

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digital ini, perkembangan pemasaran sangatlah pesat. Teknologi internet merupakan salah satu faktor dari kemajuan pemasaran. Teknologi merupakan sarana atau sistem yang berfungsi untuk mempermudah kehidupan manusia. Pada saat ini, dunia sedang memasuki gelombang revolusi industri 4.0. Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Maranatha harus dapat terus berkembang dalam menghadapi persaingan di industri pendidikan. Revolusi industri 4.0 merupakan penerapan teknologi di dalam bidang industri yang dipengaruhi oleh internet atau biasa disebut dengan digitalisasi di bidang industri [2].

Dengan adanya perkembangan teknologi, tren pemasaran konvensional mulai beralih menjadi pemasaran digital atau biasa disebut dengan *digital marketing* [3]. *Digital Marketing* merupakan suatu kegiatan pemasaran yang dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial untuk menjangkau masyarakat lebih luas. Tujuan dari pemasaran *digital marketing* adalah untuk meningkatkan *brand awareness*, *traffic*, *data*, dan *customer* agar lebih optimal.

Fakultas Teknologi Informasi akan meningkatkan intensitas *soft selling* terhadap Program Studi Sistem Informasi dengan membuat *landing page* dan blog Belajarsisfo menggunakan komponen yang berkaitan dengan *digital marketing*. Belajarsisfo merupakan sebuah situs untuk saling berbagi pengetahuan serta tips dan trik seputar dunia Teknologi Informasi. Penelitian ini akan berfokus pada pembuatan *landing page*, blog, konten Instagram dan *Facebook page*. Belajarsisfo menggunakan teknik penjualan *soft selling* yang dibuat dengan tujuan utamanya untuk mendapatkan *leads* dari Program Studi Sistem Informasi, Teknik Informatika, *dual degree*, dan *fast track* di Universitas Kristen Maranatha. Rencana pemasaran untuk Program Studi Sistem Informasi yaitu dengan melakukan promosi *via* media sosial dan *email campaign*. Hasil dari penelitian ini akan dievaluasi menggunakan *Google Analytics*, *Instagram Insight*, *Facebook Insight*, *Facebook*

Pixel, dan *Email Campaign Report* agar dapat disesuaikan dengan target konsumen serta dapat menghasilkan data yang terukur dan akurat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang terdapat dalam pengoptimalisasian *digital marketing* pada Program Studi Sistem Informasi, maka dapat dirumuskan rumusan masalah menjadi sebagai berikut:

1. Bagaimana optimalisasi penerapan *digital marketing* pada Program Studi Sistem Informasi melalui *landing page*, blog dan media sosial?
2. Bagaimana *soft marketing* melalui *landing page*, blog, dan media sosial Belajarsisfo dapat meningkatkan *awareness* terhadap Program Studi Sistem Informasi?
3. Bagaimana analisis perbandingan kinerja media sosial, *landing page* dan blog Belajarsisfo sebelum dan sesudah optimalisasi *digital marketing*?

1.3 Tujuan Pembahasan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas, terdapat beberapa tujuan pembahasan sebagai berikut:

1. Menggunakan metode *soft selling* dan *hard selling* untuk meningkatkan optimalisasi penerapan *digital marketing* pada Program Studi Sistem Informasi.
2. Membuat konten-konten yang menarik seputar Teknologi Informasi dan menyediakan *form* peminatan untuk calon mahasiswa yang tertarik dengan Program Studi Sistem Informasi.
3. Menggunakan *Instagram Insight*, *Facebook Insight* dan *Google Analytics* untuk mengetahui hasil analisis perbandingan kinerja media sosial, *landing page* dan blog Belajarsisfo.

1.4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup yang akan dibahas dalam laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat *landing page* dan blog Belajarsisfo menggunakan WordPress dengan tujuan utamanya untuk mendapatkan *leads* dari Program Studi Sistem Informasi, Teknik Informatika, *dual degree*, dan *fast track*.
2. Membuat konten untuk Instagram Belajarsisfo (*soft selling*) dan simaranatha (*hard selling*), *Facebook page*, *landing page* dan blog.
3. Memasang *Google Analytics* dan pemasaran afiliasi pada *landing page* dan blog.
4. Mengoptimisasi SEO pada *landing page* dan blog.
5. Memasang *Facebook Pixel*, *Facebook Ads* dan *Instagram Ads*.
6. Menggunakan *Email Marketing*.
7. Membuat video testimoni alumni untuk Program Studi Sistem Informasi.
8. Mengupayakan pertumbuhan secara organik pada Instagram.

Periode pelaksanaan dimulai dari tanggal 8 Februari 2021 sampai tanggal 15 Agustus 2021.

1.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan di dalam laporan tugas akhir ini adalah data dari *Google Analytics*, *Instagram Insight*, *Facebook Insight* dan *Email Campaign Report*.

1.6 Sistematika Penyajian

Sistematika pembahasan yang akan digunakan dalam laporan ini adalah sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan pembahasan, ruang lingkup, sumber data, dan sistematika penyajian.

BAB II. KAJIAN TEORI

Bab ini berisi penjelasan mengenai Bidang Ilmu Sistem Informasi, *Digital Marketing*, *Landing Page*, *Blog*, *Social Media Marketing*, *Instagram Ads*, *Facebook Ads*, *Social Media Advertising*, *Affiliate Marketing*, *Content Marketing*, *Google Analytics*, *Search Engine Optimization (SEO)*, dan *Email Marketing*.

BAB III. ANALISIS DAN RANCANGAN SISTEM

Bab ini berisikan sejarah perusahaan, struktur organisasi perusahaan, proses bisnis yang dilakukan dan rancangan sistem yang akan dibuat.

BAB IV. IMPLEMENTASI

Bab ini berisikan proses implementasi *digital marketing* pada Program Studi Sistem Informasi.

BAB V. HASIL

Bab ini berisikan tentang hasil dari implementasi *digital marketing* pada Program Studi Sistem Informasi yang sudah dilakukan sebelumnya.

BAB VI. SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dari laporan dan saran-saran yang bermanfaat untuk pengembangan perusahaan lebih lanjut.

