

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

IIB Darmajaya setiap tahunnya melakukan penerimaan mahasiswa baru, dengan jumlah yang tidak sedikit banyak cara yang dilakukan untuk mempertahankan penerimaan mahasiswa baru seperti promosi, sosialisasi, program menarik kampus, penambahan fasilitas dan masih banyak yang lainnya. Sesuai dengan judul laporan ini, aspek yang akan dibahas oleh penulis adalah promosi, yaitu "ANALISIS PEMASARAN PENERIMAAN MAHASISWA BARU VIA MEDIA SOSIAL". Pemasaran dilakukan oleh agen agen yang dipilih oleh penulis sesuai arahan dan persetujuan bagian Humas Institusi menggunakan social media pribadi masing masing agen, yaitu Instagram. Secara garis besar agen agen diarahkan untuk memposting ulang apa yang sudah diposting oleh Instagram IIB Darmajaya Bandar Lampung untuk membantu perluasan cakupan mediasi dan wawasan tentang kampus.

1.2 Ruang Lingkup kerja Program KP

Kerja Praktek dilakukan selama 1 bulan terhitung dari 1 february 2022 sampai dengan 5 Maret 2022 di Humas IIB Darmajaya, dengan latar belakang yang telah diuraikan, maka yang menjadi ruang lingkup kerja praktek sebagai berikut :

- a. Analisa Kinerja Agen Pemasaran :
Analisa ini memberikan gambaran tentang aktivitas agen dalam memposting ulang kegiatan Institusi di Instagram pribadi sebagai informasi kepada calon mahasiswa baru tentang apa apa saja yang terdapat di IIB Darmajaya sebagai bentuk promosi dan informasi yang disalurkan via Media Sosial.
- b. Analisa Cakupan Pemasaran :
Analisa ini memberikan gambaran tentang seluas apa cakupan yang diraih masing masing agen pemasaran melalui Instagram pribadi, mulai dari jumlah suka, komentar dan pengaruhnya kepada institusi dan juga calon mahasiswa baru, dan juga efektifitas dari kegiatan ini.

1.3 Manfaat dan tujuan

1.3.1. Manfaat

Manfaat dari dibuatnya laporan ini pertama adalah sebagai pengetahuan dan ilmu bagi penulis mengenai pengaruh dari dilakukannya promosi penerimaan mahasiswa baru via media sosial juga sebagai catatan tertulis data dari aktivitas pemasaran itu sendiri.

1.3.2. Tujuan

Tujuan dibuatnya laporan ini adalah untuk mencatat data dari aktivitas yang dilakukan agen agen pemasaran via media sosial. Dan juga untuk mempromosikan institusi agar dapat meningkatkan jumlah pendaftaran mahasiswa baru.



1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Waktu yang dilakukan dalam merencanakan pemasaran dan menganalisa program tersebut terhitung selama satu bulan dari 1 februari 2022 sampai dengan 5 Maret 2022. Pemasaran dilakukan secara online menyesuaikan kondisi pandemi saat ini, pencatatan dan analisa pun juga dilakukan pribadi oleh penulis secara online, dan memberikan laporan harian kepada pihak Humas IIB Darmajaya Bandar Lampung secara Online melalui via Google Drive. Mulai dari materi pemasaran, bukti gambar postingan, jumlah postingan, tanggal diposting, juga jumlah hasil suka dan komentar perpostingan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sebagai mahasiswa, penulis memberikan gambaran singkat penulisan laporan melalui sistematika penulisan mulai dari **"Pendahuluan, Gambaran Umum Perusahaan, Permasalahan Perusahaan, Hasil & Pembahasan, Kesimpulan dan Saran"** yang dijabarkan menjadi 5 bab, dan akan diuraikan dalam laporan yang dibuat oleh penulis.

