

BAB III

KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Kegiatan yang dilaksanakan

Digital marketing team merupakan divisi dimana kami ditempatkan yang merupakan bagian dari departemen Desain Grafis dan ditugaskan pada program kuliah kerja lapangan (KKL) ini. Kami bertanggung jawab dalam merencanakan dan mengimplementasikan strategi *digital marketing* terhadap produk yang dimiliki.

Adapun beberapa detail pengerjaan yang kami kerja dan selesaikan antara lain:

1. *Brainstorming* rencana dan strategi *digital marketing* berdasarkan masalah yang dimiliki perusahaan dan kelebihan dari produk yang dimiliki.
2. *Meeting* bersama direktur untuk pengajuan hasil dari ide yang telah dikembangkan.
3. Salah satu permasalahan yang ditemukan adalah sistem pada platform portofolio yang dimiliki belum sepenuhnya mendukung kebutuhan promosi, sehingga langkah awal yang dilakukan adalah menyempurnakan kedua platform *website WordPress* yang dimiliki.
4. Implementasi ide konten untuk keperluan *digital marketing* produk.

3.2 Masalah yang dihadapi selama KKL

CV Trika Media Solusindo adalah perusahaan yang bergerak di bidang digital, khususnya dalam menyediakan platform berbasis website yang ditujukan untuk industri kesehatan dan pendidikan. Dengan fokus pada pengembangan solusi digital, perusahaan telah berhasil menciptakan berbagai sistem yang inovatif dan bermanfaat bagi pelanggan. Namun, meskipun kualitas sistem yang dihasilkan merupakan produk yang layak dengan melalui beberapa pengujian, perusahaan menghadapi tantangan besar dalam memasarkan produknya secara lebih luas. Saat ini, sebagian besar pelanggan yang menggunakan layanan perusahaan hanya berasal dari jaringan relasi atau kenalan pribadi direktur.

Salah satu penyebab utama kesulitan dalam pemasaran adalah kurang optimalnya penggunaan media sosial sebagai alat promosi. CV Trika Media Solusindo memiliki akun media sosial, tetapi pengelolaannya tidak maksimal, dan dapat dikatakan non-aktif. Akibatnya, potensi besar yang seharusnya dapat diraih melalui platform ini untuk menjangkau lebih banyak calon pelanggan tidak termanfaatkan dengan baik. Media sosial seharusnya menjadi salah satu strategi utama dalam meningkatkan visibilitas perusahaan, tetapi tanpa adanya konten yang konsisten dan strategi pemasaran yang terarah, kehadirannya menjadi kurang berdampak.

Selain itu, ketergantungan pada koneksi pribadi direktur untuk mendapatkan pelanggan mencerminkan perlunya strategi pemasaran yang lebih terstruktur dan profesional. Tanpa upaya untuk memperluas jangkauan melalui saluran pemasaran digital seperti iklan berbayar, optimasi mesin pencari (SEO), atau kolaborasi

dengan mitra strategis, CV Trika Media Solusindo berisiko kehilangan peluang untuk berkembang di pasar yang lebih kompetitif.

3.3 Pemecahan Masalah

Berdasarkan masalah yang dihadapi, penulis melakukan beberapa langkah strategis. Salah satu upaya yang dilakukan adalah menyelenggarakan sesi brainstorming secara bersama-sama. Melalui proses ini, penulis berusaha untuk mengeksplorasi ide-ide yang relevan guna merumuskan langkah-langkah yang efektif dalam menciptakan solusi atas permasalahan tersebut.

Setelah ide telah disepakati bersama maka langkah selanjutnya yang penulis ambil adalah dengan mengajukan ide tersebut kepada direktur perusahaan untuk didiskusikan mengenai probabilitas ide tersebut untuk bisa direalisasikan atau tidak.

Dengan demikian, setelah seluruh ide disepakati, penulis melakukan beberapa pengerjaan dalam upaya merealisasikan tujuan-tujuan yang telah ditentukan. Kami melakukan perbaikan beberapa platform digital perusahaan agar lebih siap untuk dipasarkan. Selain itu, kami juga menyusun skema peran dan langkah dalam penawaran untuk memastikan proses pemasaran berjalan efektif, sebagaimana dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel 3. 1 Skema Peran dan Langkah Penawaran

Pihak Terkait	Tugas	Proses	Hasil
Direktur	Memberi Persetujuan ide dan strategi	Mengkaji strategi pemasaran	Keputusan implementasi
Tim Digital Marketing	Merancang strategi pemasaran	Brainstorming ide	Strategi pemasaran yang efektif
Desainer Grafis	Membuat konten visual untuk promosi	Membuat konten Instagram dan YouTube	Meningkatkan kesadaran merek di media sosial

Kami melakukan desain promosi untuk meningkatkan kualitas pemasaran produk adalah membuat desain untuk konten media sosial Instagram. Desain ini mencakup berbagai aspek visual dan informatif untuk mempromosikan produk perusahaan secara efektif. Software yang kami gunakan adalah canva. Canva adalah layanan desain grafis yang ditawarkan secara gratis, dengan kata lain canva merupakan jalan keluar bagi mereka yang ingin membuat desain dengan keperluan social media, branding, printing dan personal use tetapi tidak dapat mengoperasikan Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, maupun CorelDraw. (Shafa et al., 2023). Design terhadap 4 website seperti gambar berikut:

1. Klinik Media



Gambar 3. 1 Design Feed Isntagram Untuk Website Klinik Media

Gambar 3.1 merupakan contoh dari desain feed instagram untuk mempromosikan Website Klinik Media yang disediakan oleh CV Media Trika Solusindo. Website ini merupakan platform Layanan Teknologi Informasi untuk membantu meningkatkan kinerja fasilitas kesehatan, mempermudah administrasi dan pembelajaran di pendidikan, serta mendukung efisiensi dan transparansi instansi pemerintahan.

2. SIM Desa



Gambar 3. 2 Design Feed Isntagram Untuk Website SIM Desa

Gambar 3.2 merupakan contoh dari desain feed instagram untuk mempromosikan Website SIM Desa yang disediakan oleh CV Media Trika Solusindo. Simdes hadir untuk mempermudah pengelolaan desan dengan fitur transparansi, efisien dan pelayanan cepat bagi masyarakat desa.

3. Siakad Media



Gambar 3. 3 Design Feed Isntagram Untuk Website Siakad Media

Gambar 3.3 merupakan contoh dari desain feed instagram untuk mempromosikan Website Klinik Media yang disediakan oleh CV Media Trika Solusindo. Website ini merupakan platform digital yang dirancang untuk mempermudah pengelolaan data akademik mahasiswa dan administrasi kampus.

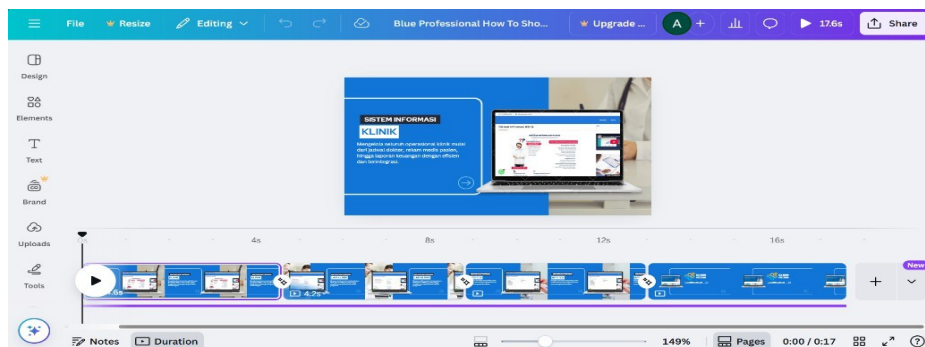
4. Tracer Alumni



Gambar 3. 4 Design Feed Isntagram Untuk Website Tracer Alumni

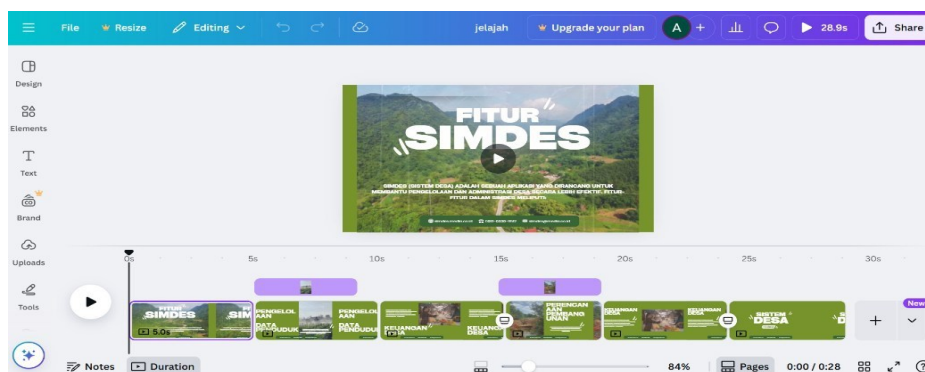
Gambar 3.4 merupakan contoh dari desain feed instagram untuk mempromosikan Website Klinik Media yang disediakan oleh CV Media Trika Solusindo. Website ini merupakan platform untuk mengetahui kualitas pendidikan yang diberikan dan memperbaiki program studi dan kurikulum agar lebih sesuai dengan kebutuhan pasar kerja.

Kemudian salah satu upaya yang penulis lakukan agar dapat meningkatkan *awereness* masyarakat terhadap produk yang perusahaan miliki adalah dengan membuat konten yang dipublikasi pada media *youtube*. Berikut beberapa konten yang dibuat, menampilkan berbagai fitur dari produk yang ditawarkan oleh perusahaan:



Gambar 3. 5 Desain Reels Klinik Media Instagram.

Gambar 3.5 merupakan contoh dari desain reels instagram untuk mempromosikan Website Klinik Media yang disediakan oleh CV Media Trika Solusindo. Software yang digunakan untuk pembuatan reels instagram adalah canva.



Gambar 3. 6 Desain Reels Instagram SIM Desa.

Gambar 3.6 merupakan contoh dari desain reels instagram untuk mempromosikan Website Klinik Media yang disediakan oleh CV Media Trika Solusindo. Software yang digunakan adalah canva.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Setelah menyelesaikan program kuliah kerja lapangan (KKL) selama 4 pekan, penulis menyimpulkan bahwa program ini memberikan manfaat yang signifikan dalam pengembangan kemampuan teknis, khususnya di bidang teknologi informasi dan digital marketing. Penulis mendapatkan pengalaman langsung dalam pengelolaan platform digital perusahaan, pembuatan konten promosi, serta penerapan strategi pemasaran digital melalui media sosial dan video. Pengalaman ini sangat membantu dalam memahami kebutuhan industri serta meningkatkan keterampilan praktis yang relevan dengan dunia kerja. Penulis juga berpendapat bahwa program ini merupakan program yang sebaiknya dipertahankan sebagai upaya institusi pendidikan menyediakan wadah bagi mahasiswa dalam meningkatkan relevansi kemampuan mereka dengan keperluan industri terhadap lulusan perguruan tinggi tingkat strata satu (S1).

4.2 Saran

Besar harapan pada pihak universitas untuk bisa meningkatkan seluruh sistem program kuliah kerja lapangan (KKL) secara keseluruhan. Utamanya adalah dari segi penyediaan informasi bagi calon peserta kuliah kerja lapangan (KKL). Responsifitas pihak terkait sangat diperlukan mahasiswa dalam meningkatkan peluang keberhasilan keberlangsungan program kuliah kerja lapangan (KKL) yang dilakukan oleh mahasiswa. Penulis memiliki aspirasi terhadap pihak CV Trika

Media Solusindo agar bisa meningkatkan kualitas dari produk perusahaan. Penulis menyarankan untuk bisa meningkatkan analisis terhadap kebutuhan pasar agar bisa lebih mudah menentukan media pemasaran yang cocok bagi calon *client* Perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alboaouh, K. (2018). The Gap between Engineering Schools and Industry: A Strategic Initiative. *Proceedings - Frontiers in Education Conference, FIE, 2018-Octob.* <https://doi.org/10.1109/FIE.2018.8659314>
- PPK. (2022). *Pedoman Penulisan Laporan Kuliah Kerja Lapangan (KKL), Universitas Dipa Makassar.*
- Spang, D. I. (2014). Curriculum design and assessment to address the industry skills gap. *ASEE Annual Conference and Exposition, Conference Proceedings.* <https://doi.org/10.18260/1-2--20236>
- Shafa, A., Jurusan, F., Niaga, A., Div, P., Pemasaran, M., Malang, P. N., Fauzi, A., & Niaga, J. A. (2023). Perancangan Feed Instagram Sebagai Media Iklan Berbasis Aplikasi Canva Pada Kopi Probio+ Malang. *Jurnal Sains Student Research, 1*(2). <https://doi.org/10.61722/jssr.v1i2.371>

LAMPIRAN

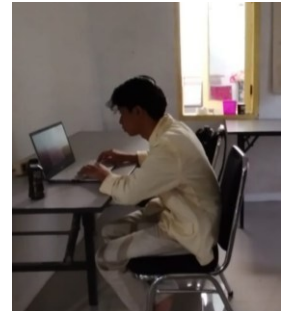
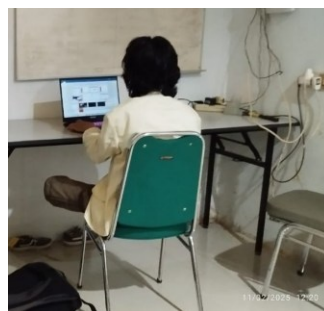
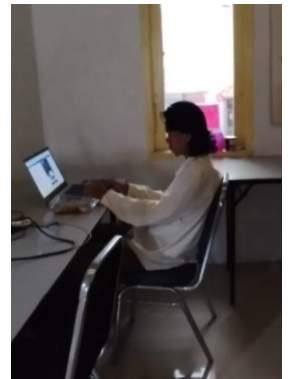
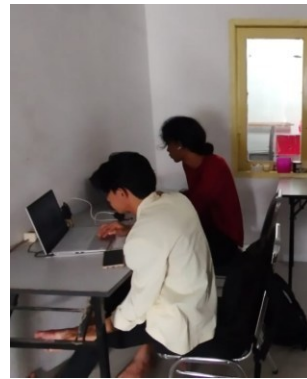
Dokumentasi Kegiatan



Penandatanganan surat berita acara KKL



Penerimaan KKL



Kegiatan KKL

