

RINGKASAN

Institut Informatika & Bisnis (IIB) Darmajaya menerapkan kerja praktik sebagai syarat kelulusan mata kuliah sekaligus sarana implementasi pengetahuan kepada masyarakat. Dalam hal ini penulis melaksanakan kerja praktik di Humas IIB Darmajaya Bandar Lampung dengan melakukan analisis pemasaran penerimaan mahasiswa baru via sosial media tersebut.

Pemasaran merupakan aspek penting dalam suatu lembaga institusi guna meyakinkan calon mahasiswa baru untuk memilih calon perguruan tinggi pilihannya, dalam hal ini pemasaran yang dilakukan melalui sosial media yang dilakukan oleh agen agen pemasaran.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada ALLAH SWT yang telah memberikan berupa kesehatan , kesempatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Laporan Kerja Lapangan ini.

Laporan Kerja Lapangan ini berjudul “ANALISIS PEMASARAN PENERIMAAN MAHASISWA BARU VIA MEDIA SOSIAL” di IIB Darmajaya Bandar Lampung. Kerja praktek ini telah penulis laksanakan dengan baik di IIB Darmajaya Bandar Lampung, yang berlokasi di jalan ZA. Pagaralam.

Laporan Kerja Lapangan ini merupakan tugas yang harus diselesaikan oleh Mahasiswa Jurusan Sistem Informasi program S1 di IIB Darmajaya Bandar Lampung.

Tujuan utama dari kerja lapangan ini adalah untuk memantapkan teori dan praktek yang telah dipelajari di kampus dan dapat diselesaikan dengan serta diaplikasikan di lapangan.

Sesuai dengan judul laporan ini , penulis hanya membahas tentang Pengaruh promosi institusi yang dilakukan oleh agent agent pemasaran via media sosial serta yang berhubungan dengan hal tersebut.

