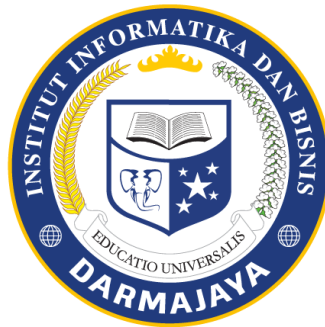


**LAPORAN HASIL KERJA PRAKTEK
PEMBUATAN VIDEO INSTITUSI
DI INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA**



Disusun Oleh :

**Yudhistira Putra Prabowo
(1511010076)**

**JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
2019**

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN HASIL KERJA PRAKTEK (KP)
PEMBUATAN VIDEO INSTITUSI
DI INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA

Oleh :

Yudhistira Putra Prabowo


1511010076

Telah memenuhi syarat untuk diterima

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Pembimbing Instansi


Yuni Arkhiansyah, M.Kom
NIK. 0206067402


Lukman Hakim, S.P
NIK. 14260917

Menyetujui,

Ketua Jurusan Teknik Informatika


Yuni Arkhiansyah, M.Kom
NIK. 0206067402

RIWAYAT HIDUP

Data Diri Pribadi

Nama : Yudhistira Putra Prabowo
NPM : 1511010076
Tempat, Tanggal Lahir : Kedaton, 10 Juni 1997
Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Perum Bukit Kemiling Permai blok V no.18, Kemiling
No. Telpon : 0858-4152-6360
E-Mail : yudhisbowo.1511010076@mail.darmajaya.ac.id

Latar Belakang Pendidikan

2003-2009 : SD Al-Azhar1, Bandar Lampung
2009-2012 : SMP Negeri 28, Bandar Lampung
2012-2015 : SMA Perintis 2, Bandar Lampung
2015-Sekarang : IIB Darmajaya, Bandar Lampung

Dengan ini saya menyatakan bahwa semua keterangan yang saya sampaikan di atas adalah benar.

Bandar Lampung, 18 Maret 2019



Yudhistira Putra Prabowo
NPM. 1511010076

RINGKASAN

Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya menerapkan kerja Praktek sebagai syarat kelulusan mata kuliah sekaligus sarana implementasi dalam bersaing pada dunia kerja yang sesungguhnya. Dalam hal ini penulis melaksanakan kerja praktek pada bagian kemahasiswaan dan pemasaran , namun dalam hal ini penulis membuat *content* pemasaran kampus secara digital.

Sekarang ini, makin banyak cara untuk mempromosikan *brand* atau melakukan *marketing campaign*. Apalagi, di era teknologi yang makin berkembang, semakin banyak pilihan konten untuk mereka konsumsi. Dalam hal ini, tantangan pemasar adalah menentukan bentuk konten yang paling efektif berdasarkan sasaran konsumen. Dan salah satu bentuk konten yang kini sedang digemari adalah video. Tak heran jika, belakangan ini juga, istilah video marketing semakin populer. Video seringkali dianggap sebagai medium daripada sebagai sebuah industri, dan ini tidak salah. Namun lebih dari itu, video sebenarnya adalah wadah / penampung konten, sebuah metode yang strategis untuk menyampaikan pesan dengan marketing layers yang banyak.

Kata Kunci : Digital Marketing, Marketing Campaign, Video Marketing.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat limpahan rahmat dan Kasih-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan Kerja Praktek di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya serta dapat menyelesaikan laporan ini tepat pada waktunya yang berjudul “Pembuatan Video Institusi”. Adapun tujuan penulisan laporan ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan S1 di Institut Informatika & Bisnis Darmajaya Bandar Lampung.

Penulis menyadari dalam penyusunan laporan ini banyak mendapat tantangan dan hambatan, akan tetapi dengan bantuan dari berbagai pihak sehingga kendala tersebut dapat teratasi. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini, semoga bantuannya mendapat balasan yang setimpal dari Tuhan yang Maha Esa.

Oleh karena itu saya mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT. yang telah memberi kelancaran dan kemudahan kepada saya dari awal pembuatan sampai selesai.
2. Bapak Hi. Ir. Firmansyah YA, M.B.A., M.Sc selaku Rektor IIB Damajaya.
3. Bapak Dr. RZ. Abdul Aziz, ST.,M.T selaku Wakil Rektor I IIB Darmajaya.
4. Bapak Ronny Nazar, S.E, M.M selaku Wakil Rektor II IIB Darmajaya.
5. Bapak Muprihan Thaib, S.Sos.,M.M selaku Wakil Rektor III IIB Darmajaya.
6. Bapak Prof.Ir. Zulkarnain Lubis.,Phd selaku Wakil Rektor IV IIB Darmajaya
7. Bapak Yuni Arkhiansyah, M.Kom selaku Ketua Jurusan Teknik Informatika IIB Darmajaya dan Dosen Pembimbing pelaksanaan kerja praktek yang telah memberikan bimbingan, petunjuk serta sarannya sampai terselesainya laporan kerja praktek ini.
8. Bapak Lukman Hakim, S.P selaku Kepala Bagian Humas dan Publikasi IIB Darmajaya dan Pembimbing Instansi beserta jajarannya yang telah memberikan arahan dan membantu setiap pekerjaan yang saya lakukan.
9. Terspesial untuk kedua orang tua saya yang selalu mendukung segala aktivitas saya dan senantiasa mendoakan yang terbaik untuk saya.

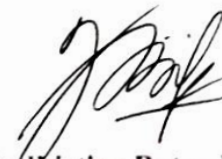
10. Semua dosen Teknik Informatika yang selalu memberikan arahan dan dukungan kepada saya untuk terus mengembangkan ilmu dan pengetahuan yang saya miliki.
11. Almamater tercinta, IIB Darmajaya yang dengan ikhlas memberikan kesempatan untuk saya menggali ilmu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan ini masih jauh dari kata sempurna baik dari bentuk penyusunan maupun materinya. Atas kekurangan ini, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sifatnya untuk penyempurnaan laporan ini.

Semoga Allah SWT. melimpahkan kasih dan karunia-Nya serta balasan yang setimpal atas semua bantuan yang telah diberikan kepada penulis dalam penyusunan laporan kerja praktek ini.

Akhir kata semoga laporan kerja praktek ini dapat memberikan manfaat dan menambah ilmu pengetahuan serta wawasan khususnya penulis dan umumnya bagi yang membacanya. Terimakasih.

Bandar Lampung, 18 Maret 2019



Yudhistira Putra Prabowo
NPM. 1511010076

DAFTAR ISI

JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	2
RIWAYAT HIDUP	3
RINGKASAN	4
PRAKATA	5
DAFTAR ISI	7

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	9
1.2 Ruang Lingkup Kerja Program KP	10
1.3 Manfaat dan Tujuan	
1.3.1 Manfaat	11
1.3.2 Tujuan	11
1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan	
1.4.1 Waktu Pelaksanaan	11
1.4.2 Tempat Pelaksanaan	11
1.5 Sistematika Penulisan	11

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan	13
2.2 Visi dan Misi Perusahaan	
2.2.1 Visi Perusahaan	14
2.2.2 Misi Perusahaan	14
2.3 Bidang Usaha / Kegiatan Utama Perusahaan	15
2.4 Lokasi Perusahaan	16
2.5 Struktur Organisasi	16

BAB III PERMASALAHAN PERUSAHAAN

3.1 Analisa Permasalahan yang Dihadapi Perusahaan	
3.1.1 Temuan Masalah	20
3.1.2 Perumusan Masalah	20

3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah	20
3.2 Landasan Teori	21
BAB IV PEMBAHASAN DAN EVALUASI	
4.1 Hasil	25
4.2 Pembahasan	25
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	32
5.2 Saran.....	32
DAFTAR PUSTAKA.....	33
LAMPIRAN	34

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sistem pendidikan perguruan tinggi melalui proses pembelajaran mahasiswa tidak hanya memahami maupun mendengarkan tetapi lebih pada pendekatan penyelesaian masalah - masalah secara kreatif. Artinya, dosen sudah bukan lagi menjadi pusat utama dalam pencapaian hasil pembelajaran dan seakan-akan menjadi sumber ilmu, melainkan lebih pada peran mahasiswa yang dihadapkan pada masalah nyata di bidang sains dan diberi tugas untuk menyelesaikannya sebagai suatu cara pembelajaran. Selanjutnya, mahasiswa harus didorong untuk memiliki motivasi dalam diri mereka sendiri, kemudian berupaya keras mencapai kompetensi yang diinginkan.

Dunia kerja nyata dewasa ini, cenderung menitik beratkan pada kebutuhan kompetensi bagi lulusan atau output, sehingga diharapkan perguruan tinggi dapat memberikan bentuk pembelajaran yang selaras dengan perkembangan dan kebutuhan pasar kerja, seperti keterampilan, pengetahuan dan pada akhirnya dapat membangun sumber daya manusia yang handal serta memberikan kontribusi bagi pembangunan sumber daya manusia Indonesia pada umumnya terutama bagi Provinsi Lampung khususnya. Pelaksanaan Kerja Praktek pada dunia industri maupun instansi pemerintah perlu ditinjau kembali, mengingat bahwa kompetensi mahasiswa diharapkan tidak saja diimplementasikan pada dunia industri maupun instansi pemerintah secara normatif. Melainkan, lebih pada pengayaan pengetahuan dan pemberdayaan kemampuan yang langsung menyentuh pada kebutuhan masyarakat maupun pemerintah setempat.

Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya menyadari akan pentingnya *knowledge based community* dalam tatanan global dewasa ini dan tanggung jawab serta peran dalam memajukan kehidupan sosial masyarakat pada umumnya. Peran dan tanggung jawab tersebut diaktualisasikan melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat sebagai salah satu Tri Darma Perguruan Tinggi. Kerja Praktek merupakan salah satu dari mata kuliah yang mejadi bagian integral kurikulum yang bertujuan sebagai perantara antara dunia kampus dan dunia kerja yang sesungguhnya.

Program Kerja Praktek ini dimulai kembali pada Februari 2019 yang dapat menghasilkan dan menciptakan hubungan timbal balik antara dunia kerja sebagai pencipta kesempatan kerja dengan dunia pendidikan sebagai penyedia tenaga kerja terdidik. Selain itu juga Kerja Praktek ini diupayakan agar mahasiswa/i benar-benar mengerti tentang tanggungjawab yang harus dilaksanakan ketika sudah berada dalam dunia kerja yang sesungguhnya.

Berdasarkan deskripsi hal-hal di atas, maka Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya menerapkan kerja Praktek sebagai syarat kelulusan mata kuliah sekaligus sarana implementasi dalam bersaing pada dunia kerja yang sesungguhnya. Pelaksanaan Kerja Praktek ini juga memfasilitasi mahasiswa dalam menerapkan ilmu teori yang diperoleh di perkuliahan melalui pembekalan sebelum terjun ke tempat Kerja Praktek masing-masing dan disesuaikan dengan pekerjaan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan konsentrasi yang dipilih oleh mahasiswa tersebut.

1.2 Ruang Lingkup Kerja Program

Kerja Praktek adalah suatu sarana latihan pelaksanaan kerja dimana seseorang ditempatkan pada lingkungan sesungguhnya untuk mengembangkan keterampilan, sikap dan tanggung jawab dalam melaksanakan tugas serta menerapkan ilmu yang diperoleh dari lembaga pendidikan dan merealisasikan dalam pekerjaan. Kerja Praktek juga merupakan langkah awal sebagai alat pengenalan mahasiswa pada dunia kerja. Karena dengan adanya magang para mahasiswa tidak akan merasa canggung lagi jika bekerja nantinya, juga akan dapat meningkatkan kemampuan, keterampilan, tanggung jawab, dan profesionalisme dalam pekerjaan. Ruang lingkup Kerja Praktek adalah suatu bentuk batasan bidang bagi mahasiswa dalam melakukan kegiatan penulisan laporan Kerja Praktek.

Kerja Praktek dilaksanakan di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya bertempat di Jl. Zainal Abidin Pagar Alam No. 93 Gedung Meneng, Bandar Lampung. Penulis melaksanakan Kerja Praktek di bagian Design Grafis dan Digital Marketing. Kegiatan Kerja Praktek dilaksanakan mulai 14 Februari 2019 sampai dengan 14 Maret 2019.

1.3 Manfaat dan Tujuan

1.3.1 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari pembuatan video institusi ini adalah :

1. Perguruan tinggi dapat meningkatkan kualitas *marketing* kampus.
2. Meningkatkan kinerja pemasaran IIB Darmajaya dengan meluasnya media promosi kampus.
3. Informasi IIB Darmajaya akan lebih tersampaikan dari adanya dokumentasi secara visual di media sosial.

1.3.2 Tujuan

Adapun tujuan dari pembuatan video institusi yaitu :

1. Untuk menambah media pemasaran kampus.
2. Menyebarkan informasi tentang kampus.
3. Menambah jarak jangkauan penerimaan informasi kampus.

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

1.4.1 Waktu Pelaksanaan

Kerja Praktek dilaksanakan selama 1 Bulan, pada tanggal 14 Februari 2019 – 14 Maret 2019. Dilakukan sesuai waktu kerja karyawan yang sudah ditetapkan yaitu pukul 07.00 WIB – 16.00 WIB.

1.4.2 Tempat Pelaksanaan

Kerja Praktek bertempat di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Jln. Zainal Abidin Pagar Alam No.93 Gedong Meneng, Bandar Lampung, Indonesia, bagian Humas dan Publikasi, pada subbagian Design Grafis dan Digital Marketing.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika adalah penjelasan isi dari setiap Bab, mulai dari Bab I hingga Bab V. Dimana uraian ini memberikan gambaran langsung tentang sisi tiap-tiap bab yang ada dalam lampiran ini, berikut sistematika dari laporan adalah:

1. BAB I Pendahuluan

Bab ini membahas tentang Latar Belakang Program KP Ruang Lingkup Kerja Program Kerja Praktek, Manfaat dan Tujuan Program Kerja Praktek Tempat dan Waktu Pelaksanaan Kerja Praktek, dan Sistematika Penulisan.

2. BAB II Gambaran Umum Perusahaan

Bab ini berisi tentang sejarah Perusahaan, Visi dan Misi Perusahaan, Bidang Usaha/Kegiatan Utama Perusahaan, Lokasi Perusahaan, dan Struktur Organisasi.

3. BAB III Permasalahan Perusahaan

Bab ini berisi tentang Analisa Permasalahan yang dihadapi oleh Perusahaan, Landasan Teori dalam Perusahaan dan Rancangan Program yang akan dilakukan kepada Perusahaan.

4. BAB IV Pembahasan dan Evaluasi

Bab ini berisi tentang kegiatan dan pengamatan serta pengetahuan yang diperoleh saat pelaksanaan Kerja Praktek di Institut Informatika & Bisnis Darmajaya. Juga menguraikan kendala yang dihadapi serta cara penyelesaiannya.

5. BAB V Simpulan dan Saran

Bab ini berisikan tentang kesimpulan yang didapat setelah melaksanakan Kerja Praktek dan saran dari hasil pelaksanaan Kerja Praktek di Institut Informatika & Bisnis Darmajaya.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

Berawal dari niat dan ketulusan hati serta dukungan penuh dari istri tercinta, seorang putra asal Lampung, Hi. Alfian Husin, S.H ingin mengabdikan di daerah asalnya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia khususnya generasi muda agar dapat berkiprah dan berkompetisi dengan SDM daerah lain maupun dengan bangsa-bangsa lain dalam rangka menghadapi era kesejagatan.

Kemudian hal ini diwujudkan dalam pendirian Yayasan Pendidikan Alfian Husin. Melalui yayasan ini maka untuk pertama kalinya didirikan Lembaga Pendidikan Tanjung Karang (LPTK) dengan mendapat izin prinsip dan operasional dari Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Propinsi Lampung untuk menyelenggarakan kursus komputer dan program pendidikan satu tahun. Dengan perkembangan lembaga ini (LPTK) serta pesatnya tuntutan masyarakat Lampung, maka pada tanggal 5 Juni 1997 didirikanlah Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer DARMAJAYA yang lebih dikenal dengan STMIK DARMAJAYA yang dikukuhkan Koordinator Perguruan Tinggi Swasta (Kopertis) wilayah II berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 29/D/O/1997 dengan menetapkan sebagai status terdaftar untuk program studi : Teknik Informatika (S1), Teknik Komputer (D3) dan Manajemen Informatika (D3), kemudian sesuai dengan perkembangan Lampung dan tuntutan masyarakat, STMIK Darmajaya membuka kembali dua program studi yaitu : Sistem Informasi (S1) dan Sistem Komputer (S1).

Bersamaan dengan usia yang ketiga tahunnya dan terus menerus pengembangan bangunan gedung perkuliahan dan pengembangan sarana pendukung lainnya, maka pada tanggal 6 Juli 2000 berdiri lagi Sekolah Tinggi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darmajaya (STIE Darmajaya) berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan Nasional No. 101/D/0/2000 dengan menetapkan status terdaftar untuk program studi : Manajemen (S1), Akuntansi (S1) dan Akuntansi (D3).

Atas Kepercayaan yang diberikan Masyarakat, Pemerintah Daerah dan Pemerintah Pusat (DIKTI), STMIK-STIE DARMAJAYA telah tumbuh dan berkembang menjadi sebuah Perguruan Tinggi Besar dan memiliki reputasi baik sebagai Institusi Pendidikan. Selain itu langkah-langkah pemenuhan kebutuhan dan peremajaan Sarana - Prasarana dan Fasilitas Pendidikan menjadi faktor penting untuk menunjukkan eksistensi dan kapasitasnya di dunia pendidikan. Hal ini merupakan tujuan Darmajaya untuk dapat menjadi fasilitator dan dinamisator pertumbuhan otonomi daerah, guna pencapaian nasionalisasi dan internasionalisasi Darmajaya di bidang Pendidikan.

STMIK-STIE Darmajaya mendapat pengakuan dari Direktorat Jenderal Pendidikan dengan peningkatan status STMIK-STIE Darmajaya menjadi (IBI) DARMAJAYA melalui Surat Keputusan Menteri Pendidikan No.167/D/O/2008 Tanggal 20 Agustus 2008. Perubahan status ini membuktikan bahwa STMIK-STIE Darmajaya diakui mempunyai keunggulan di bidang informatika dan bisnis, dan merupakan wujud kepercayaan pemerintah pusat kepada STMIK-STIE Darmajaya Lampung.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi Perusahaan

Visi dari IIB Darmajaya yaitu :

Menjadikan Perguruan Tinggi Pembelajaran Unggul Berbasis Riset dan Teknologi Informasi.

2.2.2 Misi Perusahaan

Misi dari IIB Darmajaya antara lain :

1. Menyelenggarakan pembelajaran yang kreatif, inovatif dan adaptif terhadap kemajuan teknologi informasi berdasarkan pendekatan riset dan nilai-nilai kejujuran.
2. Mengembangkan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang unggul dan inovatif serta relevan dengan kebutuhan stakeholder.
3. Mengembangkan budaya professionalism dalam tata kelola perguruan tinggi berbasis teknologi informasi.
4. Mengembangkan lingkungan kampus yang kondusif.

2.3 Bidang Usaha / Kegiatan Utama

Untuk mewujudkan visi dan misi tersebut IIB Darmajaya menyiapkan rencana kerja yang akan disesuaikan seiring dengan perkembangan zaman. Sampai saat ini IIB Darmajaya memiliki program Ahli Madya, strata satu dan strata dua dimana masing-masing jurusan mempunyai visi dan misi tersendiri untuk mencapai visi dan misi institusi.

Adapun program study diploma adalah sebagai berikut :

1. D3 Manajemen Informatika
2. D3 Teknik Komputer
3. D3 Akuntansi

Adapun jurusan pada program strata satu adalah sebagai berikut :

1. S1 Teknik Informatika
2. S1 Sistem Informasi
3. S1 Sistem Komputer
4. S1 Manajemen
5. S1 Akuntansi

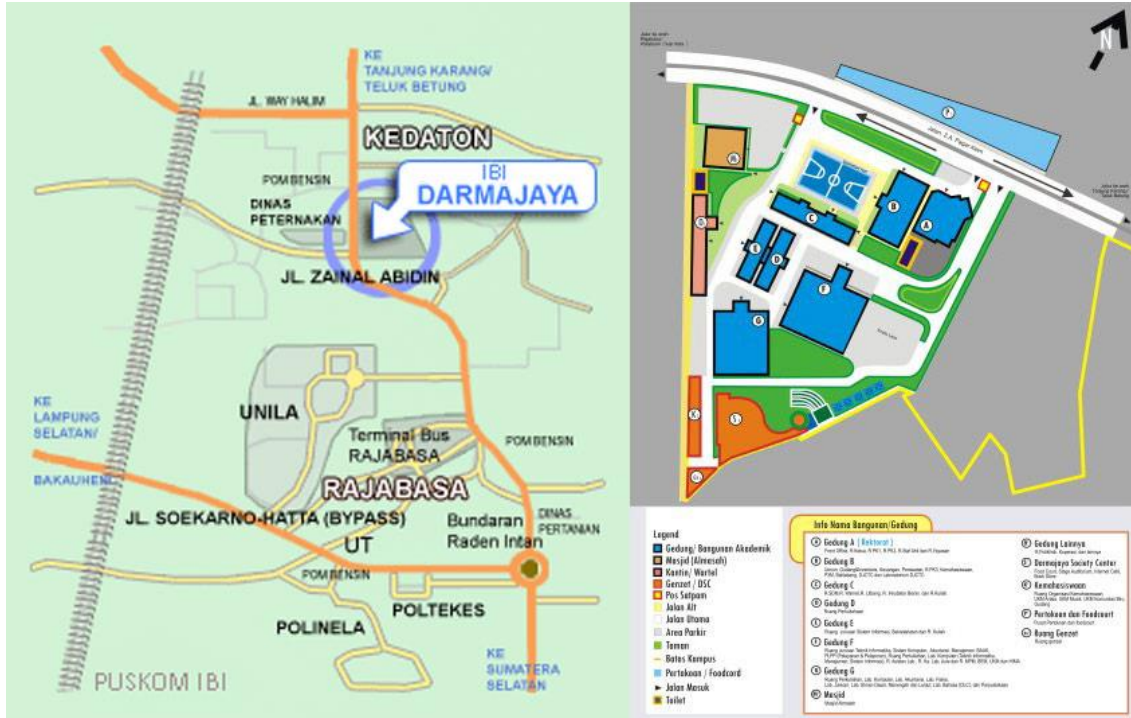
Adapun program study strata dua adalah sebagai berikut :

1. S2 Magister Teknik Informatika
2. S2 Magister Manajemen

Dalam menjalankan program kerja dan kemajuan institusi ini, IIB darmajaya mempunyai struktur organisasi yang bagus sehingga dapat menjalankan manajemen kerja dengan baik. Struktur organisasi merupakan bentuk hubungan yang mencerminkan kejelasan garis wewenang dan tanggung jawab guna dapat melaksanakan tugas yang telah ditetapkan. Tugas-tugas dan garis wewenang dari setiap bagian dalam perusahaan tersebut disusun agar mekanisme dalam perusahaan dapat berjalan dengan baik, serta tujuan yang sitetapkan dapat dicapai secara efektif dan efisien. Dengan adanya struktur organisasi yang baik, maka pimpinan dan karyawan lainnya diharapkan mampu bekerja pada bidang masing-masing dan mampu bekerjasama dengan bagian lain, serta untuk mengetahui ruang lingkup/batasan kerja di perusahaan tersebut.

2.4 Lokasi Perusahaan

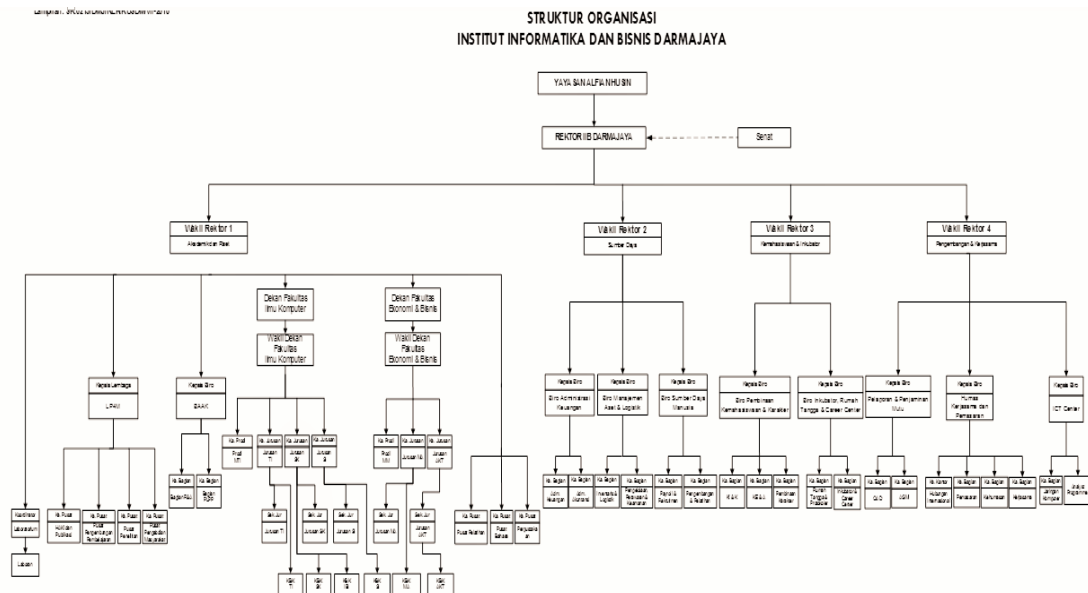
IIB Darmajaya dipusatkan di Bandar Lampung. Tepatnya dijalan Zainal Abidin Pagar Alam No.93, Labuan Ratu, Kedaton, Bandar Lampung, Lampung, Indonesia.



Gambar 2.1 Denah Lokasi IIB Darmajaya

2.5 Struktur Organisasi

Uraian: Struktur Organisasi IIB Darmajaya



Gambar 2.2 Struktur Organisasi IIB Darmajaya

Adapun uraian tugas dan tanggung jawab di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya adalah sebagai berikut :

1. Kantor Urusan Internal dan Kerjasama (KUIK)

Mewujudkan pencitraan lembaga pendidikan yang baik dengan cara menciptakan, memelihara dan membina hubungan yang harmonis serta kerjasama yang mengikat antara lembaga dengan semua civitas akademika, stakeholder dan masyarakat.

2. Wakil Rektor

Bertanggung jawab langsung pada rektor, membantu rektor dalam memimpin pelaksanaan pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian pada masyarakat.

3. Dekan Fakultas

Bertanggung jawab langsung kepada wakil rektor 1, memimpin penyelenggaraan pendidikan, penelitian dan pengabdian pada masyarakat dalam kelompok bidang ilmu, serta membina tenaga kependidikan, mahasiswa, tenaga administrasi yang sesuai dengan rencana strategis.

4. Ketua Jurusan

Menjadikan jurusan di IIB Darmajaya mampu menciptakan sumber daya manusia yang handal, berkualitas, memiliki keahlian khusus sesuai dengan keahlian kompetensi masing-masing jurusan sehingga mampu berkarya dan beradaptasi terhadap perubahan dan perkembangan di bidang ekonomi, bisnis, dan teknologi informasi.

5. UPT Perpustakaan

Merencanakan pengembangan koleksi, pemeliharaan dan pengadaan badan pustaka. Menjalin kerjasama dengan pihak lain dan mempromosikan perpustakaan serta mengevaluasi koleksi supaya sesuai dengan perubahan dan perkembangan program perguruan tinggi.

6. Kantor Urusan Hubungan Internasional

- a. Menyiapkan rencana strategis untuk kantor internasional, rencana bisnis tahunan dan proyeksi keuangan.
- b. Mengembangkan jaringan internal, eksternal yang kuat dan aliansi strategis dan mempromosikan keberadaan dan reputasi perguruan tinggi pada tataran internasional.
- c. Merancang strategi pemasaran yang tepat untuk mendatangkan mahasiswa internasional.
- d. Mengelola mahasiswa internasional yang masuk dan mahasiswa yang keluar.
- e. Mempersiapkan perjanjian kerjasama internasional atau luar negeri.
- f. Mengkoordinasi dan mempromosikan program Passage to ASEAN kepada mahasiswa aktif IIB Darmajaya.

7. Kantor Urusan Sumber Daya Manusia

Melaksanakan seleksi (Penerimaan), pembinaan, kesejahteraan, dan peningkatan sumber daya manusia (karyawan dan Dosen) dalam proses pencapaian visi dan misi institusi.

8. BAAK

Menjadikan BAAK sebagai pusat pelayanan dan Administrasi akademik yang baik dan memenuhi permintaan mahasiswa dan dosen.

9. Biro Manajemen Aset dan Logistik

Mengelola Biro Manajemen aset dan Logistik agar menjadi handal dan dipercaya dalam proses pengadaan, pengelolaan, perawatan, pengamanan dan pemberdayaan aset dan logistik guna mendukung pencapaian visi dan misi institusi.

10. Biro Keuangan

Menjadikan Biro keuangan sebagai pusat pelayanan keuangan kepada pihak internal (mahasiswa dan karyawan) maupun eksternal, dalam proses pencapaian visi dan misi institusi.

11. Biro Kemahasiswaan

Mewujudkan situasi dan kondisi yang kondusif bagi pembentukan dan pengembangan pribadi baik jasmani maupun rohani mahasiswa maupun alumni dalam rangka menunjang visi dan misi IIB darmajaya khususnya di bidang soft skill.

12. LP4M (Lembaga Pengembangan Pembelajaran, Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat).

Sebagai pusat pelayanan bagi para dosen, karyawan, mahasiswa untuk menjalankan tri darma perguruan tinggi.

BAB III

PERMASALAHAN PERUSAHAAN

3.1 Analisa Permasalahan yang Dihadapi Perusahaan

Dengan terjalannya proses pemasaran tentu terdapat masalah yang dapat timbul di lingkungan pemasaran digital baik itu internal maupun external. Dalam proses pengimplementasiannya Pemasaran Digital Darmajaya ini memiliki kendala di promosi untuk target yang harus dicapai serta pengolahan media sosial yang seharusnya dapat menyalurkan informasi ke masyarakat tetapi masih kurangnya pengetahuan masyarakat tentang informasi Darmajaya dikarenakan tidak semua wilayah dapat dikunjungi oleh tim Darmajaya. Hal ini membuat tim Digital Marketing perlu terus berbenah untuk meningkatkan kinerjanya agar masyarakat luar maupun dalam Provinsi Lampung dapat mengetahui informasi mengenai Darmajaya dengan tujuan meningkatkan jumlah minat calon mahasiswa untuk mendaftar di kampus IIB Darmajaya.

3.1.1 Temuan Masalah

Ditemukan permasalahan pada pemasaran digital di kampus Darmajaya, yaitu :

1. Proses target dalam penyelesaian konten media sosial.
2. Inovasi pemasaran terkini dalam dunia digital.

3.1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, dapat dirumuskan :

1. Bagaimana cara menginformasikan Darmajaya secara optimal dalam dunia digital.
2. Konten apa saja yang harus dibuat untuk inovasi di media sosial.

3.1.3 Kerangka Masalah

Untuk memecahkan masalah tersebut maka kerangka pemecahan masalah adalah sebagai berikut :

1. Identifikasi Masalah

Setelah mengamati permasalahan yang terjadi di institusi, penulis melakukan identifikasi masalah untuk mencapai target pemasaran secara digital.

2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi yang sudah ditetapkan penulis menentukan tujuan penelitian mulai dari pengambilan video sekitar kampus Darmajaya.

3. Menentukan Cara Penyelesaian Masalah

Setelah menentukan tujuan dari penelitian, selanjutnya mengemas potongan – potongan video tersebut untuk dijadikan suatu konten yang menarik.

4. Menerapkan Cara Penyelesaian Masalah

Berdasarkan cara penyelesaian masalah yang ditentukan, selanjutnya adalah menerapkan cara penyelesaian masalah tersebut dengan mempromosikan konten yang telah dikemas di media sosial.

5. Kesimpulan dan Saran

Langkah terakhir dari penelitian yaitu mengambil kesimpulan dari hasil pengolahan data dan memberikan masukan terhadap institusi dan analisis.

3.2 Landasan Teori

Menurut (Gary, Wong, Philip Kotler, & John Saunders, 2008) Pemasaran adalah mengelola hubungan pelanggan dengan menguntungkan. Tujuan ganda dari pemasaran adalah untuk menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior dan mempertahankan pelanggan saat ini dan tumbuh dengan memberikan kepuasan.

E-Marketing menurut (Chaffey & Mayer, 2009) adalah pemasaran yang memiliki lingkup lebih luas karena mengacu pada media digital seperti *web*, *e-mail* dan media nirkabel, tetapi juga meliputi pengelolaan data pelanggan digital, dan juga bagaimana Internet dapat digunakan bersama dengan media tradisional untuk memperoleh dan memberikan layanan kepada pelanggan.

Saat ini semuanya menjadi elektronik. marketer menggunakan teknologi untuk melakukan kegiatan usaha. *E-marketing* menciptakan, berkomunikasi, dan memberikan proses nilai kepada pelanggan yang menggunakan sistem teknologi informasi, dan untuk mengelola dan memelihara hubungan dengan pelanggan untuk mendapatkan manfaat bagi organisasi atau perusahaan dengan para stakeholder (J.a.F.R.Strauss,

2009). *E-marketing* menggunakan metode teknologi informasi ke dalam prinsip-prinsip pemasaran tradisional.

Dalam jurnal (Hidayat & Tobing, 2012) di katakan bahwa pemasaran dengan digital marketing mempunyai kaitan yang sangat kuat. jika seseorang mulai mengeksplorasi bisnis pemasaran melalui internet ia akan segera menemukannya bahwa daripada mencari beberapa pelanggan, dia sekarang akan memiliki kemampuan untuk mencapai jutaan pelanggan dari pendekatan global dan kelompok yang lebih spesifik dan juga dari pelanggan yang lebih dekat dengannya juga, daya tarik juga lebih luas daripada bisnisnya yang di miliki sebelumnya. Dia bisa menggunakan media sosial sebagai pasar, dan juga memiliki pasar yang ditargetkan.

Menurut Kotler, Armstrong (2008, p10), lima konsep strategi pemasaran, yaitu:

1. Konsep Produksi

Ide bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan sangat terjangkau dan karena itu organisasi harus berfokus pada peningkatan produksi dan efisiensi distribusi.

2. Konsep Produk

Ide bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan fitur terbaik dan oleh karena itu organisasi harus menguras energinya untuk membuat peningkatan produk yang berkelanjutan.

3. Konsep Penjualan

Ide bahwa konsumen tidak akan membeli produk perusahaan kecuali jika produk itu dijual dalam skala penjualan dan usaha promosi yang besar.

4. Konsep Pemasaran Filosofi

Manajemen pemasaran yang menyatakan bahwa pencapaian tujuan organisasi tergantung pada pengetahuan akan kebutuhan dan keinginan target pasar dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih baik daripada pesaing.

5. Konsep Pemasaran Berwawasan Sosial

Prinsip pemasaran yang menyatakan bahwa perusahaan harus mengambil keputusan pemasaran yang baik dengan memperhatikan keinginan konsumen, persyaratan perusahaan, kepentingan jangka panjang konsumen, dan kepentingan jangka panjang masyarakat.

Menurut Chaffey, dan Smith (2008, P. 51) menentukan strategi pemasaran bisa menggunakan konsep marketing mix yang artinya suatu kerangka kerja yang menyiapkan konseptual membantu pemasar untuk menstruktur pendekatan mereka kepada setiap pasar. Ini harus diterapkan kembali dalam dunia online. *Marketing mix* ini dibagi menjadi 7P yaitu sebagai berikut :

1. Product (Content, Customisation, Community)

Pelayanan yang baru melalui media Digital Marketing yang sudah dibangun dapat memberikan pengalaman yang bagus pada pelanggan mengenai merek yang dijual perusahaan, contohnya penyediaan pelayanan pelanggan secara online, penyediaan informasi yang lengkap tentang produk dan membentuknya komunitas melalui media internet, dan juga menambah nilai pada produk / jasa yang ditawarkan.

2. Price (Cost reduction)

Penawaran harga yang lebih murah dalam melalui media internet , seperti memberi diskon pada barang yang di beli secara Online atau layanan extra dalam pembelian pada jumlah tertentu.

3. Place

Media internet dapat menyediakan channel yang baru dan relatif lebih praktis untuk digunakan dalam berinteraksi dan juga berkomunikasi dengan perusahaan.

4. Promotion

Media Internet telah menyediakan kesempatan dan juga kemudahan kepada perusahaan untuk melakukan promosi dengan cepat, murah dan juga dapat menjangkau masyarakat yang luas secara efektif. Yang terutama dalam *mix promotion* ini adalah mengkombinasikan alat yang sudah tersedia untuk dapat membantu keberhasilan digital marketing yang telah diluncurkan.

5. Physical Evidence, People, Process

Poin marketing mix berikut ini merupakan sangat penting perannya karena dalam membentuk pengalaman bagi pelanggan. People ini berperan penting karena dalam mensukseskan pelayanan pelanggan, *process* dan *physical* berperan penting dalam mengembangkan digital marketing di karenakan kualitas proses dan *feedback* dari pelanggannya. Sehingga dalam mengembangkan digital marketing yang baik, marketing mix ini harus di perhatikan dan di utamakan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Didalam menjalankan program kerja praktek yang berlangsung di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya khususnya dibagian Design Grafis dan Digital Marketing. Setelah disurvei hal ini disebabkan oleh masih kurangnya informasi yang sampai ke masyarakat tentang kampus IIB Darmajaya, sehingga calon mahasiswa tidak mengikuti peluang mendapatkan fasilitas program study yang lebih dari kampus lainnya.

Konten video yang dibuat merupakan potongan – potongan video yang diambil disekitaran kampus IIB Darmajaya. Potongan video tersebut diantaranya merupakan video tampak gedung – gedung kampus, masjid, ruang kelas, ruang laboratoriu, pelayanan kampus, keterangan program study serta jurusan, fasilitas kampus seperti lapangan futsal, lapangan basket, Warung Prancis, Chinese Corner, Wifi Corner, Perpustakaan, DjShop, Darmajaya Society Center, dan kegiatan – kegiatan yang telah diadakan oleh Darmajaya.

4.2 Pembahasan

Dalam pembuatan video sebelumnya diperlukan sebuah skenario / story board untuk membantu *creator* menata potongan – potongan yang akan diambil. Berikut story board dan alur cerita pembuatan video profile IIB Darmajaya :

1. Bumper *opening* diawali dengan logo Darmajaya.



Gambar 4.1 Bumper logo Darmajaya

- Setelah itu munculnya 3d animasi bola dunia yang berputar dari keseluruhan bumi, diperbesar ke Negara Indonesia, diperbesar lagi dengan menunjukan Pulau Sumatra dan Provinsi Lampung.



Gambar 4.2 3D animasi bola dunia

- Take 1, penggambaran Provinsi Lampung dengan menampilkan video Menara Siger, keadaan Kota Lampung dari atas, serta situasi lalu lintas dan jalan kota Bandar Lampung.



Gambar 4.3 Menara Siger



Gambar 4.4 Situasi lalu lintas

4. Take 2, menampilkan area sekitaran kampus Darmajaya dan gedung – gedung Darmajaya.



Gambar 4.5 Kampus IIB Darmajaya

5. Take 3, sambutan rektor IIB Darmajaya yang menyebutkan mimpi dan harapan anak bangsa dapat bermula dari kampus di Provinsi Lampung yang konsen dalam pengembangan ilmu dan bisnis serta telah menciptakan ribuan alumni berkualitas dan berkiprah dalam dunia industry didalam Provinsi maupun luar Provinsi.



Gambar 4.6 Sambutan Rektor IIB Darmajaya

6. Take 4, menampilkan pilihan program pendidikan mulai dari pengenalan fakultas, program study, dan jurusannya.



Gambar 4.7 Pengenalan Fakultas Ilmu Komputer



Gambar 4.8 Pengenalan Fakultas Ekonomi Bisnis

7. Take 5, menampilkan kegiatan dan program dari International Office Darmajaya seperti Student Mobility, Passage to ASEAN, Joint Reserch, Darmasiswa, Summer Program, IIS, dll.



Gambar 4.9 Program International Office Darmajaya

8. Take 6, Parade beberapa kegiatan Darmajaya mulai dari akademik maupun non akademik sesuai dengan fakultas maupun bakat yang dimiliki oleh para mahasiswa.



Gambar 4.10 Kegiatan belajar bahasa Arab



Gambar 4.11 Mahasiswa ikut Seminar Nasional



Gambar 4.12 Kegiatan NonAkademik bidang seni



Gambar 4.13 Kegiatan NonAkademik bidang olahraga

Adapun konten video lainnya yaitu :

1. Video profile Pascasarjana IIB Darmajaya menceritakan tentang fasilitas, teknik belajar, serta hal lainnya yang bertujuan untuk memperkenalkan program study pascasarjana di kampus IIB Darmajaya.



Gambar 4.14 Suasana ruang kelas pascasarjana

2. Video profile International Office Darmajaya menceritakan tentang program dan kegiatan – kegiatan yang dilakukan oleh International Office Darmajaya bersama mahasiswa Darmajaya dan mahasiswa asing dari luar negeri.



Gambar 4.15 Mahasiswa pertukaran pelajar Darmajaya

3. Video program Darmasiswa International Office menceritakan tentang kegiatan – kegiatan yang dilakukan pada program ini seperti belajar menulis dan membaca bahasa Indonesia, study club, belajar mengenal seni dan budaya Indonesia, jalan – jalan mengenal wisata Lampung, dan lainnya.



Gambar 4.16 Kegiatan program Darmasiswa

4. Video program Summer International Office “*Summer Coffee from A to Z*” menceritakan tentang kegiatan – kegiatan yang dilakukan untuk mengenalkan produk kopi alam dari Lampung mulai dari proses pemetikan sampai penyeduhan kopi.



Gambar 4.17 Proses pengolahan biji kopi

5. Video program Summer International Office “*Dancing with Dolphin in Lampung Indonesia*” menceritakan tentang kegiatan – kegiatan yang dilakukan untuk mengenalkan salah satu wisata Teluk Kiluan dengan lomba - lombanya.



Gambar 4.18 Bermain bersama *dolphin*

Setelah mengemas video tersebut menjadi suatu konten yang menarik, selanjutnya adalah melakukan promosi secara visual dengan mengunggahnya ke media sosial, dengan fungsi untuk menginformasikan Darmajaya serta menambah ketertarikan masyarakat umum dan calon mahasiswa.

Penginformasian kampus Darmajaya melalui media sosial ini untuk mempermudah pada calon mahasiswa agar mendapatkan informasi perkuliahan serta program – program study apa saja yang ada di kampus Darmajaya, dengan harapan visi dan misi kampus berjalan dengan sesuai dan kampus IIB Darmajaya semakin dikenal di masyarakat luas.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan pada laporan kerja praktek ini yang berisi tentang pembuatan video Institusi adalah sebagai berikut :

1. Promosi IIB Darmajaya terus mengalami peningkatan setelah pembuatan konten tersebut ke masyarakat luas melalui media sosial.
2. Ketertarikan calon mahasiswa/i yang ingin berku
3. Respon balik dari para calon mahasiswa/i dalam menanggapi konten video yang disebarakan dimedia sosial untuk mempromosikan kampus IIB Darmajaya.

5.2 Saran

Adapun saran yang ditujukan kepada pembaca, yaitu :

1. Apabila pembaca merupakan civitas akademika IIB Darmajaya agar ikut mengenalkan kampus kepada masyarakat yang ada disekitarnya.
2. Apabila pembaca bukan civitas akademika IIB Darmajaya semoga menjadikan IIB Darmajaya sebagai pilihan utama perguruan tinggi untuk saudara atau keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey Dave , & MayerRichard. (2009). *Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Prentice Hall/Financial Times.
- Dr.abdul Munif, M. A. (2017). Penulisan karya tulis ilmiah. *Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, (October), 1. <https://doi.org/10.1021/ci0255351>
- Gary Armstrong, WongVeronica, Philip Kotler, & John Saunders. (2008). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Hidayat KrisnawatiNila, & TobingRudy. (2012). Enhancing Netizen As A Digital Marketing Activity Toward Strategic Branding: A Case Study Of "XYZ" Brand. *Marketing Management*, 59-61.)
- Layanan, P., & Berbasis, P. (2010). Pengembangan Layanan Informasi dan Promosi Berbasis, *10*(1).
- Nasution, M. K. N. (2017). Teknik penulisan karya ilmiah. *Jurnal Nasional*. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/322113328>
- Iswara, D. (2016). Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Dprd) Kota Tangerang.
- Wahyu, A. (2018). Karya Tulis Ilmiah,. *PerkembanganTeknologi Dikalangan Remaja*, 1, 7.

LAMPIRAN

Berikut adalah *print screen* video institusi yang telah dibuat :



Video Profile IIB Darmajaya



Video Profile Pascasarjana IIB Darmajaya



- INTERNATIONAL PROGRAM
1. Student Mobility
 2. International Internship
 3. Joint Research
 4. Summer Program
 5. Passage to ASEAN
 6. International Degree
 7. Joint Degree
 8. Darmasiswa
 9. Study Club



Video Profile International Office IIB Darmajaya



English Drilling Skill (Listening, Speaking, Reading And Writing)
indonesian language for foreigners



Student Activity "Study Club"



Natural Endorsement "Pahawang"



Video Darmasiswa Program International Office IIB Darmajaya



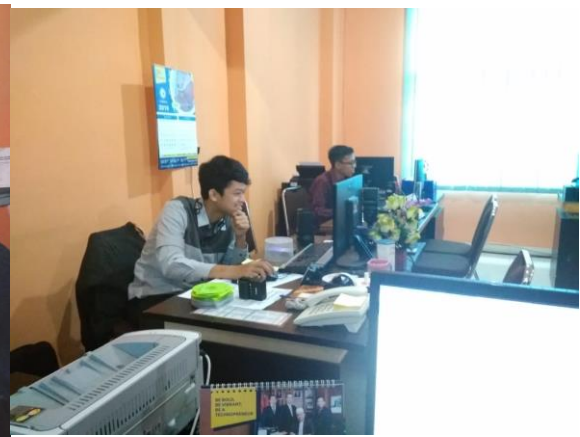
Video Summer Program Lampung “Robusta Coffee from A to Z”
International Office IIB Darmajaya



Video Summer Program “Dancing with Dolphin in Lampung Indonesia”
International Office IIB Darmajaya



Suasana Institusi Tempat Kerja Praktek



Suasana Ruangan Kerja Praktek