *live streaming*, dan *briefing host* dan narasumber.

2. Tahap Pelaksanaan

Memastikan pelaksanaan *live streaming* sesuai dengan segmen acara yang telah dirancang dalam rundown.

3. Tahap Evaluasi

Dilakukan evaluasi singkat terkait kelancaran jalannya *live streaming*, interaksi dengan audiens, serta capaian *engagement* yang diperoleh.

Dengan jadwal yang konsisten dan terorganisir, Pojok Digital dapat dilaksanakan secara rutin dan profesional. Pola penjadwalan yang tetap juga menjadi strategi efektif untuk membangun kebiasaan audiens dalam menantikan tayangan *live streaming* pada jam yang sama setiap harinya.

2.3 Hasil Kegiatan dan Dokumentasi

2.3.1 Program Kerja

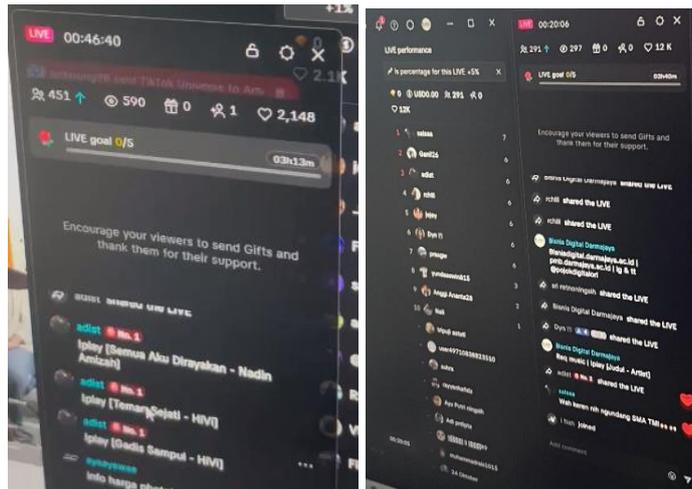
1. Pengembangan ide konten kreatif untuk live streaming tiktok yang mengedepankan pendekatan soft selling, seperti pengenalan keunggulan prodi, testimoni alumni, prestasi dan sesi tanya jawab interaktif.



Gambar 2. 1 Pengembangan ide

2. Monitoring performa live, mengkaji metrik penonton, dan feedback untuk engagement penonton evaluasi dan perbaikan ke depan.





Gambar 2. 2 *overview live*

- Menjalin kerja sama dengan pihak sponsor untuk mendukung siaran live melalui hadiah atau promosi tambahan.



Gambar 2. 3 *Sponsorship*

- Penyebaran cuplikan atau highlight live ke platform media sosial lain sebagai strategi multi-channel promotion.

Dengan melaksanakan program yang telah di buat, diharapkan akan terjadi peningkatan kesadaran dan minat calon mahasiswa terhadap Prodi Bisnis Digital Darmajaya serta terciptanya brand image yang kuat dan positif melalui media digital yang kekinian dan interaktif.

2.4 Dampak Kegiatan

1. Meningkatkan keputusan calon mahasiswa baru untuk memilih program studi Bisnis Digital Darmajaya. Teknik *soft selling* yang komunikatif dan persuasif mampu mengurangi resistensi audiens terhadap promosi langsung, sehingga menghasilkan ketertarikan yang lebih alami dan kuat.
2. Mitra-mitra Internal maupun Eksternal mendapatkan promosi dan perluasan jangkauan pasar, sedangkan masyarakat umum memperoleh konten edukatif, informatif, serta inspiratif tentang bisnis dan peluang studi digital.
3. Mendorong Pembentukan kesetiaan audiens dengan membangun ikatan kepercayaan melalui konten yang seru dan *relatable* dan *stories* yang dapat dipahami, secara efektif menciptakan kelayalitan terhadap suatu brand.