



**BRANDING MELALUI MEDIA ONLINE PADA  
PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN  
INFORMATIKA INSTITUT BISNIS DAN  
INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**



**DIII Komputerisasi Perkantoran dan Kesekretariatan**

**Oleh:**

**RIZKAA MARIITSA ZAIN**

**12390150007**

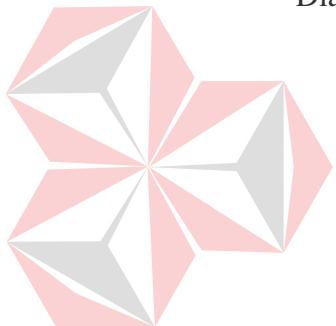
---

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA  
2015**

**BRANDING MELALUI MEDIA ONLINE PADA  
PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN INFORMATIKA  
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM  
SURABAYA**

**WORKSHOP**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menempuh  
Proyek Akhir



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

Oleh:

Nama : RIZKAA MARIITSA ZAIN

NIM : 12.39015.0007

Program : DIII (Diploma Tiga)

Jurusan : Komputerisasi Perkantoran dan Kesekretariatan

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**

**2015**

**BRANDING MELALUI MEDIA ONLINE PADA  
PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN INFORMATIKA  
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**

dipersiapkan dan disusun oleh

**Rizkaa Mariitsa Zain**

**NIM : 12.39015.0007**

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh Dewan Penguji  
pada : 16 Januari 2015

**Susunan Dewan Pembimbing dan Penguji**

**Pembimbing**

**I. Titik Lusiani, M.Kom., OCP**

NIDN. 0714077401

---



**Penguji**

**I. Ayuningtyas, S.Kom., M.MT., MOS**

NIDN.0722047801

---

**II. Titik Lusiani, M.Kom., OCP**

NIDN. 0714077401

---

**III. Marva Mujavana, S.S., M.M.**

NIDN. 0727038201

---

*Workshop* ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
menempuh Proyek Akhir

---

**Ayuningtyas, S.Kom., M.MT., MOS**

**Kepala Program Studi DIII Komputerisasi Perkantoran dan  
Kesekretariatan**

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**



*Anda yang sekarang adalah cerminan Anda di masa depan.*

UNIVERSITAS  
**Dinamika**  
*Be Your Self.*  
**-RIZKAA MARIITSA ZAIN-**

## ABSTRAK

Branding merupakan kegiatan yang penting dilakukan oleh bagian Program Studi DIII Manajemen Informatika. Program Branding Prodi yang dilakukan berupa pengembangan media online pada Blog Prodi dengan mengupdate semua kegiatan atau informasi yang berkaitan dengan Prodi DIII MI. Kelengkapan informasi akan membuat pengunjung blog merasa puas. Namun disaat proses branding berlangsung menjumpai beberapa kendala. Kendala tersebut dapat berupa Tampilan blog yang kurang menarik, penataan pada *widget blog* yang tidak rapi, penggunaan tema tidak sesuai, serta kurangnya media online untuk proses branding. Agar masalah tersebut dapat diatasi, branding dapat dilakukan dengan memperbaiki blog dan menambah beberapa media online. Media tersebut meliputi Page Facebook, Twitter, YouTube. Dengan adanya media-media tersebut secara tidak langsung dapat membantu meningkatkan citra positif di masyarakat karena media yang menggunakan online, informasi akan cepat tersebar dan meluas. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah berdasarkan hasil Stikom Award kategori Program Studi, Blog Prodi DIII MI dapat meningkat dari peringkat 6 ke peringkat 5, serta dapat membuat media online bagian Program Studi DIII Manajemen Informatika.



## **ABSTRACT**

*Branding is an activity important done by the piece course of study Programs DIII informatics management. Branding done in form of development online media on the blogs majors and updating with all activity or information related to Study programs DIII Informatics management. Completeness information will makes visitors blog are satisfied. But when the process of branding we encounter lasting several obstacles. The obstacles be either blog appearance less interesting, the arrangement of that widget blog not neat, use theme not conforming, and lack of online media to the process of branding. To address the problem branding can be done by improving blog and add some online media. Media include page facebook, twitter, youtube. With the medias the indirectly can help improve positive image in society because the media that uses online, information will quickly scattered and spread. The result of this research is capable of understanding activities branding good at the course of study DIII Informatics Management.*

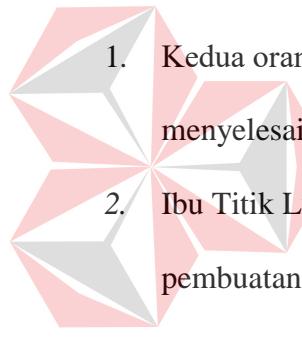


**Keywords :** Branding, Online Media, DIII Informatics Management

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan rasa syukur kehadirat Allah SWT yang dengan rahmat dan inayah-Nya, laporan *Workshop* ini telah selesai penulis susun dengan baik dan merupakan persyaratan untuk mengikuti Proyek Akhir Program Studi Diploma III Komputerisasi Perkantoran Dan Kesekretariatan Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

Laporan ini penulis susun berdasarkan hasil tugas *Workshop* pada bagian Program Studi DIII Manajemen Informatika Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya yang dilaksanakan dari tanggal 1 Juli 2014 sampai dengan 5 September 2014. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

- 
- UNIVERSITAS  
Dinamika
1. Kedua orang tua yang memberi dukungan dan do'a sehingga penulis berhasil menyelesaikan penulisan laporan dengan lancar.
  2. Ibu Titik Lusiani, M.Kom., OCP sebagai pembimbing dalam pelaksanaan dan pembuatan laporan *Workshop*.
  3. Ibu Marya Mujayana, S.S., M.M. sebagai dosen penguji laporan *Workshop*.
  4. Ibu Ayuningtyas, S.Kom., M.MT., MOS sebagai Kepala Program Studi DIII Komputerisasi Perkantoran dan Kesekretariatan yang telah memberikan ijin *Workshop*.
  5. Dosen-dosen yang berada pada tempat workshop bagian Program Studi DIII Manajemen Informatika.
  6. A. Bella Jenylya Cheniarno dalam membantu kesempurnaan penggunaan bahasa dan susunan pada laporan *Workshop* ini.

7. Semua teman-teman seperjuangan Program Studi DIII Komputerisasi Perkantoran dan Kesekretariatan yang saling memberi dukungan dan semangat untuk lulus dan wisuda bersama.

Semoga Allah SWT membala segala kebaikan kepada semua pihak yang telah berkenan memberikan waktunya untuk membimbing penulis, sehingga penulis dapat mendapatkan tambahan ilmu dan informasi.

Penulis mengharapkan masukan, saran serta kritik untuk lebih menyempurnakan dalam penulisan laporan selanjutnya, besar harapan penulis agar laporan ini bisa dimanfaatkan untuk pembaca sebagai tambahan ilmu dalam mempelajari bagaimana *Workshop* dan cara penulisan laporannya. Mohon maaf sebesar-besarnya penulis sampaikan jika ada kekurangan dalam penulisan.



Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah .....	2
1.4 Tujuan .....	2
1.5 Sistematika Penulisan .....	3
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	5
2.1 Gambaran Umum Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya	5
2.1.1 Sejarah.....	5
2.1.2 Visi dan Misi .....	9
2.1.3 Komitmen.....	9
2.1.4 Logo STIKOM Surabaya .....	10
2.1.5 Struktur Organisasi STIKOM Surabaya.....	10
2.2 Gambaran Umum Program Studi DIII Manajemen Informatika Institut Bisnis dan informasi Stikom Surabaya.....	13
2.2.1 Visi dan Misi .....	13
2.2.2 Tujuan.....	13
2.2.3 Kompetensi Kelulusan .....	14
2.2.4 Lokasi, Tempat dan Waktu terlaksananya <i>Workshop</i> .....	15
BAB III LANDASAN TEORI.....	15
3.1 Branding.....	16
3.2 Menulis .....	17
3.3 Multimedia.....	18
1.3.1 Komponen Multimedia.....	19
ix	
3.3.3 Merancang warna dalam multimedia .....	23

3.3.4 Merancang kontras nilai dalam multimedia .....	24
3.3.5 Merancang ilustrasi simbol dalam multimedia.....	25
3.4 Tampilan WordPress.....	25
3.4.1 Mengenal dunia WordPress.....	25
3.4.2 Sejarah WordPress .....	26
3.4.3 Optimasi Konten.....	27
3.4.4 Optimasi Image .....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	29
4.1 Metode Pelaksanaan .....	29
4.2 Metode Penulisan.....	30
4.3 Proses Branding Program studi DIII Manajemen Informatika .....	30
4.4 Pengoptimalan Media Online pada bagian Prodi DIII MI.....	32
BAB V PENUTUP.....	71
5.1 Kesimpulan .....	71
5.2 Saran .....	72
DAFTAR PUSTAKA .....	73
LAMPIRAN .....	73



UNIVERSITAS  
**Dinamika**

## **DAFTAR TABEL**

	Halaman
Table 2. 1 Tabel Sejarah Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya .....	7
Table 4. 1 Daftar kegiatan selama Workshop.....	29



## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Logo Stikom Surabaya .....	10
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Stikom Surabaya .....	12
Gambar 4. 1 Alur Proses Branding .....	32
Gambar 4. 2 Menu <i>Appeareance</i> .....	35
Gambar 4. 3 Macam-macam pilihan tema di Wordpress .....	35
Gambar 4. 4 Tampilan <i>customize</i> tema .....	36
Gambar 4. 5 Pengaturan <i>header</i> logo.....	36
Gambar 4. 6 Tampilan <i>header</i> logo .....	37
Gambar 4. 7 Pengaturan <i>slider</i> .....	37
Gambar 4. 8 Tampilan <i>slider</i> di Wordpress .....	38
Gambar 4. 9 Pengaturan widget Wordpress.....	39
Gambar 4. 10 Lokasi penempatan widgets .....	40
Gambar 4. 11 Penampilan widgets yang tidak aktif.....	40
Gambar 4. 12 Hasil widget yang sudah di <i>drag</i> dan <i>drop</i> .....	41
Gambar 4. 13 <i>Right sidebar</i> widgets.....	41
Gambar 4. 14 <i>Footer sidebar</i> widgets.....	42
Gambar 4. 15 Pengaturan sub menu .....	43
Gambar 4. 16 Menampilkan semua post.....	43
Gambar 4. 17 Tampilan <i>Quick Edit</i> pada post .....	44
Gambar 4. 18 Pilihan sub menu .....	44
Gambar 4. 19 Tampilan menu dan sub menu pada Website .....	45
Gambar 4. 20 <i>Editing</i> tulisan .....	45
Gambar 4. 21 Penggunaan <i>page break</i> pada tulisan .....	46

Gambar 4. 22 Memposting tulisan .....	47
Gambar 4. 23 Tampilan artikel/tulisan.....	47
Gambar 4. 24 Menambahkan link .....	48
Gambar 4. 25 Menambahkan link .....	48
Gambar 4. 26 Tampilan link yang telah jadi.....	49
Gambar 4. 27 Tampilan membuat halaman baru .....	49
Gambar 4. 28 Pilihan jenis halaman .....	50
Gambar 4. 29 Identitas halaman.....	50
Gambar 4. 30 Tampilan info halaman.....	51
Gambar 4. 31 menambahkan informasi lebih lanjut .....	52
Gambar 4. 32 Beberapa album yang telah dibuat .....	52
Gambar 4. 33 Pemberian informasi/deskripsi singkat mengenai album.....	53
Gambar 4. 34 Video profil MI yang telah diunggah .....	53
Gambar 4. 35 Tampilan sampul MI .....	54
Gambar 4. 36 Pengurus-pengurus halaman MI.....	54
Gambar 4. 37 Tampilan informasi mengenai Prodi DIII MI .....	55
Gambar 4. 38 Perkembangan kiriman/postingan perminggu.....	55
Gambar 4. 39 Jangkauan setiap kiriman posting .....	56
Gambar 4. 40 <i>Feedback</i> dari halaman MI.....	56
Gambar 4. 41 Respons untuk page MI.....	57
Gambar 4. 42 Tampilan twitter Prodi DIII Mi .....	58
Gambar 4. 43 Followers twitter prodi DIII MI .....	58
Gambar 4. 44 Pengaturan informasi twitter Prodi DIII MI.....	59
Gambar 4. 45 Pengaturan <i>background</i> twitter .....	60

Gambar 4. 46 Tampilan beranda di twitter .....	60
Gambar 4. 47 Posting sertifikasi internasional Prodi MI .....	61
Gambar 4. 48 Posting video profil kegiatan MI.....	61
Gambar 4. 49 Respon dari followers.....	62
Gambar 4. 50 Sign in ke twitter prodi MI.....	63
Gambar 4. 51 Informasi prodi DIII MI di dalam prezi .....	63
Gambar 4. 52 Prezi berisi konten fasilitas dari Prodi DIII MI.....	64
Gambar 4. 53 Prezi berisi konten gallery kegiatan Prodi DIII MI .....	64
Gambar 4. 54 Prezi berisi konten video profil dan kegiatan .....	65
Gambar 4. 55 Prezi berisi konten media sosial .....	65
Gambar 4. 56 Publikasi Prezi.....	66
Gambar 4. 57 Share Prezi DIII MI.....	66
Gambar 4. 58 Prezi ditautkan ke Wordpress.....	67
Gambar 4. 59 Sign in ke YouTube.....	68
Gambar 4. 60 Upload video prodi DIII MI .....	68
Gambar 4. 61 Proses mengunggah video.....	69
Gambar 4. 62 Video MI yang telah diunggah.....	69
Gambar 4. 63 Video profil DIII MI dengan jumlah tayang .....	70
Gambar 4. 64 Respon pengunjung pada <i>comment</i> video .....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Foto Ruangan.....	74
Lampiran 2 Daftar Hadir Kegiatan Workshop.....	76

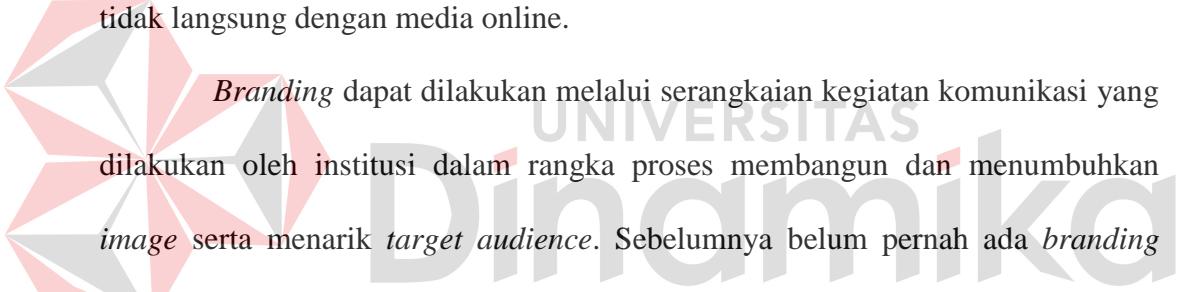


## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Daya tarik masyarakat Indonesia akan nampak pada sebuah pengaruh *branding* yang diberikan disuatu tempat. Sehingga kegiatan *branding* bagi mahasiswa Program Studi DIII Manajemen Informatika (Prodi DIII MI) Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya perlu dilakukan untuk memberikan *branding* positif kepada masyarakat serta memperkenalkan Prodi DIII MI secara tidak langsung dengan media online.



*Branding* dapat dilakukan melalui serangkaian kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh institusi dalam rangka proses membangun dan menumbuhkan *image* serta menarik *target audience*. Sebelumnya belum pernah ada *branding* pada Prodi MI, dan salah satu media online untuk branding (Blog) belum dilakukan dan dikelola dengan baik, sehingga pencitraan dari dalam prodi ini masih kurang dikenal di masyarakat umum.

Berdasarkan uraian di atas, maka perlu dilakukan penyampaian informasi kepada masyarakat dengan branding yang tepat menggunakan media online, serta memperkenalkan kepada masyarakat umum dengan memahami seluruh informasi yang telah disampaikan melalui komunikasi visual dan verbal. Kegiatan branding dapat dilakukan dengan meng-*update* berbagai informasi serta kegiatan yang sedang atau akan berlangsung pada Blog Prodi DIII MI. Informasi yang disampaikan pada masyarakat juga perlu didasari desain yang menarik dan cara

penyampaian informasi agar masyarakat dapat menerima komunikasi yang diberikan dengan baik.

Beberapa institusi berupaya menciptakan *branding*, khususnya pada Prodi DIII MI STIKOM Surabaya dengan Proses *branding* secara berkesinambungan sehingga pencitraan positif tertanam dalam benak masyarakat. Hal ini membuktikan bahwa *branding* perlu dilakukan oleh khalayak yang ingin membangun dan menguatkan *brand* ditempatnya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan perumusan masalah yaitu bagaimana *branding* Prodi MI melalui media online seperti blog, facebook, twitter, Google+, Prezi, tersampaikan kepada masyarakat dengan baik.



Batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Branding Prodi DIII Manajemen Informatika Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya dengan pembuatan Blog Prodi, Media Sosial lainnya seperti Page di Facebook dan twitter.
- b. Penulisan berita atau kegiatan pada blog Prodi DIII Manajemen Informatika Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

## 1.4 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan *branding* yang tepat melalui media online pada bagian Program Studi DIII Manajemen Informatika Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

## 1.5 Sistematika Penulisan

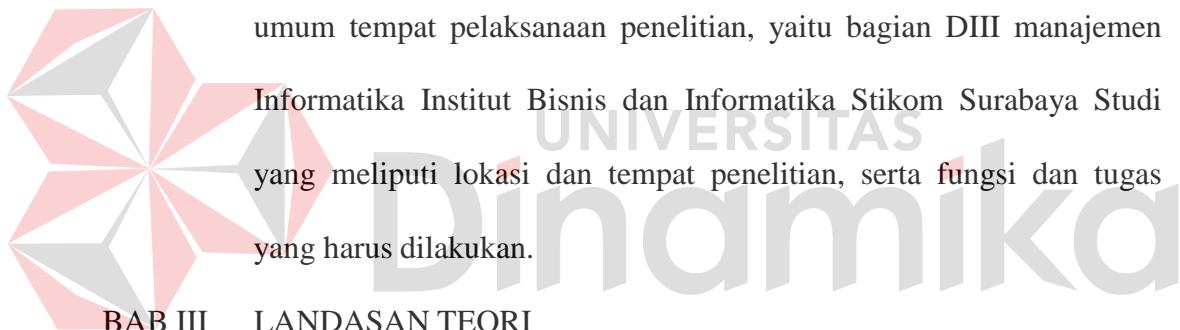
Sistem penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

Membahas mengenai latar belakang permasalahan dalam penulisan penelitian yang ada pada bagian Prodi DIII manajemen Informatika, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan, dan sistematika penulisan.

### BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Membahas tentang gambaran umum STIKOM Surabaya, visi dan misi, yang meliputi sejarah dan struktur organisasi, serta gambaran umum tempat pelaksanaan penelitian, yaitu bagian DIII manajemen Informatika Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya Studi yang meliputi lokasi dan tempat penelitian, serta fungsi dan tugas yang harus dilakukan.



### BAB III LANDASAN TEORI

Membahas tentang landasan teori mengenai branding, menulis, dan media online yang digunakan sebagai penunjang dan pendukung dalam menyelesaikan tugas selama penelitian hingga menyelesaikan penelitian.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan membahas tentang uraian tugas-tugas yang dikerjakan selama penelitian, masalah dan alternatif pemecahan masalah yang dihadapi dan juga berisi hasil-hasil penelitian serta pembahasan yang dikerjakan selama melakukan penelitian secara

detail pada Branding Prodi DIII Manajemen Informatika Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

## BAB V PENUTUP

Membahas tentang kesimpulan dari kegiatan yang dilakukan pada bagian branding prodi DIII Manajemen Informatika Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya serta saran dari penulis kepada bagian yang dibahas dan menjadi solusi agar dapat dikembangkan dengan lebih baik dan diharapkan pula dapat bermanfaat bagi pembaca.



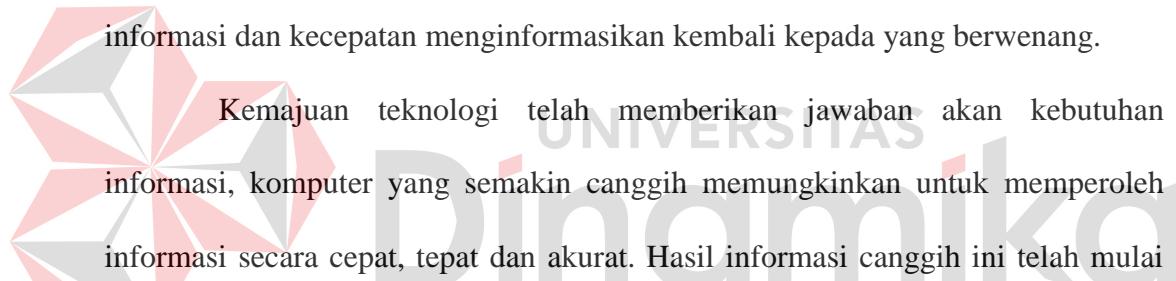
## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Gambaran Umum Stikom Surabaya**

##### **2.1.1 Sejarah**

Di tengah kesibukan derap Pembangunan Nasional, kedudukan informasi semakin penting. Hasil suatu pembangunan sangat ditentukan oleh materi informasi yang dimiliki oleh suatu negara. Kemajuan yang dicitakan oleh suatu pembangunan akan lebih mudah dicapai dengan kelengkapan informasi. Cepat atau lambatnya laju pembangunan ditentukan pula oleh kecepatan memperoleh informasi dan kecepatan menginformasikan kembali kepada yang berwenang.



Kemajuan teknologi telah memberikan jawaban akan kebutuhan informasi, komputer yang semakin canggih memungkinkan untuk memperoleh informasi secara cepat, tepat dan akurat. Hasil informasi canggih ini telah mulai menyentuh kehidupan kita. Penggunaan dan pemanfaatan komputer secara optimal dapat memacu laju pembangunan. Kesadaran tentang hal inilah yang menuntut pengadaan tenaga-tenaga ahli yang terampil untuk mengelola informasi, dan pendidikan adalah salah satu cara yang harus ditempuh untuk memenuhi kebutuhan tenaga tersebut.

Atas dasar pemikiran inilah maka untuk **pertama kalinya** di wilayah Jawa Timur dibuka Pendidikan Tinggi Komputer, Akademi Komputer & Informatika Surabaya (AKIS) pada tanggal **30 April 1983** oleh Yayasan Putra Bhakti.

Ini ditetapkan berdasar Surat Keputusan Yayasan Putra Bhakti No. 01/KPT/PB/III/1983. Tokoh pendirinya pada saat itu sebagai berikut:

1. Laksda. TNI (Purn) Mardiono
2. Ir. Andrian A. T
3. Ir. Handoko Anindyo
4. Dra. Suzana Surojo
5. Dra. Rosy Merianti, Ak

Kemudian berdasarkan rapat BKLPTS yang diadakan pada tanggal 2-3 Maret 1984, kepanjangan AKIS diubah menjadi Akademi Manajemen Informatika & Komputer Surabaya yang bertempat di jalan Ketintang Baru XIV/2 Surabaya. Tanggal **10 Maret 1984** memperoleh Ijin Operasional penyelenggaraan program Diploma III Manajemen Informatika dengan surat keputusan nomor: 061/Q/1984 dari Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi (Dikti) melalui Koordinator Kopertis Wilayah VII. Kemudian pada tanggal **19 Juni 1984** AKIS memperoleh status TERDAFTAR berdasar surat keputusan Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi (Dikti) nomor: 0274/O/1984 dan kepanjangan AKIS berubah lagi menjadi Akademi Manajemen Informatika & Teknik Komputer Surabaya. Berdasar SK Dirjen DIKTI nomor: 45/DIKTI/KEP/1992, status DIII Manajemen Informatika dapat ditingkatkan menjadi DIAKUI.

Waktu berlalu terus, kebutuhan akan informasi juga terus meningkat. Untuk menjawab kebutuhan tersebut AKIS ditingkatkan menjadi Sekolah Tinggi dengan membuka program studi Strata 1 dan Diploma III jurusan Manajemen Informatika. Pada tanggal **20 Maret 1986** nama **AKIS** berubah menjadi **STMIK STIKOM SURABAYA**, singkatan dari Sekolah Tinggi Manajemen

Informatika & Teknik Komputer Surabaya berdasarkan Surat Keputusan Yayasan Putra Bhakti nomor: 07/KPT/PB/03/86, yang selanjutnya memperoleh STATUS TERDAFTAR pada tanggal 25 Nopember 1986 berdasarkan Keputusan Mendikbud nomor: 0824/O/1986 dengan menyelenggarakan pendidikan S1 dan DIII Manajemen Informatika. Di samping itu STMIK STIKOM SURABAYA juga melakukan pembangunan gedung Kampus baru di jalan Kutisari 66 yang saat ini menjadi Kampus II STMIK STIKOM SURABAYA. Peresmian gedung tersebut dilakukan pada tanggal 11 Desember 1987 oleh Gubernur Jawa Timur, Bapak Wahono pada saat itu. Sejarah singkat tentang STMIK STIKOM Surabaya dapat dilihat pada Tabel 2.1

Tabel 2. 1 Tabel Sejarah Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya

No.	Tanggal	Kejadian/Peristiwa
1.	19 Juni 1984	AKIS membuka program DIII Manajemen Informatika
2.	20 Maret 1986	AKIS membuka program S1 Manajemen Informatika
3.	30 Maret 1986	AKIS ditingkatkan menjadi Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Teknik Komputer Surabaya (STMIK STIKOM SURABAYA)
4.	1990	Membuka bidang studi DI Program Studi Komputer Keuangan / Perbankan
5.	1 Januari 1992	Membuka Program S1 jurusan Teknik Komputer. Pada <b>13 Agustus 2003</b> , Program Studi Strata 1 Teknik Komputer berubah nama menjadi Program Studi Strata 1 Sistem Komputer.
6.	1 November 1994	Membuka program studi DI Komputer Grafik Multimedia
7.	Mei 1998	STMIK STIKOM SURABAYA membuka tiga program pendidikan baru sekaligus, yaitu: <ol style="list-style-type: none"> <li>(DII Komputer Grafis Cetak)</li> <li>(DIII) Komputer Sekertaris &amp; Perkantoran Modern.</li> <li>DI Jaringan Komputer</li> </ol>
8.	Juni 1999	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pemisahan program studi DI Grafik Multimedia menjadi program studi DI Grafik dan program studi DI Multimedia</li> <li>Perubahan program studi DII Grafik Multimedia menjadi program studi DII Multimedia.</li> </ol>

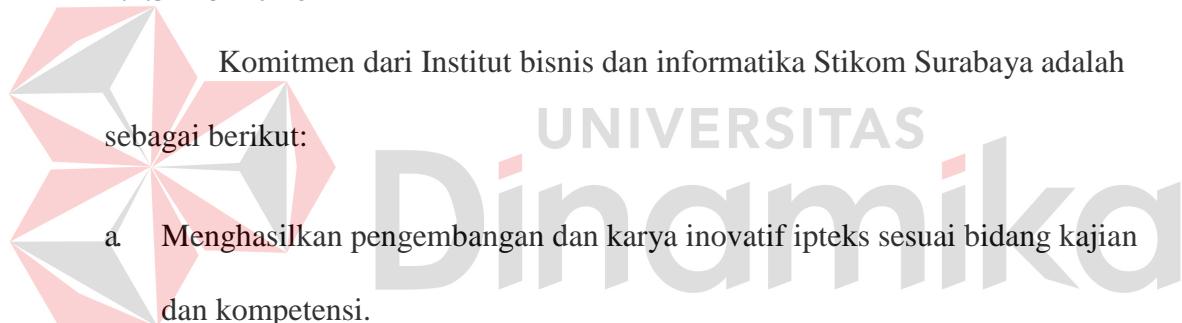
No.	Tanggal	Kejadian/Peristiwa
9.	2 September 2003	Membuka Program Studi DIII Komputer Percetakan & Kemasan (Program Studi DIII Komputer Grafis dan Cetak).
10.	3 Maret 2005	Membuka Program Studi Diploma III Komputer Akuntansi.
11.	20 April 2006	Membuka bidang studi DIV Program Studi Komputer Multimedia.
12.	8 Nopember 2007	Membuka program studi S1 Desain Komunikasi Visual
13.	2009	Membuka program studi S1 Sistem Informasi dengan Kekhususan Komputer Akuntansi
14.	2014	<p>Berdasarkan Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No 378/E/O/2014 tanggal 4 September 2014 maka STIKOM Surabaya resmi berubah bentuk menjadi Institut dengan nama Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.</p> <p>Program studi yang diselenggarakan oleh Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya adalah sebagai berikut:</p> <p>Fakultas Ekonomi dan Bisnis:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Program Studi S1 Akuntansi</li> <li>2. Program Studi S1 Manajemen</li> <li>3. Program Studi DIII Komputer Perkantoran &amp; Kesekretariatan</li> </ol> <p>Fakultas Teknologi dan Informatika:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Program Studi S1 Sistem Informasi</li> <li>2. Program Studi S1 Sistem Komputer</li> <li>3. Program Studi S1 Desain dan Komunikasi Visual</li> <li>4. Program Studi S1 Desain Grafis</li> <li>5. Program Studi DIV Komputer Multimedia</li> <li>6. Program Studi DIII Manajemen Informatika</li> <li>7. Program Studi DIII Komputer Grafis &amp; Cetak</li> </ol>

### 2.1.2 Visi dan Misi

Visi dari Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya ialah menjadi perguruan tinggi yang berkualitas, unggul, dan terkenal, sedangkan Misi dari Stikom Surabaya itu sendiri ialah sebagai berikut:

- a. Mengembangkan ipteks sesuai dengan kompetensi.
- b. Membentuk SDM yang profesional, unggul dan berkompetensi.
- c. Menciptakan corporate yang sehat dan produktif.
- d. Meningkatkan kepedulian sosial terhadap kehidupan bermasyarakat.
- e. Menciptakan lingkungan hidup yang sehat dan produktif.

### 2.1.3 Komitmen



#### **2.1.4 Logo Stikom Surabaya**

Logo Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya dapat dilihat pada Gambar 2.1



Gambar 2.1 Logo Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya  
([Http://www.stikom.edu](http://www.stikom.edu))



#### **2.1.5 Struktur Organisasi Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya**

Stikom Surabaya adalah sebuah organisasi yang berada di bawah naungan Yayasan Putra Bhakti. Pelaksanaan organisasi di STIKOM Surabaya dipimpin oleh Ketua Stikom Surabaya. Ketua Stikom Surabaya sendiri di bantu oleh 3 orang Pembantu Ketua, dimana masing-masing Pembantu Ketua bertanggung jawab terhadap bidang yang ada di bawahnya, yakni:

- a. Wakil Rektor I (Bidang Akademik),
- b. Wakil Rektor II (Bidang Sumber Daya),
- c. Wakil Rektor III (Bidang Kemahasiswaan dan Alumni).

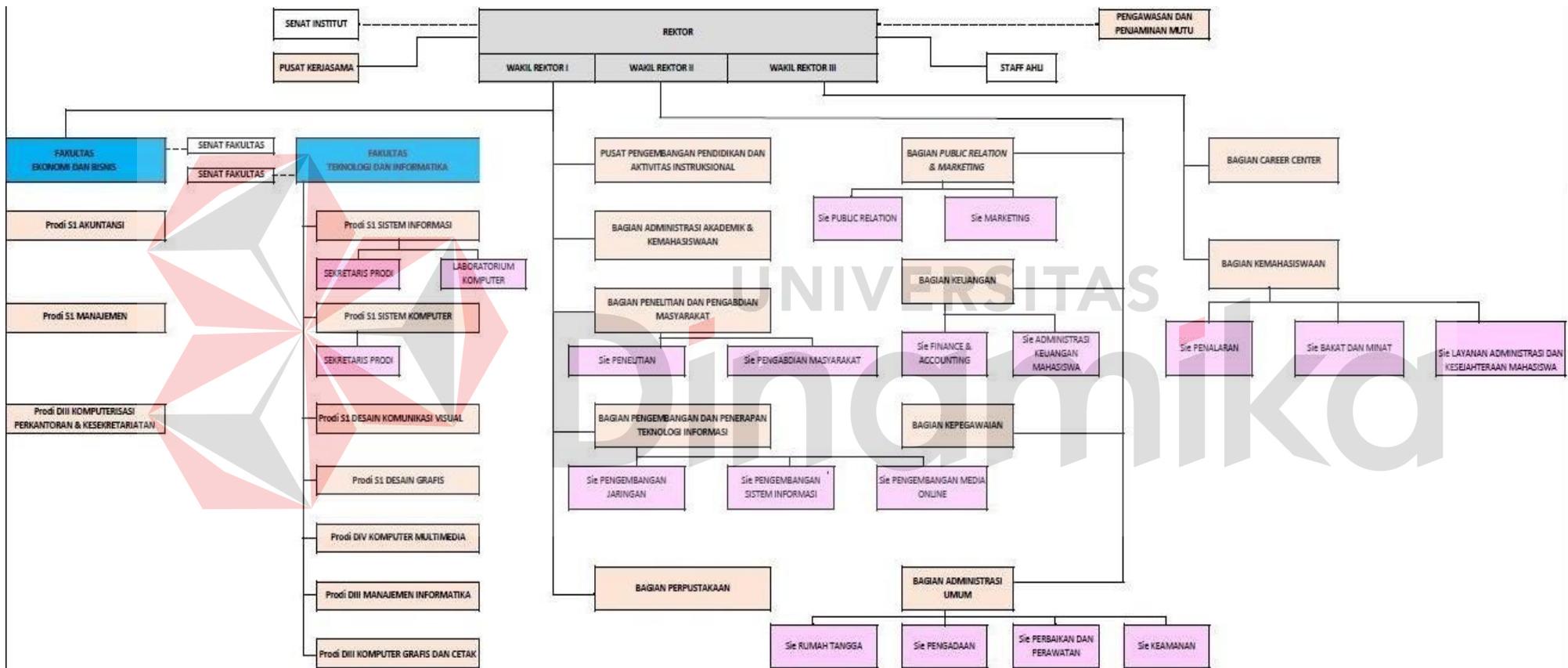
#### **2.1.6 Departemen / Unit**

Dalam operasionalnya Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya dibagi menjadi beberapa departemen. Masing-masing departemen

bertanggungjawab terhadap spesifikasi pekerjaan tertentu. Dengan demikian diharapkan kinerja seluruh karyawan dapat optimal. Departemen tersebut meliputi:

- a. PSDM (Pengembangan Sumber Daya Manusia)
- b. AAK (Administrasi Akademik & Kemahasiswaan)
- c. AU (Administrasi Umum)
- d. Hubungan Antar Instansi
- e. Kemahasiswaan
- f. Keuangan
- g. Penerimaan Mahasiswa Baru (Penmaru)
- h. Pengembangan & Penerapan TI
- i. Pengembangan Media *Online*
- j. Pusat Penjaminan Mutu
- k. Pusat Pengabdian Masyarakat
- l. Laboratorium Komputer
- m. Hubungan Masyarakat
- n. Perpustakaan
- o. SSI (Solusi Sistem Informasi)
- p. Staf Ahli
- q. Sekretaris Lembaga
- r. Stikom *Career Center& Alumni*

Struktur Organisasi Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya dapat dilihat pada Gambar 2.2



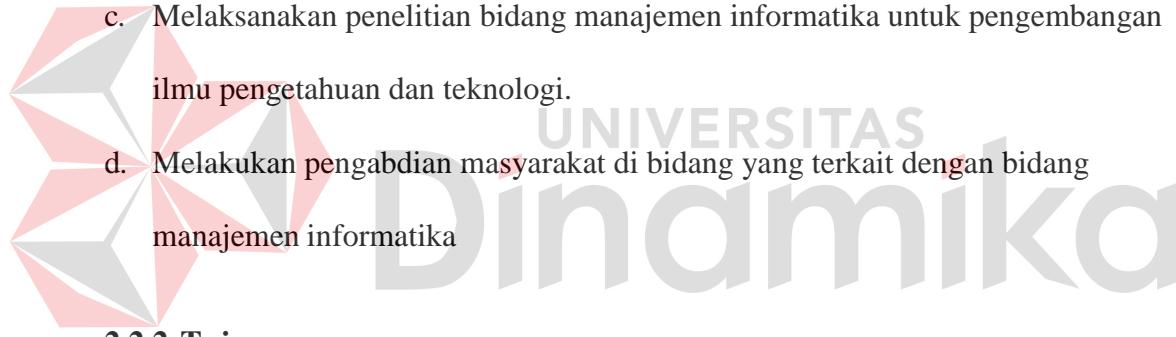
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Stikom Surabaya  
[Http://www.stikom.edu](http://www.stikom.edu)

## 2.2 Gambaran Umum Program Studi DIII Manajemen Informatika Stikom Surabaya

### 2.2.1 Visi dan Misi

Visi dari program Studi DIII Manajemen Informatika adalah Menjadi Program Studi yang berkualitas dalam mengembangkan sumber daya manusia (SDM) yang unggul dalam bidang manajemen informatika, sedangkan Misi dari program Studi DIII manajemen Informatika ialah sebagai berikut:

- a. Menyelenggarakan pendidikan manajemen informatika yang berkualitas, efektif dan efisien dengan mengacu pada kurikulum berbasis kompetensi.
- b. Membentuk SDM yang mandiri, Professional dan berkompeten di bidangnya.
- c. Melaksanakan penelitian bidang manajemen informatika untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.
- d. Melakukan pengabdian masyarakat di bidang yang terkait dengan bidang manajemen informatika



### 2.2.2 Tujuan

Tujuan Program Studi DIII Manajemen Informatika yaitu:

- a. Menghasilkan lulusan yang memiliki pengetahuan dan keterampilan professional untuk merancang dan membangun sistem informasi yang sesuai dengan bidang manajemen informatika.
- b. Menghasilkan lulusan yang memiliki jiwa kewirausahaan yang unggul serta berperilaku yang berpegang pada etika profesi dan mempunyai kemampuan berjejaring.
- c. Menciptakan atmosfir akademik yang kondusif.

- d. Mengembangkan penelitian dan pengabdian pada masyarakat untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.

### **2.2.3 Kompetensi Kelulusan**

Kompetensi kelulusan pada bagian Program Studi DIII Manajemen Informatika adalah sebagai berikut:

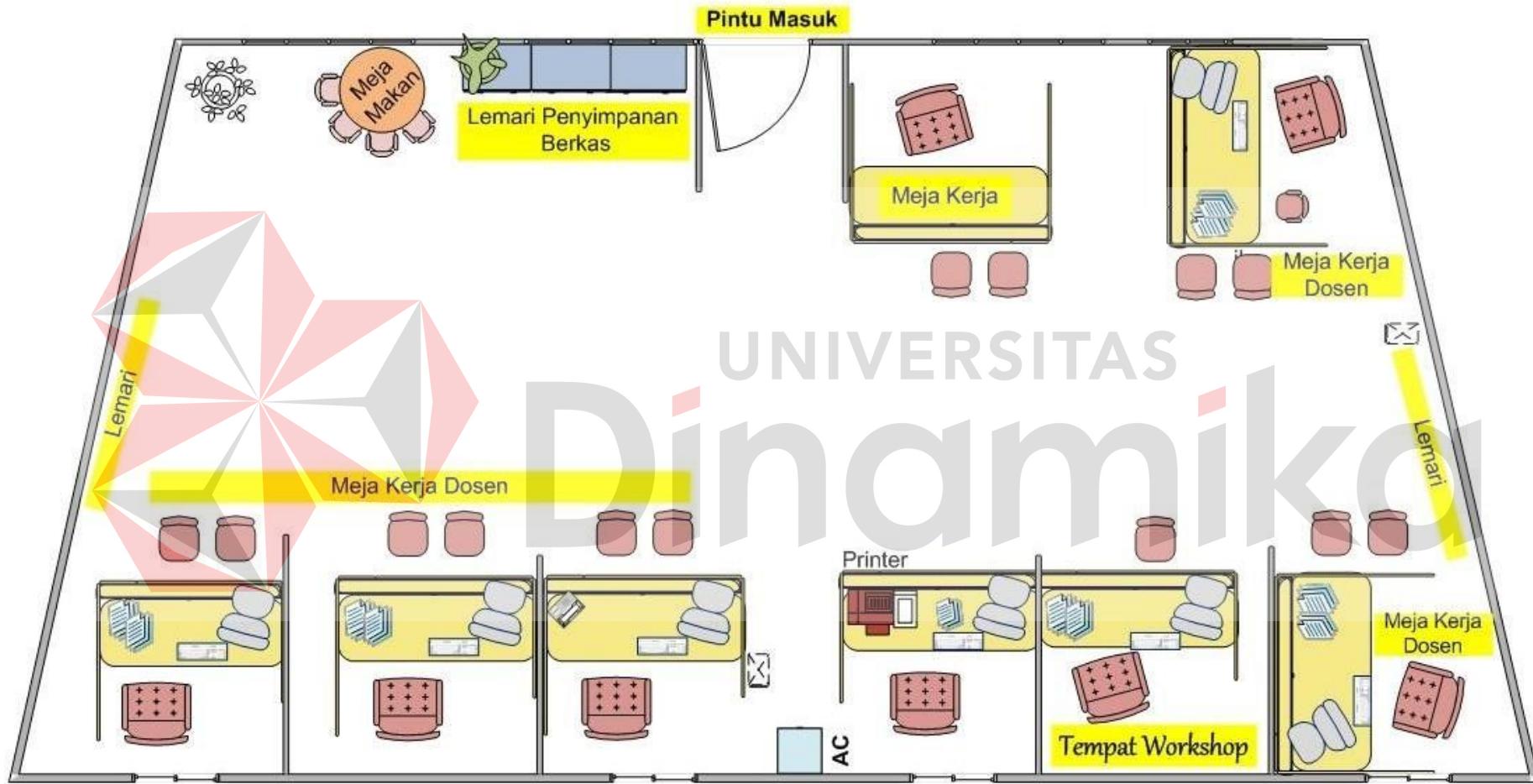
- a. Memahami proses bisnis dan sistem informasi sebagai bagian dari aktivitas di Bidang Manajemen Informatika
- b. Mampu melakukan rancangan bangun, mengimplementasikan dan mendokumentasikan sistem informasi untuk industri, bisnis dan pemerintahan.
- c. Mempunyai sikap dan etika yang tinggi berdasarkan ketakwaan terhadap

Tuhan Yang Maha Esa dan kecintaan terhadap tanah air

### **2.2.4 Lokasi, Tempat dan Waktu terlaksananya Workshop**

Denah ruangan bagian DIII Manajemen Informatika Stikom Surabaya

berada di Lantai 2 Gedung Merah Stikom Surabaya dapat dilihat pada Gambar 2.3



Gambar 2.3 Denah lokasi workshop

## **BAB III**

### **LANDASAN TEORI**

#### **3.1 Branding**

*Branding* merupakan sebuah kata yang berasal dari kata dasar *brand*, yang berarti merek, ketika mencari arti kata *branding* di dalam kamus bahasa Inggris, jarang menemukan arti yang sesuai. sedangkan begitu banyak macam pengertian branding yang bertebaran didunia maya hingga buku sekalipun, dalam hal ini, Branding diterjemahkan oleh Danandjaja (2011:24) dalam arti memperkuat merek produk ataupun jasa. Diketahui bahwa fungsi dasar dari sebuah merek adalah sebagai pembeda antara yang satu dengan yang lainnya. Namun, dengan adanya dinamika dalam derasnya kompetisi pasar, sebuah merek membutuhkan kekuatan dan pengelolaan. Unsur-unsur yang mempengaruhi kekuatan sebuah merek adalah, dari apa yang bisa lihat (*tangible*), dan dari apa yang di dengar dan yang rasakan (*intangible*).

Kedua unsur diatas merupakan syarat utama untuk membangun kekuatan sebuah merek didalam kompetisi pasar dengan elemen-elemen yang terdapat di dalam kedua unsur tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Tangible : Produk, packaging/kemasan, identitas visual, dsb.
- b. Intangible : Kualitas produk dan jasa.

*Brand* yang efektif akan menggambarkan keseluruhan dari perusahaan tersebut, sementara pada saat yang bersamaan juga menetapkan relevansi dan kredibilitas perusahaan dihadapan prospek klien atau konsumen. Brand lebih dari sekedar tampilan logo yang menarik secara visual.

### 3.2 Menulis

Menulis artikel opini adalah tulisan lepas yang berisi opini seseorang yang mampu mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang sifatnya aktual dan atau kontroversi dengan tujuan untuk memberitahu (informatif), mempengaruhi dan meyakinkan serta dapat menghibur bagi pembacanya. Menurut Kuncoro (2009:35) Selain itu, artikel opini tidak terikat dengan berita atau laporan tertentu Artikel opini biasanya menekankan pada pendapat pribadi penulis yang memperkuat argument logis dan pemikiran kritis terhadap suatu masalah aktual.

Artikel opini berbeda dengan berita, berita berlandaskan pada fakta, sedangkan opini merupakan hasil ide, gagasan dan pendapat penulis Sagiya, dalam buku Kuncoro, M (2009) Banyak hal bisa menjadi bahan tulisan artikel opini, mulai dari masalah sosial, politik, sampai kebudayaan.

Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia, artikel di definisikan sebagai karya tulis lengkap, misal laporan berita atau esai dalam majalah, surat kabar dan sebagainya. Namun artikel difokuskan dalam artikel opini yang diidentifikasi oleh penulisnya mengenai fakta dan kejadian.

Artikel opini biasanya diterbitkan oleh koran atau majalah. Karena tempatnya terbatas, artikel pada umumnya tidak terlalu panjang, hanya sekitar 4-6 halaman kuarto spasi ganda.

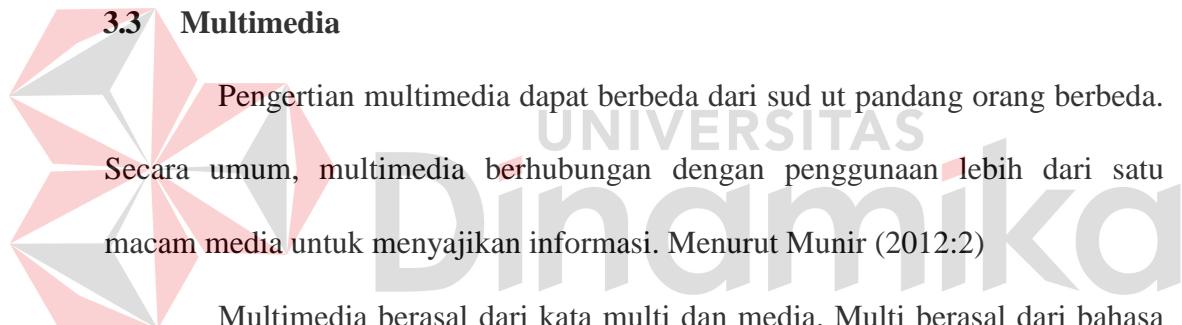
Artikel opini adalah sebuah tulisan yang menekankan pada pendapat seseorang penulis suatu data, fakta, dan kejadian berdasarkan analisis subjektif penulis sendiri. Opini dilekatkan pada artikel ilmiah popular yang dimuat di media masa seperti koran. Artikel opini ini diletakkan di halaman tengah bersama tajuk rencana dan surat pembaca. Artikel opini ini biasanya ditulis dengan gaya ilmiah

popular karena tulisan ini ditunjukkan bagi pembaca umum dari majalah / koran karena di tujuan bagi pembaca umum dari majalah/koran.

Langkah awal menulis

Pertanyaan paling mendasar dalam menulis artikel opini di media massa adalah bagaimana mengawalinya, kebanyakan orang cenderung bingung bagaimana mengawali menulis artikel. Kebingungan itu terkadang berimbang pada rasa tidak percaya diri, takut atau khawatir tulisannya dianggap jelek sehingga kebanyakan takut memulai dan akhirnya tidak pernah melakukannya. Untuk keluar dari masalah mendasar ini sebenarnya hanya perlu membangun mentalitas dan menumbuhkan rasa percaya diri Kuncoro (2009:36)

### 3.3 Multimedia

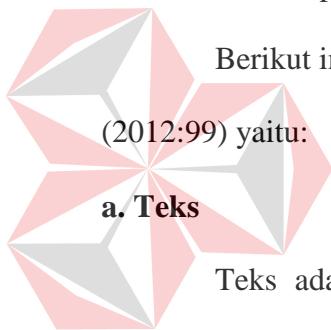


Multimedia berasal dari kata multi dan media. Multi berasal dari bahasa Latin, yaitu *nouns* yang berarti banyak atau bermacam-macam. Sedangkan kata media berasal dari bahasa latin, yaitu *medium* yang berarti perantara atau sesuatu yang dipakai untuk menghantarkan, menyampaikan, atau membawa sesuatu kata *medium* dalam American Heritage Electronic Dictionary dalam buku Munir diartikan sebagai alat untuk mendistribusikan dan mempresentasikan informasi. Berdasarkan itu multimedia merupakan perpaduan antara berbagai media (format file) yang berupa teks, gambar (vector atau bitmap), grafik, sound, animasi, video, interaksi, dan lain-lain yang telah dikemas menjadi file digital (komputerisasi),

digunakan untuk menyampaikan suatu informasi sehingga informasi itu tersaji dengan lebih menarik.

### 3.3.1 Komponen Multimedia

Multimedia menurut Munir (2012:99) adalah sebuah perubahan cara berkomunikasi satu sama lain. Misalkan dalam hal mengirim dan menerima informasi, kini lebih efektif dilakukan dan lebih mudah dipahami. Dengan hadirnya elemen-elemen multimedia kini telah memperkuat informasi yang akan didapatkan. Multimedia adalah pengguna berbagai jenis media (teks, suara, grafik, animasi dan video) untuk menyampaikan informasi, kemudian ditambahkan elemen atau komponen interaktif.



Berikut ini penjelasan elemen atau komponen multimedia menurut Munir

(2012:99) yaitu:

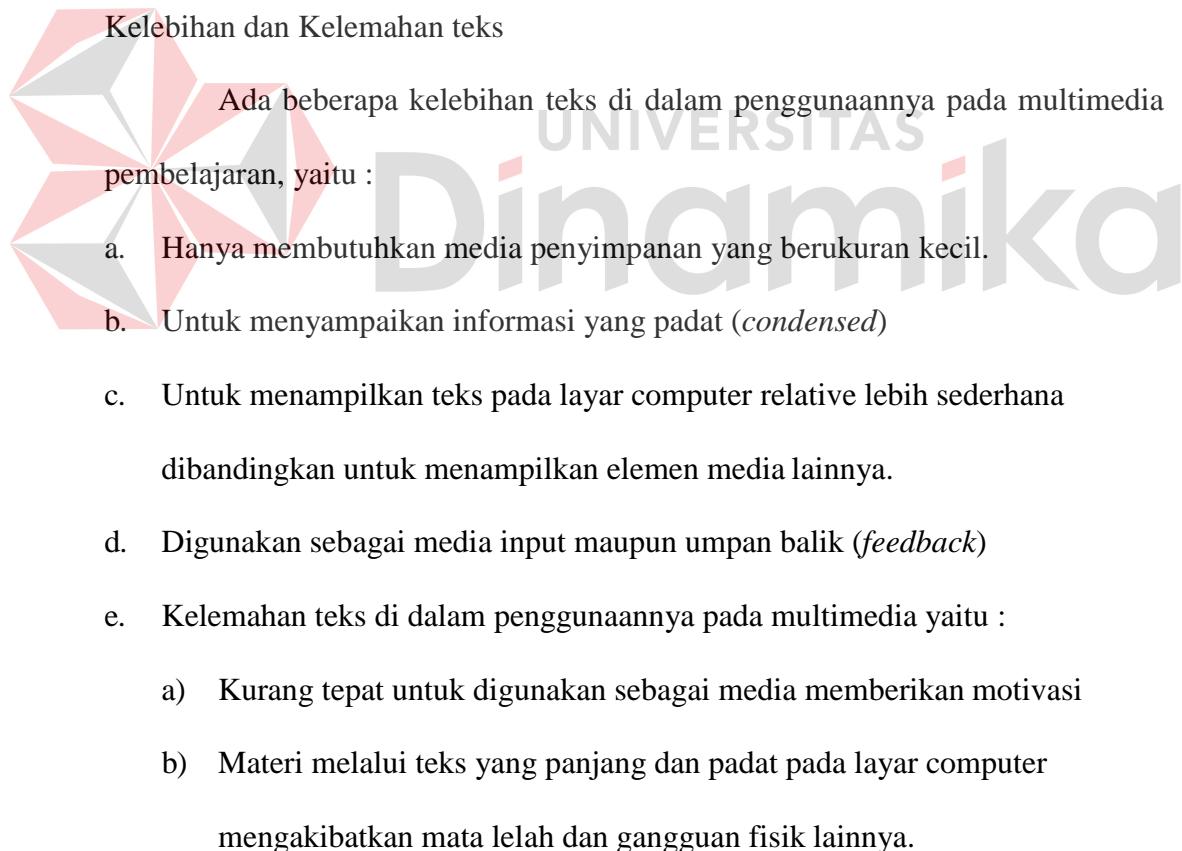
a. Teks

Teks adalah suatu kombinasi huruf yang membentuk satu kata atau kalimat yang menjelaskan suatu maskud atau materi pembelajaran yang dapat dipahami oleh orang yang membacanya. Teks tidak dapat dipisahkan dalam penggunaan komputer. Teks merupakan dasar dari pengolahan kata dan informasi berbasis multimedia. Teks merupakan dasar dari pengolahan kata dan informasi berbasis multimedia. Multimedia menyajikan informasi kepada penggunaan dengan cepat, karena tidak diperlukan membaca secara rinci dan teliti. Teks adalah bentuk data multimedia yang paling mudah disimpan dan dikendalikan. Teks dapat membentuk kata atau narasi dalam multimedia yang menyajikan bahasa. Kebutuhan teks bergantung kepada penggunaan aplikasi multimedia. Teks digunakan untuk menjelaskan gambar. Penggunaan teks pada multimedia perlu

memperhatikan penggunaan jenis huruf, ukuran huruf, dan *style* hurufnya (warna, *bold*, *italic*)

Bentuk data multimedia yang paling mudah disimpan dan dikendalikan adalah teks. Teks merupakan yang paling dekat dan yang paling banyak dilihat. Teks dapat membentuk kata, surat atau narasi dalam multimedia yang menyajikan bahasa.

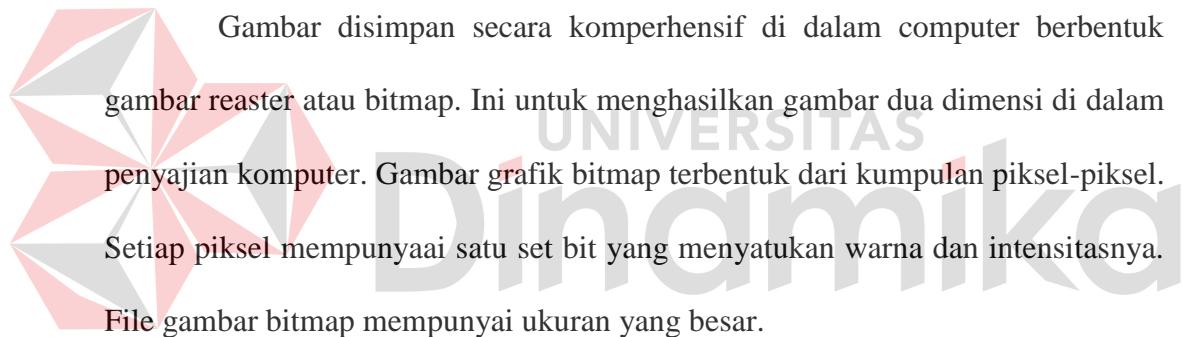
Teks merupakan alat komunikasi yang utama. Dengan perkembangan teknologi multimedia, teks dapat dikombinasikan dengan media lain dengan cara yang lebih *powerful* dan bermakna untuk menyajikan informasi dan mengekspresikan perasaan.



## b. Grafik

Grafik merupakan komponen penting dalam multimedia. Grafik berarti juga gambar (*image, picture, atau drawing*). Menurut Munir (2012:100) gambar merupakan sarana yang tepat untuk menyajikan informasi, apalagi pengguna sangat berorientasi pada visual, sehingga informasi yang menggunakan gambar, animasi dan video lebih mudah dicerna dibandingkan dengan informasi dalam bentuk teks. Namun infomasi dalam bentuk teks seperi buku, brosur dan lain-lain. Tidak akan ditinggal karena diperlukan untuk melengkapinya, yaitu bila ingin memahami dan mempelajari dengan rinci dan teliti.

### Jenis Grafik

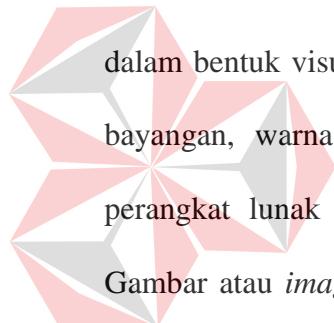


Dua faktor yang member kesan pada uluran sebuah gambar adalah resolusi (*resolution*) dan kedalaman (*depth*). Resolusi adalah bilangan pikel yang terdapat pada gambar. File gambar bitmap sangat bergantung pada resolusi. Setiap kali file gambar dibuat, resolusi gambar perlu dinyatakan. Resolusi gambar yang tinggi akan menghasilkan gambar yang lebih tajam dan jelas dibandingkan dengan resolusi gambar yang rendah. Semakin tinggi resolusi gambar, semakin besar ukuran filenya. Kedalaman menunjukkan warna dan kejelasan (*brightness*) untuk setiap piksel. Setiap piksel mengandung 2 atau lebih warna. kedalaman warna

dapat digambarkan melalui beberapa banyak data dalam bits yang menghasilkan warna. Contohnya:

- 1) 1 bit menghasilkan 2 warna (hitam atau putih)
- 2) 2 bit menghasilkan 4 warna
- 3) 4 bit menghasilkan 16 warna
- 4) 8 bit (1 byte) menghasilkan 256 warna
- 5) 16 bit (2 byte) menghasilkan 65,536 warna
- 6) 24 bit (3 byte) menghasilkan 16,777,216 warna

#### **c. Gambar (Images atau Visual Diam)**



Gambar menurut Munir (2012:102) merupakan penyampaian informasi dalam bentuk visual. Gambar adalah bentuk garis (*line drawing*), bulatan, kotak, bayangan, warna dan sebagainya yang dikembangkan dengan menggunakan perangkat lunak agar multimedia dapat disajikan lebih menarik dan efektif. Gambar atau *images* berarti pula gambar raster (*halftone drawing*), seperti foto.

Elemen gambar digunakan untuk mendeskripsikan sesuatu dengan lebih jelas. Gambar digunakan dalam presentasi atau penyajian multimedia karena lebih menarik perhatian dan dapat mengurangi kebosanan dibandingkan dengan teks.

#### **d. Video (Visual Gerak)**

Video pada dasarnya adalah alat atau media yang dapat menunjukkan simulasi benda nyata, video sebagai media digital yang menunjukkan susunan atau urutan gambar, gambar bergerak dan dapat memberikan ilustrasi/fantasi. Video juga sebagai sarana untuk menyampaikan informasi yang menarik, langsung dan efektif. Video pada multimedia digunakan untuk menggambarkan

suatu kegiatan atau aksi video menyediakan sumber daya yang kaya dan hidup bagi aplikasi multimedia dalam buku Munir (2012:103)

#### e. **Audio (Suara, Bunyi)**

Audio di definisikan oleh Munir (2012:103 )sebagai macam-macam bunyi dalam bentuk digital seperti suara music, narasi dan sebagainya yang bisa di dengar untuk keperluan suara latar, penyampaian pesan duka, sedih, semangat dan macam-macam di sesuaikan dengan situasi dan kondisi. Di sisi lain audio juga dapat mengingatkan daya ingat serta bisa membantu bagi pengguna yang memiliki kelemahan dalam pengelihatan.

#### **3.3.3 Merancang warna dalam multimedia**



Warna menurut Munir (2012:254) Warna merupakan elemen grafik yang sangat kuat. Warna atau hitam putih akan meneinggalkan efektivitas dan biaya iklan. Dengan demikian multimedia yang dirancang sesuai dengan warna yang disukai pasar, akan memberikan keunggulan bersaing dalam periklanan. Warna sulit di kendalikan ketika menciptakan pekerjaan desain grafis yang orisinil ketika menampilkan pada layar multimedia, baik di televisi maupun di website.

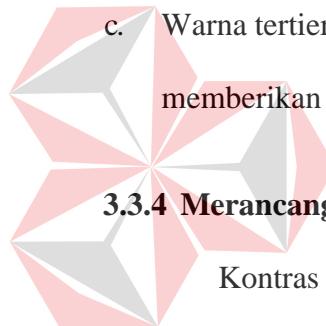
Sebuah warna umumnya terbagi dalam beberapa warna, yaitu:

- a) Primer adalah warna yang paling mempengaruhi warna lain dalam spektrumnya, yaitu merah, kuning, biru.
- b) Warna sekunder adalah warna yang merupakan kombinasi dari dua warna primer, seperti ungu (merah dan biru), hijau (biru dan kuning), dan oranye (kuning dan merah).

- c) Warna Tertier adalah warna yang mencampurkan warna premier dengan sekunder dengan porsi yang seimbang, misalnya merah orange, kuning oranye, hijau biru, biru hijau, biru ungu, merah ungu.

Berdasarkan teori warna, kombinasi yang baik adalah menggunakan dua warna berlainan yang ada dilingkungan warna. Tiga warna yang berurutan dalam lingkaran warna. Dua pasang warna (totalnya empat yang berlainan). Seperti :

- a. Warna premier (merah, kuning, biru) akan terlihat domain dalam dekorasi suatu ruangan.
- b. Warna sekunder (hijau, orange, ungu) bisa terikat satu sama lain, namun harus ada bagian-bagian yang diperhalus agar dapat terlihat menyatu.
- c. Warna tertier (biru-hijau, kuning-hijau, merah-oranye) dapat dikombinasi dan memberikan tampilan yang spektakuler.



### 3.3.4 Merancang kontras nilai dalam multimedia

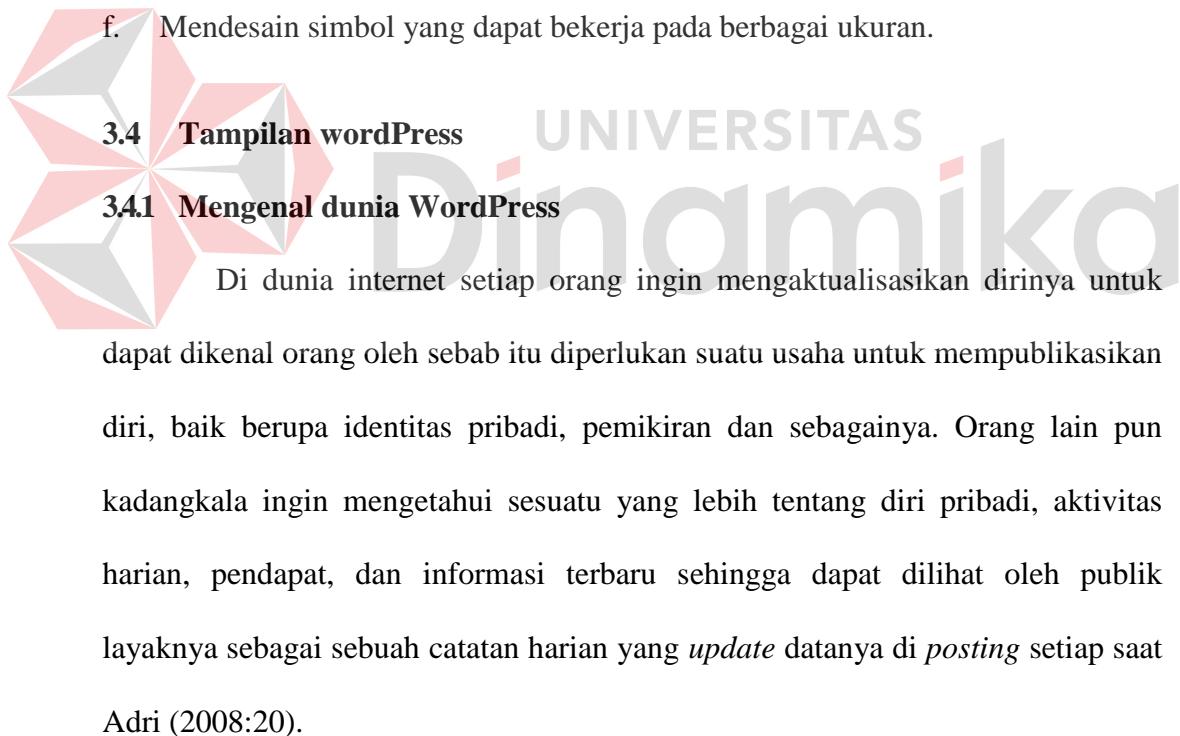
Kontras nilai digunakan untuk menggambarkan tentang kecerahan dan kegelapan dari sebuah elemen visual. Munir (2012:256) Hubungan antar satu elemen dengan elemen lain yang berkaitan dengan kecerahan dan kegelapan disebut kontras nilai. Kontras nilai untuk memberikan citra dan persepsi secara rinci. Kita membutuhkan kontras nilai untuk membaca kata atau tulisan pada suatu layar multimedia. Jika tulisan pada layar mempunyai nilai hampir sama, maka akan membuat kesulitan, bahkan tidak dapat membaca tulisan tersebut.

Dengan menggunakan nilai kontras, misalnya jika tulisan putih, maka layar berwarna hitam. Perbedaan kontras nilai akan memberikan efek yang berbeda baik visual maupun emosional. Jika rentang kontras nilai sempit maka disebut kontras rendah, tetapi jika rentang nilai tinggi maka disebut kontras tinggi.

### 3.3.5 Merancang ilustrasi Simbol dalam multimedia

Pada buku yang ditulis Munir (2012:257) Ilustrasi simbol adalah ilustrasi obyek sebagai simbol. Ilustrasi simbol terdiri dari ilustrasi kiasan, metafora dan kategori. Beberapa petunjuk untuk merancang simbol adalah:

- a. Menciptakan visual sederhana.
- b. Menampilkan informasi atau mengekspresikan warna.
- c. Menciptakan sebuah tanda yang berbeda.
- d. Menciptakan desain yang dapat dikenali dengan cepat.
- e. Mendesain simbol yang dapat bekerja secara baik pada reproduksi hitam dan putih.
- f. Mendesain simbol yang dapat bekerja pada berbagai ukuran.



Di dunia internet setiap orang ingin mengaktualisasikan dirinya untuk dapat dikenal orang oleh sebab itu diperlukan suatu usaha untuk mempublikasikan diri, baik berupa identitas pribadi, pemikiran dan sebagainya. Orang lain pun kadangkala ingin mengetahui sesuatu yang lebih tentang diri pribadi, aktivitas harian, pendapat, dan informasi terbaru sehingga dapat dilihat oleh publik layaknya sebagai sebuah catatan harian yang *update* datanya di *posting* setiap saat Adri (2008:20).

Catatan online personal ini oleh para internet mania (Netizens) disebut “blog” yang diturunkan dari kata “weblog”. Blog adalah salah satu sarana untuk memperkenalkan diri dan membuat diri dikenal oleh orang secara global. Blog

adalah sebuah world renowned system untuk mempublikasikan konten internet yang dimiliki.

### 3.4.2 Sejarah WordPress

Dalam buku Adri (2008:28) Blog *engine* WordPress mulai di perkenalkan pada tahun 2003. Dengan sebuah bit single yang digunakan untuk meningkatkan kemampuan tipografi posting. Sejak saat itu, WordPress berkembang menjadi *self-hosted blogging* terbesar di dunia. Sehingga digunakan oleh ratusan bahkan ribuan situs, dan dilihat oleh puluhan juta orang setiap hari. Ini belum dihitung jumlah blog hosting yang berada di bawah domain WordPress.com.



Dari situs resmi WordPress.org, dinyatakan bahwa WordPress dibuat oleh dan untuk komunitas (*by and for the community*) yang berlabel *open source*. Artinya terdapat ratusan orang di dunia yang terlibat dalam pengembangannya.

Sejak tahun 2005, wordpress versi 1,5 dirilis dengan memperkenalkan sistem *theme* yang telah di-download lebih dari 900.000 kali. Kemudian juga mulai dikembangkan sistem hosting di WordPress.com. untuk meningkatkan kemampuan WordPress, khususnya dalam bidang otomasi manajemen konten, di akhir tahun yang sama WordPress 2.0 di-release. Pada tahun 2006, WordPress telah di-download 1.545.703 kali dan pada tahun 2007 menjadi 3.816.965 kali.

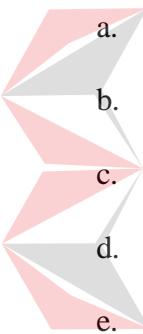
Pada triwulan pertama 2008, di release versi 2.5 dengan penambahan beberapa fitur, khususnya implementasi ajax sebagai service web 2.0 pada WordPress. Pada triwulan kedua 2008 beberapa fitur tambahan dilengkapi kembali menjadi versi 2.6. pada tanggal 15 Juli 2008 yang memungkinkan untuk memainkan file Flash secara online di Wordpress.

### 3.4.3 Optimasi Konten

Yang perlu diperhatikan adalah penulisan artikel atau konten. Hal ini sangatlah penting, Adelheid (2012:32) seperti terungkap dalam peribahasa yang berlaku didunia maya, *Content Is The King*. Menulis artikel yang original, asli dan karyadan pola piker merupakan sebuah ciri khas pengarang.

Jangan *copy-paste* situs orang lain, karena Google akan mengira pengarang, jika ingin meng-copy lebih baik edit kalimat-kalimatnya dan sertakan pula situs tempat artikel tadi berasal.

Berikut ini beberapa hal yang perlu diperhatikan di dalam menulis artikel:

- 
- a. Masukkan judul ke dalam kalimat pertama.
  - b. Masukkan semua kata kunci yang ingin kita bidik ke dalam artikel.
  - c. Berikan informasi yang berguna dan sedang hangat dibicarakan
  - d. Berikan tip mengenai apa saja buat pengunjung.
  - e. Gunakanlah bahasa yang mudah dimengerti oleh pengunjung.

Sedangkan beberapa hal yang tidak disarankan antara lain:

- a. Jangan memasukkan perulangan kata di dalam kalimat pertama, contohnya:  
Buku komputer ini adalah buku komputer kedua setelah buku komputer saya yang berjudul “Tweaking Komputer”.
- b. Jangan memberikan informasi setengah-setengah. Contohnya: “*Pada bagian instalasi komputer, masukkan CD Windows. Selanjutnya akan saya tulis minggu depan ...*”.
- c. Untuk blogger, jangan tutup tempat untuk pengunjung komentar

- d. Jangan tidak membalas komentar dari pengunjung. Pengunjung juga memegang peran penting dalam SEO.

### 3.4.4 Optimasi Image

Masih banyak orang yang enggan untuk memasukkan gambar ke dalam artikel karena akan menghabiskan banyak bandwith. Padahal pada gambar juga menerapkan Ilmu SEO. Kalau takut kehabisan bandwith, dapat meng-*upload* gambar di image hosting gratis, tidak berbayar, seperti imageshack.us, photobucket.com, flickr.com. Namun demikian situs tersebut juga menaruh batasan *bandwidth*, yakni rata-rata 1 GB per bulan. Sebagai alternatif, penulis dapat meng-*upload* gambar-gambar tersebut, blogspot yang tidak memberi batasan *bandwidth* kepada penggunanya, Adelheid (2012:32).

Untuk memasukkan *image* ke dalam artikel juga ada aturannya. Sebagai acuan, beberapa hal yang perlu di perhatikan dalam pengaturan gambar adalah:

1. Gambar jangan terlalu besar, karena akan membuat loading menjadi berat. Kalau dapat, buatlah gambar dengan ukuran standar atau edit dahulu besarnya.
2. Lebih bagus lagi kalau gambar berupa hasil jepretan kamera sendiri atau buatan sendiri. Gambar yang original mempunyai daya tarik tersendiri bagi pengunjung.
3. Gambar tidak mengandung unsur SARA dan hal-hal semacamnya.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Metode Pelaksanaan**

Pelaksanaan *workshop* berlangsung selama 30 (tiga puluh) hari. Dalam kurun waktu 1 (satu) bulan ini, program *workshop* yang dilaksanakan pada bagian Program Studi DIII Manajemen Informatika di Stikom Surabaya yang pelaksanaannya pada:

Tanggal : 1 Juli 2014 s/d 9 September 2014

Tempat : Program Studi DIII Manajemen Informatika  
Peserta : RIZKAA MARIITSA ZAIN  
NIM : 12.39015.0007  
Dalam pelaksanaan *workshop* yang berlangsung dalam kurun waktu satu bulan di Stikom Surabaya, berikut ini adalah rincian kegiatan yang dilakukan selama *workshop* di bagian Program Studi DIII Manajemen Informatika Stikom Surabaya. Tabel daftar kegiatan selama kegiatan *Workshop* dapat dilihat pada Tabel 4.1

Table 4. 1 Daftar kegiatan selama Workshop

No.	Kegiatan/Pekerjaan
1	Meng-handle Blog MI serta memperbaiki Blog MI dengan dikonsultasikan kepada bagian PPTI Stikom Surabaya
2	Meng-update seluruh kegiatan MI
3	Membuat tulisan mengenai kegiatan-kegiatan MI
4	Melengkapi informasi pada blog mengenai Program Studi DIII MI
5	<i>Publish</i> tulisan, foto-foto kegiatan MI di blog dan media online lainnya

## 4.2 Metode Penulisan

Metode penulisan yang digunakan untuk menyelesaikan laporan *workshop* pada bagian Program Studi DIII Manajemen Informatika Stikom Surabaya adalah:

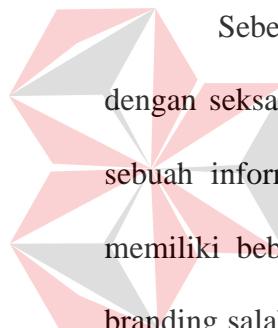
- a Studi *Observasi*, yaitu dengan pengamatan dan mempelajari secara langsung pada bagian Program Studi DIII Manajemen Informatika.
- b Wawancara, yaitu dengan mengadakan tanya jawab dengan pembimbing pada tempat pelaksanaan *workshop* yaitu pada bagian Program Studi DIII Manajemen Informatika.
- c Studi *Literatur* atau Perpustakaan, yaitu dengan mencari dan membaca literatur dan buku-buku yang mendukung penyelesaian laporan *workshop* yang tersedia di perpustakaan.
- d Penyusunan Laporan, yaitu setelah melakukan kegiatan *workshop* Penulis menyusun laporan *workshop* yang menjadi prasyarat dalam menyelesaikan mata kuliah *workshop*.
- e Konsultasi (Bimbingan), yaitu dengan mengajukan laporan secara bertahap kepada dosen pembimbing atas hasil laporan *workshop* yang telah dilaksanakan.

## 4.3 Proses Branding Program Studi DIII Manajemen Informatika

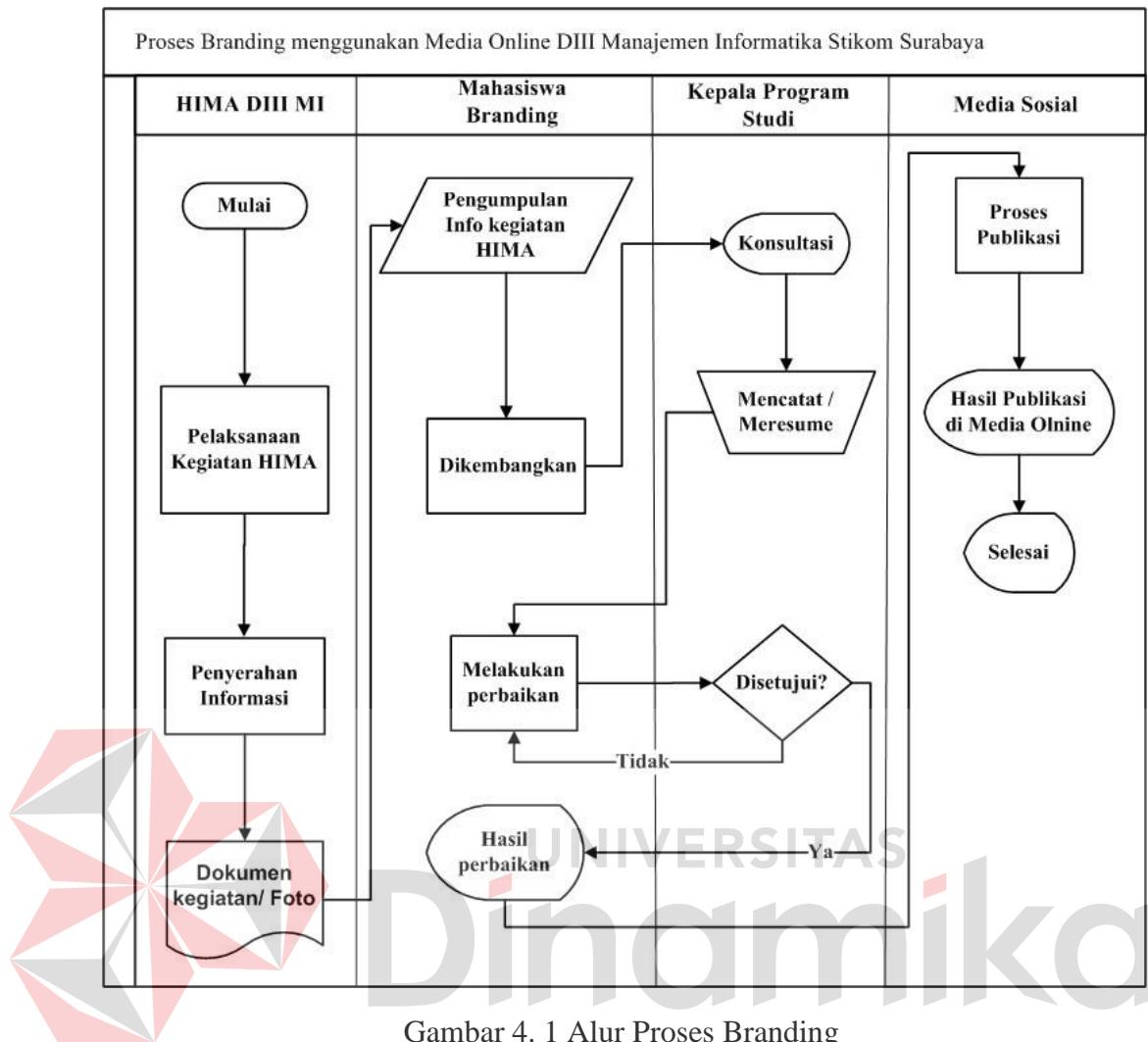
DIII Manajemen Informatika merupakan salah satu program studi yang ada di Institut bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, Masing-masing program studi di stikom Surabaya mempunyai susunan kepengurusan yang disebut Himpunan Mahasiswa. Organisasi tersebut memiliki beberapa program kerja

setiap tahunnya berfungsi untuk meregenerasi anggota Himpunan Mahasiswa pada Prodi tersebut, serta mengembangkan keaktifan mahasiswa dalam berorganisasi. Tim branding Prodi turut serta mendukung seluruh kegiatan Prodi, begitu pula dengan Himpunan mahasiswa bekerjasama untuk menginformasikan serangkaian kegiatan yang akan di *publish* ke beberapa media online.

Tim *branding* mulai mengumpulkan informasi terkait dengan kegiatan Himpunan Mahasiswa Prodi MI. kemudian dikembangkan dengan bahasa yang lugas serta dikemas dengan berita atau bentuk yang menarik, sehingga para pembaca tertarik untuk melihat dan dapat memahami informasi yang telah di publikasikan.



Sebelum informasi di publikasikan, telebih dahulu di koreksi dahulu dengan seksama serta di konsultasikan dengan pembimbing, sehingga hasil dari sebuah informasi tersebut memiliki nilai yang lebih, kemudian tim branding memiliki beberapa media online yang nantinya dapat digunakan untuk media branding salah satunya adalah Blog Prodi yang sebelumnya sudah ada namun tim branding erencana untuk membuatkan media lainnya seperti Page facebook, Twitter dll. Dari wacana diatas dapat digambarkan pada gambar berikut ini



Gambar 4. 1 Alur Proses Branding

#### 4.4 Pengoptimalan Media Online pada bagian Program Studi DIII Manajemen Informatika

Branding banyak dilakukan dengan suatu pertemuan atau acara-acara tertentu dengan bertatap muka langsung dengan audiens, banyak pula orang yang melakukan branding secara tidak langsung dengan media online. Melalui jaringan internet ini, setiap orang ingin mengaktualisasikan dirinya untuk dapat dikenal orang oleh sebab itu diperlukan suatu usaha untuk mempublikasikan diri, baik berupa identitas pribadi, pemikiran dan sebagainya. Masyarakat pun seringkali ingin mengetahui sesuatu yang lebih tentang diri pribadi, aktivitas harian,

pendapat, dan informasi terbaru sehingga dapat dilihat oleh publik layaknya sebagai sebuah catatan harian yang update datanya di posting setiap saat.

Seluruh catatan yang di posting mendapatkan peluang dari pengunjung untuk dapat melihat atau membacanya, Oleh karena itu branding melalui media online di anggap mudah oleh sebagian orang, karena publikasi langsung tertuju pada public dan tidak perlu menyiapkan pertemuan untuk branding. Berikut ini adalah media online yang digunakan untuk branding pada Prodi DIII MI yaitu :

#### **a. Branding melalui Blog Prodi DIII Manajemen Informatika**

Bekerja dengan Desain dan Theme

Bekerja menggunakan *theme* standar bawaan dan WordPress pada saat pertama kali akun dibuat cukup membosankan. Hampir semua pengguna WordPress sepakat untuk melakukan pergantian *theme* agar sesuai dengan tema blog yang dibuat, Adri (2008:10).

Pertama adalah mengganti *theme* sesuai dengan kebutuhan blog yang digunakan. Untuk menemilih sebuah theme sebaiknya dipertimbangkan beberapa poin berikut ini agar tujuan dari pengembangan blog yang dilakukan sejalan dengan pemilihan theme yang akan digunakan, yaitu:

1. Definisi dan tema blog yang akan dibangun.
2. Karakteristik Blog. Misalnya, jika blog yang dibangun adalah audio, pilih *theme* bermuansa musik.
3. Tema blog. Jika yang akan dibangun adalah blog edukasi misalnya, gunakan *theme* yang elegan, tidak terlalu pernah pernik header, mencerminkan kestabilan.
4. beberapa jumlah kolom yang akan digunakan.

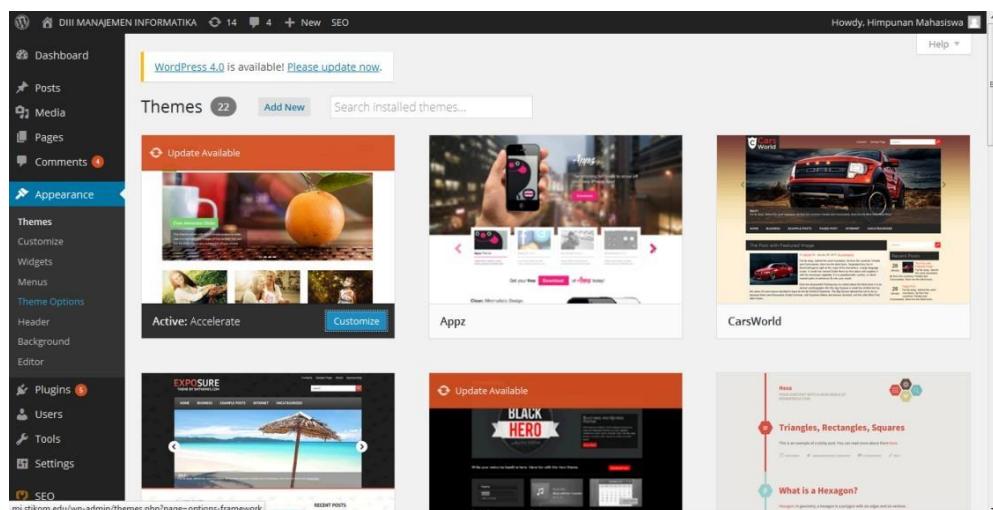
5. Dukungan terhadap fasilitas Widgets.
6. Kemungkinan untuk mengganti gambar header.

Di samping poin-poin di atas, menurut Hayder dalam buku Adri (2008:10) , terdiri dari beberapa faktor dasar yang dapat dipertimbangkan sebelum mengaplikasikan sebuah theme, antara lain:

- a) *Content of the blog*. Hal ml sejalan dengan apa yang penulis kemukakan di atas. Ada pepatah yang mengatakan bahwa “*content is the king*”. Artinya, konten dan suatu blog akan menentukan pemilihan dan desain lainnya yang ada di blog tersebut.
- b) *Audience*. Dalam hal ini didefinisikan siapa saja yang mengakses blog yang dibangun. Bagi sebagian pengunjung persoalan tampilan turut menentukan kebahannya mengikuti perkembangan posting anda.
- c) *Colors and fonts*. Pemilihan warna turut mempengaruhi pengunjung pada suatu blog. Pemilihan font adalah bentuk lainnya yang perlu dipertimbangkan. Ketika dibaca secara online di monitor, pemilihan font yang berlebihan akan melelahkan mata.
- d) *Theme Size*. Karena theme umumnya menggunakan dukungan grafis, maka ukuran theme turut berpengaruh. Baik dari ukuran file theme yang berpengaruh terhadap proses *loading* blog, maupun dan sisi ukuran resolusi layar yang didukungnya.

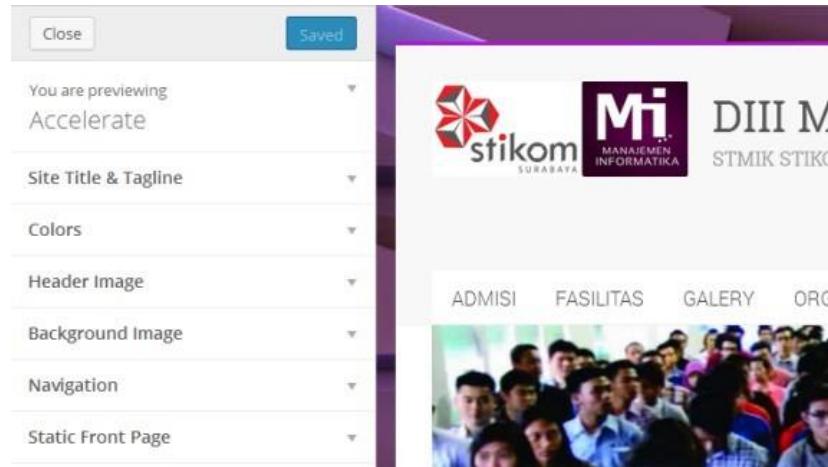
Berikut ini adalah cara-cara mengganti dan menyesuaikan tema :

1. Pilih Appearance → Theme

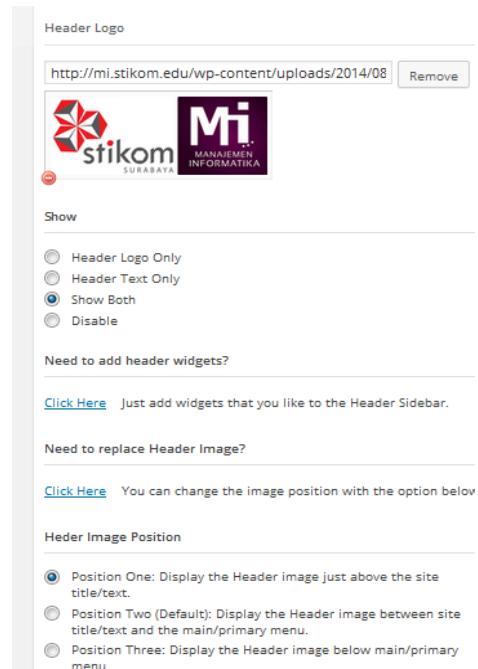
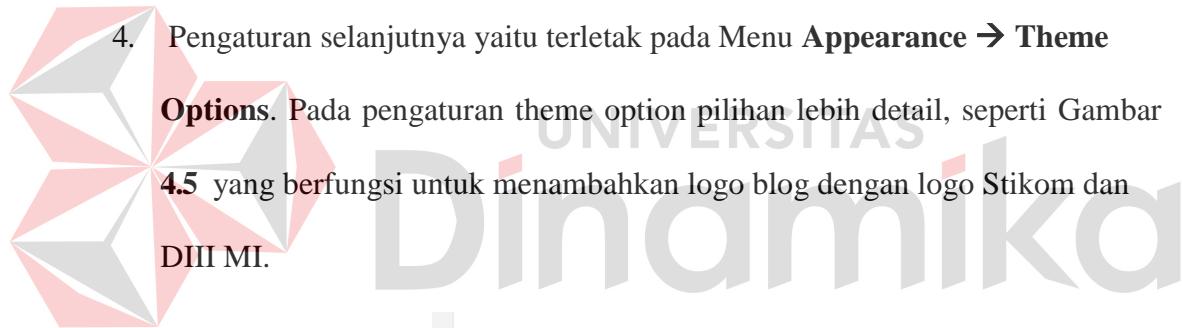


Gambar 4. 3 Macam-macam pilihan tema di Wordpress

3. Akan muncul kolom di sebelah kiri, kemudian tentukan Header, background blog widget dll.

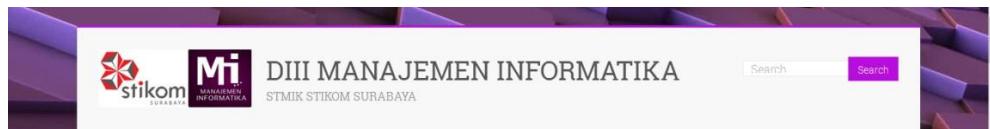


Gambar 4. 4 Tampilan *customize* tema



Gambar 4. 5 Pengaturan header logo

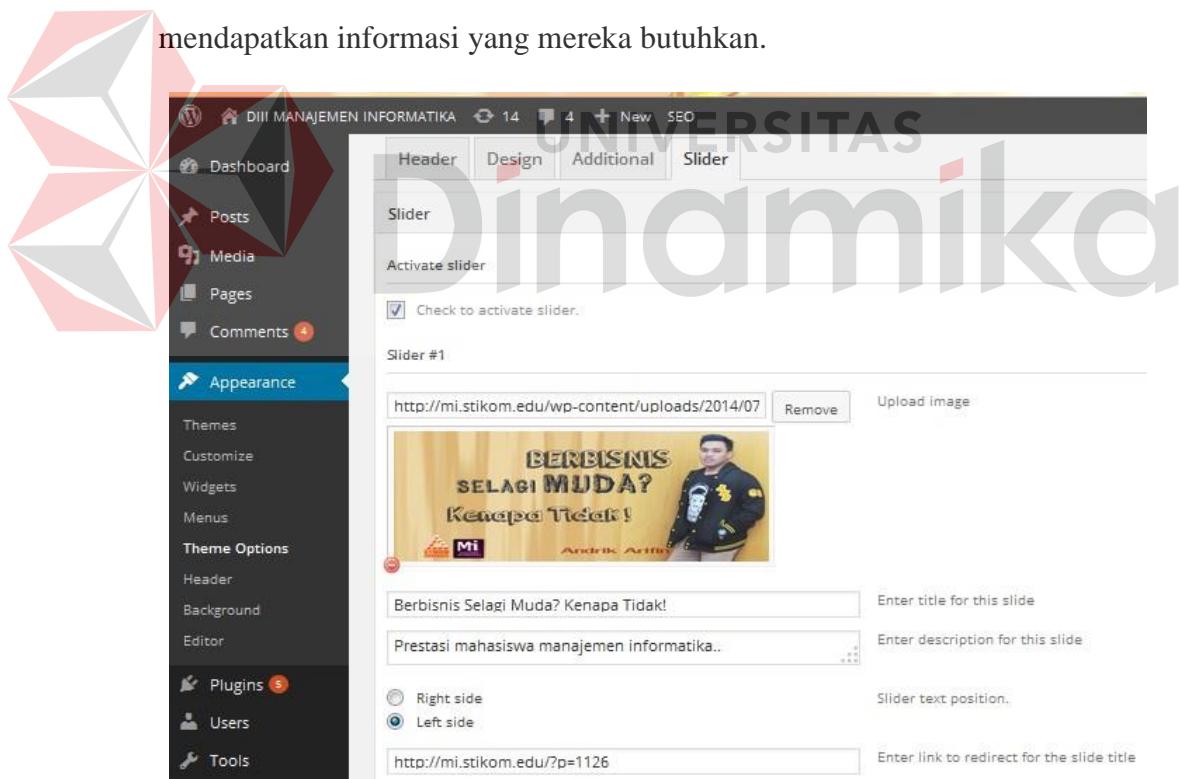
5. Header telah dibuat berdasarkan program studi dan Institut



Gambar 4. 6 Tampilan header logo

6. Pada tab **Slider**, pastikan seluruh tampilan slide terisi agar tampilan blog serta informasi-informasinya dapat terlihat secara jelas. Slider ini hanya dengan kapasitas 5 foto.

Slider yang ditampilkan pada halaman awal blog perlu dibuat semenerik mungkin dan tentu saja berikan link yang menghubungkan gambar dengan informasi yang lebih lengkap, agar pengunjung blog merasa puas dan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.



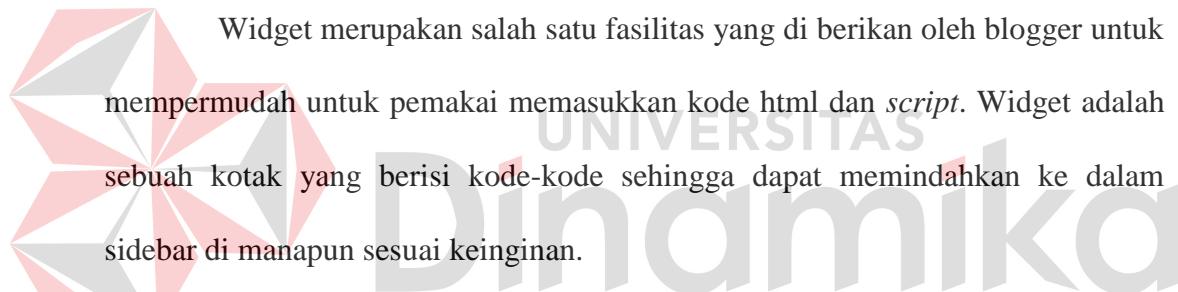
Gambar 4. 7 Pengaturan *slider*

7. Berikut ini adalah contoh slider yang tampil pada halaman utama Blog Prodi MI



Gambar 4. 8 Tampilan *slider* di Wordpress

### Bekerja dengan Widgets



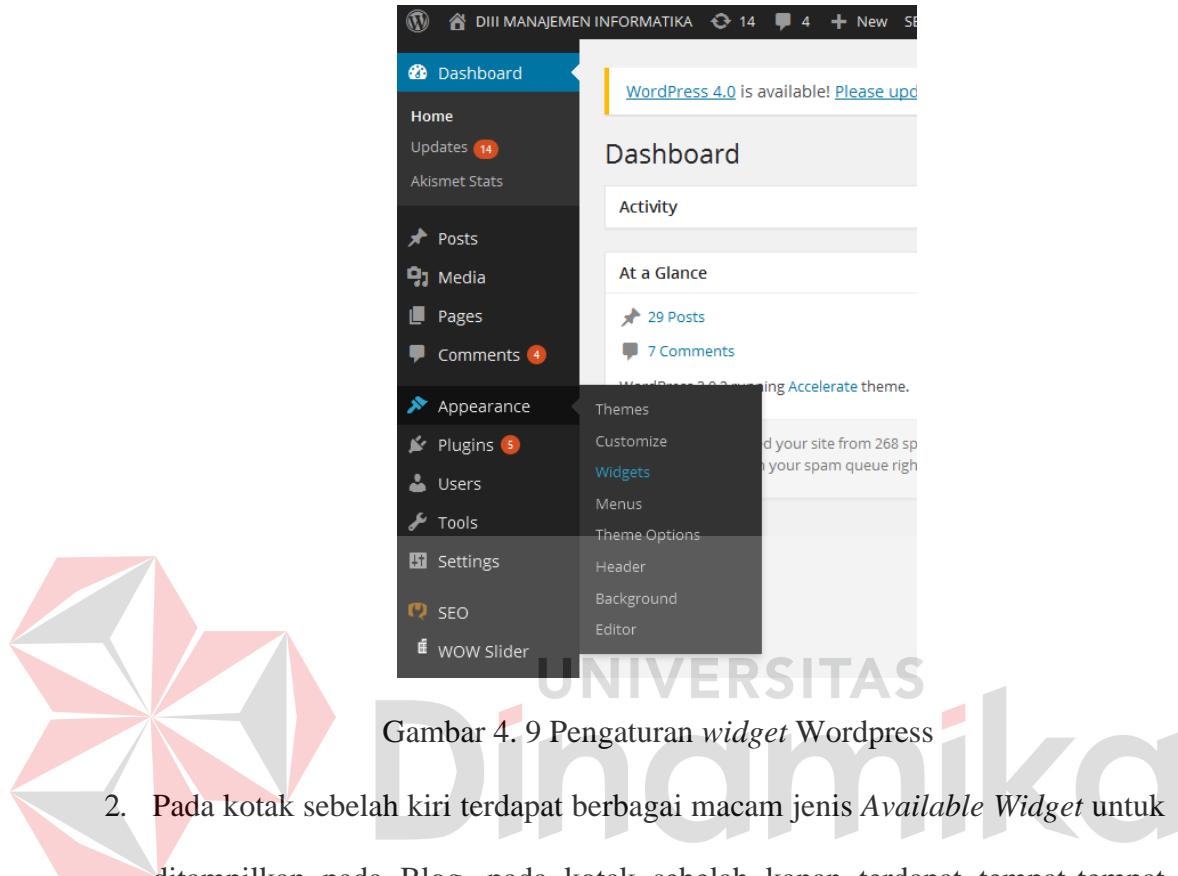
Widget dapat digunakan untuk personalisasi blog dan memperoleh informasi yg dinginkan hanya dengan melihatnya dari widget sidebar.

Kegunaan menggunakan Widget untuk website/blog Anda

- Memberi kemudahan dan kenyamanan bagi penulis untuk mempublikasikan tulisan atau berita.
- Widget yang berupa berita dapat tujuan utama untuk para pembaca yang ingin mencari berita berita bagus dan penting dan merupakan tanda bahwa pembaca percaya bahwa tulisan tersebut berkualitas dan berguna bagi para pembaca.
- Memperindah Blog anda dengan fitur - fitur lainnya

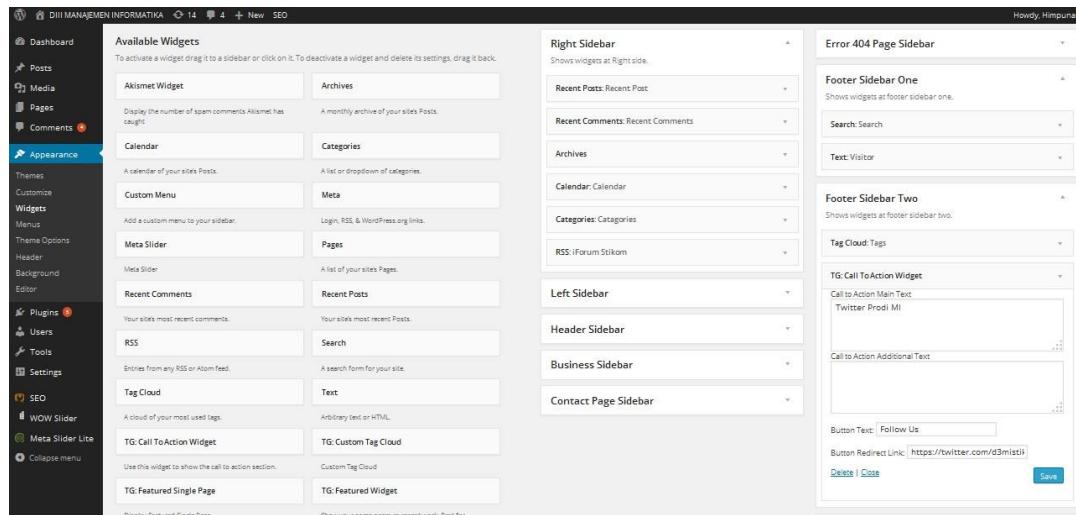
Berikut ini adalah cara menambahkan Widgets pada Blog Prodi MI:

1. Pilih Appearance → Widget untuk member dan mengatur widget pada blog.



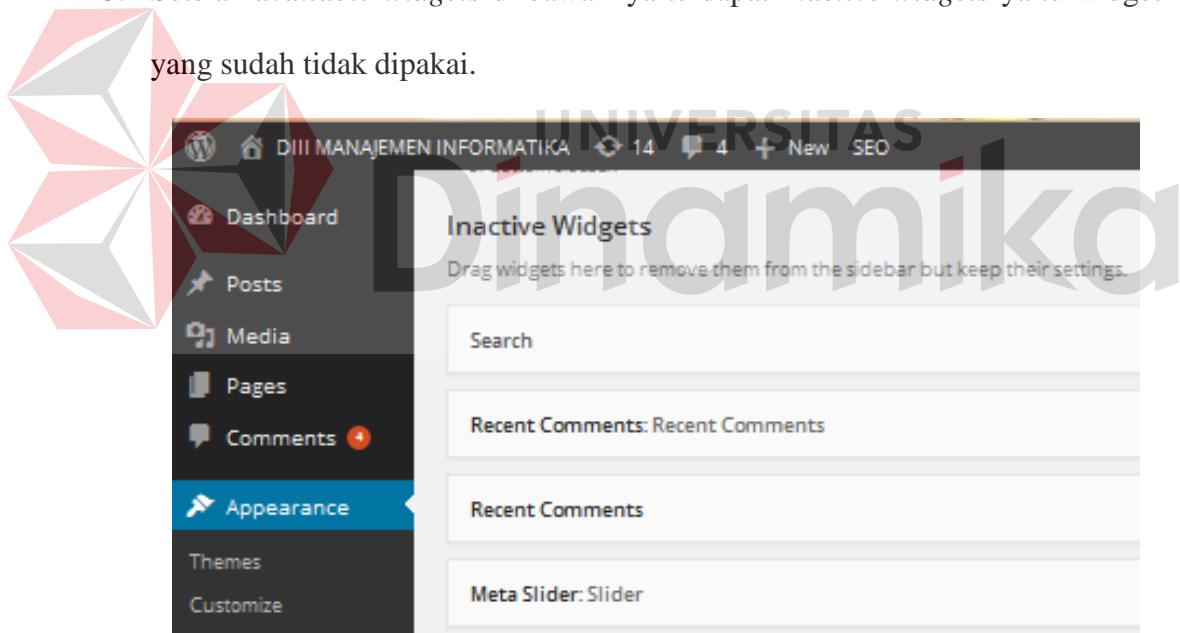
Gambar 4. 9 Pengaturan widget Wordpress

2. Pada kotak sebelah kiri terdapat berbagai macam jenis *Available Widget* untuk ditampilkan pada Blog, pada kotak sebelah kanan terdapat tempat-tempat untuk menaruh posisi widget, seperti Right Sidebar, Left sidebar, Footer Sidebar one, dan masih banyak lainnya.



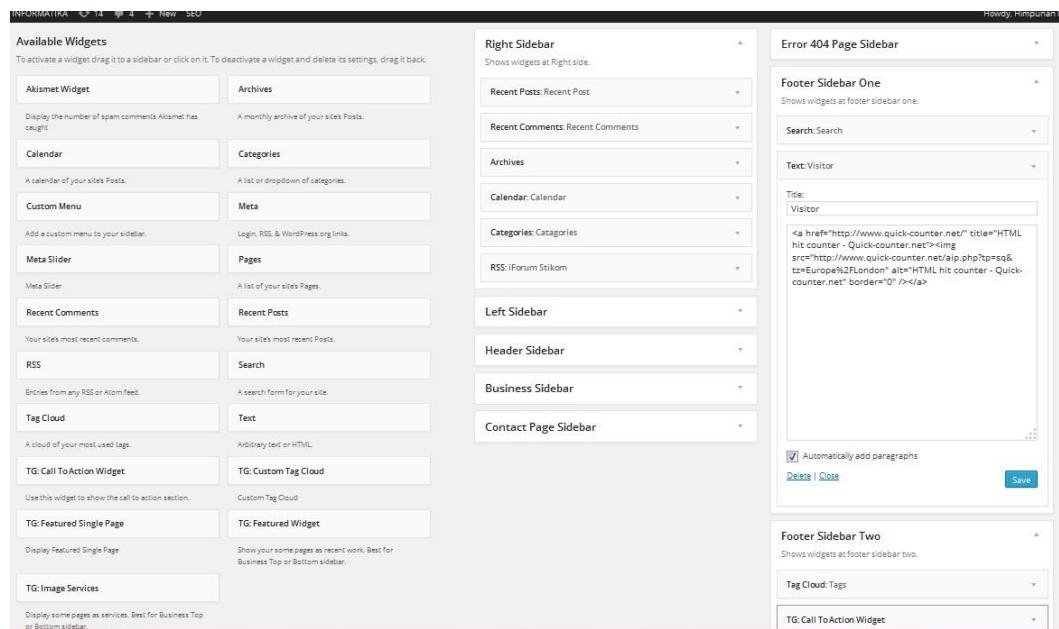
Gambar 4. 10 Lokasi penempatan widgets

3. Setelah *available widgets* di bawahnya terdapat *Inactive widgets* yaitu widget yang sudah tidak dipakai.



Gambar 4. 11 Penampilan widgets yang tidak aktif

4. Berikut ini adalah contoh menambahkan widget untuk Blog, hanya dengan metode *Drag* widget yang dipilih kemudian *Drop* ke dalam kolom kanan dimana widget akan di pasang.



Gambar 4. 12 Hasil widget yang sudah di *drag* dan *drop*

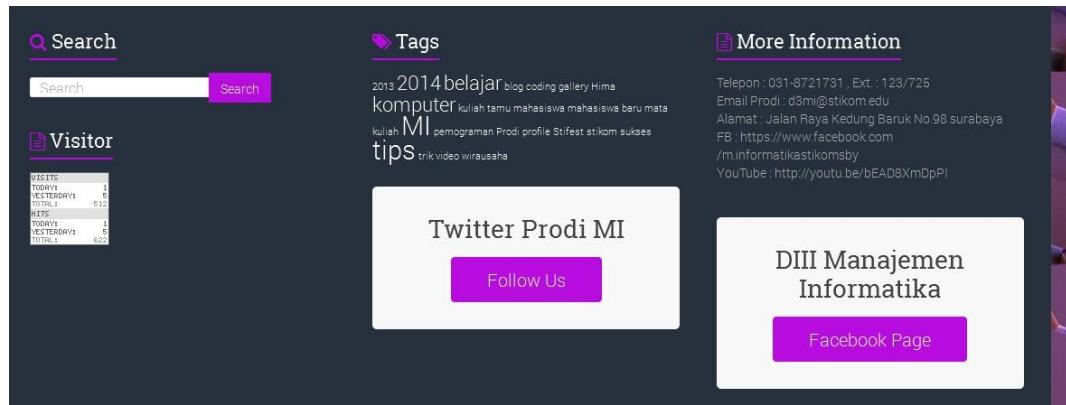
5. Berikut ini adalah beberapa dari hasil yang ditampilkan *Right Sidebar* yaitu

*Widgets Recent Post, Recent Comments, dan Archieves* seperti Gambar 4.3



Gambar 4. 13 *Right sidebar* widgets

6. Gambar 4.14 adalah tampilan dari *Widgets Footer Sidebar*.



Gambar 4. 14 *Footer sidebar widgets*

### Menata Blog Edukasi

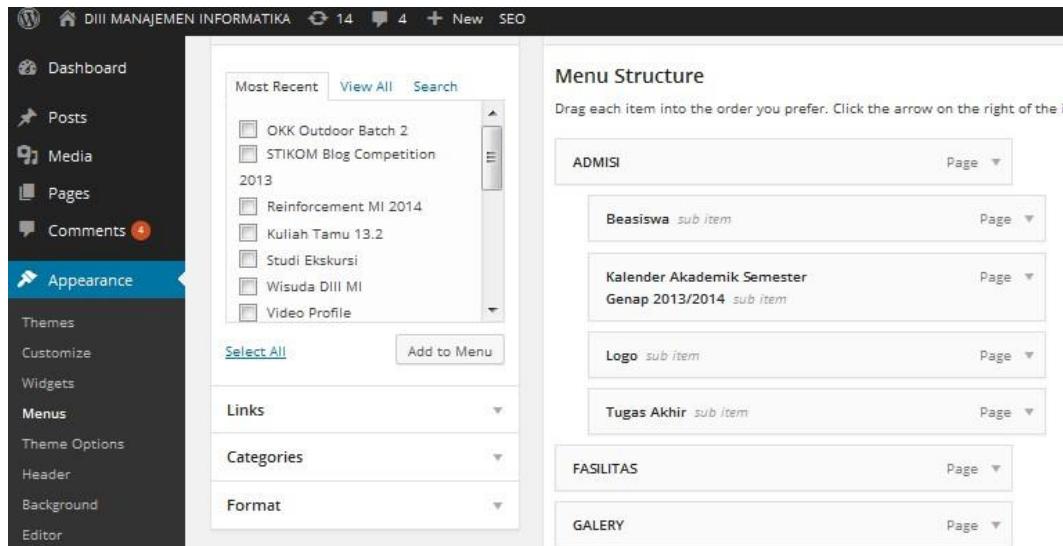
Setelah mencoba mempublikasikan tulisan/artikel pada Blog, tahapan selanjutnya adalah melakukan penataan terhadap blog edukasi yang telah dibangun. Penataan ini sangat dibutuhkan karena berhubungan dengan penulisan, pembacaan, hal-hal lainnya yang berhubungan dengan pengunjung blog.

#### Menata Menu Tab

1. Blog edukasi seharusnya terstruktur dalam penataan menu-menu tab.

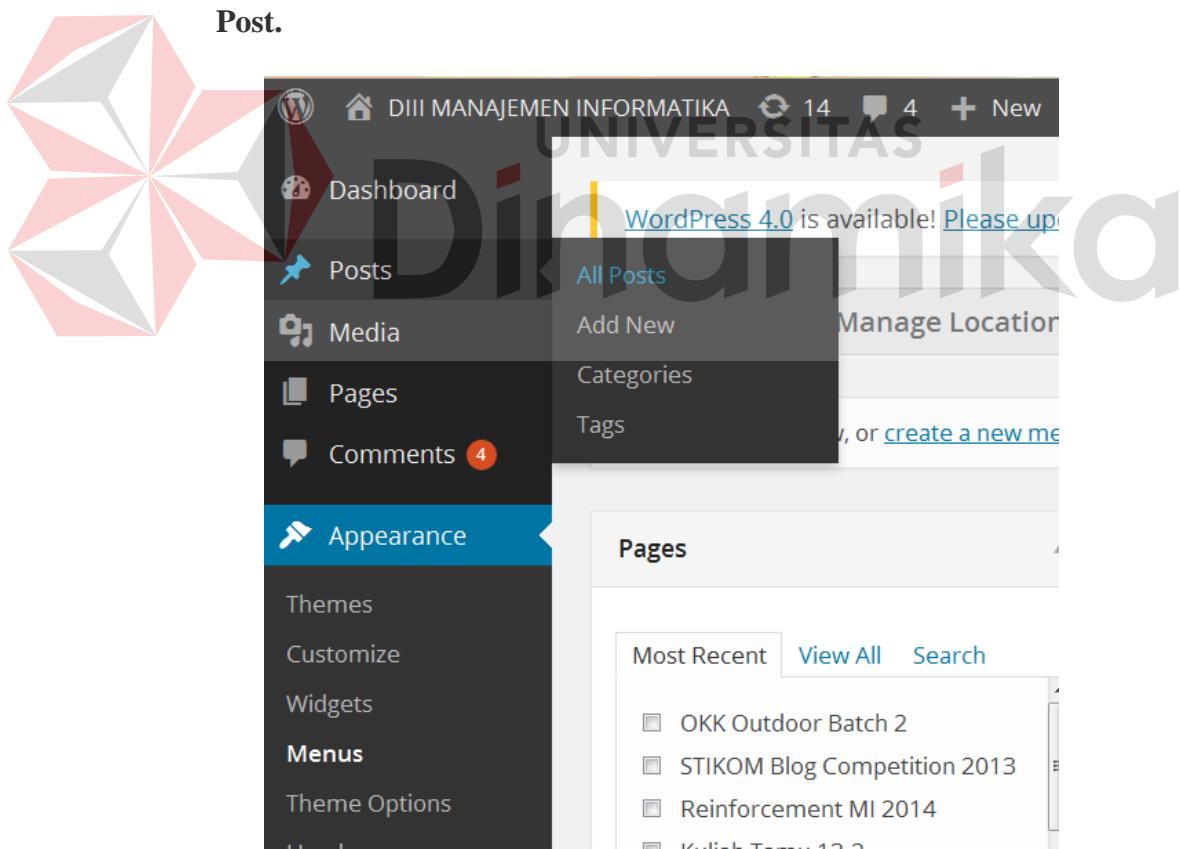
Sehingga Blog Prodi MI perlu diolah lagi menjadi beberapa menu agar memudahkan pengunjung dalam pencarian informasi.

Cara 1 – Buka Menu **Appearance** → **Menus**. dapat diatur langsung dengan menggeser menu menjorok ke kanan untuk menjadi sub menu. Sedangkan menu utama tidak perlu dipindah lagi.



Gambar 4. 15 Pengaturan sub menu

2. Cara – 2 Membuat Sub Menu dapat dilakukan dengan klik **Post → All**



Gambar 4. 16 Menampilkan semua post

3. Pilih salah satu menu yang akan dijadikan sub menu. Klik **Quick Edit** seperti pada Gambar 4.17 akan membuat menu **Dosen dan Staff** menjadi Sub Menu.

Gambar 4. 17 Tampilan *Quick Edit* pada post

4. Karena Menu **Dosen dan Staff** akan dijadikan Sub Menu pada **Organisasi**, maka Klik **Parent** → Menu utama **Organisasi**.

Gambar 4. 18 Pilihan sub menu

5. Gambar 4.19 menunjukkan Sub Menu **Dosen dan Staff** berada di bawah Menu utama **Organisasi**.

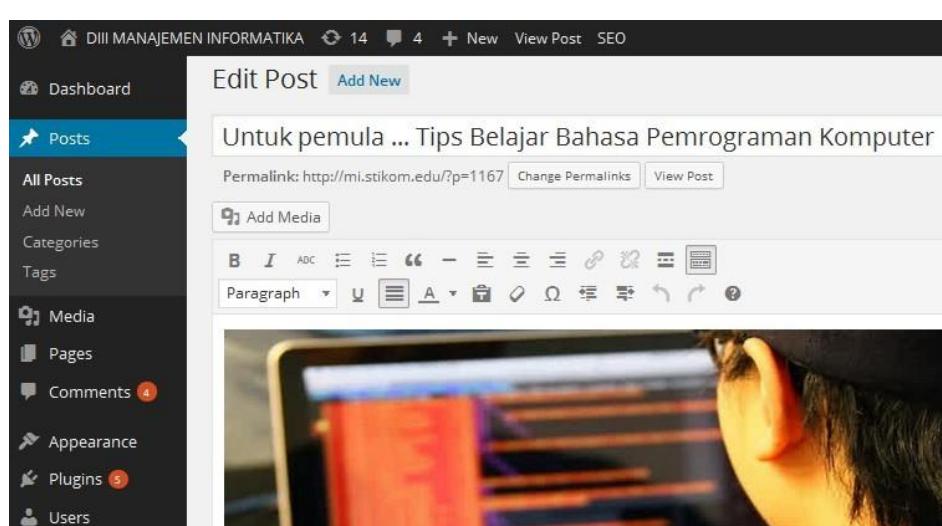


Gambar 4. 19 Tampilan menu dan sub menu pada Website

### Penataan Menulis dan Posting

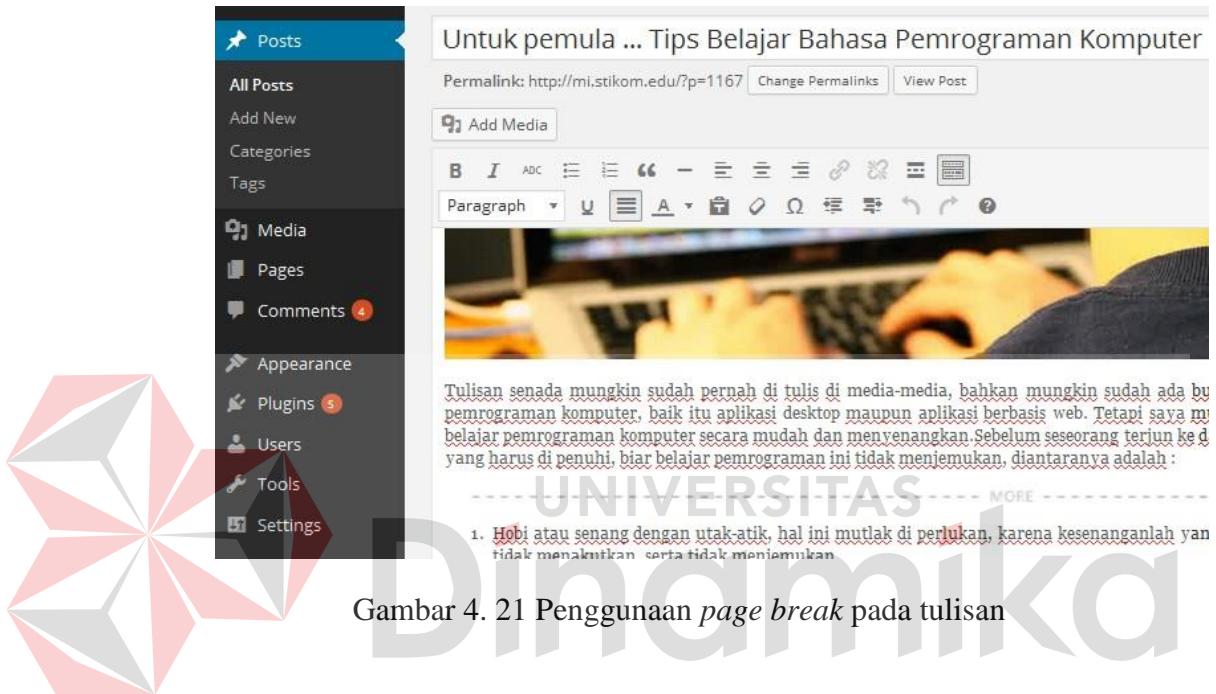
Iangkah selanjutnya adalah melakukan penataan dalam menulis di blog. Beberapa pengaturan yang dapat dilakukan sebelum posting tulisan adalah sebagai berikut :

1. Klik Post → Add New. Buat tulisan dan berikan Judul artikel/tulisan tersebut semenarik mungkin agar pengunjung tertarik membaca.

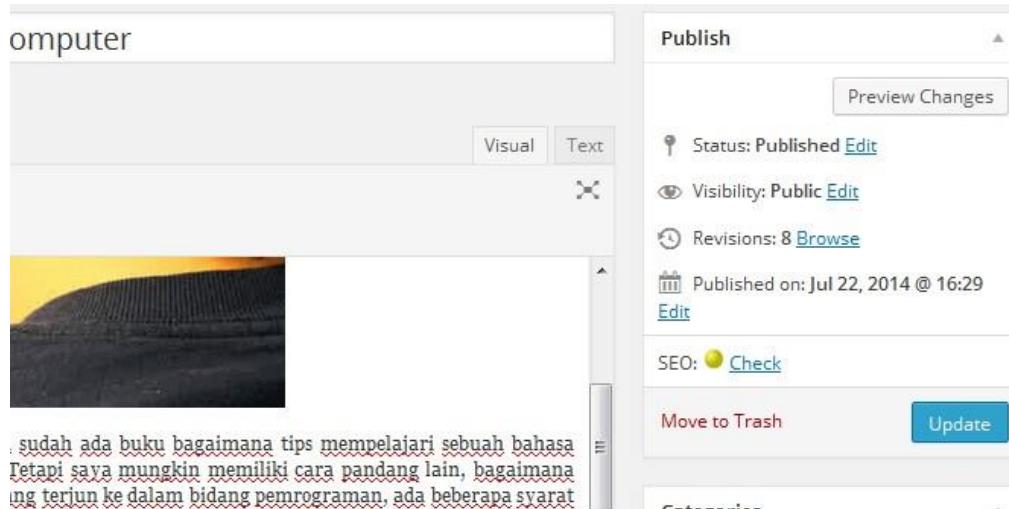


Gambar 4. 20 *Editing* tulisan

2. Agar tulisan/Artikel menarik tambahkan gambar yang sesuai. Pilih **Add media**
3. Apabila tulisan terlalu panjang, dapat memotong dengan cara klik **Page Break**. Sehingga pada tampilan blog Prodi MI, pembaca harus klik link “See More” agar dapat melihat tulisan lebih detail.



4. Pastikan tulisan tertata rapi , gunakan bullet/numbering apabila terdapat poin-poin yang banyak, sesuaikan font dan warna, ukuran tulisan lebih baik tidak terlalu kecil/besar sehingga pembaca jelas membaca tulisan/artikel tersebut.
5. Koreksi kembali tulisan yang akan di posting, apabila sudah sempurna tulisan akan di publish klik **Update**



Gambar 4. 22 Memposting tulisan

6. Tampilan artikel yang sudah di posting seperti pada Gambar 4.23.



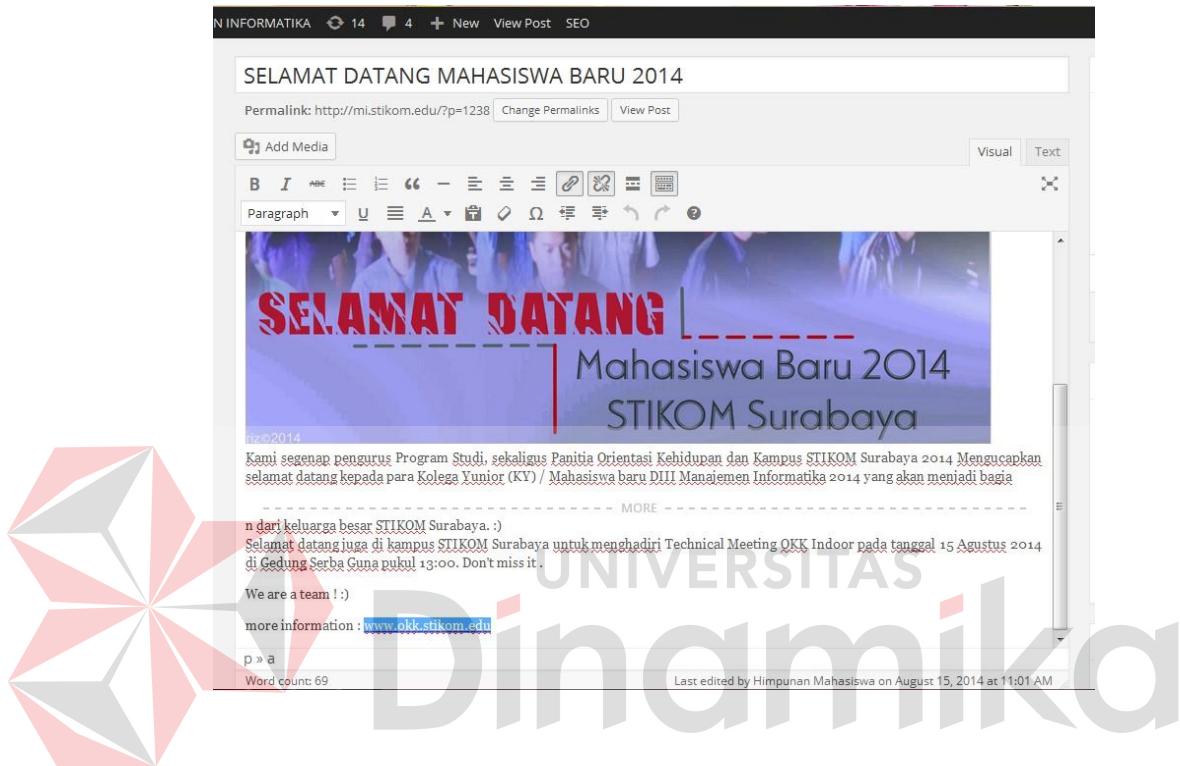
Gambar 4. 23 Tampilan artikel/tulisan

## Kelola Link/Taut

Pengelolaan taut (link) dibutuhkan jika terdapat banyak tautan yang di muat pada blog. Pengelolaan taut ini dilakukan apabila tulisan terdapat hubungan

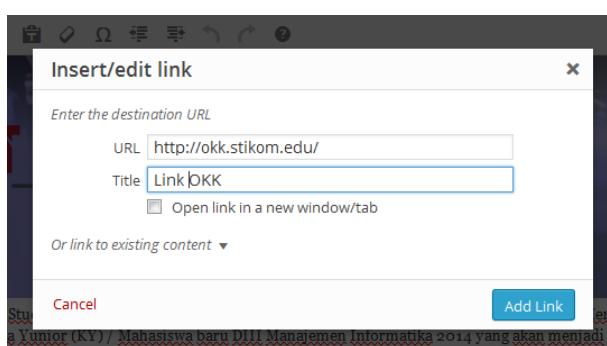
dengan tulisan yang lain selain itu untuk memberikan link yang selalu update kepada pengunjung blog.

1. Edit Tulisan yang akan di beri link.
2. Blok kata-kata yang akan di beri link.



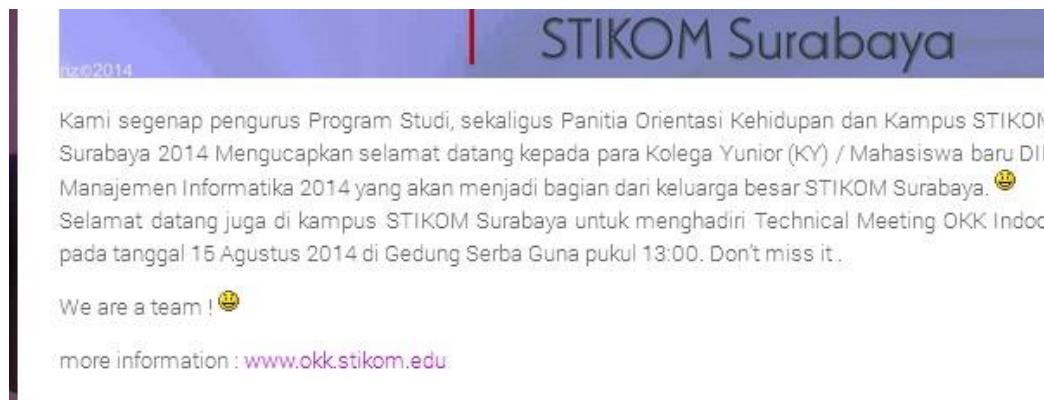
Gambar 4. 24 Menambahkan link

3. Klik Icon Link
4. Masukkan Link yang akan di tambahkan, serta beri judul link tersebut. Jika sudah klik **Add Link**



Gambar 4. 25 Menambahkan link

5. Postingan di wordpress menunjukkan tulisan yang telah di posting dan di dalamnya sudah terdapat Link yang di tautkan.

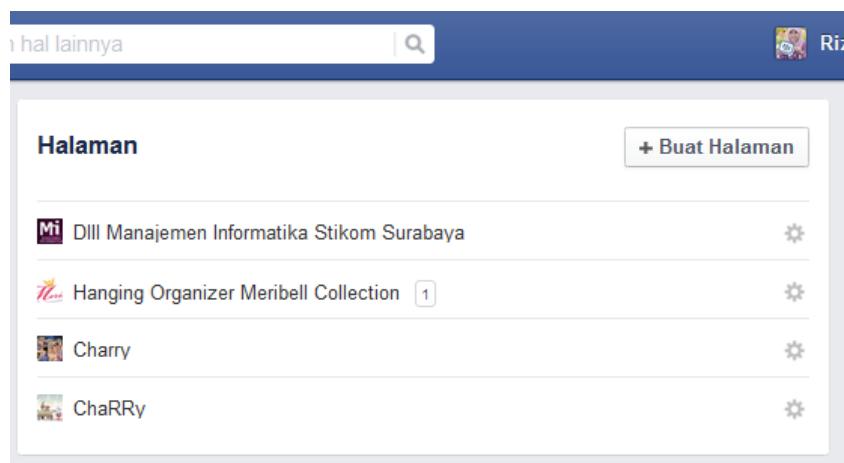


Gambar 4. 26 Tampilan link yang telah jadi

### b. Branding melalui Facebook

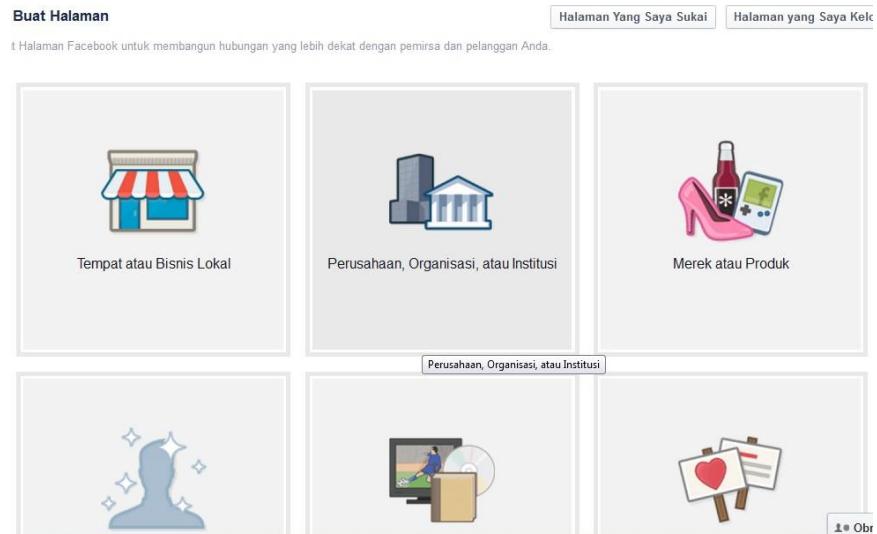
Media online yang di gunakan branding tidak hanya Blog, tetapi Prodi DIII MI menggunakan Facebook untuk lebih mengoptimalkan kinerja branding dengan membuat fans page baru di Facebook, berikut ini proses pembuatan fans page :

1. Membuat halaman baru di facebook

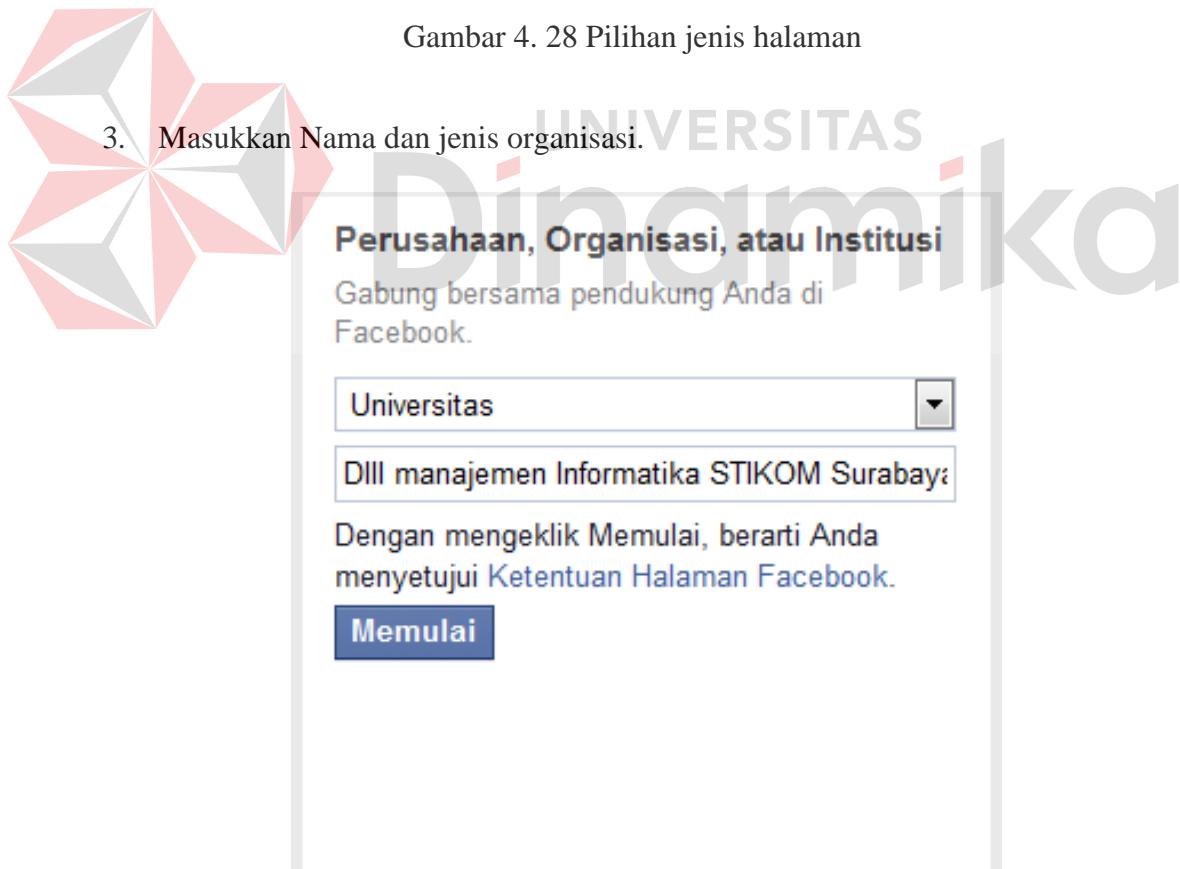


Gambar 4. 27 Tampilan membuat halaman baru

2. Pilih Perusahaan, Organisasi dan Institusi. Karena Prodi MI merupakan Institusi Stikom Surabaya.



Gambar 4. 28 Pilihan jenis halaman



Gambar 4. 29 Identitas halaman

4. Beri informasi mengenai Prodi MI pada halaman Facebook seperti: alamat

Prodi MI, Visi Misi MI dan deskripsi singkat Prodi MI.

Info Halaman	Detail	Aksi
<b>Nama</b>	DIII Manajemen Informatika Stikom Surabaya	Sunting
<b>Alamat Web Facebook</b>	www.facebook.com/m.informatikastikomsby	Sunting
<b>Kategori</b>	Perusahaan & Organisasi : Universitas	Sunting
<b>Subkategori</b>	Perguruan Tinggi & Universitas	Sunting
<b>Alamat</b>	Jln Raya Kedung Baruk 98, Kota Surabaya	Sunting
<b>Info Mulai</b>	Bergabung dengan Facebook	Sunting
<b>Jam Kerja</b>	⚠ + Masukkan jam kerja	Sunting
<b>Deskripsi Singkat</b>	Program Studi yang berkualitas dalam mengembangkan sumber daya manusia (SDM) yang unggul dalam bidang manajemen informatika	Sunting
<b>Impressum</b>	Impressum Masukan untuk Halaman Anda	Sunting
<b>Deskripsi Panjang</b>	Lulusan Dipastikan : Menguasai teknik bahasa pemrograman computer serta proses bisnis untuk merancang bangunan Sistem Informasi serta Mengimplementasikan d...	Sunting
<b>Informasi Umum</b>	Telepon : 031-8721731, Ext. 123/725 KaFrodi : Titik Lusiani, M.Kom, OCA Email : lusiani@stikom.edu web Kaprodi : http://blog.stikom.edu/lusiani/ Email Prodi : d3mi@stikom.edu Website : http://mi.stikom.edu Akreditasi : B	Sunting

**UNIVERSITAS**  
**Dinamika**

Gambar 4. 30 Tampilan info halaman

5. Berikan Informasi mengenai link-link media online yang lainnya milik prodi

MI. Seperti : Alamat Email, situs web, telepon dsb.



Misi	VISI	Sunting
	Menjadi Program Studi yang berkualitas dalam mengembangkan sumber daya manusia (SDM) yang unggul dalam bidang manajemen informatika	
	<b>MISI</b>	
	>Menyelenggarakan pendidikan manajemen informatika yang berkualitas, efektif dan efisien dengan mengacu pada kurikulum berbasis kompetensi. >Membentuk SDM yang mandiri, Professional dan berkompeten di bidangnya. >Melaksanakan penelitian bidang manajemen informatika untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. >Melakukan pengabdian masyarakat di bidang yang terkait dengan bidang manajemen informatika	
Didirikan	+ Masukkan nama pendiri	Sunting
Rentang Harga	+ Masukkan kisaran harga	Sunting
Penghargaan	+ Masukkan penghargaan	Sunting
Produk	+ Masukkan produk	Sunting
Tempat Parkir	+ Masukkan jenis parkir yang ada	Sunting

Gambar 4. 31 menambahkan informasi lebih lanjut

6. Setelah halaman Prodi MI dibuat, maka page harus dikembangkan lagi agar informasi lainnya dapat tersampaikan kepada masyarakat. Seperti Gambar4.32 menambahkan album foto kegiatan MI.



The screenshot shows a Facebook page with the following details:

- Page Name:** DIII Manajemen Informatika Stikom Surabaya
- Profile Picture:** A red and grey geometric logo.
- Header:** UNIVERSITAS Dinamika
- Page Options:** Rizkaa, Beranda
- Navigation:** Halaman, Aktivitas, Wawasan, Pengaturan, Kembangkan Pemirs
- Albums:**
  - Orientasi kehidupan dan kam...** (12 foto)
  - Bakti Sosial Mahasiswa MI** (19 foto)
  - Blog Competition MI** (35 foto)
  - Video** (2 video)
  - Foto Kronologi** (15 foto)
  - Foto Sampul** (3 foto)

Gambar 4. 32 Beberapa album yang telah dibuat

7. Setiap album yang di buat harus diberikan penjelasan /deskripsi singkat agar pengunjung mengetahui fotot-foto tersebut jenis kegiatan yang bagaimana.



Gambar 4. 33 Pemberian informasi/deskripsi singkat mengenai album

8. Sebaiknya Video profile juga dimasukkan kedalam page, agar pengunjung tidak merasa bosan pada saat melihat foto.



Gambar 4. 34 Video profil MI yang telah diunggah

9. Sampul page Facebook lebih baik menggunakan gambar yang melambangkan Prodi MI atau kegiatan-kegiatannya agar terlihat identitas dan pencitraan dari page tersebut.



Gambar 4. 35 Tampilan sampul MI

10. Page MI baru pertama kali dibuat pada saat workshop di Prodi MI, sehingga perlu membuat dan menentukan pengurus-pengurus dari HIMA Prodi MI agar page MI tetap ter-update.



Gambar 4. 36 Pengurus-pengurus halaman MI

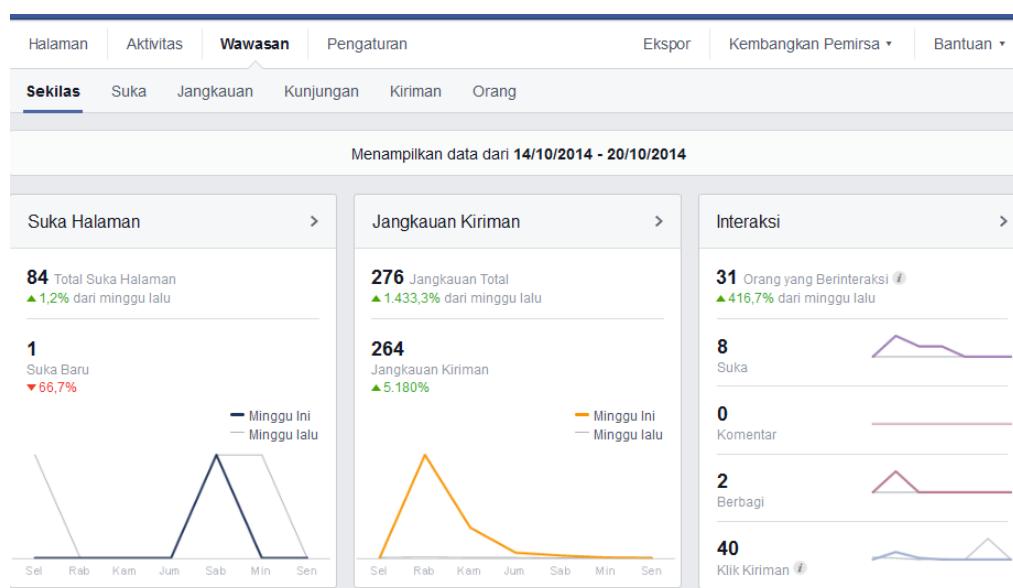
11. Seperti inilah tampilan dari page Prodi MI dengan detail informasi mengenai Prodi MI, sehingga pengunjung dapat merasa yakin halaman ini resmi milik Prodi DIII MI Institut Bisnis dan informatika Stikom Surabaya



**Gambar 4. 37** Tampilan informasi mengenai Prodi DIII MI

12. Tab Wawasan

Tab yang menunjukkan sekilas wawasan tentang perkembangan dan penggunaan kiriman pada Blog.



**Gambar 4. 38** Perkembangan kiriman/postingan perminggu

Halaman Aktivitas Wawasan Pengaturan						Ekspor	Kembangkan Pemirsa	Bantuan
<a href="#">Sekilas</a> Suka Jangkauan Kunjungan Kiriman Orang								
5 Kiriman Terbaru Anda								
<span style="color: orange;">■</span> Jangkauan: Organik / Berbayar <span style="color: blue;">■</span> Klik Kiriman <span style="color: purple;">■</span> Suka, Komentar & Berbagi								
Diterbitkan	Kiriman	Jenis	Penargetan	Jangkauan	Interaksi	Promosikan		
15/10/2014 16:44	Yuuk lihat Struktur Organisasi Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya yang baru ^_^			254 <span style="color: orange;">■</span> 23 7	<span style="color: blue;">■</span> 15 2	<span style="color: purple;">■</span> 0	<a href="#">Promosikan Kiriman</a>	
09/09/2014 8:57	Selamat pagi Mahasiswa DIII MI .. ^_^ Semoga bermanfaat untuk maba 2014 -- :)			28 <span style="color: orange;">■</span>	<span style="color: blue;">■</span> 3 3	<span style="color: purple;">■</span> 0	<a href="#">Promosikan Kiriman</a>	
09/09/2014 8:54	Microsoft Office? Siapa yang belum pernah mendengar kata Microsoft Office? Paling tidak			17 <span style="color: orange;">■</span>	<span style="color: blue;">■</span> 2 0	<span style="color: purple;">■</span> 0	<a href="#">Promosikan Kiriman</a>	
08/09/2014 15:06	Coming Soon ... #September			123 <span style="color: orange;">■</span>	<span style="color: blue;">■</span> 3 3	<span style="color: purple;">■</span> 0	<a href="#">Promosikan Kiriman</a>	
08/09/2014 14:38	foto sampul DIII Manajemen Informatika Stikom Surabaya			15 <span style="color: orange;">■</span>	<span style="color: blue;">■</span> 0 0	<span style="color: purple;">■</span> 0	<a href="#">Promosikan Kiriman</a>	

Gambar 4. 39 Jangkauan setiap kiriman posting

### 13. Tab Ulasan

Berfungsi sebagai Tab yang menunjukkan feedback dari pengunjung dengan memberikan peringkat bintang. Seperti pada Gambar 4.40.



Gambar 4. 40 Feedback dari halaman MI

14. Beri postingan yang menarik terkait dengan Prodi MI seperti Informasi, artikel, berita-berita terbaru Prodi MI yang kemudian di tautkan ke twitter ataupun Blog Prodi MI sehingga masyarakat yang belum mengetahui page ini dapat mengunjungi Page MI sekaligus Like Page MI. Dengan besarnya jumlah like yang ada pada page MI maka mencerminkan respons dari masyarakat.

Gambar 4.41 diakses per tanggal 17 Januari 2015.



Gambar 4. 41 Respons untuk page MI

### c. Branding Melalui Twitter

Media lainnya yang digunakan untuk branding Prodi adalah Twitter seperti pada gambar berikut:

1. Tampilan awal pada Twitter Prodi MI dengan menggunakan user @d3mistikom dan nama tampilan DIII MI STIKOM agar mudah ditemukan saat pencarian akun twitter.



Gambar 4. 42 Tampilan twitter Prodi DIII Mi

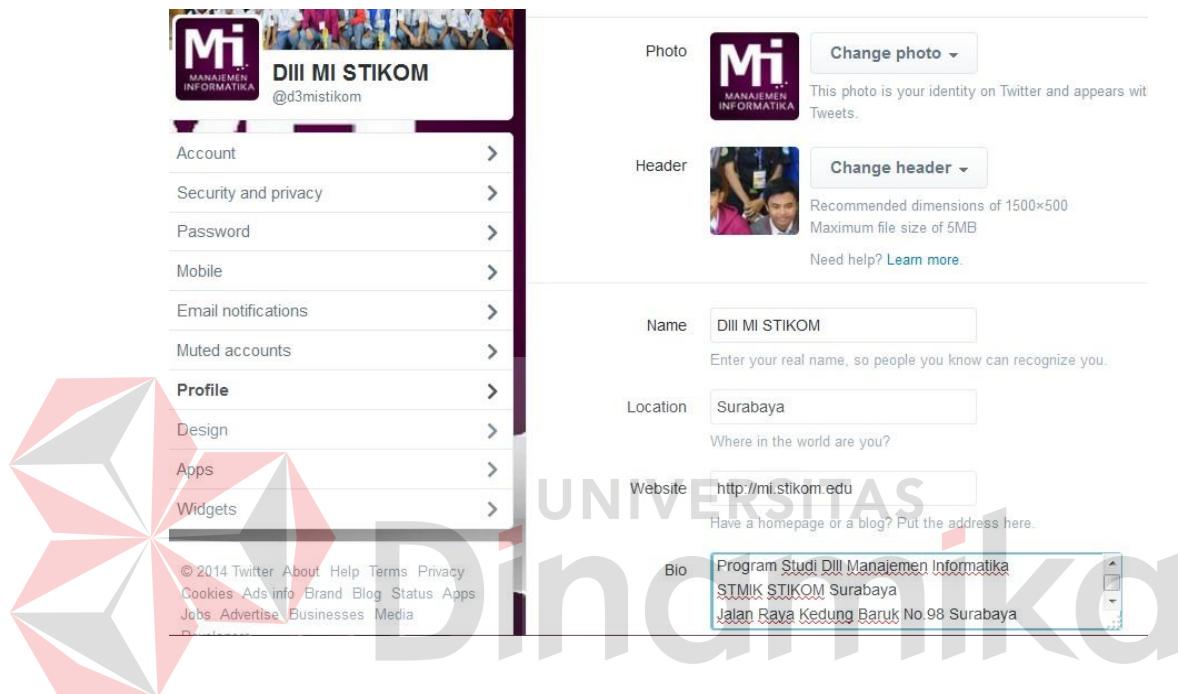
2. Followers/Pengikut. Berikut ini adalah beberapa followers Prodi DIII MI



Gambar 4. 43 Followers twitter prodi DIII MI

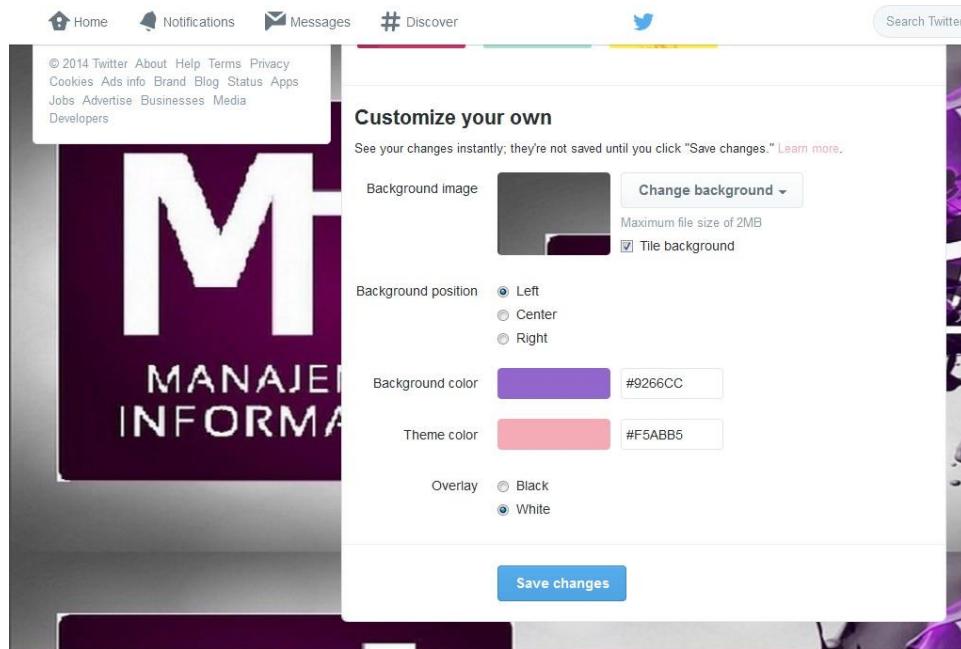
3. Profile. Pengaturan Profile pada Twitter Prodi MI sangat penting, sama halnya dengan facebook, tim branding Prodi harus memberikan informasi selengkap mungkin pada media online yang digunakan untuk branding.

- a) Foto Profil, tampilan Header harus dengan foto kegiatan MI/resmi. Sehingga pengunjung percaya dan tertarik dengan Akun media sosial Prodi MI.
- b) Nama dan Lokasi dapat diisi sesuai dengan yang sebenarnya. Serta,
- c) Bio. Merupakan Deskripsi singkat tentang gambaran besar Prodi MI.



Gambar 4. 44 Pengaturan informasi twitter Prodi DIII MI

4. Tampilan Background. Agar pengunjung lebih tertarik dengan media online Prodi maka perlu adanya peningkatan tampilan di twitter dengan menyesuaikan background yang tepat.



Gambar 4. 45 Pengaturan *background* twitter

5. Gambar 4.46 adalah peletakan beranda twitter yang berisi tentang postingan informasi-informasi dari Prodi MI, yang bertujuan agar masyarakat juga mengetahui berita/kabar terbaru dari Prodi DIII MI.

 A screenshot of a Twitter profile page for 'DIII MI STIKOM' (@d3mistikom). The profile picture is a purple hexagon with a white 'Mi' logo. The header features a large, semi-transparent watermark of the word 'Dinamika' in grey. Below the header, the profile information shows 24 tweets, 25 following, and 11 followers. The timeline section is titled 'Tweets' and shows two recent tweets from the account. The first tweet, posted on Sep 3, reads: 'About DIII Informatics Management | prezi Version \_\_ [prezi.com/w6sark8g92u7/](http://prezi.com/w6sark8g92u7/)...' The second tweet, posted on Sep 1, is partially visible.

Gambar 4. 46 Tampilan beranda di twitter

6. Berikut ini adalah postingan yang menerangkan bahwa mahasiswa Lulusan dari Prodi DIII Manajemen Informatika yang berhasil mengikuti ujian ini akan mendapatkan sertifikasi internasional.



Gambar 4. 47 Posting sertifikasi internasional Prodi MI



Gambar 4. 48 Posting video profil kegiatan MI

8. Beberapa dari postingan twitter Prodi MI mendapatkan Retweet dari user orang lain, yang artinya twitter Prodi MI mendapatkan feedback secara tidak langsung dari user tersebut, selain itu bisa juga menentukan berapa banyak followers yang ada .

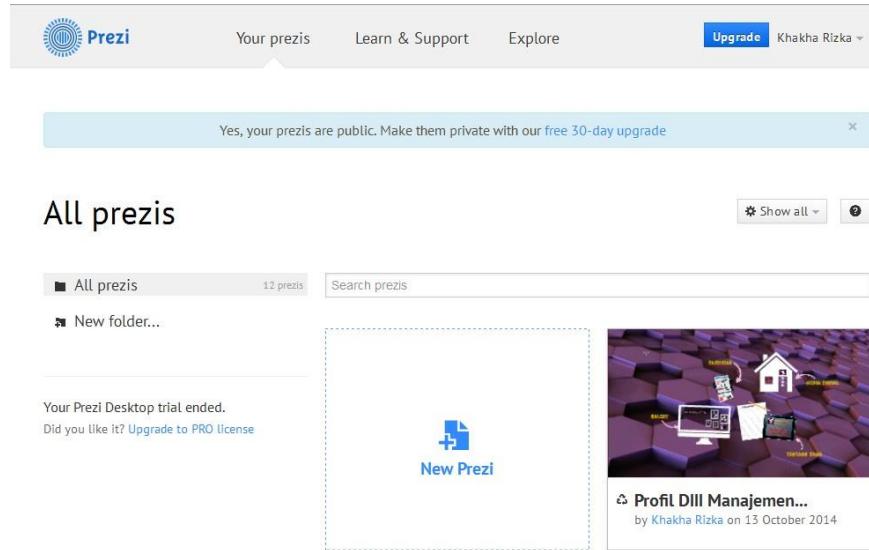


**Gambar 4. 49 Respon dari followers**

**a. Branding menggunakan Prezi.com**

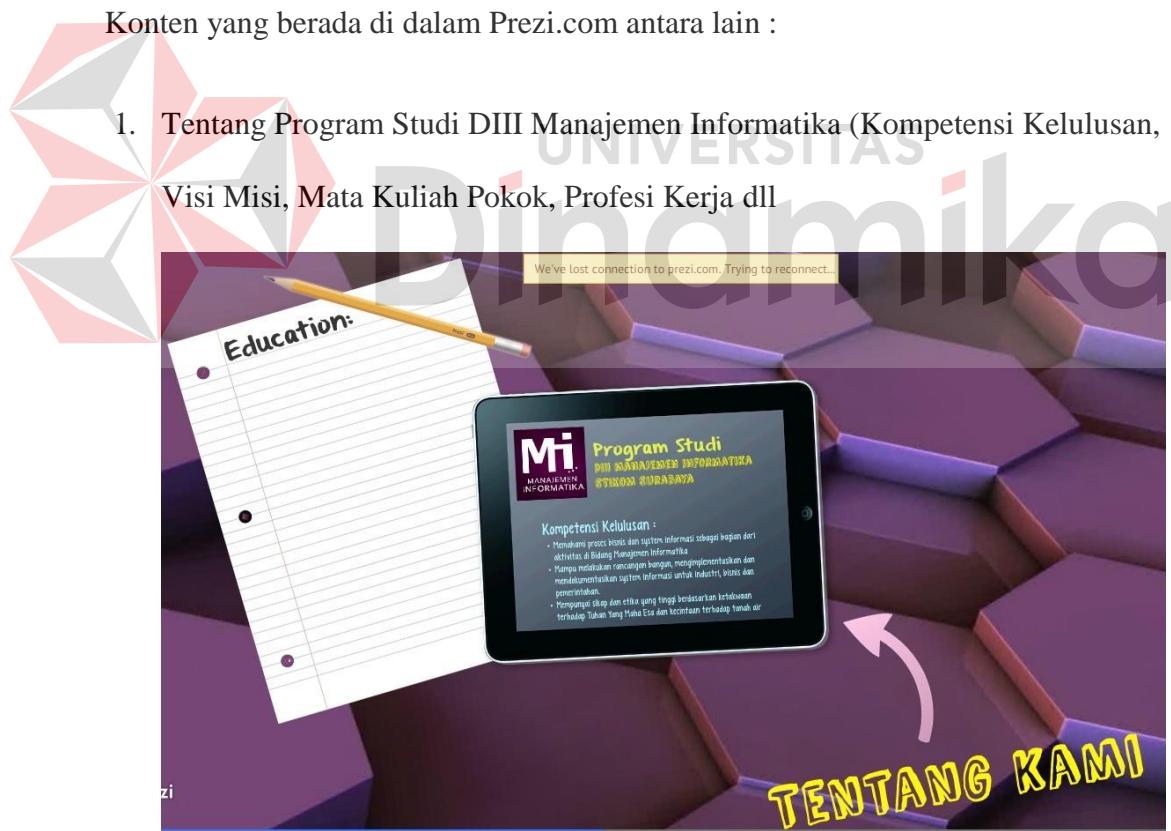
Branding juga dilakukan dengan membuat sebuah profile dari Prodi DIII MI berupa Prezi yang dapat dibuka secara online maupun offline.

1. Log in ke Prezi.com
2. Klik New Prezi untuk membuat slide yang baru



Gambar 4. 50 Sign in ke twitter prodi MI

Konten yang berada di dalam Prezi.com antara lain :



Gambar 4. 51 Informasi prodi DIII MI di dalam prezi

2. Fasilitas-fasilitas yang ada di Prodi DIII Manajemen Informatika (Ruang Kuliah, Rung Laboratorium, serta fasilitas-fasilitas lain)



Gambar 4. 52 Prezi berisi konten fasilitas dari Prodi DIII MI

3. Gallery . Dokumentasi dari galeri diambil dari beberapa kegiatan DIII MI yang sudah terlaksana (seperti : Blog Competition, Reinforcement dsb.)



Gambar 4. 53 Prezi berisi konten gallery kegiatan Prodi DIII MI

4. Video MI. di dalam Prezi ini juga terdapat 2 macam video mengenai program studi DIII MI agar audiens tidak bosan.



Gambar 4. 54 Prezi berisi konten video profil dan kegiatan



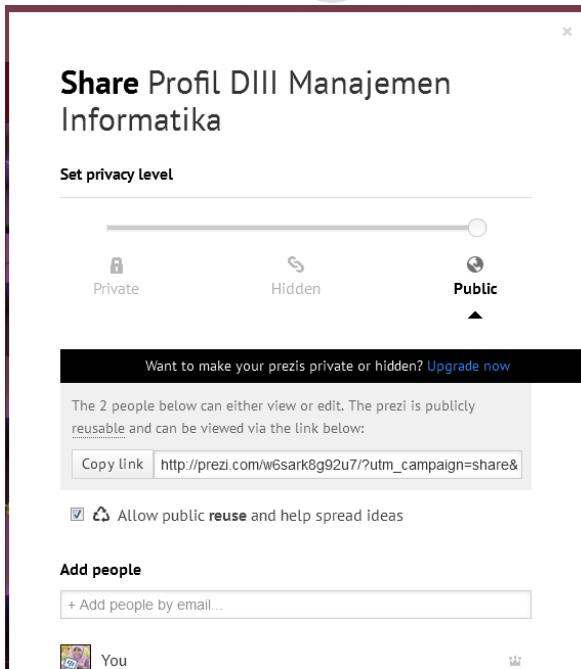
Gambar 4. 55 Prezi berisi konten media sosial

6. Project Prezi yang sudah selesai dapat di publikasikan / share kepada yang lain.



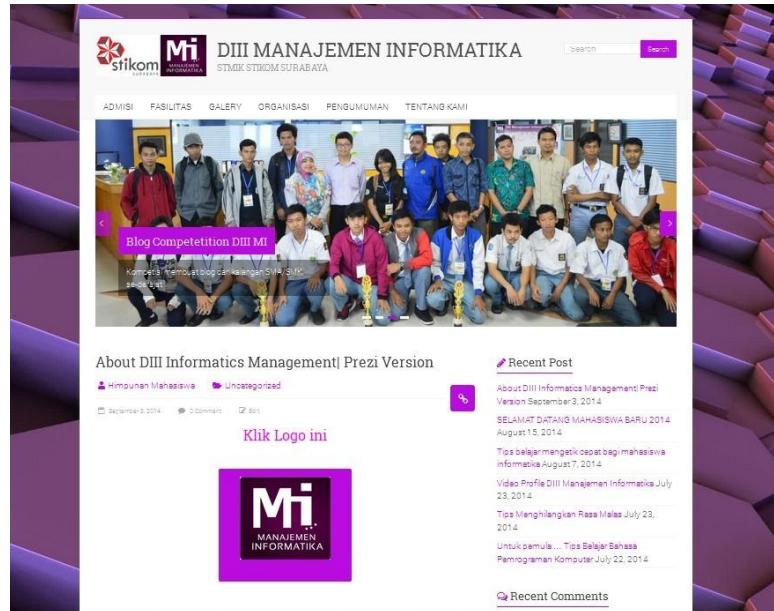
Gambar 4. 56 Publikasi prezi

7. Selain itu prezi dapat di share dengan menambahkan akun orang lain ke dalam prezi DIII MI atau menautkan link prezi di Blog, Facebook, dan Twitter. seperti Gambar4.57.

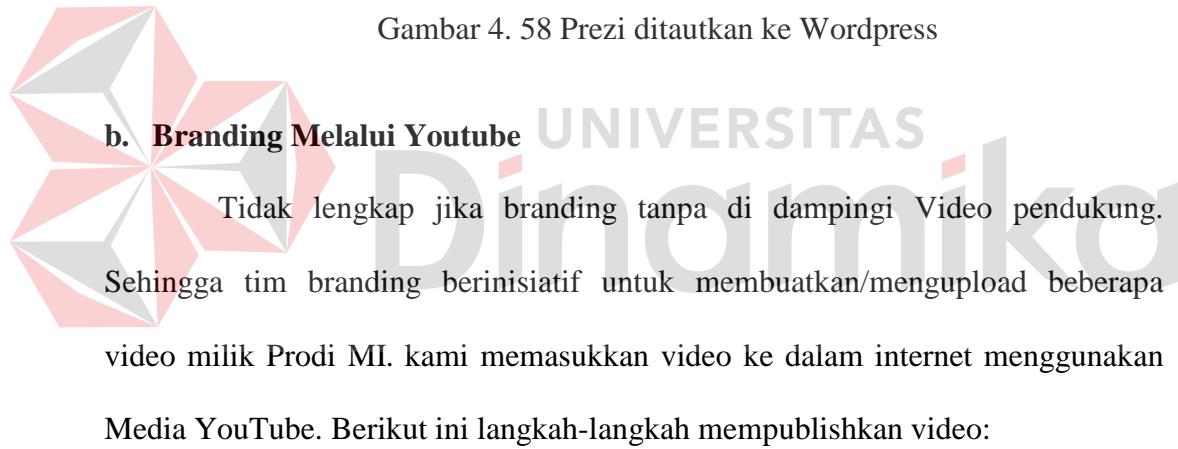


Gambar 4. 57 Share prezi DIII MI

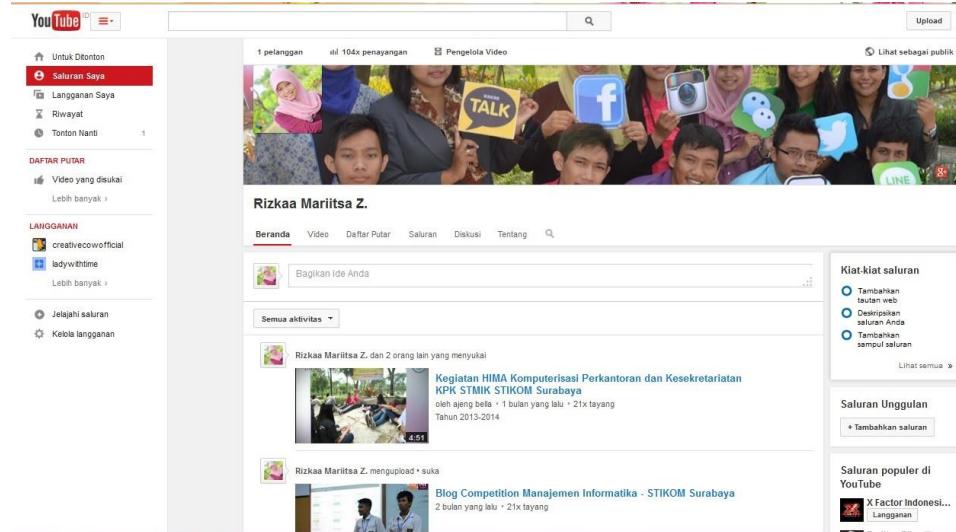
- Hasil akhir tampilan Prezi yang sudah ditautkan ke dalam Blog Prodi MI



Gambar 4. 58 Prezi ditautkan ke Wordpress



- Klik **Upload** pada kanan atas tampilan awal YouTube.



Gambar 4. 59 Sign in ke YouTube

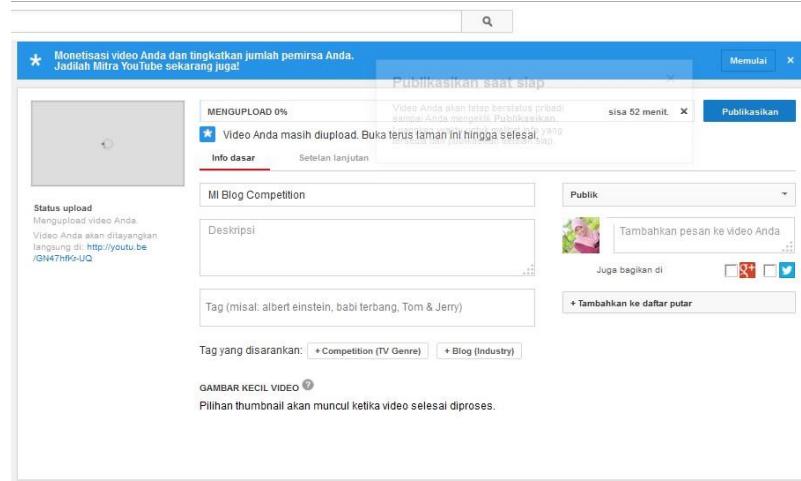
2. Pilih file yang akan di publish. Pada saat akan mengupload, pengguna juga dapat langsung drag file video tersebut.



Gambar 4. 60 Upload video prodi DIII MI

3. Pada gambar tersebut bahwa proses *uploading* sedang berjalan. Jangan lupa beri informasi yang detail mengenai nama video, deskripsi video dsb. selama proses mengupload halaman web harus tetap pada tampilan tersebut agar

proses tetap berjalan sampai upload menunjukkan complete 100%. Klik Publish.



Gambar 4. 61 Proses mengunggah video

4. Berikut ini beberapa contoh video Prodi MI yang sudah diunggah.



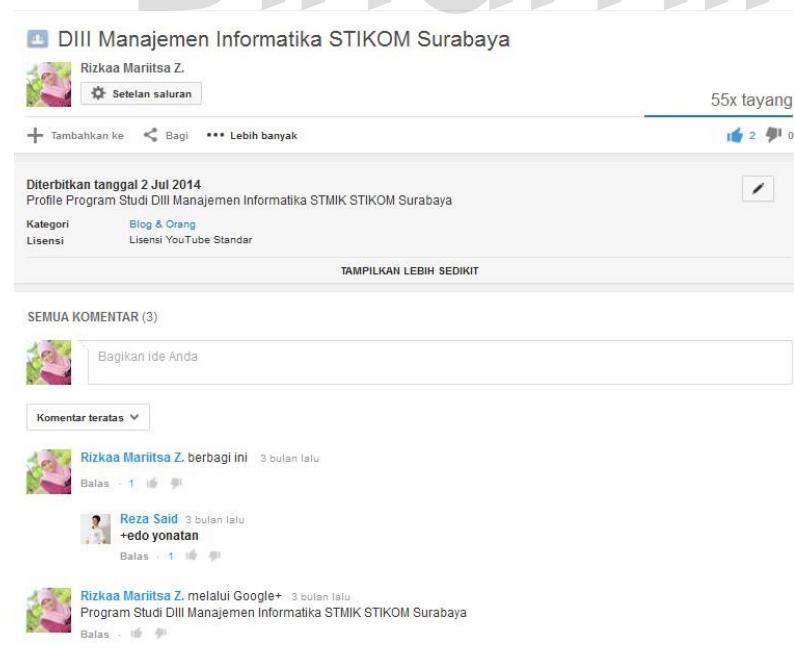
Gambar 4. 62 Video MI yang telah diunggah

5. Untuk mengetahui feedback dari pengunjung pada YouTube dapat terlihat pada kiriman dibawah ini yang diakses per tanggal 17 Januari 2015, menunjukkan bahwa video tersebut sudah tayang sebanyak 78 kali.



Gambar 4. 63 Video profil DIII MI dengan jumlah tayang 78 kali

6. Selain itu *feedback* dapat berupa pengunjung yang memberi komentar pada video tersebut dengan menautkan video kepada orang lain.



Gambar 4. 64 Respon pengunjung pada komentar video

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil kegiatan workshop pada bagian Program Studi DIII Manajemen Informatika STIKOM Surabaya dengan Proses branding dengan tahap awal mengumpulkan seluruh informasi/kegiatan dari Himpunan mahasiswa Prodi DIII MI dan kemudian diolah oleh tim branding MI menjadi sebuah informasi yang selalu *up to date* dan menarik sehingga pembaca/pengunjung blog merasa ingin tahu tentang Prodi MI.



Selain itu cara yang dilakukan untuk meningkatkan branding Program Studi adalah dengan mengoptimalkan Media Online yang telah tersedia yaitu Blog, berikut ini aktivitas yang dilakukan untuk branding blog Prodi :

1. Mengubah Struktur Permanent Link
2. Bekerja dengan Widgets

- 3 Menata Blog Edukasi
- 4 Menata Menu Tab
- 5 Penataan Menulis dan Posting
- 6 Kelola Link atau Tautan

Blog saja belum cukup untuk branding, branding perlu dilakukan dengan media-media terbaru agar informasi mudah tersampaikan kepada masyarakat. Media lainnya yang digunakan seperti facebook, twitter, Youtube dll.

## 5.2 Saran

Setelah melakukan *workshop* pada bagian Program Studi DIII Manajemen Informatika Stikom Surabaya, Penulis mengusulkan saran, yaitu:

- a. Stikom lebih memfasilitasi Blog Program Studi DIII Manajemen Informatika sehingga dapat berkembang dengan menggunakan tema yang lebih eksklusif.
- b. Pengurus HIMA pada Program Studi DIII Manajemen Informatika agar lebih meningkatkan peran aktif blog tersebut.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adelheid, A. (2012). *mengungkap Rahasia SEO*. Jogjakarta: Andi.
- Adri, M. (2008). *Guru Blog-Optimasi Blog Untuk Pembelajaran*. Jakarta: Elex Media Computindo.
- Danandjaja. (2011). *Perann Humas Dalam Perusahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kuncoro, M. (2009). *Mahir Menulis Kiat Jitu Menulis Artikel, Opini, Kolom, & Resensi Buku*. Jakarta: erlangga.
- Munir. (2012). *Multimedia- Konsep dan Aplikasi Dalam Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Stikom. (2014). Retrieved Desember 4, 2014, from Web site Stikom: <http://www.stikom.edu/id/logo-stikom>
- Stikom. (2014). *Struktur Organisasi*. Retrieved Desember 4, 2014, from Web site Stikom: <http://www.stikom.edu/id/organization-structure>

